

2.2. Использование компьютерных программ, которые позволяют записать световую партитуру спектакля.

2.3. Использование различных световых «масок» и быстрая их смена.

2.4. Использование компьютерных программ в перемещении декорация. Мультимедиа дает возможность полностью исключить работу машинистов сцены во время спектакля.

Однако с развитием цифровых технологий современный театр должен постоянно решать одну из главенствующих задач – гармоничное совмещение высоких технологий и традиционных театральной форм культуры, с целью сохранения себя как самобытного вида искусства. В настоящее время художникам-постановщикам предоставляется большой выбор технического, проекционного, видео оборудования. Огромный перечень программ для работы с визуализацией эскизов в видео проекции позволяет сценографу использовать в оформлении декораций разнообразные технические, средства визуальной выразительности. Что позволяет декорациям быть самостоятельными произведениями, такие декорации могут работать в спектакле независимо от актеров.

Литература:

1. Астафьева, Т. В. Компьютерные и медийные технологии в сценографии как фактор развития постановочного процесса // Общество. Среда. Развитие. 2011. № 3(20).
2. Астафьева, Т. В. Новые технологии в современном постановочном процессе : на материале театрального искусства Санкт-Петербурга 1990-2010 гг. : диссертация. - Санкт-Петербург, 2011.
3. Базанов, В. Техника и технология сцены / В. Базанов. – Ленинград 1976.
4. Бачелис, Т.И. Эволюция сценического пространства. [Электронный ресурс] / Т.И. Бачелис, //Режим доступа: <http://teatr-labor.info/wp/%D0%B1%D0%B8%D0%B1%D0%BB%D0%B8%D0%BE%D1%82%D0%B5%D0%BA%D0%B0/397-2/>– Дата доступа: 10.02.2016.
5. Вагнер, Р. Производство искусства будущего / Р. Вагнер. – М.: «Книжный дом «Либроком» 2012.

УДК 004.92

ТЕХНОЛОГИЯ РАЗРАБОТКИ АЙДЕНТИКИ НА БАЗЕ ГРАФИЧЕСКОГО РЕДАКТОРА CORELDRAW

ПОПОВА А.В., доцент

Витебский государственный технологический университет,

г. Витебск, Республика Беларусь

Ключевые слова: айдентика, фирменный стиль, CorelDraw, графический редактор, логотип.

Реферат: В работе рассмотрена технология разработки айдентики на базе графического редактора CORELDRAW на примере создания бренда «Достоевский».

Успех деятельности больших и малых предприятий, компаний, фирм и организаций, определяется не только четко сформулированными социально-экономическими целями. Огромное значение имеет продуманный фирменный стиль, так как он может оказать неоценимую помощь в части совершенствования имиджа, воздействия на сознание людей, управления их впечатлениями.

Фирменный стиль – это совокупность цветовых, графических, словесных, акустических элементов, которые используются для идентификации услуг компании и позволяют отличать услуги из общей массы аналогичных продуктов компаний-конкурентов.

Важнейшим элементом айдентики, является логотип. Логотип должен быть одновременно и привлекателен и прост. От привлекательности и красоты логотипа будет зависеть, насколько хорошо он заставит обратить на себя внимание, а простота позволит людям легче его запомнить [1].

Почти с момента создания ЭВМ появилась и компьютерная графика, которая сейчас считается неотъемлемой частью мировой технологии, позволяющей, в том числе, реализовать

фирменный стиль. По началу это была лишь векторная графика – построение изображения с помощью так называемых «векторов» – функций, которые позволяют вычислить положение точки на экране или бумаге. Совокупность таких «векторов» и есть векторное изображения.

Графические редакторы для работы с векторными изображениями, позволяют выполнить такие требования, как высокая точность формы изображения. Данные требования необходимы при разработке логотипов компаний, при художественном оформлении текста (например, журнальных заголовков или рекламных объявлений), а также во всех случаях, когда иллюстрация является чертежом, схемой или диаграммой, а не рисунком. На сегодняшний день, для работы с векторной графикой есть несколько программных средств. К основным относятся программы: CorelDraw, AdobeIllustrator, MacromediaFreehand. Все эти редакторы работают с одними и теми же объектами векторной графики, основаны на одних и тех же принципах, имеют схожие инструменты, и, соответственно, приемы создания векторных изображений в этих редакторах удивительно похожи [2].

Актуальность и ценность данной темы, в первую очередь, связана с созданием айдентики средствами и возможностями графического редактора CorelDraw.

«CorelDraw» от корпорации Corel используемый преимущественно для работы с векторными макетами и изображениями. Исходя из намерений использовать фирменную символику, в первую очередь для изготовления промоодежды, сувенирной продукции, полиграфической продукции, широкоформатных изображений, логотип в конечном виде отрисовывается в Corel-e, т. к. большинство типографий, рекламных агентств и рекламно-производственных комплексов синхронизируют оборудование именно с этой программой, соответственно удобнее всего вносить различные технические корректировки в макет в зависимости от требований.

На кафедре дизайна УО «ВГТУ», студенткой специальности «Дизайн коммуникативный» была разработана айдентика для бренда «Достоевский» (рисунок 1). В данном проекте используется векторная графика, что позволяет исполнить элементы фирменного стиля с высокой точностью, которые могут быть использованы на разных носителях. В качестве графического объекта принимаются простые геометрические фигуры, построенные из примитивов, однородные цветовые заливки.

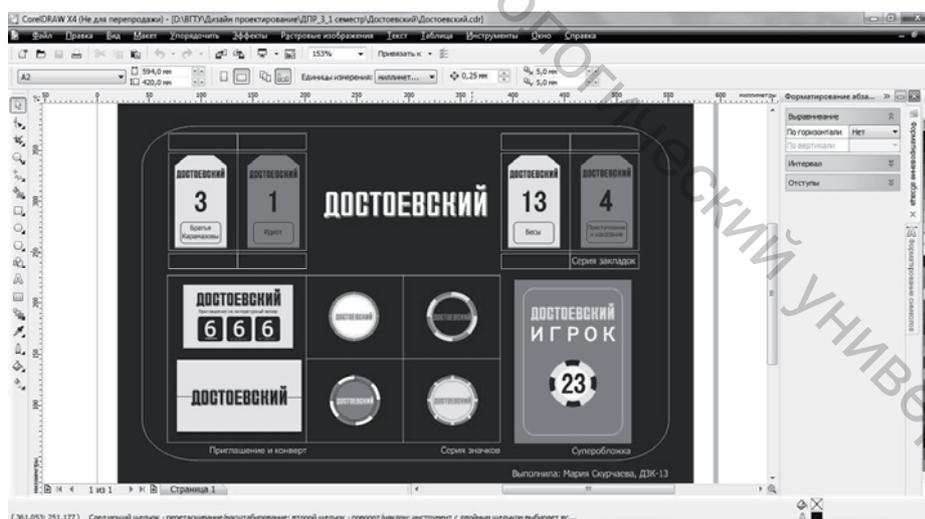


Рисунок 1 – Айдентика для бренда «Достоевский»

При разработке графического проекта, важно сохранение ясных и четких контуров, например, в шрифтовых композициях, в создании логотипа и прочее, где векторные программы незаменимы. Пакет программы CorelDraw располагает мощным инструментарием средств рисования и редактирования узлов. Так же широки художественные возможности и возможности оформления.

Большое внимание уделено словесным образам проекта и шрифтам, как двигателям графического дизайна, осуществляющим коммуникативную функцию. От выбора шрифта зависит восприятие рекламного объекта и замысла, он должен подчёркивать и усиливать воздействие графических элементов.

В разработке логотипа для бренда «Достоевский» используется авторский шрифт. Шрифт легко читается, обладает эстетическими и ассоциативными качествами (рисунок 2). В знаке, как в зеркале, отражаются идеология и основная направленность деятельности бренда.

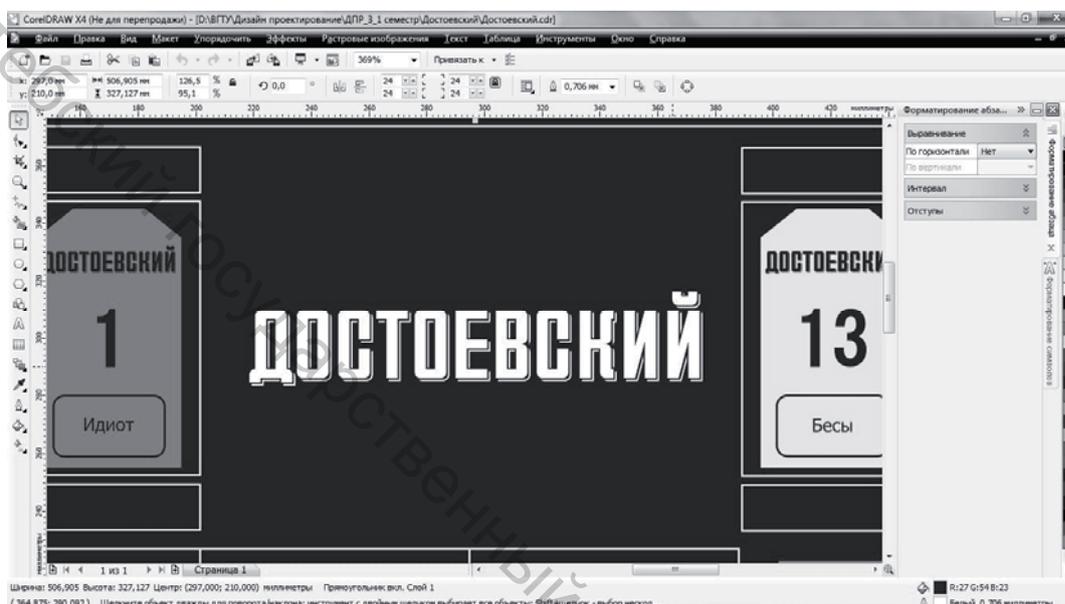


Рисунок 2 – Логотип для бренда «Достоевский»

В работе над темой была разработана серия сувенирной продукции: закладки, суперобложка, пригласительные билеты, значки.

Фирменный стиль – это характерный для данной фирмы язык, своеобразное удостоверение личности бренда, его опознавательный знак, визитная карточка. Все функции фирменного стиля, так или иначе, связаны с созданием образа предприятия, который должен запоминаться и быть привлекательным для основного типа его потребителей.

Литература:

1. Песоцкий, Е. Современная реклама. Теория и практика / Е. Песоцкий. – Ростов-на-Дону: Издательство «Феникс», 2001. – 320 с.: ил.
2. Рогожин, М.Ю. Теория и практика рекламной деятельности – Москва: Альфа-Пресс, 2010 г – 208 с.

УДК 677.024.1 : 004.4

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПРОЕКТИРОВАНИИ И ВИЗУАЛИЗАЦИИ ТКАНЕЙ

САМУТИНА Н.Н., доцент, АБРАМОВИЧ Н.А., доцент, КАЗАРНОВСКАЯ Г.В., доцент

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

Ключевые слова: визуализация, автоматизация, программный продукт, проектирование ткани.

Реферат: в статье рассматриваются вопросы создания программного продукта для проектирования