

- карманный календарь с логотипом и репродукцией художника;
- фирменная майка в двух вариантах;
- пригласительный билет;
- плакаты.

Итогом проектирования стало создание элементов и носителей фирменного стиля. В проекте создан узнаваемый образ и интерактивность рекламных элементов. Разработка каталогов и рекламных носителей удачно реализована и соответствует современным тенденциям полиграфии и графического дизайна.

Список использованных источников

1. Кириллова, И. Л. Равновесие как один из композиционных принципов / И. Л. Кириллова; И. Л. Кириллова // Материалы 53-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов, Витебск, 2020 г. / УО «ВГТУ». – Витебск, 2020. – С. 75–77, Т. 2.
2. Кириллова, И. Л. Динамика кривых линий в композиции / И. Л. Кириллова; И. Л. Кириллова // Тезисы докладов 53-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов, Витебск, 2020 г. / УО «ВГТУ». – Витебск, 2020. – С. 195–196.
3. Кириллова, И. Л. Сравнительный анализ дизайна упаковки зарубежных стран и РБ / И. Л. Кириллова, Д. А. Стасюк // Материалы 53-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов, Витебск, 2020 г. / УО «ВГТУ». – Витебск, 2020. – С. 93–96, Т. 2.

УДК 659

ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПРОЕКТ ДЛЯ НАЦИОНАЛЬНОГО АКАДЕМИЧЕСКОГО ДРАМАТИЧЕСКОГО ТЕАТРА ИМЕНИ ЯКУБА КОЛАСА

Попова А.В., доц., Хоняк Ю.А., студ.

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

Ключевые слова: плакат, сувенирная продукция, театральные плакаты, пьеса «Зверинные истории», театр, фирменный стиль.

Реферат. *Цель проекта – создание информационной и визуальной поддержки для Национального Академического драматического театра имени Якуба Коласа. В связи со спросом на визуальную культуру возрастает значимость проекта. Поэтому самое главное при проектировании информационных плакатов сделать их максимально выразительными и запоминающимися. В проекте создана идея и новизна, отражающиеся в особом подходе к содержанию и созданию информационной поддержки.*

В современном дизайне плакат воспринимается как «сведенное в четкую визуальную формулу сообщение, предназначенное современнику для выводов и конкретных действий». Данная формула отражает определенный уровень графического дизайна и информирует о предмете коммуникации.

Плакат – первое, с чем встречается театральная аудитория до того, как пойти в театр: она является своеобразной обложкой спектакля. Основной задачей является оповещение максимального количества людей за короткий срок о предстоящем те-

атральном событии. При этом потенциальный театральный зритель должен с первого взгляда понять суть, о чем идет речь, и решить, идти на спектакль или нет. Закономерно, что аттрактивность – одна из важных функций плаката, целью которой является привлечение внимания театральной публики, а также ответного действия: пойти на рекламируемый спектакль или отказаться.

Актуальность информационного проекта для Национального Академического драматического театра им. Якуба Коласа состоит в том, что на данный момент театры еще вплотную не столкнулись с проблемой зрительского дефицита, и так остро не стоит борьба за зрителя. Поэтому актуальная задача – показать в городской среде современный театральный плакат, который привлечёт потенциального зрителя в театр.

При создании плаката встал вопрос адекватности передачи текста пьесы. Текст в данном случае является двухступенчатой интерпретацией, поскольку информирует театральную аудиторию о спектакле, которая является режиссерской интерпретацией авторского произведения. Данный текст отличается целенаправленностью такой информации, создаваемой для воздействия на потенциального зрителя с определенной целью – посетить театр. Театральный плакат сочетает в себе соединение шрифтовых, фотографических, графических и других решений в рекламной форме.

Плакаты для пьесы «Зверинные истории» в своем поле содержат фотографии задействованных персонажей, занятых в спектакле или сцены из спектакля, которые, тесно взаимодействуя с текстом плаката, дают представления о сюжете, декорациях и костюмах.

Иллюстрации помогают аудитории правильно трактовать рекламный текст, настраивают на получение определенных впечатлений и эмоций. Это является своеобразным представлением спектакля зрителю. Все это помогает адресату идентифицировать образ спектакля через его информационное отражение на рекламно-информационных носителях.

Идея проекта в эффектах, цветовой контрастности, применении коллажей и особого шрифтового решения. На плакате размещен фрагмент фотографии силуэта лица и изображение животных в современной графической обработке, под воздействием которой созданный образ несет в себе элементы таинственности и неизвестности. Данные образы направлены на пробуждение потока осознанных и неосознанных эмоций у человека, вовлекая его в мир фантазий и иллюзий, что характерно для спектакля, которому посвящены эти плакаты. Изначально было разработано несколько концепций плаката, в процессе для доработки был выбран наиболее удачный. В фокусе внимания – животные и их особенности и мысли. Цель состояла в изучении жизни животных, в поисках баланса между реальностью и воображением. Стремление представить глубинные отношения между внутренними и внешними системами человека и природы. Истории, которые представлены на плакатах, рассказаны от лица животных и поднимают вопросы, которые зритель, возможно, не готов услышать (рис. 1).

Для плакатов и фирменного стиля были выбраны нехарактерные цвета. Фоновые цвета разнятся от темно-синего до оттенков фиолетового. Представлена достаточно широкая гамма, используются два акцентных цвета (зеленый и цвет маджента) и аналогия из теплых цветов (жёлтый, оранжевый и коралловый). Это привносит разнообразие в общую стилистику и делает весь проект более дружелюбным.



Рисунок 1 – Плакат для пьесы «Зверинья истории»

В проекте для театральных плакатов и фирменного стиля была использована гарнитура Helvetica, она используется в рекламных носителях в качестве дополнительной информации о спектакле. Шрифт Helvetica – один из самых известных и популярных шрифтов в мире. Helvetica – действительно хороший шрифт, очень сбалансированный. У него почти идеальное соотношение «белого» (контрформы внутри буквы и воздух вокруг букв) и «черного», благодаря чему практически все слова на латинице, набранные этим шрифтом, кажутся законченными и красивыми.

Для проекта разработаны носители фирменного стиля и сувенирной продукции: программка, бейдж, календарики, билеты, наклейки, кружка, майка. Все элементы выполнены в едином ключе. Сувенирная продукция, как носитель фирменного стиля, эффективный способ вызвать интерес к проекту. Обязательными элементами сувенирной продукции является наличие логотипа театра, использование фирменных шрифтов, элементов общей верстки. Сувениры же, рассчитанные на массового клиента, заказываются в больших объемах, а потому отличаются универсальностью и экономичностью. Сувенирная продукция оказывает положительное влияние на привлечение новых зрителей. Повышает уровень доверия и побуждает к последующему обращению к бренду.

Связь всех объектов в проекте в решении конкретной задачи определяет общая стилистика. Она задается с помощью цвета, формы, второстепенных элементов. Успехом построения графических элементов является их собранность и целостное восприятие в единой системе. Будучи основным элементом графического дизайна, линии передают форму и природу объекта. Геометрические линии иллюстрируют объекты, тогда как извилистые – представляют более естественные и органические формы. Объединяют эти разные стили линий для создания фантастических фигур. Современность проекта заключается в использовании простых форм, неоновых цветов схем, органической геометрии и динамических линий. Взгляд плавно переходит от одного элемента к другому. Использование инфографических элементов в

форме звезд, кругов и более сложных геометрических форм как способ подачи информации. Всё это соответствует современной направленности.

Информационный проект отличается своей оригинальностью, нестандартным подходом. Новизна разработанного проекта заметна в сравнении с существующими плакатными решениями Национального Академического драматического театра имени Якуба Коласа.

Список использованных источников

1. Дмитриевский, В. Н. Основы социологии театра. История, теория, практика / В. Н. Дмитриевский. СПб: Изд-во Лань, Планета музыки, 2015. – 224 с.
2. Кириллова, И. Л. Дизайн-макет детской книги / И. Л. Кириллова, Ю. В. Дударева; Ю. В. Дударева, И. Л. Кириллова // Молодые ученые – развитие Национальной технологической инициативы (ПОИСК), Иваново, 2020 г. / сборник научных статей / ИГПУ. – Иваново: ИГПУ, 2020. – С. 188–191.
3. Кириллова, И. Л. Динамика кривых линий в композиции / И. Л. Кириллова // Тезисы докладов 53-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов, Витебск, 2020 г. / УО «ВГТУ». – Витебск, 2020. – С. 195–196.
4. Попова, А. В. Информационный проект для творческого объединения «Март» / А. В. Попова, Е. Ю. Мяделец // Международная научно-техническая конференция «Молодые ученые – развитие Национальной технологической инициативы» (ПОИСК – 2020) : сборник научных статей, Иваново, 22–24 апреля 2020 г. / ИГПУ. – Иваново: ИГПУ, 2020. – С. 473–476.
- 5.

УДК 747

РАЗРАБОТКА КОНЦЕПЦИИ ПРОЕКТА ИНТЕРЬЕРА КАФЕ

*Самутина Н.Н., к.т.н., доц., Абрамович Н.А., к.т.н., доц.,
Латушкина Е.А., студ.*

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

Ключевые слова: зонирование помещения, дизайн-проект, кафе.

Реферат. *В рамках работы анализируются основные вопросы дизайна помещения для питания. Обозначаются проблемы, возникающие при организации современного вида существующего интерьера кафе Piri Piri в г. Орша согласно техническому заданию. В проекте решена задача по созданию максимально открытого пространства с акцентом из «живой» фитостены, которая задает тон всему помещению, объединяет три части: зону приема пищи, место для отдыха посетителей и летнюю террасу.*

В настоящее время актуально открытие небольших местных кафетериев, которые объединяют людей различных направлений деятельности и возрастов, помогают стране в утверждении ценности местных традиций и достижений. При этом видоизменяется взгляд на дизайн, а значит и создание интерьера социального помещения – актуальная и востребованная тема.

Цель работы – создать дизайн-проект существующего помещения кафе Piri Piri в г. Орша на высоком эстетическом уровне с соблюдением необходимых функциональных, эргономических и социальных требований.

Для этого необходимо решить следующие практические задачи: