

**ДИЗАЙН РЕКЛАМНОЙ КОНЦЕПЦИИ
МЕЖДУНАРОДНОГО ФЕСТИВАЛЯ ИСКУССТВ
«СЛАВЯНСКИЙ БАЗАР В ВИТЕБСКЕ»**

Голубцова О.П.,

магистрант ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь

Научный руководитель – Кулененок В.В., канд. пед. наук, доцент

Международный фестиваль искусств «Славянский базар в Витебске» является визитной карточкой Республики Беларусь. В этом году ему исполняется 30 лет. Вот уже три десятилетия люди со всего мира стремятся посетить этот форум искусств, девиз которого «Через искусство к миру и взаимопониманию!». Это обращение ко всем участникам фестиваля, призыв к миру, красоте, гармонии и совершенству.

Важное значение имеет визуальная составляющая или айдентика бренда, которая подчеркивает индивидуальность фестиваля и формирует его узнаваемость.

Цель данной публикации заключается в исследовании особенностей символики и стилистики дизайна фестивальной рекламы. Проследить дизайнерские и рекламные концепции Международного фестиваля искусств «Славянский базар в Витебске». Рассмотреть проектные технологии воплощения визуального содержания фестивальной графики.

Материал и методы. Работая в Дирекции фестиваля и принимая непосредственное участие в создании рекламной концепции Международного фестиваля искусств «Славянский базар в Витебске», я в данной работе основывалась на методе исследования, систематизации собранных материалов и их переработке. Материалами для данного исследования послужили разработки фирменного стиля фестиваля дизайнеров разных лет, элементы которого наполняли полиграфическую, рекламную, сувенирную продукцию.

Результаты и их обсуждение. Международный фестиваль искусств «Славянский базар в Витебске» является лидером фестивального движения Беларуси и настоящим культурным брендом страны. За 30 лет он стал главным событием года для всех, кто любит эстрадные и народные песни, классическую музыку, хоровое пение, танцы и просто праздничную фестивальную атмосферу. Так чем же так популярен и актуален до сих пор этот замечательный фестиваль-праздник?

Все эти годы организаторы фестиваля работали, старались для зрителя. Дирекция фестиваля «Славянский базар в Витебске» – это масштабный механизм, с огромным количеством потрясающих специалистов. Немаловажную роль здесь играют художники-дизайнеры, ведь от того, какой будет визуальная картинка, зависит настроение всего праздника.

18 июля 1992 г. стартовал Первый Международный музыкальный фестиваль «Славянский базар». Витебск не случайно стал местом проведения форума искусств. У города богатые культурные и фестивальные традиции. Здесь работали крупнейшие художники И. Репин, Ю. Пэн, М. Шагал, К. Малевич, музыканты и композиторы И. Соллертинский, Н. Малько, М. Фрадкин и многие другие.

Каждый фестиваль имеет свою индивидуальную графику, свой неповторимый стиль. Дизайн фестивальной рекламы – это совокупность визуальных и вербальных компонентов, формирующих узнаваемый образ. Сюда входят: товарный знак, логотип, фирменный блок, цвет, шрифт и т.д.

Международный фестиваль искусств «Славянский базар в Витебске» также имеет свою неповторимую фестивальную графику, символику, фирменный стиль. Эмблема фестиваля «Василек» была придумана московским художником Александром Гриммом (Рисунок 2). Изображение образа-цветка напоминает микрофон, расположенный на нотном стане. Василек является символом Беларуси.

В разные годы разработчиками фирменного стиля фестиваля были: Александр Гримм (1992-1993 гг.), Елена Китаева (1994-1996 гг.), Александр Вышка (1997-2008 гг.), Татьяна Тихонова (2009-2011), Екатерина Цуран (2012 г.), Дарья Волкова (2013-2016 гг.), Дмитрий Толконников (2017 г.), Юлия Крюк (2018-2019 гг.), Елена Миклушова (2019-2021 гг.). Каждый из них продемонстрировал высочайшее профессиональное мастерство и свой авторский взгляд на фестивальный василек.



Рисунок 2 – Эмблема фестиваля 1992 г.

Рекламная графика, как вид дизайна, представляет собой творческий процесс, в рамках которого происходит конструирование, демонстрация и потребление рекламных образов. Один знаменитый дизайнер, занимающийся дизайном рекламы, сказал: «дизайн всеобъемлющ!». И в самом деле, если взять какую-либо из сфер практической деятельности людей, таких как искусство, строительство или производство, мы обязательно там встретим понятие дизайн. Сегодня дизайн основывается на повсеместном применении самых новых достижений информационных технологий. Работа дизайнеров в этой сфере сопряжена с применением способов визуального проектирования, хорошим знанием графических пакетов, компьютерной графики, методов создания анимационных проектов и т.д. Стремительное развитие интернета сделало чрезвычайно актуальным владение навыками сетевого дизайна.



Рисунок 3 – Логотип XXX Международного фестиваля искусств «Славянский базар в Витебске»



Рисунок 4 – Полиграфия Международного фестиваля искусств «Славянский базар в Витебске» разных лет

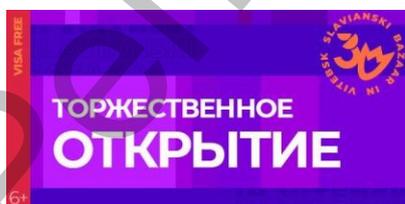


Рисунок 5 – Интернет баннер XXX Международного фестиваля искусств «Славянский базар в Витебске»



Рисунок 6 – Видеоролик XXX Международного фестиваля искусств «Славянский базар в Витебске» на светодиодном экране пл. Победы

Рекламная графика – это любое изображение, созданное с помощью специальных графических программ (Adobe Photoshop, CorelDRAW, Adobe InDesign, After Effects, Adobe Illustrator и др.) для рекламы и распространения сведений о ком-, чем-либо с целью создания популярности. Графическими программами является программное обеспечение, позволяющее создавать, редактировать или просматривать графические файлы.

Проектные технологии воплощения рекламной концепции фестиваля можно разделить на несколько этапов: дизайнерское программирование, создание логотипа и фирменного стиля фестиваля (Рисунок 3), работа с полиграфией (

Рисунок 4), разработка дизайна интернет баннеров и диджитал-проектов (

Рисунок 5), создание видеоконтента (Рисунок 6).

На данный момент современные рыночные отношения подталкивают к постоянному совершенствованию производственного процесса в создании рекламной графики Международного фестиваля искусств «Славянский базар в Витебске», поиску новых эффективных технологий, внедрению в разработку проектов технических новшеств, использованию новых материалов. Все это не только расширяет границы творчества дизайнеров, но и предъявляет особые требования к их профессиональным знаниям и умениям. Сегодня, когда поток информации возрастает в геометрической прогрессии и способы обработки, хранения и представления информации постоянно совершенствуются, дизайнеры не могут состоять как профессионалы, не используя в своей работе современные компьютерные технологии. Овладение художниками-дизайнерами новыми информационными технологиями позволяют им выходить на иной уровень создания дизайна рекламной графики «Славянского базара в Витебске».

Заключение. Научная новизна исследования заключается в следующем: – обосновать возможность рассмотрения образно-художественных аспектов формирования визуального содержания в рекламной графике Международного фестиваля искусств «Славянский базар в Витебске» как феномена в дизайне фестивальной рекламы; впервые произвести подробный анализ процесса создания рекламной графики Международного фестиваля искусств «Славянский базар в Витебске».

5. Шульман, А. Славянский базар в Витебске. Первое десятилетие / А. Шульман, М. Розина. – Минск, 2001. – 159 с.
6. Огилви, Д. Огилви о рекламе / Д. Огилви – М.: Изд-во Эксмо, 2003. – 232 с.
7. Чем отличаются рекламная графика и технический дизайн / Режим доступа: https://skillbox.ru/media/design/zachem_nam_umnye_pomoshchniki/
8. Информационные технологии в дизайне / сайт биржи Автор24, Режим доступа: https://spravochnick.ru/informacionnye_tehnologii/informacionnye_tehnologii_v_dizayne/

«ПСИХОЛОГИЯ ПРОСТОТЫ» МИНИМАЛИЗМА

Гресик К.В.,

студентка 1 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь

Научный руководитель – Горолевич Т.В., преп.

Такое направление стиля как минимализм появилось в 1960-х годах в США и отражало пресыщение пышным изыществом, характерным для образа жизни представителей высшего и среднего класса. Он характеризуется лаконичностью выразительных средств, простотой, точностью и ясностью композиции, а в его основе лежат конструктивизм и функционализм. Однако почему этот стиль пользуется популярностью? Почему многие считают его таким комфортным и удобным как для интерьера, так и для архитектуры или моды? Целью статьи является изучение влияния психологических аспектов на развитие стиля минимализм.

Материал и методы. Материалами для исследования послужили научные материалы зарубежных исследователей и объекты известных дизайнеров направления «минимализм». А также в ходе исследования был применен комплексный подход к изучению темы, который включал сравнительно-исторический, аналитический и метод структурного анализа.

Результаты и их обсуждения. Всё дело в «психологии простоты», на которой основан подобный стиль. В своем выступлении на конференции TED Наука простоты, профессор Гар-