

а трансформирующееся спальное место или стол, в котором можно, например, менять высоту будут как нельзя кстати.

Пожалуй, самыми популярными в нашей стране являются столы-трансформеры. Такой стол при изменении своей конфигурации может быть либо обычным обеденным столом, либо элегантным журнальным столиком, который благодаря комбинированной системе трансформации меняет свои параметры. При наличии жалюзийного механизма выдвижения, вспомогательные плоскости увеличивают размер столешницы дополнительно.

В Беларуси также существуют компании, которые занимаются производством трансформируемой мебели. В каталоге белорусской компании «Мебель Холл» присутствует множество моделей-трансформеров, в основном это модели спальных мест, а также детской мебели. Компания применяет нестандартные решения и уникальный подход, ориентируясь на пожелания клиента [3]. В качестве конкурента в этой сфере выступает и компания «Мебелин», профиль которой ориентирован именно на создание мебели-трансформеров. В процессе изготовления компания использует только качественные комплектующие итальянской фирмы «Gilardi». В каталоге компании можно найти такие категории товаров, как вертикальные кровати, стол-кровать, вертикальные кровати с диваном, детскую мебель и столы-трансформеры [4].

**Заключение.** В результате проведенного исследования выявлены функциональные и конструктивные особенности мебели-трансформеров, их ценность и значимость для интерьера будущего. По своей сути минимализм, породивший трансформацию мебели, ставит своей главной задачей обеспечение в комнате как можно большего количества свободного пространства без возможного уменьшения количества функциональных объектов в нем. И сегодня, учитывая не очень благоприятные экономические условия для покупки просторного дома или квартиры, а также из-за изменения взглядов некоторых людей в отношении материальных ценностей, возродился минимализм, а вместе с ним и мебель-трансформер.

1. Краснов Р. К. Проблемы малогабаритного жилья и пути их решения // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2018. №12-2.
2. Мебель трансформер – мебель будущего. [Электронный ресурс] / Производство мебели – Hetger. – Режим доступа: <http://hetger.ru/stati/mebel-transformer-mebel-budushchego>. - Дата доступа: 02. 09. 2019.
3. Мебель-трансформер. [Электронный ресурс] / Производство мебели –Мебель холл. –Режим доступа: <https://mebelholl.by/mebel-transformer>. - Дата доступа: 05. 09. 2019.
4. Мебель-трансформер № 1 в Беларуси. [Электронный ресурс] / Производство мебели –Мебелин. –Режим доступа: <http://www.mebelin.by>. - Дата доступа: 05. 09. 2019.

## ПРОЕКТ СОЦИАЛЬНОГО ПЛАКАТА «AGGRESSIN»

*Терешко В.В.,*

*студентка 5 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь*

*Научный руководитель – Сергеев А.Г.*

Современный социальный плакат испытывает на себе влияние различных факторов: технический прогресс, подход к построению визуально-композиционного строя, идеологическое влияние, развитие социокультурной сферы общественных отношений. Сегодня социальный плакат является мощным инструментом влияния и выражения мнения по социально значимым темам, он актуализирует поднятую обществом проблему, а значит, приближает к ее решению [1]. Современное искусство проектирования плаката как средства коммуникации позволяет создать для зрителя качественный контент с учетом современных тенденций в области дизайна.

Социальный плакат является инструментом, отражающим общественное мнение по конкретному социальному вопросу. Через него привлекается и изменяется отношение общества к конкретной социальной проблеме. Актуальным сегодня является вопрос эстетической стороны при проектировании и применения различных визуальных выразительных элементов для создания целостного образа современного социального плаката.

**1. Предпроектный анализ.** Основная функция социального плаката – это информирование общества о социальной проблеме. В этом случае плакат является

экономически оптимальным инструментом информирования. Через социальный плакат различные общественные структуры (органы власти, общественные объединения и т.д.) имеют возможность ведения диалога с конкретными потребителями информации, по средствам визуального восприятия.

**Цель работы.** Разработать дизайн-концепцию социального плаката, взяв за основу агрессивное поведение как острую социальную проблему. Создать неповторимый образ плаката опираясь на фундаментальные знания о восприятии цвета, формы, ритма и стереотипного мышления.

**2. Проектная установка** (дизайн-концепция и дизайн-сценарий). Данный плакат ориентирован на целевую аудиторию. Основная возрастная группа 18-40 лет. Место установки плаката: остановки городского маршрутного транспорта, маршрутный транспорт, места скопления больших групп людей.

**3. Проектное решение.** Создание социального плаката состоит из 5 этапов:

1. определение социальной проблемы
2. формирование концепции и поиск образа
3. выбор выразительных средств
4. разработка композиционного решения
5. создание итогового решения социального плаката.



Рис. 1 Социальный плакат «Aggressing»

Создание социального плаката начинается с определения социальной проблемы. Формирование художественного образа в плакате напрямую зависит от эмоционального посыла, который автор концепции хочет донести до зрителя [2]. Агрессия как социальная проблема остро стоит в нашем обществе, порой скрытая она таится в тени человеческого безразличия к судьбе соседа, прохожего, коллеги по работе. Агрессия как притаившийся хищник в лесу бытовых проблем терпеливо ждет малейшего повода показать себя. Именно поэтому за образ был взят тигр в облики человека. Агрессивная цветовая схема служит для поддержания выразительного образа. Композиционное решение максимально упрощено для усиления акцента на переднем плане, что позволяет быстрого и четкого считывать основную идею плаката и максимально управлять взглядом зрителя (рис.1). Дополнительными выразительными средствами при создании проекта послужили: светотень, цветовые градиенты, различные фактуры и шрифтовая

графика в виде отдельных слов (фраз).

**Заключение.** Результатом проведенной работы является создание авторского социального плаката «Aggressing». В основу которого легла проблема агрессивного поведения в обществе. В итоговой версии плаката основной акцент делается не на обезличенного человека, носителя социальной функции (трудящегося, служащего и т.д.), а на агрессивную личность вне социальных ролей.

Методологические аспекты разработки социального плаката могут быть использованы студентами ВГУ имени П.М. Машерова специальностей “Дизайн” и “ИЗО и компьютерная графика” на занятиях по теме “Плакат”

1. Стуканов В. Г. «Наружная социальная реклама как средство правового воспитания» / В. Г. Стуканов // Вести БГПУ (серия I. Педагогика. Психология. Филология). – 2016. – № 1 (87). – С. 13–19.
2. Грашин А.А. «Методология дизайн-проектирования элементов предметной среды. Дизайн унифицированных и агрегированных объектов»: учеб. пособие / А.А. Грашин. – М.: Архитектура-С, 2004.