

УДК 378

DOI: 10.24045/ap.2017.4.5

## СОЗДАНИЕ ФОТООБРАЗА В КОНТЕКСТЕ ДИСЦИПЛИНЫ «ПРОЕКТНАЯ ГРАФИКА». ПРОЕКТ «Я»

О. В. Ющенко

*Доцент,  
ORCID 0000-0002-4760-7315,  
e-mail: yuschenko.olga@yandex.ru,  
Омский институт дизайна и технологий,  
г. Омск, Россия*

## CREATING A PHOTOGRAPHIC IMAGE IN THE CONTEXT OF THE DISCIPLINE "PROJECT GRAPHICS". PROJECT "I"

O. V. Yuschenko

*Assistant professor,  
ORCID 0000-0002-4760-7315,  
e-mail: yuschenko.olga@yandex.ru,  
Omsk University of Design and Technology,  
Omsk, Russia*

---

**Abstract.** This article contains a description of the experimental task carried out within the framework of the discipline "Project Graphics". This exercise is only a small part of the pedagogical trajectory of problems of development of design thinking. The article is a publication of a problematic nature, since the pedagogical methods and technologies used in this task still need further correction. Implementation of practical work by students is directed: for activation of creative activity, development of project thinking and development of artistic and creative professional perception.

**Keywords:** design education; photographic image; image advertising.

---

Экспериментальное учебное задание во втором семестре обучения студентов-дизайнеров костюма предусматривает выполнение имиджевого изображения средствами фотографии. Содержание задания: выполнение рекламного имиджевого изображения в жанре «Автопортрет». Цель данного задания – сформировать у будущего дизайнера одежды умение точно, выразительным и понятным графическим языком визуализировать основную идею проектируемого изделия через презентационный (рекламный) образ посредством различных графических, стилистических и композиционных приёмов на конечном, презентационном этапе.

В процессе обучения студентов-дизайнеров костюма важно освоение некоторых аспектов фэшн-фотографии. Необходимость в данном задании связана, по нашему мнению с отсутствием в России в соответствии с ФГОС ВПО направ-

ления или специальности по фотографии у студентов, в частности обучающихся по направлению «Дизайн» (графический дизайн, дизайн костюма, средовой дизайн). В связи с этим возникает необходимость в подготовке будущих дизайнеров по костюму к организации рекламного продвижения своего гипотетического бренда, где акцент, зачастую, делается на проведение постановочных фотосессий, портретную и фэшн-фотографию. Методика обучения искусству создания рекламного изображения в адаптированном виде была интегрирована в процессе обучения студентов на направлении дизайн костюма. Целью аудиторных занятий является: приобретение знаний, умений и навыков, необходимых в профессиональной деятельности. Они составляют важную часть профессиональной подготовки дизайнера. Студентами выполняется комплекс практических заданий под руководством преподавателя в

соответствии с изучаемым содержанием учебного материала.

Выполнение студентами практических заданий направлено:

- на активизацию творческой деятельности студентов-дизайнеров средствами художественной фотографии;

- формирование профессиональных практических умений;

- развитие у будущих профессионалов интеллектуальных навыков: аналитических, проектировочных, конструктивных;

- воспитание самостоятельности, ответственности, пунктуальности и точности при решении поставленных задач.

- обобщение, углубление, закрепление, систематизацию теоретических знаний по художественной фотографии.

комплексное и взаимосвязанное развитие компетенций студентов по следующим критериям: 1. Техника съёмки. 2. Видение и построение кадра. 3. Обнаружение и постановка творческой задачи. 4. Оригинальность творческого решения. 5. Оперативность выполнения. 6. Вариативность раскрытия темы. 7. Самостоятельность и способность к совершенствованию. 8. Способность к анализу полученных результатов. 9. Уровень владения средствами обработки растровой графики.

В данном задании сделана попытка систематизировать и структурировать основные приёмы творческой реализации визуального образа, созданного в данном экспериментальном задании студентам предлагается использовать своё фотоизображение (автопортрет) как элемент визуального имиджа для своего гипотетического бренда. Создание рекламного образа – чрезвычайно сложный многоуровневый процесс, каждая деталь которого должна быть необходимым звеном в сложной цепи мероприятий и действий, связанных с этим, от грима и макияжа до фотосессии. Фотосессия необходима не только для того, чтобы сделать снимок, фиксирующий результаты труда дизайнеров и стилистов. Важными составляющими рекламного образа, полученными в результате профессионально проведённой фотосессии являются: пластика тела, ра-

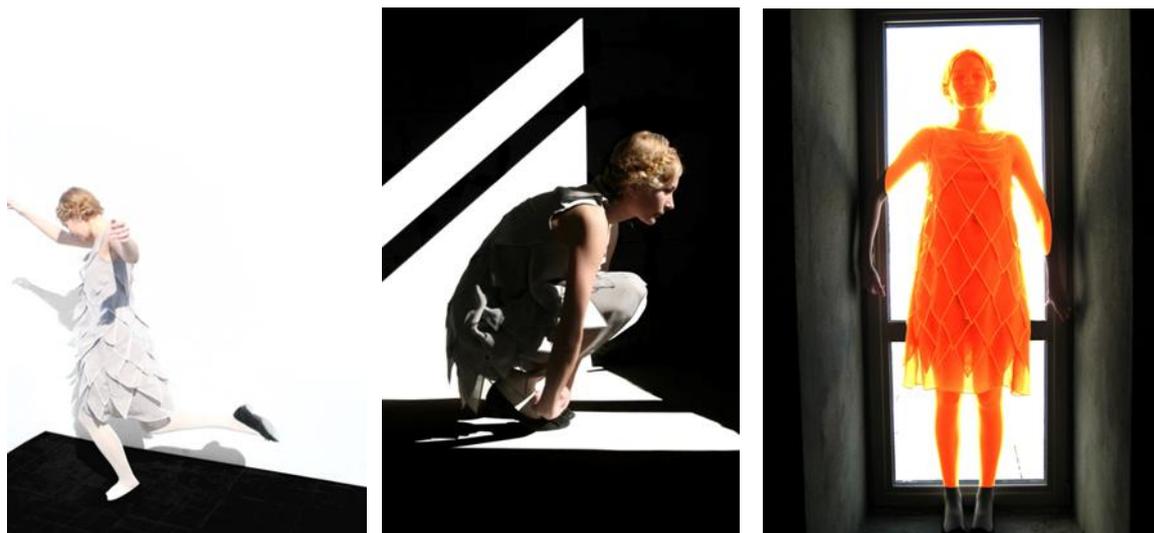
курс, освещение, фоновое пространство фотосъёмки, благодаря которым должны раскрыться эстетические и функциональные возможности предлагаемых потребителю моделей коллекции или единичных изделий. Рекламное фототворчество основано на определении и развитии визуальной идеи в изобразительных формах с помощью креативных технологий. Собственно графическое воплощение персонажа зависит от решения таких позиций как физические факторы (поза, тело), так и от костюмов-аксессуаров. Эти позиции чрезвычайно зависимы от моды и стиля, господствующих на данный исторический социальный момент времени. Так же они подразделяются на типы по функции и так же, как и все остальные компоненты, подчинены общему замыслу [2]. Каждый дизайнер стремится к уникальности своего творчества на каждом этапе своей деятельности, поэтому в дизайн-образовании так актуальны различные методики формирования новых нестандартных решений. В данном случае на этапе постановки творческой задачи используется метод инверсии (от обратного). По условиям задания, которое является развивающим и не включает в себя проработку всех звеньев сложного и многоуровневого процесса создания образа марки, акцент нужно сделать на реакции «запоминания» образа. В данном задании делается акцент на слом стереотипов и нарушение правил. Стартовыми условиям для проведения фотосессии является некий композиционный акцент, художественный приём, на котором строится визуальная концепция фотосессии: поза, ракурс, среда, реквизит, причёска, грим, мимика. В общем, всё, из чего может состоять изображение. Всё это, кроме одежды, становится полем для экспериментирования, нарушения правил и генерирования нестандартных решений. Как правило, эти приёмы прописываются на листках бумаги и в случайном порядке раздаются студентам. Но, обязательным условием решения этой задачи является нарушение правил. Например, такой приём фотосъёмки, с которым любят работать и профессионалы и любители – СВЕТ,

освещение. Известно, что все распространённые источники света делятся на рассеянные и направленные, искусственные и естественные. Есть определённые запреты при работе с освещением, например, считается некрасивым, когда на лицо падает резкая тень от постороннего предмета. Но в данном случае этот эффект может давать необычные пластические эффекты восприятия лица. Или еще одно «табу» – съёмка при контражуре. Нарушаем! В список «непослушания» входят, также,

привычные источники света, которые используются непривычным образом и нестандартные источники света, например, прожектор или ёлочные гирлянды. Если этими возможностями воспользоваться с учётом эстетических критериев построения изображения, то мы увидим, насколько относительно являются некие «запреты». И, к тому же всё новое и необычное вызывает особенно яркую реакцию запоминания!



*Рис. 1. Фотографии, полученные в результате экспериментов с освещением (студенческие работы)*



*Рис. 2. Фото авторской коллекции. Девиз «Свет» (студенческие работы)*

Вышеупомянутое задание состоит из следующих этапов:

1. фотосессия (рис. 1),

2. отбор и цветотонкоррекция фотографий,

3. создание макета рекламной страницы, построенного на сочетании авторского логотипа и портрета,

4. обработка фотографии с помощью более декоративных и условных приёмов.

5. создание имиджевого плаката-автопортрета (проект «Я»).

Уникальная методика прошла успешную апробацию в процессе обучения и иллюстрируется работами студентов, выполненными на практических занятиях.

Использование вышеизложенной системы заданий и упражнений, позволило освоить приемы достижения образной выразительности и реализации творческих возможностей фотографии при проведении фотосессий, предназначенных для лукбуков авторских коллекций (рис. 2).

Разработанная нами методика не претендует на исчерпывающее решение обозначенных в работе проблем, является одной из альтернативных, вариативных моделей, позволяющих повысить эффективность подготовки студентов-дизайнеров и способствовать активизации творческой деятельности. Результаты исследования могут быть использованы в адаптированном виде для дальнейшего совершенствования существующих программ и методик.

#### Библиографический список

1. Дорофеева Ю. Ю. Активизация творческой деятельности студентов средствами художественной фотографии в процессе обучения дизайнеров. URL: [http://www.omgpu.ru/sites/default/files/dissertaciya\\_dorofeeva.pdf](http://www.omgpu.ru/sites/default/files/dissertaciya_dorofeeva.pdf) (дата обращения: 20.09.2017).
2. Кошкин А. Л. Рекламное сообщение как объект дизайна. Проектирование образа человека в рекламе. URL: [http://archvuz.ru/2005\\_2/19](http://archvuz.ru/2005_2/19) (дата обращения: 20.10.2017).
3. Ющенко О. В. Проектная графика в дизайне костюма : учебное пособие. – Омск : Омский государственный институт сервиса, 2011. – 101 с.

#### Bibliograficheskiy spisok

1. Dorofeeva Ju. Ju. Aktivizacija tvorcheskoj dejatel'nosti studentov sredstvami hudozhestvennoj fotografii v processe obuchenija dizajnerov. URL: [http://www.omgpu.ru/sites/default/files/dissertaciya\\_dorofeeva.pdf](http://www.omgpu.ru/sites/default/files/dissertaciya_dorofeeva.pdf) (data obrashhenija: 20.09.2017).
2. Koshkin A. L. Reklamnoe soobshhenie kak ob#ekt dizajna. Proektirovanie obraza cheloveka v reklame. URL: [http://archvuz.ru/2005\\_2/19](http://archvuz.ru/2005_2/19) (data obrashhenija: 20.10.2017).
3. Jushhenko O. V. Proektnaja grafika v dizajne kostjuma : uchebnoe posobie. – Omsk : Omskij gosudarstvennyj institut servisa, 2011. – 101 s.

© Ющенко О. В., 2017.