

## КОМПОЗИЦИЯ В ФУДФОТОГРАФИИ

*Мандрик А. В., ст. преп., Синькевич М. Л., студ.*

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

Композиция играет важную роль в создании привлекательных и аппетитных фудфотографий. Она помогает организовать элементы на снимке таким образом, чтобы вызвать эмоции у зрителя и создать гармоничное общее впечатление. Хорошо выполненная композиция позволяет выделить главный объект съемки и подчеркнуть его важность, визуально улучшая презентацию блюда.

Одним из основных принципов композиции в фудфотографии является правило третей. Это означает, что изображение делится на девять равных частей с помощью вертикальных и горизонтальных линий. Главный объект снимка следует расположить вблизи пересечения линий, что позволяет достичь баланса и визуального интереса. Например, центрально расположенное блюдо может быть изображено с наклоном или с перспективным сдвигом для создания дополнительной динамики и глубины.

Еще одним важным аспектом композиции является использование линий и форм. Линии и формы могут быть использованы для визуального направления взгляда зрителя и создания движения на фотографии. Например, линии на столе или тарелке могут направлять взгляд на главное блюдо, а форма хлебного резца или вилки может создать интересный контраст и рамку для объекта.

Цвета и текстуры также играют важную роль в композиции фудфотографии. Правильный выбор цветовой палитры может помочь достичь гармонии на снимке и подчеркнуть аппетитность блюда. Например, контрастные цвета, такие как синий и оранжевый, или комбинация нейтральных тонов с ярким акцентным цветом могут помочь привлечь внимание к объекту. Текстуры, такие как хрустящая корочка или сочная мякоть, могут делать блюда более живыми и привлекательными на фотографии.

Важно также учитывать принципы баланса и масштаба в композиции. Баланс может быть достигнут путем расположения объектов снимка симметрично или асимметрично. Это может помочь создать гармоничное ощущение и сохранить равновесие на фото. Масштабы объектов следует также учитывать для достижения визуального интереса. Например, большой объект может занимать основную часть снимка, а маленькие объекты – служить композиционными деталями для создания глубины и контекста.

В заключение, правильная композиция является ключевым элементом в фудфотографии, который оказывает значительное воздействие на эмоции и восприятие зрителя. Правильно организованные элементы, такие как правило третей, линии и формы, цвета и текстуры, а также баланс и масштаб, помогают создать утонченные и аппетитные фотографии блюд. Важно экспериментировать, развивать свой собственный стиль и стремиться к постоянному улучшению в этой творческой области.

## ОБРАЗ ГОРОДА КАК СЕМИОТИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА

*Кускова Д. В., студ., Самутина Н. Н., к.т.н., доц.*

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

Семиотическую проблему города важно изучать, так как семиотика отражает способы восприятия и толкования городской среды. Понимание города зависит от различных аспектов, включая культурный контекст, социальный статус, личный опыт и прочие. В данном исследовании рассмотрена концепция представления городского образа как семиотической проблемы. Основной целью исследования является выявление

семиотических аспектов городской среды. Для достижения этой цели были определены задачи по анализу семиотической структуры города Витебска и его основных компонентов.

С точки зрения семиотики, имидж города представляет собой семиотическую систему, включающую в себя знаки, значения и интерпретаторы. Элементы, составляющие знаки, определяющие имидж города Витебска, могут быть: архитектура, ландшафт, достопримечательности, события, реклама и интерпретаторы имиджа.

Стремление к высокому качеству продукции и использование семиотики для создания положительного имиджа помогает использование слоганов. Например, Витебский завод тракторных деталей и агрегатов применяет слоган «Качество – наша традиция».

Символом культурного единства славянских народов, дружбы и сотрудничества стал проводимый в городе международный фестиваль искусств «Славянский базар», который также способствует развитию туризма и экономики региона (рисунок 1а).



Рисунок 3.1 – Символы г. Витебска: а – логотип славянского базара, б – знаки-указатели города, в – росписи домов на ул. Марка Шагала, г – бизнес-центр «Марко-Сити»

Образ города как исторического центра формируют семиотические знаки, такие как Национальный академический драматический театр имени Якуба Коласа и Витебский художественный музей, а также архитектурные памятники историческим личностям, связанным с городом. На туристических маршрутах исторической части города используются таблички и указатели с названиями достопримечательностей или направлением (рисунок 1б). Знаками города стали картины знаменитых художников-авангардистов объединения УНОВИС на ул. Марка Шагала и синий дом (рисунок 1в), а также муралы, которые украшают новые микрорайоны. Символом современного Витебска является бизнес-центр «Марко-Сити». Для решения проблем навигации город использует новые формы семиотики, такие как социальные сети. А также развиваются различные аспекты дорожной инфраструктуры, такие как дорожные знаки, разметки и сигналы, имеющие цветовую символику.

Таким образом изучение образа города как семиотической проблемы является актуальной задачей, поскольку позволяет лучше понять природу и функции образа города. Результаты исследования могут быть использованы в различных областях.

УДК 316.772.2

## ОСОБЕННОСТИ ВЕРБАЛЬНОЙ И НЕВЕРБАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

*Кириллова И. Л., доц., Пашко Е. С., студ.*

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

Общение есть процесс реализации тех или иных отношений. Учитывая сложность понятия «общение», необходимо обозначить его структуру с тем, чтобы затем был возможен анализ каждого элемента. Характеризовать структуру общения можно через три взаимосвязанные стороны: коммуникативная, интерактивная и перцептивная [3].

Актуальность данного исследования заключается в выявлении особенностей вербальной и невербальной коммуникации в современном обществе.