



Рисунок 2 – Общий вид парка «КосмоСфера»

В отличие от развлекательных парков современности, «КосмоСфера» не имеет жесткой привязки к каким-либо персонажам. Это заменяется общей космической тематикой. Данный парк осуществляет не только развлекательную функцию, он также выполняет функции обучения и популяризации космической тематики

УДК 687.016.0

АВТОРСКАЯ ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ДИЗАЙНЕРСКИХ ИДЕЙ В МОДЕЛИРОВАНИИ КОСТЮМА

Доц. Наговицына Т.В.

Витебский государственный технологический университет

Главным в творческой деятельности дизайнера является создание новых форм костюма, которые бы отвечали требованиям современной моды. Эта работа непосредственно связана с изображением проектируемой формы костюма. Умение грамотно и выразительно изображать модель считается важным качеством профессионального дизайнера. Уровень владения дизайнером навыками и средствами эскизного проектирования определяет его профессиональную компетентность. Когда дизайнер рисует, происходит отсеивание и сортировка информации, ведущей к проектным идеям. Важно не только умение рисовать, но и владение стилизацией рисунка для придания ему наибольшей выразительности и направленности. Эскизирование – это графический этап работы дизайнера над проектированием модной формы одежды. Существует несколько видов костюмных эскизов, каждый из которых имеет свои задачи и определяемую или графическую манеру с той или иной степенью подробности детальной проработки. Все разнообразие эскизных форм можно классифицировать следующим образом: фор-эскизы – быстрые предварительные рисунки будущей формы костюма с приблизительным изображением ее основных признаков, творческие эскизы – изображение моделей с достаточно детальной прорисовкой; рабочие эскизы – рисунки-схемы, точно передающие силуэт, пропорции и детали костюмной формы; ее конструктивную основу. При помощи фор-эскизов дизайнер ведет поиск образа будущей модели. В нем определяются силуэт, пропорции, ритмическая организация частей и элементов будущей модели, а главное, ее образность. Выполняются фор-эскизы быстро, легко, без привязки к конкретному материалу и уточнения конструкции изображаемой одежды. Этот вид эскизов является самым чувственным, живым и непосредственным

изображения костюма, гиперболизированно выражающим сущность художественного образа проектируемых моделей. Фор-эскиз представляет собой лаконичный рисунок, выполненный при помощи линий, пятен такими графическими средствами, как карандаш, фломастер, тушь, чернила, акварель, гуашь, темперы, цветные карандаши. Творческие эскизы – детально проработанные изображения моделей в цвете. Для придания им наибольшей выразительности используются приемы стилизации. При создании таких эскизов проявляется почерк художника. Авторский почерк может сделать дизайнерские рисунки запоминающимися. Благодаря почерку складывается впечатление о стиле и манере рисования дизайнера. Авторские рисунки имеют большую ценность и становятся предметом коллекционирования и выставочными объектами. Назначение творческого эскиза не только выразить основную мысль автора, но и подробно рассказать о ее воплощении в конкретном материале. Творческий эскиз представляет собой довольно детальный рисунок, в котором дизайнер решает характер и пластику всех формобразующих линий. Художественный эскиз обладает художественной выразительностью, так как только в этом случае замысел дизайнера может дойти до зрителя. Творческий эскиз представляет собой материализацию мысли художника, выраженной в фор-эскизе. Рабочие эскизы – рисунки, содержащие определенное пояснение к изображаемой модели и ее деталям. Чаще всего конструктивный эскиз выполняется черно-белым – карандашом, фломастером или пером с тушью. Рабочий эскиз – наиболее «приземленная», но при этом исчерпывающая графическая версия проектируемого изделия.



Рисунок – Авторские рисунки известных дизайнеров моды: а) Gianfranco Ferré, 1987; б) Yves Saint Laurent; в) Aitor Throup; г) Christian Lacroix; д) Givenchy; е) Karl Lagerfeld

Дизайнерская графика весьма интересна для исследования. Графические образы отличаются самобытностью и говорят об особенностях творчества своих авторов. Эти рисунки имеют большую ценность для истории моды и графики, могут быть объектом исследования для специалистов в области дизайна одежды и графического искусства. В высших учебных заведениях, занимающихся вопросами дизайна, необходимо изучать авторские рисунки известных дизайнеров моды для того, что бы учащиеся имели представление о возможностях визуализации дизайнерских идей.

УДК 159.9 : 659.1.013

ПСИХОСЕМАНТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ В ИССЛЕДОВАНИИ БРЕНДА

Студ. Рыбакова А.В., доц. Оксине С.А.

Витебский государственный технологический университет

В настоящее время брендинг любого товара является безусловной необходимостью. Удачный бренд может вывести товар в фавориты рынка, в то время как неадекватный способен оберечь провал самого хорошего продукта.

В связи с этим в последнее время брендингу уделяется существенное внимание. Уже ни у кого не возникает сомнений в необходимости проведения тех или иных исследований бренда на всех этапах его жизненного цикла. Вопрос в том, какой именно метод или их совокупность нужно выбрать.

Традиционно в брендинге используется набор количественных (массовый опрос) и качественных (фокус-группы, глубинные интервью и т. п.) методов исследования. Довольно перспективными представляются попытки их объединения, то есть выявление глубинных, неосознаваемых характеристик сознания потребителей с использованием при этом количественных мер их оценки. Возможность подобного совмещения даёт один из проективных методов исследования – метод семантического дифференциала.

Он опирается на достижения психосемантики и был разработан группой американских психологов во главе с Ч. Осгудом в 1952 году, применяется в исследованиях, связанных с восприятием и поведением человека, с анализом социальных установок и личностных смыслов. Метод СД является комбинацией метода контролируемых ассоциаций и процедуры шкалирования.

Психосемантические методы переводят информацию с когнитивного уровня (а исследовательская задача всегда сформулирована в его понятиях) на аффективный уровень, где эта информация закодирована не языковыми формами, а разнообразными ощущениями.

Метод семантического дифференциала основывается на явлении синестезии (мышления по аналогии, когда одни чувственные восприятия возникают под воздействием других) и является операционным способом «управления» эмоциональной стороной смысла, воспринимаемого индивидом в объектах. СД позволяет выявить бессознательные ассоциативные связи между объектами в сознании людей.

Тестируемые объекты (название, марка, упаковка и т. п.) оцениваются по ряду бимодальных семибальных шкал, полюса которых обычно задаются вербально при помощи антонимов: хороший – плохой, тёплый – холодный, активный – пассивный и т. п. Предполагается, что человек способен оценить изучаемый объект, соотнося интенсивность внутреннего переживания по поводу объекта с заданной оценочной шкалой. Деления шкалы фиксируют различные степени данного качества объекта. Шкалы, коррелирующие между собой, группируются в независимые факторы, образующие семантическое пространство.

Наряду с вербальными разработаны также невербальные семантические дифференциалы, где в качестве полюсов шкал используются графические оппозиции, живописные картины, фотопортреты.