

В XX веке свадебное платье претерпевает кардинальные изменения. Прежде всего, это касается длины. В начале века оно едва приоткрывает лодыжки, что по тогдашним меркам считается неслыханной дерзостью, в 60-е годы появляются прямые и свободные «платья-рубашки», а затем наступает пора шокирующего мини, впоследствии прочно укоренившееся в гардеробах модниц. Идеал красоты, а вместе с ним и фасон платья, всегда динамичен. В 20-е годы это угловатая девушка-подросток в простом платье с приспущенной талией и шляпке-котелке, в 30-е годы она романтична и женственна; в 40-е одежда становится более строгой, преобладают четкие линии. В 50-е романтичный стиль вновь вступает в свои права: длинные юбки, туфельки-тапочки и приспущенная талия создают образ нежной девушки с легкой походкой. Законодателем моды объявлен Диор, который одевает женщин в приталенные платья с пышной юбкой до колен. 60-е можно справедливо назвать периодом минимализма в моде. Платье вновь укорачивается и приобретает более четкую и лаконичную форму, при этом количество деталей сводится к минимуму. В 70-х появляется стиль хиппи с потертыми джинсами, вышитыми кофточками и массовым увлечением фольклорными мотивами. Начало 80-х отмечено возвращением стиля ретро, на смену которому стремительно приходит спортивный стиль одежды, символизируя активный образ жизни и уверенную жизненную позицию.

Современная мода на свадебные платья более гибкая, в ней могут объединяться и смешиваться различные стили и направления, от готики и барокко до авангарда. В ней нет стандартных решений, и дизайн платья целиком зависит от вкуса, настроения и фантазии. Выбор свадебного платья открывает широкое пространство для творчества, ведь в день свадьбы невеста может предстать современной активной деловой женщиной или романтической мечтательной девушкой-хиппи, средневековой принцессой или греческой богиней.

Графика моды свадебного платья начала стремительно развиваться с появлением журналов мод, в конце XIX века и прошла много этапов своего развития. Графические материалы, стилизация изображения и техника менялись с изменением моды и вкусов. Особенностью графического изображения является то, что рисунок передает эмоции и настроение радости и счастья. Часто изображение фигура невесты динамично, находится в соответствующем празднику интерьере. Неотъемлемой деталью изображения является свадебный букет.

Проектирование свадебного платья является актуальной и интересной темой, заслуживающей внимания студентов и преподавателей.

УДК 659

ВИЗУАЛЬНО-ГРАФИЧЕСКАЯ ПОДДЕРЖКА ДЛЯ ОАО «СЛУЦКИЙ ХЛЕБОЗАВОД»

Студ. Пашкевич Л., ст. препод. Попова А.В.

Витебский государственный технологический университет

Большинство товаров, выпускаемых промышленностью, транспортируют, хранят и отпускают потребителю в упаковке или таре. Упаковка — средство или комплекс средств, обеспечивающих защиту продукции и окружающей среды от повреждений и потерь и облегчающих процесс транспортирования, хранения и реализации продукции. Тара является элементом упаковки, представляющим собой изделие для размещения продукции. В процессе обращения она участвует не только вместе с товаром, но и без него.

Использование современной упаковки, их красочное оформление с необходимой рекламной информационной нагрузкой позволяют не только ускорить процесс продажи товаров, облегчить их потребление, но и оказывают сильное эстетическое воздействие на покупателей. Расфасовка товаров в мелкую, удобную для потребителей упаковку облегчает и ускоряет процесс продажи, способствуя повышению производительности труда торговых работников, улучшает показатели работы магазинов, повышая культуру торгового обслуживания. Ассортимент упаковки, используемой для размещения товаров, постоянно расширяется. Он пополняется новыми видами, позволяющими расширить ее функции, следовательно, сделать еще более значимой в торгово-технологическом процессе. Упаковка, используемая для товаров, должна отвечать техническим, экономическим и эстетическим требованиям.

Упаковка является одним из важных элементов дизайна и коммуникации — процесса передачи информации о товаре целевой аудитории. Практически любой продукт заключен в какую-либо оболочку, которая одновременно, при выборе продукта, может выполнять несколько жизненно важных для данного продукта функций: возможность распределения продуктов и изделий по весу или по количеству, сохранность продуктов и изделий, возможность

транспортировки, маркировка, идентификация, информационная, рекламная функции (она, в частности, способствует увеличению объемов продаж).

Упаковка должна иметь привлекательный внешний вид, а ее форма, цветовое решение, тексты и рисунки на ней должны служить воспитанию эстетических вкусов у покупателей.

Имидж кондитерской продукции невозможно выстроить без запоминающейся упаковки, дизайн которой должен соответствовать названию и содержанию набора. Упаковка способствует выделению марки в ряду конкурентов, подчеркивает ее индивидуальность. Для успешного внедрения на рынок марки необходимо принципиально новое дизайнерское решение. Особенно это актуально для кондитерских изделий. Красочная упаковка поможет привлечь внимание покупателя.

Разработка дизайна упаковки — это комплексная задача, результатом которой является создание самостоятельного ресурса, продвигающего товар.

Основным критерием для выбора темы послужило именно то, что на сегодняшний день одним из главных интересов покупателей, стали красота и удобство. В самом деле, упаковка может играть, а порой и играет решающую роль в восприятии бренда. Высококачественная печать и современные виды отделки позволяют сделать упаковку более заметной, что в свою очередь повышает ценность и привлекательность содержимого. Ее универсальные возможности заключаются в многообразии размеров и конструкций, которые в последнее время пополняются новыми видами, позволяющими расширить ее функции, следовательно, сделать еще более значимой в торгово-технологическом процессе.

Актуальность данного проекта заключается в том, что на сегодняшний день белорусский рынок кондитерских изделий интенсивно развивается. Для того чтобы быть конкурентоспособной, продукции, помимо ее качества, необходима достойная упаковка, которая будет выделять данную марку среди аналогов.

Целью работы является рассмотрение упаковки, как одного из важнейших элемента коммуникации. Для достижения данной цели, были рассмотрены история создания и развития упаковки для кондитерских изделий, функции и разнообразие видов упаковки; современные тенденции в дизайне упаковки, были изучены и проанализированы упаковки для кондитерских изделий различных производителей.

В наше время, упаковку стали использовать, как образец прикладного искусства; как предмет для коллекционирования; как предметные свидетельства истории развития общества.

В проекте разработан художественный дизайн упаковки таких кондитерских изделий, как сухих, пряники, сухари. В процессе работы автором было предложено несколько вариантов графического оформления упаковок для продукции «Слуцкого хлебозавода».

Выбранный вариант не стандартный, является современным, идет в ногу со временем. Такой подход всегда выделит продукцию на прилавке и придется по вкусу любому. Глядя на не затейливые рисунки – на ум приходят добрые воспоминания детства и ассоциации со сладостями. Яркая графика подчеркивает современность бренда, а классический логотип компании говорит о традициях в изготовлении продукта (рисунок 1).



Рисунок 1 – Дизайн упаковки кондитерских изделий для ОАО «Слуцкий хлебозавод»

В проекте раскрыта тема упаковки, показано потребителю, какой она может быть, найден новый подход к созданию графического решения упаковки товара, который должен строиться на основе нужд, восприятий и ожиданий потребителей. Реализация возможностей эмоционального воздействия на покупателя путем грамотного дизайна упаковки не только стимулирует выбор непосредственно в магазине. Более важно укрепление лояльности покупателей к продукту и марке и формирование положительного образа производителя в глазах потребителей. В создании имиджа самого продукта и продвижении в местах розничной торговли упаковка товара является мощным оружием.

УДК 76

МЕТОДИКА ВЫПОЛНЕНИЯ ГРАФИЧЕСКИХ ЛИСТОВ В ТЕХНИКЕ МОНОТИПИИ

Ст. преп. Толобова Е.О.

Витебский государственный технологический университет

Монотипия — уникальная нетиражная техника, сочетающая в себе качества эстампа и живописи. Монотипия (от «моно» - один и греч. «тпос» — отпечаток, оттиск, касание, образ), одно касание, прикосновение, надавливание, главное, это художественное произведение, выполненное за один прием.

Первыми монотипистами были еще древние люди, оставившие следы отпечатков своих рук на стенах своих пещер. Лик Христа на плащанице — тоже своего рода монотипия.

Монотипия существует давно, более трехсот лет. Впервые применил эту технику в XVII столетии итальянский художник Джованни Кастильоне. Для произведений, выполненных в технике монотипии, характерны тонкость цветовых отношений, плавность и мягкость очертаний форм, что внешне сближает монотипию с акварелью. Техника монотипии известна с 17 в., однако распространение получила только с конца 19 в. Среди наиболее известных мастеров: итальянец Джованни Кастильоне (1616-1670), англичанин Уильям Блейк (1757-1828), француз Эдгар Дега (1834-1917).

При этом виде графики получается один оттиск (моно) на бумаге со стекла (листа меди и др.), на которое нанесены краски. Сверху помещают лист бумаги и прижимают его к поверхности. На бумаге образуется оттиск с необычными узорами, которые не могут быть повторены художником. Образ на оттиске носит случайный характер. Художник после печати выбирает те оттиски, которые удовлетворяют его по эстетической привлекательности и сюжету. Из многих оттисков выбираются лишь совсем немногие.

Материалы и инструменты.

По отношению к краскам эта техника всеядна. Акварель, гуашь, темпера, акрил, масляные краски, типографские и т.д. Краски используются как с разбавителями так и в чистом виде — в зависимости от задач. Также широк и многообразен выбор поверхностей, с которых можно делать оттиски: бумага, различные виды картонов, пластик разной толщины, пластины разных видов: стекло, оргалит и фанера, холст и дерево, камень. Краска наносится на поверхность также различными инструментами: кисти, мастихины, различные шпатели, в том числе фигурные, также применяются валики с различными фактурами.

Для выбора краски с печатной поверхности используют, начиная от простой ткани, до всевозможных специфических материалов: спички, стальная губка для чистки посуды, палочки.

Ну и наконец, виды поверхностей, на которые отпечатывают оттиск: бумага, различные виды — от простой до офортной, цветные бумаги, пластик, фанера, камень, стекло, металл, холст художественный и разные ткани.

ОСНОВНЫЕ СТИЛИСТИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ В МОНОТИПИИ.

Первый способ, из самых простых, его еще называют — «фрактальная монотипия».

На твердую поверхность наносится краска нужным инструментом, сверху накладывается бумага, продавливается сверху руками или резиновым валиком. Как правило, этот способ достаточно трудно управлять, особенно, если использовать водные краски: акварель, гуашь, акрил, темперу. Всмотревшись в получившийся оттиск, можно увидеть какой-то образ, пейзаж, композицию и слегка дорабатывают оттиск, стараясь усилить и выявить увиденное в монотипии.

Второй способ.

Краска наносится на пластины из металла или пластика, бумага накладывается сверху и производится оттиск с помощью офортного или литографского станка. В этом приеме, как правило, чаще используют масляные и офортные краски. Этот способ позволяет достаточно