



Рисунок 2 – Вариант концепции 3

Представленные концепции отличаются своей современностью, нестандартным авторским подходом. Новизна разработанных примеров плакатов заметна в сравнении с существующими плакатными решениями для Национального Академического драматического театра имени Якуба Коласа.

Список использованных источников

1. Попова, А. В. Специфика продвижения фирменного стиля для кафе и кондитерской «Бисквит» в условиях ребрендинга / А. В. Попова, В. А. Янковская // Материалы международного научного форума обучающихся «Молодежь в науке и творчестве» (8 апреля 2020 г.). В 6 ч. Ч. 4. Международная научно-практическая конференция «Экономика и управление в условиях кризиса»: сборник научных статей / ГГУ. – Гжель, 2020. – С. 329–330.

УДК 004.92

ЭЛЕМЕНТЫ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ И ОСОБЕННОСТИ СТИЛИЗАЦИИ ГЕРОЕВ МУЛЬТИПЛИКАЦИОННЫХ ФИЛЬМОВ

Самутина Н.Н., к.т.н., доц., Прокопенко П.П., студ.

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

Реферат. В статье рассмотрены вопросы создания фирменного стиля персонажей мультипликационных фильмов, виды стилизации героев, а также проведен анализ трех наиболее популярных мультфильмов и выявлены особенности, которые характеризуют персонажи как лучшие.

Ключевые слова: фирменный стиль, анимационный фильм, стилизация.

Технические приёмы создания иллюзии движения и/или изменения формы объектов с помощью последовательности неподвижных изображений (кадров), сменяющих друг друга с большой частотой, – это и есть мультипликация, анимация. Цель работы – изучить элементы фирменного стиля и особенности стилизации героев мультипликационных фильмов. В работе поставлены следующие задачи: изучить историю и рассмотреть фирменный стиль анимации; изучить особенности стилизации персонажей на примере 2д и 3д анимации; проанализировать графическое решение персонажей ведущих студий мира.

В результате анализа литературных источников установлено понятие фирменного стиля анимации, как набор цветовых, графических, словесных, звуковых и других элементов, обеспечивающих визуальное и смысловое единство. По нему узнаётся сама

мультипликация, характер и почерк авторов. Поскольку технический и творческий процессы не стоят на месте, с течением времени появляются различные виды анимации: рисованная, flash-анимация, кукольная, пластилиновая, песочная, трёхмерная компьютерная.

Выявлена классификация стилей в CG анимации: реалистичная; сверхточная детализированная; мультяшная, в том числе и мультяшная преувеличенная; лимитированная и очень лимитированная; под воздействием stop-motion; имитация пластилиновой; под влиянием рисованной; имитация бумажной анимации.

Персонаж является элементом формальной композиции, где цвет, пропорции, форма, линии являются символом персонажа, а также показывают его характер. Персонажи запоминаются, им сопереживают, поэтому без определенных правил их создать нельзя. Основные правила создания персонажей:

1. Создание легенды/истории. На этом этапе определяются с характером персонажа, создают его биографию и жизнь: эпоху, социальный статус, отношения и т.д.

2. Формообразование. Форму героя выбирают исходя из базовой формы в зависимости от его характера: круг – безопасный, мягкий, милый, дружелюбный, женственный; квадрат – мужской, жесткий, сильный, надежный, твердый; треугольник – острый, опасный, быстрый.

3. Определение вида персонажа. В зависимости от отталкивающего окружения, мира выделяют два вида персонажа: реконструктивный – реконструкция кого-либо из прошлых эпох и вымышленный – создание собственного образа, похожего в какой-то степени на кого-либо.

4. Уточнение пропорций. Используя характерные, возрастные характеристики, соотношения конечностей тела, трансформируют фигуры.

Стили анимации сформировались в XX веке, но прошли разные этапы формирования. На их становление требовалось разное количество времени и средств. Использование того или иного жанра во многом зависит от вида анимации и целевой аудитории. За свою историю каждая страна сформировала отличный от других образ, и вся современная анимация построена на их основе. В настоящее время четкой границы между стилями нет, однако выделяют явные отличительные черты следующих направлений и их особенности:

– французский, отличительная черта – преувеличенные объемы и движения при минимальной детализации персонажа;

– американский, более аккуратный, формы персонажа больше схожи с человеческими, а рисунок реалистичнее, уделяется внимание деталям.

– японский, самый молодой из представленных. Отличие – копирование анимационного материала, заикливание кадров, упрощенное и симметричное изображение, длинные сцены, в которых мало анимации окружения.

На вид анимации влияет и вид графики, каждая из которых по-своему уникальна, сложна и выразительна. 2D (двухмерная) компьютерная графика классифицируется по типу представления графической информации и следующими из него алгоритмами обработки изображений. Обычно компьютерную графику разделяют на векторную, растровую и фрактальную. 3D (трёхмерная) оперирует с объектами в трёхмерном пространстве. Обычно результаты представляют собой плоскую картинку, проекцию, широко используется в кино, компьютерных играх. Симбиоз 2D- и 3D-график в мультипликациях обусловлен некоторыми факторами: упрощение, удешевление и ускорение процесса.

Переменчивость образов свойственна и героям мультфильмов. Если он продолжается длительное время, герои начинают меняться в зависимости от вкусов зрителей и моды, изменений в составе команды дизайнеров или при переводе в трёхмерную графику.

В исследовании используется сравнительно-сопоставительный метод анализа. Для чего были выбраны три мультфильма 2D-графики: «Первообытный» (Cartoon Network Studios, 2019 г.), «Акира» (TMS Entertainment, 1988 г.) и «Небесный замок Лапута» (Studio Ghibli, 1986 г.). При этом рассмотрены комплексные показатели художественно-графического решения. По образно-художественной концепции, информативности, рациональности и композиционному видению наибольшее количество баллов получил мультфильм «Небесный замок Лапута». Он же лидировал по единичным показателям: общий художественный замысел, оригинальность и степень впечатления от стиля, новизна и развёрнутость решения и его понятность, единство характера пластики элементов. При этом исследовались своеобразие общего художественного замысла, оригинальность и целостность впечатления, информативность, читабельность и структурированность графики.

По результатам проведенного исследования можно сделать вывод о том, что

эффективность успешного воздействия мультипликации на человека неразрывно связана с двумя основными категориями – креатив и исполнение. Неудача одного из них ведет к снижению эффективности всего восприятия образа в целом.

Список использованных источников

1. Стили в CG анимации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://animation-school.ru/blog/583532> – Дата доступа: 01.04.2021.
2. Как создать персонаж: 8 этапов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://skillbox.ru/media/design/kak_sozdat_personazha_vosem_etapov/. – Дата доступа: 11.04.2021.
3. Лазарева, А. А. Анализ проблемы организации средств визуальной коммуникации зон культурного и интеллектуального отдыха / А. А. Лазарева, Н. Н. Самутина // Тезисы докладов 53-й Междунар. науч.-технич. конфер. препод. и студ. / УО «ВГТУ». – Витебск, 2020. – С. 209–210.
4. Белова, М. В. Феномен «косплей» в контексте современной массовой культуры / М. В. Белова, Н. Н. Самутина // Тезисы докладов 53-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов / УО «ВГТУ». – Витебск, 2020. – С. 208.

УДК 004.92

РАЗРАБОТКА КОЛЛЕКЦИИ ЖЕНСКОЙ ОБУВИ С ЭЛЕМЕНТАМИ БЕЛОРУССКОГО НАРОДНОГО КОСТЮМА

Самутина Н.Н., к.т.н., доц., Шулейкин Д.П., студ.

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

Реферат. В статье рассмотрены вопросы создания эскизов моделей коллекции женской обуви с элементами белорусского народного костюма. Определен творческий источник для декорирования образцов.

Ключевые слова: обувь, коллекция, белорусский народный костюм.

В настоящее время у потребителей возник интерес к национальной белорусской эстетике и, в частности, к современной одежде в этническом стиле. В связи с этим вектор отечественной промышленности направлен на расширение ассортимента современных изделий на базе традиционного белорусского народного женского костюма.

Целью данной работы является анализ обуви традиционного национального костюма, как творческого источника для проектирования современных видов обуви, и создание коллекции, которая будет модной и при этом сохранит самобытность национального костюма.

Специфика фэшн-индустрии неотъемлемо связана с культурными особенностями. На белорусском модном рынке завоевывает популярность использование традиционных мотивов в создании коллекций. В частности, благодаря повышению уровня национальной идентичности у населения, интересу к корням и самобытности, становятся популярны этнические мотивы, которые погружают нас в мир белорусской культуры, а этнический стиль все чаще становится хитом на мировых подиумах. Актуальность этнотематики вызвана тем, что молодежи все больше интересен белорусский колорит, его тонкости, грани и частицы истории, которые помогают помнить наши культурные истоки и первозданную красоту Беларуси. Это помогает людям идентифицировать себя как белоруса, часть единой культуры. Уже существуют целые бренды, которые специализируются исключительно на одежде с этнической тематикой. Это не белорусские национальные костюмы, но современные адаптации к ним.

Решая задачу по созданию современной обуви в национальном стиле, автору в первую очередь требуется решить вопрос назначения и формирования потребительских качества и характера использования. На основании этого можно выделить ряд требований к современной обуви в этническом стиле:

– заимствование элементов не должно переходить в точное копирование, модели