

звезд 90-х», – рассказывает Анджелина Витто (ассистентка художницы по костюмам) [2]. Ее самый любимый образ Кэт во втором сезоне – салатный кардиган Guizio и юбка Omighty. Также во втором сезоне на героине можно заметить такие бренды, как Balenciaga, Kim Shui и Cramps.

Таким образом сериал «Эйфория» эффективно рекламирует бренды одежды и косметики, применяя исключительно динамический способ РР, не называя товар вслух и не демонстрируя его логотип. При этом формирует визуальные образы героев, которые вызывают желание у зрителя копировать их, проявлять интерес к использованным в кадре комплектам одежды и аксессуаров, макияжу и прическам.

Эффект скрытой рекламы в кино может оказаться длительным и масштабным, поскольку многие фильмы выходят в международный прокат, возможны многократные повторы и переиздания на видео. Преимущества product placement в сравнении с другими видами рекламы и причина роста именно этой рекламы на рынке обусловлена несколькими факторами. Во-первых, низкий уровень доверия потребителей к прямой рекламе и информационная усталость. Во-вторых, относительная дешевизна. В-третьих, срок жизни РР посланий неограничен, иногда он может длиться десятилетиями. От этого увеличивается тираж этих посланий. Оплачивая product placement, компания-заказчик получает не только прописанную в контракте сцену с единовременным показом в фильме (сериале, телевизионной программе и т.д.), но и возможность повторных трансляций в телеэфире или на стриминговых платформах, когда продукт, многократно тиражируясь, возвращает заказчику РР инвестиции.

Продвигающим товар через технологию product placement создателям фильмов, передач или других форм художественных произведений удается задействовать весь спектр психологических приемов воздействия рекламы на зрительскую аудиторию – таких, как механизм идентификации с персонажем, стереотипность восприятия, подражание и др. [1]. Человеку свойственно перенимать черты людей, которые его привлекают. Стремление зрителя подражать любимым героям приносит заказчику рекламы хорошую прибыль. Важную роль в психологии РР играет также человеческий страх неизвестности и желание придерживаться знакомых образов. Покупатель более склонен к выбору торговой марки, название и логотип которой ему уже знакомы, даже если у него не было опыта взаимодействия с данным товаром в прошлом.

Список использованных источников

1. Березкина, О. П. Product Placement. Технологии скрытой рекламы / О. П. Березкина. – Санкт-Петербург: Питер, 2009. – 208 с.
2. Садовникова, П. Интервью с художницами по костюмам сериала «Эйфория» / П. Садовникова // Интернет-журнал «The Blueprint» [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://theblueprint.ru/fashion/trends/razbiraem-kostumy-v-ejforii-s-hudoznicami-po-kostumam-ejforii>. – Дата доступа: 16.04.2022.

УДК 745/749

СРЕДНЕВЕКОВЫЕ РИСУНКИ. РОЛЬ БЕСТИАРИЕВ И РЕЛИГИИ

Наговицына Т.В., доц., Кацук А.В., студ.

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

Реферат. Исследование посвящено роли бестиариев и религии в средневековых рисунках. Рассмотрены несколько причин, которые сформировали это явление, оказавших огромное влияние на живопись, литературу и мифологию средневековья. Проведен анализ изображения различных животных в средневековых рисунках. Рассмотрены причины, которые сформировали явление бестиариев и религии для мемов в контенте пабликов в интернет.

Ключевые слова: средневековье, средневековые изображения, бестиарий, средневековые рисунки.

Средневековые изображения. Почему некоторые из них выглядят так странно?

Рассмотрим несколько причин, которые сформировали это занятное явление, подарившие сотни мемов для контентов и пабликов в интернет.

Предположим, что в средневековье художники не умели писать картины, не способны были в 10-14 веках реалистично отображать действительность. Тут мы сразу сталкиваемся с противоречием. Мы знаем множество замечательных художников средневековья, например, Ларенсетти и Джотто. Они умели изображать мир и легко могли написать портрет короля или библейский сюжет. Их работы, конечно, не фотореализм, но и не лишены натуральности.

Дело вовсе не в умении, причина кроется в другом. Пожалуй, наиболее очевидное решение парадокса странных животных, это то, что художники эпохи никогда их не видели. Это сейчас есть Youtube, канал Discovery, а в любом городе можно найти зоопарки и цирки, в которых, к счастью, уже прекращают использовать животных. Можно никогда не быть в Амурской области, но тигра мы точно видели на картинках, видео или в зоопарке. А вот средневековым художникам, которые за свою короткую жизнь могли ни разу не выехать за пределы города, приходилось довольствоваться лишь описаниями. И на вопрос- где же они их брали описания? ответ- бестиарии.

Бестиарии – это уникальное литературное явления, по сути – смесь околонучной работы с художественно-фантастически обранным опусом о мире. С латыни бестиарий переводится как «сборник статей о животных». Это первая иллюстративная энциклопедия зверей. А ещё, бестиарий – это своеобразная средневековая массовая литература среди интеллектуальной элиты (потому что читать в те времена вообще мало кто мог). Средневековые бестиарии дают понять, как наши предки представляли окружающий мир. В них не было оригинальных исследований. Часто в них излагались факты, которые являлись общепринятыми и достоверными за долго до средних веков.

Например, в древности считалось, что медведица рождает бесформенные глыбы, а потом вылизывает их, превращая в медвежат. Удав – огромная змея, живущая в Италии. Для питания ей нужен скот. Она не проглатывает коров, а обвивает их кольцами и доит, причем иногда отнимает так много молока, что жертвы умирают. Хорек – грязное животное, зачинающееся подобно гадюке (через голову во рту) и рождающееся из ушей матери: справа выходит самец, слева – самка. Пчелы – мельчайшие из птиц. Развиваются из червей, живущих в падали (особенно – в телах крупного рогатого скота). Рысь – пятнистый волк, моча которого затвердевает в драгоценный камень наподобие карбункула. Рысь засыпает ее песком, чтобы человек не мог найти сокровище. Сова – грязная птица, которая гадит в своих собственных гнездах и летает задом наперед. Мышь – самозарождается в земле, из гумуса, отсюда и ее имя (mus).

Левкрота – помесь львицы и гиены, имеющая лошадиную голову и широкий рот от уха до уха. Вместо отдельных зубов у левкроты на каждой челюсти растет цельная кость. Мандрагора – целебный корень, похожий по форме на человека и растущий на востоке, рядом с раем. Верещит, когда его вытаскивают из земли. Каждый, кто услышит этот крик, умирает или сходит с ума. Поэтому мандрагору выкапывают следующим образом – привязывают к ней голодную собаку и манят ее издали куском мяса. Слонам, чтобы забеременеть, необходимо отвесть этого корня.

Волк – если волк первым увидит человека, то человек потеряет голос. Если человек увидит волка раньше, то волк никогда не нападет. Чтобы отпугнуть волка, нужно снять с себя одежду и бить камнем об камень (рис.1, 2).



Рисунок 1 – Улитка



Рисунок 2 – Бегемот

Конечно, точности в таком источнике мало, но других в те времена не было. Так что, если заказчик бестиария просит изобразить слона, а художник его нигде и никогда не видел, он просто читает текст и рисует. Представление о том, как выглядит то или иное животное менялось от бестиария к бестиарию, от художника к художнику и, в итоге, нечто земное превращалось в какую-нибудь фантастическую тварь. Традиционный бестиарий содержал в себе вступление про библейскую историю Адама, дающего имена животным и список самих животных с их изображениями и характеристиками. Причем, на ряду с котом или лошадью, рядом легко могло находиться описание Дракона Василиска или например, Левкрота. И это не помесь льва с кротом, это такая средневековая лошадь с гигантским ртом способная подражать человеческой речи. Бестиарии оказали огромное влияние на живопись, литературу и мифологию средневековья. Люди жили в мире, где есть говорящие лошади, огненные драконы, забавные улитки.

Предположим, что тигра или улитку средневековый художник и правда мог ни разу за жизнь так и не встретить. А вот коты и собаки. Они-то всегда сопровождают человека. Почему их изображения такие странные? Ответ – религия и суеверия. Средневековые люди по способу мышления очень отличались от наших с вами современников. Средневековый человек всегда искал связь между видимым и скрытым, между реальным и потусторонним, поэтому все животные наделялись символическими свойствами и характеристиками. Это отражалось в изображении. Слоны слыли верными и мудрыми, львы великодушным, благородными, бесстрашными. Если автор текста писал, что заяц олицетворяет похоть, художник просто рисовал ему гениталии огромного размера. Если филин олицетворял Грех лени, потому что днем спит и не показывается, то художник рисовал тело совы, а вместо клюва изображал человеческое лицо. Некоторым животным предавалась демоническая сущность, и они уже были не просто пушистыми мордочками, бегающими по городу, а представителями темных сил. Поэтому даже кот не был обычным котом. Коты в средневековье хоть и похожи на своих современников тех лет, но на картинах играют на музыкальных инструментах, носят одежду и выражают различный спектр эмоций, поэтому они иногда и выглядят на картинах достаточно странно. Еще кошек часто ассоциировали с феминностью, а к женщинам в ту пору относились не на много лучше, чем к животным. Разумеется, поэтому их также наделяли демоническими чертами. Получается, рисуя котика, художник изображал скорее дьяволенка, чем милого домашнего пушистика, отсюда и специфический образ. В ветхом и новом завете собак чаще всего ассоциируют с греховностью, а следовательно, и изображать их надо было соответственно представлениям (рис. 3, 4).



Рисунок 3 – Кот



Рисунок 4 – Собака

Нечто подобное, мы можем заметить и в средневековой традиции изображения младенцев. Младенец чаще всего выглядит как лысеющий сорокалетний отец. На изображение младенцев очень влияла религия. Церковь была основным источником заказов для картин. Очень важной концепцией средневековья являлась идея гомункулярного Христа. Его представляли, как полностью сформировавшегося мужчину, при рождении имевшего идеальное тело, чьи черты не меняются с ходом времени. Так на картинах появлялись

младенцы, у которых могли быть бороды или облысение по мужскому типу (рис. 5).



Рисунок 5 – Младенец

Уже с приходом эпохи возрождения, художники все же стали стремиться к идеализированным формам человеческого тела. Образ младенца в живописи приобрел черты безгреховности, чистоты, писать стали не только библейских персонажей. Люди захотели видеть красивых детей, красивых животных, привносить в бытовые сюжеты новую эстетику. Таким образом источник странных детей и животных для мемов как-то внезапно иссяк.

УДК 7.067

АНАЛИЗ ИСКУССТВА ВЕРСТКИ И ОСОБЕННОСТЕЙ ШРИФТОВЫХ КОМПОЗИЦИЙ ГРАФИЧЕСКОЙ ЯПОНСКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Абрамович Н.А., к.т.н., доц., Прасмыцкая М.В., студ.

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

Реферат. Аналитическое исследование посвящено искусству верстки и особенностям шрифтовых композиций графической японской литературы, процессу перевода и тайпсета манги. Исследовано, как строится шрифтовая композиция в визуально-текстовом способе коммуникации и осуществляется адаптация идеографического письма к буквенно-звуковому, проанализированы правила верстки в текстовом облаке (бабле).

Ключевые слова: манга, тайпсет, оптический баланс, верстка, шрифт, выключка, шрифтовая композиция.

Графическая японская литература или манга является частью современной массовой коммуникации и характеризуется использованием визуально-текстового способа коммуникации, опирающегося на визуализацию информации и снижению роли текста. Под визуализацией, в данном случае, понимается широкое использование для передачи информации и решения определенных коммуникационных задач визуальных средств – рисунков, фотографий и видеороликов. Манга занимает важное место в японской современной культуре, что позволяет рассматривать ее и как особый вид медиаконтента, интегрирующего лексические и визуальные компоненты, являющийся неотъемлемой частью национальной системы коммуникаций.

Объектом исследования является влияние визуального баланса и оптических факторов на верстку текста при разработке графических продуктов, предметом исследования – манга, часто называемая «японскими комиксами». Цель исследования – выявить влияние оптических факторов на верстку при визуально-текстовом способе коммуникации.

Манга, использующая для передачи информации сочетание графических изображений и текста, является представителем уникального типа контента, который обладает большой