

художественного текстиля. Это делает вопрос определения понятия «школа художественного текстиля» крайне актуальным. Актуализация понятия «школа художественного текстиля» и его адаптация в искусствоведении является крайне важной для понимания искусства художественного текстиля, выходящего на уровень мирового искусства, и будет способствовать развитию художественного текстиля, популяризации художественных текстильных традиций и сохранению культурного наследия.

#### Список использованных источников

1. Гуменюк, А. Н. «Школа дизайна» и «художественная школа»: общность и различия понятий / А. Н. Гуменюк, О. В. Хмельницкая // Вестник культуры и искусств. – 2023. – № 2 (74). – С. 106–112.
2. Левданская, Н. А. К проблеме содержания и области применения термина «школа» в современном искусствоведении (на примере Дальневосточного региона) // Искусство Евразии [Электронный журнал]. 2021. – № 4 (23). – С. 270–275.
3. Бабияк, В. В. Русский академический учебный рисунок: XVIII – начало XX века : диссертация ... доктора искусствоведения : 17.00.04 Санкт-Петербург, 2005.
4. Бенеш, О. Искусство северного Возрождения. Его связи с современными духовными и интеллектуальными движениями. – М., 1973. – 224 с.
5. Степанская, Т. М. Проявление традиций русской художественной школы в творчестве современных художников Алтая / Т. М. Степанская // Международный научный периодический журнал «Мир науки, культуры, образования». – 2009. – №4 (16). – С. 50–55.

УДК 7.05

## АКТУАЛЬНОСТЬ АВТОРСКОЙ ОТКРЫТКИ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

**Ворохобко М.В., ст. преп., Крицкая Ю.В., студ.**  
*Витебский государственный технологический университет,  
г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. В статье рассмотрена актуальность авторской открытки в современном мире. Открытки уже прошли путь от небольших карточек, которые отправляли как письма, до направления в искусстве.

Ключевые слова: открытка, кардмейкинг, авторская открытка, сувенир.

Объектом исследования является авторская открытка как форма художественного выражения и коммуникации.

Открытки всегда были, есть и будут миниатюрными подарками, создающими атмосферу праздника, выражающими отношение людей друг к другу, оставляющими в памяти наиболее важные события жизни. Они всегда приносят радость, красоту и добрые пожелания в каждый дом.

Общеизвестная история открытки как почтовой карточки насчитывает более 140 лет. За столь долгий срок существования открытки её внешний вид и предназначение неоднократно менялись. Они прошли путь развития от небольших карточек, которые солдаты отправляли на Родину в годы войны, где с одной стороны писали письма, а с другой рисовали разные рисунки, до электронных открыток, которые торговые марки отправляют своим покупателям (рис. 1).

Авторскими принято называть открытки, отпечатанные ограниченным тиражом под наблюдением автора, а то и существующие в одном единственном экземпляре. Авторская открытка ручной работы – это красивый подарок, отражающий вашу индивидуальность. Существует целое ремесло,



Рисунок 1 – Электронная открытка от Ив Роше

направление в искусстве, называемое «кардмейкинг», который подразумевает ручное изготовление открыток.

Кардмейкинг, как направление в искусстве, достаточно молод, однако, открытками ручной работы люди занимаются давным-давно. Ещё в древнем Китае на Новый год было принято дарить друг другу открытки, тем же занимались и египтяне. В Европе поздравительные открытки появились в XIII–XIV веках. В то время подобные поздравления (в виде открыток) были довольно дорогим удовольствием. Лишь с середины XIX века, с развитием печати и индустрии, поздравительные открытки стали доступны всем людям. В 30-х годах XX века открытки поставили на конвейер, началось их массовое производство. В последнее время наблюдается тенденция роста популярности авторской открытки в целом (рис. 2).



Рисунок 2 – Авторская открытка

Сейчас многие дизайнеры создают на заказ открытки, связанные с праздником или являющиеся сувениром с изображением достопримечательностей города.

Несмотря на бурный рост электронных средств коммуникации, открытка не утратила своего значения и сейчас. Однако заметно снизилась роль почтовой открытки, т. к. практически вся корреспонденция отправляется сейчас в конвертах. Зато поздравительная открытка радует нас все новыми видами конструкций, вариантами отделки, постепенно превращаясь в самостоятельный подарок-сувенир (рис. 3).

Если мы сравним оборотную сторону открыток, выпущенных сегодня и лет 20 назад, то увидим изменения: в современных открытках «отсутствует конкретный автор», возможно, это связано с применением компьютерной оргтехники. Лицевая сторона современных открыток более яркая. Если заглянуть в саму открытку: там присутствует изображение и текст уже заготовлен, к тому же часто с юмором. Однако рукотворные открытки и текст, написанный лично, до сих пор пользуются большим спросом, ценятся и хранятся дольше.

Например, рассмотрим актуальность авторской открытки на примере серии открыток «Города Беларуси» для творческой молодёжи, туристов, гостей, путешественников – аудитории, открытой для неформального общения от студии брендинга и дизайна «Дадизайн» (рис. 4).

Из чёрно-белых зарисовок-иконок памятников архитектуры, гербов, культурных артефактов и символов созданы эмоционально окрашенные образы городов Беларуси. В открытках применяется принцип коллажа из элементов, созданных на основе авторской ручной графики живой свободной линией. Иллюстрации, тексты, символы соединены в единую композицию, которая создает узнаваемый и романтический визуальный текст о городах. Авторский ручной шрифт делает обращение на открытках близким и теплым.

Такие открытки популярны среди туристов или людей, которые подарят их своим друзьям из других городов или стран. Так как стиль этих сувениров современный и не перегружен элементами, они пользуются спросом и популярны даже среди молодежи.



Рисунок 3 – Примеры оформления открыток как сувениров



Рисунок 4 – Серия открыток «Города Беларуси» от студии дизайна «Дадизайн»

Исходя из всей вышперечисленной информации, можно сделать вывод, что открытки не утратили своей уникальности, популярности, даже наоборот, получили развитие в плане использования, например, как сувениры, и в большей степени несут в себе эстетическую ценность.

#### Список использованных источников

1. Ильинский, С. «PR и реклама. 700 терминов». Энциклопедический словарь. М., 2012.
2. Бутыльская, Л. В. Коммуникативная полифункциональность русской поздравительной открытки // Ученые записки ЗабГГПУ. Серия: филология, история, востоковедение, № 2, 2014. – С. 12–15.
3. Открытки в современном мире / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://infourok.ru/material.html?mid=118699&ysclid=lusc3oxchy445522932> – Дата доступа: 16.03.2024.
4. Открытка в современном мире / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nsportal.ru/ap/hudozhestvenno-prikladnoe-tvorchestvo/library/2019/01/19/otkrytka-v-sovremennom-mire> – Дата доступа: 16.03.2024.
5. Роль открытки в современном масс-медиа / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://makashina.ucoz.ru/blog/rol\\_otkrytki\\_v\\_sovremennom\\_mass\\_media\\_prostranstve/2013-11-18-50](https://makashina.ucoz.ru/blog/rol_otkrytki_v_sovremennom_mass_media_prostranstve/2013-11-18-50) – Дата доступа: 16.03.2024.
6. Немного о роли авторских открыток / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.livemaster.ru/topic/3103367-nemnogo-o-rol-i-avtorskih-otkrytok-v-nashej-zhizni?ysclid=lu73uq6uoh271832410> – Дата доступа: 24.03.2024.
7. Есть ли будущее у открытки? / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://multiurok.ru/files/studienchieskaia-proiektnaia-rabota-iest-li-budush.html?ysclid=lu73rmkss2166276476> – Дата доступа: 24.03.2024.
8. Нужны ли открытки в современном мире? / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dzen.ru/a/XnwQwbGZ7zC2usg9> – Дата доступа: 30.03.2024.

УДК 659

## АКТУАЛЬНОСТЬ БРЕНДИНГА ДЛЯ ТАТУ-СФЕРЫ

**Кириллова И. Л. доц., Цывис Н. В. студ.**

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

Реферат. *Материалы статьи рассматривают актуальность брендинга в сфере услуг. Определено, что брендинг – это сложная задача, решением которой станет позиционирование главной миссии, идеи, причин существования, истории появления товара или услуги. Представлены варианты разработок студентки кафедры дизайна и моды Витебского государственного технологического университета по этой теме.*

Ключевые слова: дизайн, актуальность, логотип, брендинг, бренд.

Среди товаров и услуг развита высокая конкуренция – брендование доносит до потребителя уникальность разработанного продукта. Дизайнеры создают аналогию, включают в нее знакомые символы, цвета и градиенты. Разработка брендинга сложная многоцелевая задача, решением которой станет позиционирование главной миссии, идеи, причин существования, истории появления товара или услуги.

Актуальность исследования обусловлена тем, что, основываясь на теоретический и практический опыт исторического наследия и опыт крупнейших зарубежных компаний, используя символику различных культур, определяется современная возможность развития данной сферы услуг в современном обществе. В настоящее время тату-индустрия стала особенно популярной, но при этом есть часть общества, которая довольно негативно относится к этой сфере услуг, поэтому брендование для тату-сферы поможет увидеть не только символ определенной культуры и модность данной услуги, но и стабильность, качество предоставляемой услуги. Для клиента это достаточно ответственный шаг, в определенной степени экстремальный и необратимый.