

ремесленники составляли 40 % общего количества населения. Продолжается процесс их концентрации в цеховых организациях (к примеру, кузнечное и кафельное производства в Витебске были известны далеко за пределами города), то уже 1840–1850-е гг. начинается постепенное сокращение ремесел. Этот процесс захватывает, прежде всего, ремесла, которым в большей степени присущ элемент художественности (в таких ремеслах достаточно высока доля ручной работы) и которые первыми не выдерживают бурного натиска фабрично-заводской промышленности. Несмотря на противоречивость таких процессов, более устойчивые позиции занимают те ремесла и те виды народного искусства, которые базируются на прочных традициях художественно-ремесленного производства и многовековом опыте витебских ремесленников. При этом определяющим становится переход от работы на заказ (с небольшим количеством изделий) к удовлетворению массового спроса на производимую продукцию (в некотором роде – поточное производство). К 1860-м гг. ремесленное производство в Витебске в абсолютном большинстве своих видов приобретает черты массовости, что в будущем создаст основу для возникновения промышленности.

Появление новых материалов оказало существенное влияние и на качество ремесленных изделий. К примеру, использование в металлообработке дешевого листового железа значительно облегчило труд кузнецов, создававших ограждения, ворота, балконные решетки для городской застройки, усадеб, культовых сооружений, но одновременно отрицательно сказалось на художественной стороне изделий. Они стали более однообразными, суховатыми, потеряли изящность, присущую таким изделиям в предыдущем периоде. Такая же ситуация наблюдалась и в керамическом производстве – кафель для облицовки печей второй половины XIX века значительно уступал по своим художественным качествам керамике XVII века. Однако в этом сложном процессе были и свои положительные стороны [1, с. 269]. И одной из них стало появление новых мотивов в декоративно-прикладном искусстве, расширение его жанровой палитры. Талант белорусского народа, присущее ему чувство красоты и гармонии позволили мастерам создавать глубоко оригинальные произведения и способствовали подъёму и процветанию высокого искусства народного творчества.

Список использованных источников

1. Русецкий А. В., Русецкий Ю. А. Художественная культура Витебска с древности до 1917 года / А. В. Русецкий, Ю. А. Русецкий. – Мн.: БелЭн, 2001. – 288 с.

УДК 1 : 326

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДИЗАЙНЕРА

Гусакова А.Д., студ., Рудко Е.А., доц.

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

Одной из характерных черт современного мира является быстрое развитие IT-сферы. В связи с данным фактом для человечества открылись новые возможности, в том числе и в деятельности дизайнера. Однако оценка роли искусственного интеллекта в деятельности дизайнера неоднозначна. Одни ученые рассматривают AI (англ. artificial

intelligence – свойство искусственных интеллектуальных систем выполнять творческие функции) как угрозу, полагая, что он оставит дизайнеров без работы. Другие же считают искусственный интеллект лишь помощником, который возьмет на себя все рутинные задачи и позволит дизайнерам в полной мере реализовать свой творческий потенциал. Процесс любого дизайн-решения сочетает в себе творческое и логическое мышление. В свою очередь, искусственный интеллект представляет собой сверхлогичную систему решений, которая способна выдавать предсказуемые результаты. При этом AI предоставляет дизайнерам ряд возможностей, которые помогают им принимать более обоснованные, эффективные решения. Во-первых, AI обеспечивает соответствие проектов последним трендам, позволяя дизайнерам сфокусироваться на более широкой картине. Во-вторых, преимущество AI заключается в его скорости. Он оптимизирует рабочий процесс, анализируя огромные объемы данных и предлагая решения, из которых затем дизайнер может выбрать наиболее подходящие. В целом, применение AI-инструментов помогает повысить вовлеченность, число конверсий и сделать опыт пользователей более эффективным.

Смысл нейросети в том, что она обучается, но делает это не сама, а при помощи человека. Она заполняется доступными медиа базами и выдает результат, ссылаясь на источник и его параметры. Рассмотрим наиболее популярные инструменты, которые могут быть использованы в дизайн-деятельности.

Во-первых, Khrigma – сайт с бесконечной прокруткой, где можно найти множество цветовых сочетаний. AI здесь используется для того, чтобы понять, какие цвета являются более предпочтительными, а затем создать с учетом полученных данных огромное число палитр, которые можно просматривать и использовать в дизайне. Выбор цветов обучает алгоритм искусственной нейронной сети генерировать сочетания, которые нравятся пользователю.

Во-вторых, Fontjoy – система, которая использует технологию глубокого обучения для создания шрифтовых пар. Известно, что выбор двух шрифтов, которые выглядели бы наиболее гармонично, является классической проблемой дизайна.

В-третьих, Uizard, которая сканирует наброски дизайнера и автоматически преобразует их в редактируемые прототипы. Этот сервис использует машинное зрение и обучение, чтобы превратить наброски в цифровые экраны и компоненты. Также Copy.ai помогает создавать микротексты, описания продуктов, цифровые рекламные объявления, контент для блога, продающие тексты, заголовки для первого экрана и многое другое. Все, что надо сделать, – ввести название бренда или продукта и его краткое описание. AI анализирует содержание каждого фильма и сериала и прогнозирует, что бы пользователь желал посмотреть, исходя из того, какой выбор он делал раньше. Кроме того, AI избавляет дизайнеров от необходимости создавать одинаковые обложки фильмов на разных языках, осуществляя их персонализацию и локализацию. Аналогичным образом функционирует Spotify, который составляет плейлист с учетом предпочтений пользователей.

Сейчас нейросети не заменят дизайнеров, но их можно рассматривать в качестве помощников. Человеку необходимы эмпатия и логическое мышление, чтобы создавать удобные и функциональные сайты, иллюстрации под тематику и контекст, айдентику, которая передает ценности бренда. Нейросеть не ориентируется на удобство для пользователя, она пытается подобрать максимально релевантный образ под запрос. Если программа не может создать адекватное изображение, его должен доработать дизайнер.