

УДК 681.3

РОЛЬ МОДЫ В ОРГАНИЗАЦИИ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА

¹АРХИПОВА Т. Н., доцент, ²АРХИПОВА А.А., архитектор

¹ Технологический университет, г. Королев, Российская Федерация

² Центральный научно-исследовательский и проектный институт жилых и общественных зданий, г. Королев, Российская Федерация

Ключевые слова: информационное пространство, информационные технологии, мода, одежда, общество.

Реферат: в статье представлено понятие информационного пространства. Автор обращает особое внимание на то, что мода играет немаловажную роль в организации информационного пространства.

Информационное пространство представляет собой определенную совокупность баз и банков данных, а также технологий ведения их и использования, информационно-телекоммуникационных систем и сетей, которые функционируют на основе единых принципов и по общим правилам, обеспечивающим информационное взаимодействие организаций и граждан, а также удовлетворение их потребностей в информации [22, 23].

В области исследования информационного пространства известны работы многих авторов: Г.Г. Почепцо, В.Д. Попов, С.А. Модестов, И.К. Мельник, Т.Ю. Кирилина, М.И. Абдурахманов, В.Л. Манилов, В.А. Барышполец, С.П., С.Э. Зуев С. Паринов, и др. [6, 7, 15-18, 21].

Единицами информационного пространства, которые генерируют информацию являются [22]:

- в средствах массовой информации (СМИ) - групповые (редакции СМИ) и ключевые коммуникаторы (коммуникаторы, которые включены в редакции СМИ, персонифицирующие информацию данного средства массовой информации);

- ньюсмейкеры - лидеры общественного мнения (лидеры экономики, политики, представители культуры и др.);

- эксперты - специалисты, профессионально работающие с информацией, от их комментариев зависит форма и характер информационных потоков (политологи, социологи, экономисты и т.п.);

- лидеры мнения – достаточно активные люди по сравнению с вышеперечисленными категориями, которые не завязаны на определенные каналы распространения информации, имеющие совокупную потребность в распространении информации;

- производители специальной информации (кино, театр, реклама во всех ее проявлениях вне СМИ, товары, мода, архитектура и др.) [22].

Мода играет немаловажную роль в организации информационного пространства, что требует подготовки грамотных специалистов в этом направлении, в связи с этим вопросам изучения информационных технологий в подготовке специалистов индустрии моды посвящен ряд работ [5, 19, 20]. Необходимо, чтобы современные дизайнеры хорошо владели не только знаниями в области индустрии моды, но и грамотно ориентировались в информационном пространстве. Успех современного дизайнера зависит во многом от того, насколько быстро достигает его информация о современных тенденциях моды.

Известно, что мода - это временное господство определённого стиля в какой-либо сфере жизни или культуры [24]. Мода в архитектуре, модная мебель, автомобили, посуда, все то, что нас окружает подвержено воздействию моды. Однако при употреблении слова мода, которым всегда подразумевается постоянное и с позиций разума недостаточно объяснимое стремление к изменению всех форм проявления культуры, как правило, чаще всего имеют в виду одежду. Специалисты fashion-индустрии работают как в промышленном производстве, так и с индивидуальными потребителями одежды.

Большую роль на внешний облик и поведение человека оказывает нравственность и духовный облик [8–11, 13, 14].

Мода – это процесс социального конструирования границы между модной и немодной частями социального пространства [24]. Каждая эпоха создает определенные свои нормы красоты, которые выражаются через вид одежды, конструкцию костюма, его силуэт и пропорции, покрой, детали, отделочные элементы, материал, фурнитуру, цвет, а также прическу и макияж. Политические и спортивные события в мире, какой-либо стране, направления в искусстве, литературные течения, отдельные произведения прозы и поэзии, научно-технический прогресс, развитие транспорта - все это отражается на формах костюма, творит то, что мы называем модой [1, 2, 4, 12].

Немаловажную роль в одежде играет цветовое решение. Изучению цвета, его психологического воздействия на человека посвящены работы многих авторов [2, 3 и др.]. Грамотно сочетая цветовое решение костюма в соответствии с обликом клиента, дизайнеры добиваются наивысочайшего эффекта от облика человека.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что одежда несет в себе определенную информацию. Модные тенденции в одежде связаны с современностью и производители одежды, ориентируясь на рынок, вносят определенную роль в организацию информационного пространства. Являясь единицей информационного пространства, мода способствует генерированию информации.

Литература:

1. I.V. Khristoforova, V. G. Kovaley, T. N. Arkhipova, O. A. Sireischikova, D. R. Makeeva. The Processes of Technocratization in the Profession of the Designer. Asian Social Science; Vol. 11, No. 7; 2015. ISSN 1911-2017 E-ISSN 1911-2025. Published by Canadian Center of Science and Education.
2. Архипова А.А. Организация среды для отдыха молодежи. Материалы 11 Международной научно-практической конференции «Научный потенциал мира». София, «Бял ГРАД-БГ» ООД - 112 стр, С.13-15.
3. Архипова А.А., Сырейщикова О.А., Христофорова И.В., Архипова Т.Н. Психология цвета в дизайне образовательной среды// Сб. Международной научно-практической конференции "Интеграция науки и практики как механизм эффективного развития современного общества", Москва Институт Стратегических инициатив, 2014.
4. Архипова А.А., Хомченко В.В. Материалы 11 Международной научно -практической конференции "Становление современной науки - 2015". Средства дизайн-проектирования зданий комплексов для тематического отдыха молодежи. Praha. Publishing House «Education and Science» s.r.o - 80 stran. С.42
5. Архипова Т.Н. Актуальность применения инновационных методов в системе подготовки кадров индустрии моды и красоты [Текст] / Т.Н. Архипова // Вестник Ассоциации ВУЗов туризма и сервиса. 2013. № 1. С. 26-32.
6. Грачев Г.В., Мельник И.К. Манипулирование личностью: организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия. М.: ИФ РАН, 1999.
7. Кирилина Т.Ю. Использование современных информационных технологий при изучении социальной реальности. В сборнике: Современные образовательные технологии, используемые в очном, заочном и дополнительном образовании Сборник трудов по материалам Международной научно-практической Интернет-конференции, 2013. С. 151-159.
8. Кирилина Т.Ю. Отечественная социология морали: прошлое, настоящее, будущее. Социологические исследования. 2013. № 6. С. 17-24.
9. Кирилина Т.Ю., Бузмакова Т.И. Духовность и нравственность Российской молодежи в социологическом измерении. Социальная политика и социология. 2013. Т. 1. № 3 (94). С. 169-183.
10. Кирилина Т.Ю., Омельницкая Н.В. Демографическая ситуация и ценностные ориентации молодежи в современной России. Вопросы региональной экономики. 2013. Т. 14. № 1. С. 24-29.
11. Кирилина Т.Ю., Сергеев Е.П. Деятельность как фактор преобразования социума. Актуальные проблемы современного общества. 2014. № 2. С. 90-94.
12. Лапшинова К.В., Васина Н.В. Имидж города - от прошлого к будущему // Имиджелогия – 2012: драйвер развития. Материалы X Международного симпозиума по имиджелогии. – М.: РИЦ АИМ, 2012. – С. 87-91.

13. Межуев В.М. Культура в эпоху глобализации // Социокультурная антропология. История, теория и методология. – М.: Академ. проект, Культура; Киров: Константа, 2012. – 1000 с. – С.688-694. [23]
14. Михалева К.Ю. Мода как социальный институт. Автореферат диссертации на соискание учёной степени кандидата социологических наук. - М.: 2012.
15. Модестов С.А. Информационное противоборство как фактор геополитической конкуренции. М.: Издательский центр учебных и научных программ, 1998.
16. Паринов С. Информационное общество: контуры будущего, ИЭ-ОПП СО РАН, апрель 2001.
17. Попов В.Д. Информациология и информационная политика. М.: Изд-во РАГС, 2001.
18. Почепцов Г.Г. Информационные войны. М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 2000.
19. Христофорова И.В., Ковалев В.Г., Сырейщикова О.А., Архипова Т.Н. Научная и творческая составляющие дизайн-проектирования и современные проблемы креативных профессий [Текст] / И.В. Христофорова, В.Г. Ковалев, О.А. Сырейщикова, Т.Н. Архипова // Вестник ассоциаций вузов туризма и сервиса. - №4 т.8. - 2014. - С.60-69.
20. Христофорова И.В., Петушкова Г.И., Архипова Т.Н., Сырейщикова О.А. Роль профессии дизайнера в постиндустриальной экономике и особенности современного дизайн-образования» [Текст] / И.В. Христофорова, Г.И. Петушкова, Т.Н. Архипова, О.А. Сырейщикова // Сб. трудов II Международной научно-практической интернет-конференции ФТА «Инновационные технологии в современном образовании», ФТА, Королёв, М.О., 19 декабря 2014. - С. 417-427.
21. Зуев С.Э. Измерения информационного пространства (политики, технологии, возможности).
22. <http://evartist.narod.ru/text24/0027.htm>
23. http://www.sbras.ru/win/laws/russ_kon.htm
24. <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%BE%D0%B4%D0%B0>

УДК 7.011

ТЕХНОЛОГИИ ЦИФРОВОГО ИСКУССТВА

¹ АРХИПОВА А.А., архитектор, ² САМОСЕЙКО А.И., студент

¹ Центральный научно-исследовательский и проектный институт жилых и общественных зданий, г. Королев, Российская Федерация

² Технологический университет, г. Королев, Российская Федерация

Ключевые слова: дизайн, цифровое искусство, мультимедиа.

Реферат: в статье рассматриваются вопросы, связанные с цифровым искусством. Представлены примеры применения цифрового искусства в дизайне. В статье рассмотрены 2D и 3D графика, как типы цифрового искусства.

Цифровое, или так же называемое диджитал и компьютерное искусство – творческая деятельность, основанная на использовании информационных технологий и специально предназначенных для этого программ, результатом которой являются художественные произведения в цифровой форме [1–4].

Хотя термин может применяться к произведениям искусства, созданных изначально с использованием других медиа ресурсов или сканирования, он всегда относится к произведениям искусства, которые были модифицированы при помощи компьютерных программ. Сфера диджитал искусства охватывает не только живописные работы в цифровом виде, или иные виды искусства с применением живописных методов и цифровых материалов, но так же и фотоманипуляции, некоторые виды фотографии, продукты веб и графического дизайна, концепт, промо, пиксель арт, компьютерная 2D и 3D графика, мультипликация и цифровое кино. К понятию диджитал искусства так же относят и виды традиционного искусства, перенесённые в цифровой вариант и видоизменённые в нём в той или иной степени.

В дизайне, цифровое искусство фигурирует в качестве инструмента достижения поставленной цели. Самый яркий пример применения цифрового искусства в дизайне – веб