

Список использованных источников

1. Колесников Н.В., Давыдов А.Ф. О классификации и свойствах функциональных бельевых изделий / Рабочая одежда. 2012. №2;
2. Колесников Н.В., Давыдов А.Ф. Исследование теплозащитных свойств функциональных трикотажных полотен бельевого назначения / Текстильная промышленность. 2011. № 3 (686);
3. Колесников Н.В., Давыдов А.Ф. Исследование показателей качества трикотажных полотен бельевого назначения / Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. 2011. № 3 (332);
4. Колесников Н.В. Исследование влаговыводящих свойств функциональных трикотажных полотен бельевого назначения / Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. 2012. №1 (337);
5. Колесников Н.В. Исследование свойств и выбор оптимальных структур функциональных трикотажных полотен бельевого назначения / Диссертация на соискание ученой степени кандидата технических наук / Московский государственный текстильный университет им. А.Н. Косыгина. Москва, 2012.

УДК 659.158.2:687.016

## FASHION – ПЛАКАТ

Луцкевич Т.Н., доц., Тарабуко Н.И., доц.

Витебский государственный технологический университет,  
г. Витебск, Республика Беларусь

**Ключевые слова:** плакат, fashion, мода, иллюстрация.

**Реферат.** Цель: Рассмотрение особенностей графического дизайна в модной иллюстрации и плакате.

Объект исследования: fashion – плакат.

Методы исследования: сравнительный анализ и практическое применение.

Основные результаты: На основе аналитического обзора современных тенденций в графическом дизайне плаката для модной индустрии установлена неотъемлемая связь между развитием моды и плакатного искусства.

Сегодня плакат – наиболее распространенный вид наружной рекламы, у которого есть неоспоримые преимущества. Плакат – недорогое средство, однако отклик, который можно получить от этого вида рекламы, намного превышает затраты на его изготовление. Именно поэтому яркий, привлекающий внимание дизайном и качеством полиграфии, плакат еще долго сохранит свои ведущие позиции на рекламном рынке.

Мода – явление, проникающее почти во все сферы жизнедеятельности людей. Мода, как объект, сочетающий в себе множество социальных факторов, отражает процессы, происходящие в обществе. В культурной сфере она определяется особенностями господствующих в обществе взглядов и отношений, моральных и культурных ценностей, идеалов данной эпохи.

Социальная роль моды подчеркивает ее родство с рекламой, которая, предлагая свой товар, как «огня» боится снизить уровень социальной самооценки. Красота рекламируемого товара всегда была достаточным мотивом для его покупки. Плакат, стоящий на службе у моды – fashion-плакат.

Fashion-плакат – броское, как правило крупноформатное, изображение, сопровождаемое кратким текстом, сделанное в рекламных целях, отражающее совокупность привычек и вкусов (в отношении одежды, туалета), господствующих в определенной общественной среде в определенное время.

Fashion-иллюстрация ( по англ. «fashion» – мода, «illustration» – иллюстрация), или модная иллюстрация – таким термином называют жанр иллюстрации (графики или живописи), напрямую связанный с модой. Fashion-иллюстрация используется в качестве иллюстрации для гляцевых журналов, изданий о моде, в рекламе модных брендов, оформлении модных бутиков и универмагов. Для fashion-иллюстрации используются различные технические приемы: от традиционных акварели и графики, до современных техник с использованием акрила и принта, а также компьютерной графики. Техника меняется на протяжении всей истории этого вида иллюстрации.

Печатная реклама активно использует культурное наследие, оставленное известными мастерами типографики и fashion-иллюстраторами, таких как Джовани Болдини, Чарльз Дана Гибсон, Жорж Лепэйп, Эрте, Рене Гру.

«Отцом» рекламного плаката в современном его виде считается француз Жюль Шере, график и декоратор сцены, основавший в 1866 г. небольшую литографию в Париже. Именно он сформулировал основные принципы современного плаката – броскость (в первую очередь, за счет контрастных и ярких цветов), возможность воспринять изображение и текст «на ходу», лаконичность, концентрацию внимания на одной главной фигуре.

Одним из самых ярких представителей современного fashion-плаката является Невилл Броуди – высочайший авторитет в мировом графическом дизайне. Типографский стиль Броуди включает эстетические элементы искусства Деко и передает неоевропейское влияние. Его подход к графике стал международным образцом для нового поколения компьютерно-ориентированных дизайнеров. Среди художников, оказавших на него наибольшее влияние – Родченко и Швиттерс.

Лора Лэйн – необычный иллюстратор из Финляндии. Изначально изучая дизайн моды в Университете Искусства и Дизайна Хельсинки, в дальнейшем она сосредоточилась на рисовании, став одним из самых известных fashion-иллюстраторов современности. Среди ее клиентов значатся известные бренды: Vogue, GAP, Elle, Zara. Кроме этого, ее работы выставлялись в галереях Сан-Франциско и Лос-Анджелеса.

Известный художник с сюрреалистическим духом, скульптор, иллюстратор, репортер и критик модных тенденций Рубен Толедо родился в Гаване на Кубе в 1960 году. Постоянные, повторяющиеся перемены модных тенденций и живой язык стиля являются двумя константами, присутствующими в его работах, навеянных латинской тематикой.

Когда о художнике говорят, что его картины будто светятся изнутри, обычно это означает или неприкрытую лесть, или желание показать себя настоящим ценителем прекрасного, человеком, который разбирается в искусстве. Однако не

нужно быть специалистом, чтобы не признать исключительного таланта американского художника Ильи Карима (Kareem Shiya), который на самом деле может заставить свои рисунки светиться на бумаге неоновым светом рекламных огней.

Дэвид Доутон родился в Англии, в Кенте в 1959 году. Он учился в Canterbury и Wolverhampton, а в 1984 году начал свою карьеру иллюстратора. Поначалу он иллюстрировал самые разные книги и работал над разработкой упаковки продуктов. Но в 1966 году он решил отправить несколько своих работ в один из парижских журналов мод. Его рисунки произвели впечатление, и с тех пор Дэвид стал просто нарасхват. Помимо журналов Дэвид также много сотрудничает с различными марками одежды и крупными магазинами, такими как Glam, Vogue, Chanel.

Jason Brooks (Джейсон Брукс) – всемирно известный иллюстратор, широко известный как вдохновитель моды на компьютерное fashion-искусство, начавшееся в 1990-х и продолжающееся по сей день. Его узнаваемый стиль был многократно скопирован. Jason Brooks живет в Лондоне. Он работал со множеством известнейших компаний и брендами по всему миру, включая Hed Kandi.

Под воздействием новых технологий форма плаката эволюционирует, появляются новые выразительные средства, способствующие осуществлению более эффективной графической коммуникации.

В программе обучения студентов на специальности «Дизайн коммуникативный» в рамках курса спец. дисциплины «Плакат» важное место занимает задание по fashion-иллюстрации и fashion-плакату. Продуктивности и яркому результату в работе помогает соседство студентов, обучающихся на модельерских специализациях кафедры дизайна УО «ВГТУ» (Рисунок 1). Живое общение и непосредственный контакт очень помогает и взаимодополняют друг друга.



Рисунок 1 – Плакаты студентов кафедры дизайна УО «ВГТУ»:

а – Миклушовой Е.; б – Изосимовой А.; в, г – Язвинской Е.; д – Михайловой Н.

Список использованных источников

1. Интернет-журнал Etoday. – <http://www.etoday.ru>
2. Зелинг, Ш. Мода. Век модельеров, 1900 – 1999 / Ш. Зелинг. – Кельн. 2000.
3. Кудрявцев, А. И. Шрифт: История: Теория: Практика: учеб. пособие / А. И. Кудрявцев. – Москва: Ун-т Натальи Нестеровой. 2003.