

мого изделия. Это может быть и по-особому нанесенный элемент графики, и сочетание элементов в соответствии с задуманной идеей. Геометрические, растительные или животные формы требуют своих приемов и эффектов изображения. В качестве творческого источника для художника может быть не изображение какой-либо фигуры, а достижение самого эффекта. Тогда возникает потребность определения мотива и характера его организации и поверхности. Раппортные схемы и другие виды композиционной организации также можно рассматривать в качестве особых графических приемов. Трикотажные полотна, разработанные и воплощенные в материале, отличаются актуальностью, новизной и свежим взглядом на мужской трикотаж. Основной идеей коллекции было создание мужских комплектов из трикотажного полотна, с использованием раппорта. Получившийся рисунок использовался в коллекции, как с мелким масштабом, так и с крупным. Поскольку раппорт получен жаккардовым (двухсторонним, двухцветным) переплетением, то полотно можно использовать еще и с изнаночной стороны. Сочетания таких рисунков подчеркивают конструкцию, основные членения костюма, усиливают общее звучание декора. Существует несколько общих правил, по которым подбираются рисунки-компаньоны. Для жаккардовых переплетений классическим примером является сочетание в костюме лицевой и изнаночной сторон двухслойного переплетения. Это сочетание позитива и негатива рисунка, который на одной стороне полотна выявляется светлым раппортом на темном фоне, а на другой — темным раппортом на светлом фоне. Чтобы рисунки лицевой и изнаночной стороны трикотажного полотна достаточно отличались друг от друга, использовались контрастные ахроматические цвета. Получился интересный графический эффект, дающий сочетание в костюме рисунков разного масштаба, но с одним и теми же мотивом.

Можно сказать, что главная задача, поставленная перед дизайнером данной коллекции – соответствие моделей модным тенденциям, оригинальность стилового решения, новизна и свежесть идеи, необычность и актуальность графического источника при проектировании трикотажных полотен, выполнена.

Список использованных источников

1. Аболенкин, А. (аналитик моды, специалист). Одежда для мужчин : предложения российских дизайнеров / А. Аболенкин, Б.Владимиров // Текстильная промышленность. – 2004.
2. Тенденции мужской моды // [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа <http://mensby.com/style/stylist/1162-mens-fashion/> / Дата доступа. – 11.03.2015.
3. Тенденции мужской моды // [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа <http://for-male.ru/style/muzhskoj-trikotazh/> / Дата доступа. – 11.03.2015.

УДК 659.1.

РОЛЬ ТЕОРИИ ВОСПРИЯТИЯ В ПРОЕКТНОЙ ГРАФИКЕ

Оксинь С.А., доц.

Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь

Ключевые слова: теория восприятия, графические индикаторы, реклама.

Реферат. Каждое графическое изображение вызывает определённые ощущения, чувства, ассоциации, оказывает психологическое воздействие. Дизайнер должен сознательно управлять этим процессом. На кафедре дизайна УО «ВГТУ» в рамках дисциплин «Психология рекламы», «Проектная графика», «Графика в рекламе» разработаны практические задания, целью которых является формирование навыков анализа графики с точки зрения психологии восприятия. Студенты используют их при проектировании фирменного стиля, логотипов, упаковки, рекламных персонажей и др. Верная психологическая трактовка графических средств позволяет значительно повысить эффективность рекламы.

Одним из наиболее важных разделов психологии рекламы является теория восприятия. Знания из этой области позволяют значительно повысить эффективность рекламы, в частности восприятие прифтовых изображений, изображения природы, персонажей играет важную роль при проектировании дизайнером графической продукции.

В последнее время заметно вырос интерес специалистов к рисунку как методу психологического исследования. В научных и популярных изданиях представлен обширный материал, с высокой степенью достоверности подтверждающий значимость тех или иных графических признаков. Принимая это во внимание, учёные проводят сравнительный анализ и систематизируют наиболее часто встречающиеся в рисунках графические индикаторы и их интерпретации. Результаты этой работы используются в практических заданиях в процессе подготовки дизайнеров.

В любом человеке заложена способность к проецированию своих внутренних состояний в визуальной форме. Изобразительный продукт – отражение индивидуально-психологических свойств автора, его мироощущения, характера, самооценки. Используя опорные элементы в качестве вспомогательных средств, можно расписать бессознательное содержание, проявляющееся в рисунках. Заклочённые в изображении скрытые смыслы, могут быть раскрыты и осмыслены для дальнейшего использования.

Особенности социальных обстоятельств развития, семейной ситуации, эмоциональное и физическое самочувствие, а также другие подобные факторы влияют на построение художественного образа, композицию, использование пространства, цвета, символики, характер движений. Графические методы дают возможность человеку самому не только проецировать реальность, но и по-своему интерпретировать её. Дизайнер должен отдавать себе отчёт в своих склонностях и не смешивать их с конкретными задачами проектирования.

Приоритетными формальными составляющими принято считать линию, форму, цвет в их взаимосвязанной динамике. Также отслеживаются особенности оформления, композиции, перспективы, пропорций, штриха, освещения, формально-стилевые особенности изображения, учитывается частота встречаемости определённых параметров и т.д. Рисую

линии, люди не задумываются об их свойствах и содержании, создавая не образ или картинку, а выражая свои эмоции и чувства. Профессиональный дизайнер в отличие от неспециалистов, чтобы найти путь к зрителю, должен закладывать в линию заведомо необходимый смысл.

Дизайн логотипа, состоящий из имени и фамилии основателя или владельца компании — распространённый вид логотипа. Особенно востребован такой дизайн логотипа в творческих сферах бизнеса, где имя является не просто торговой маркой, но своеобразной иконой стиля — фэшн, дизайн, фотография и другие.



Рисунок 1 – Российская торговая марка женской одежды

Использование розового цвета символизирует нежность, любовь (рисунок 1). Этот цвет изначально предназначен для девушек. Кривые линии означают женственность, воображение, свободу.

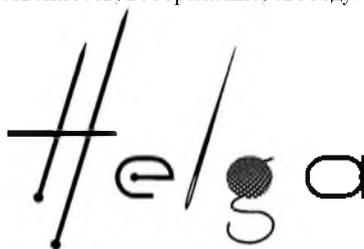


Рисунок 2 – Логотип Хельги (Ольга Супруненко), дизайнера-модельера

Начала работать Ольга Супруненко со сценических костюмов для сказок и концертов, и это влияние сохраняется до сих пор – за различными тканями, стилями ощутимы образы неких персонажей. В данном логотипе (рисунок 2) использование фиолетового цвета означает таинственность, чувственность. В логотипе присутствует заштриховка, что означает остроту ума, способность различать добро и зло.



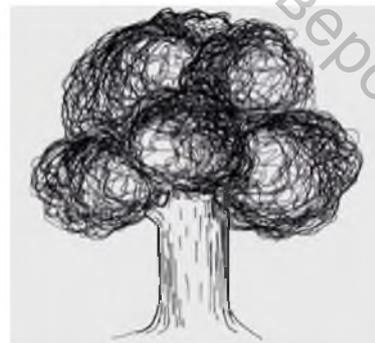
Рисунок 3 – Совёнок, рекламный персонаж магазина детской обуви

С точки зрения теории восприятия графические средства на рисунке 3 воспринимаются следующим образом: эскизная линия – стремление к творчеству, голова анфас – эгоцентризм, акцентированные уши – заинтересованность в информации, перья – стремление к самоукрашению.

На основе проективных признаков элементов студенты разрабатывают соответствующие графические изображения.



а



б

Рисунок 4 – Изображение дерева для использования в рекламе: а) студии рукоделия; б) верхней одежды

С точки зрения теории восприятия дерева, представленные на рисунке 4, транслируют следующие характеристики: а) женское начало, уверенность, аккуратность, контактность, позитивность, любопытство, хороший интеллект, настойчивость, простота, т.е. в целом очень положительный образ, за исключением участков зачернения, которые свидетельствуют о некоторой тревожности; б) женское начало, импульсивная решительность, устойчивость, находчивость, позитивность, внимание к мелочам, интерес к реальным событиям, здравомыслие, неординарность; к отрицательным чертам можно отнести скрытность (скрытые ветви).



Рисунок 5 – Персонаж для рекламы а) женского клуба, б) студии детского творчества

Список использованных источников

1. Лебедева, Л. Д. Энциклопедия признаков и интерпретаций в проективном рисовании / Л. Д. Лебедева. – Санкт-Петербург : Речь, 2010. – 336 с.

УДК 87.14:687.13

К ВЫБОРУ РАЦИОНАЛЬНОГО ПАКЕТА ЗАЩИТНЫХ УЧАСТКОВ (ЭЛЕМЕНТОВ) ДЕТСКОЙ ОДЕЖДЫ ДЛЯ ЗАНЯТИЙ РОЛЛЕР СПОРТОМ

Омельченко А.В., асп., Колосниченко М.В., д.т.н., проф., Донченко С.В., доц.
Киевский национальный университет технологий и дизайна,
г. Киев, Украина

Ключевые слова: демпфирующие элементы в одежде, эргономические конструктивные решения, одежда для роллер спорта, методы эргономического дизайна.

Реферат. В статье проанализированы существующие в одежде способы защиты тела человека от всевозможных повреждений, которые возникают в результате ударных воздействий; рассмотрены структурные и сырьевые характеристики амортизационных и демпфирующих элементов одежды. Представлены варианты эскизных решений детской одежды для занятий роллер спортом с защитными демпфирующими элементами, в которых, уже на стадии дизайн-проектирования, предусмотрены конструктивные решения, наделяющие ее способностью удовлетворять одному из основных требований – защите от болевых ощущений и повреждений тела от ударов во время падения, что является особенно актуальным для начинающих роллеров.

Рост интереса к здоровому образу жизни, характерный для современности, является двигателем спроса спортивных товаров на мировом рынке спортивной индустрии. Об этом свидетельствуют сервисы, такие как WordstatYandex, GoogleAdWords, WordstatRambler для статистики и оценки пользовательского интереса.

Роликовые коньки заслуженно занимают конкурентное место среди запросов пользователей интернета, поскольку их использование для занятий фитнеса и активного отдыха возможно для людей разного возраста. Особенно такой вид катания очень актуальный для детей, потому что является полезным для развития и роста ребенка. С целью уменьшения угрозы здоровью и жизни рекомендуется использовать средства индивидуальной защиты, но и они не обеспечивают полной защиты от травм и повреждений. Спортивная одежда, которая специально предназначена для катания на роликах, особенно для детей, на рынке товаров практически отсутствует. Поэтому создание качественной с точки зрения эргономики и дизайна детской одежды для занятия роллер спортом является актуальной задачей.

Результаты опроса пользователей (родители детей, тренеры), а также исследования условий эксплуатации детской одежды [1], которую используют во время катания на роликах, позволили разработать требования к ее проектированию [2].