

вар компаниям, желающим выгодно преподнести свою продукцию потребителю. Поэтому спектр изобразительных средств становится достаточно широким, как и стилевые решения иллюстраций.

В современных реалиях можно выделить следующие направления:

Абстрактная иллюстрация, геометрический дизайн. Гармония простых геометрических форм, минималистичные или сложные композиции из них.

3D-иллюстрации. 3D-дизайн продолжит завоевывать пользователей. В 2021 году дизайнеры будут создавать композиции с трехмерным графическим дизайном, сочетать фотографии и объемные предметы.

Неоновые иллюстрации. Этот тренд навеян компьютерными технологиями и техническими достижениями. В графическом дизайне футуризм часто выражается в ярких и перенасыщенных цветах, которых не существует в природе. Активно будет применяться эффект неоновой свечености.

Изометрические иллюстрации. Трехмерные объекты на двухмерной плоской поверхности, сочетая яркие цвета или градиенты и футуристические формы.

Упрощенные иллюстрации: плоский цвет и ограниченная палитра. Такое сочетание простоты создает активную атмосферу и делает акцент на персонажах и абстрактных формах.

Линии и минимализм. Рисование линий – легкий, упрощенный стиль иллюстрации. Минималистский дизайн использует только самые необходимые, тонкие линии и очень ограниченную цветовую палитру.

Рисованные иллюстрации. Рисование от руки дает возможность расслабиться от активной, технологичной и шумной жизни. Как акварельные, так и doodle-иллюстрации становятся более подробными.

Мультиэкспозиции. Многократная экспозиция создается при наложении нескольких фотоснимков друг на друга. Такой подход позволяет создать рисунок, который будет лучше передавать детали и настроение, чем отдельная фотография.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Феддег, М. Иллюстрация: в чем ее смысл / Мауни Феддег. пер. с англ. Самарина А. – Альпина Паблишер, 2018. – 96 с.
2. История газетно-журнальной иллюстрации: Сб. статей. Ч. I / Сост.: О. Н. Ансберг, Е. С. Сониная. – СПб.: Свое издательство, 2016. – 112 с.

УДК 74.01

РОССИЙСКИЕ FASHION-БРЕНДЫ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Тимохович А.Н., к.п.с.н., доц., Файзуллина А.В., студ.

*Государственный университет управления,
г. Москва, Российская Федерация*

Ситуация на российском рынке динамично развивается. Бренды борются за своих потребителей и используют для коммуникации с ними различные каналы и средства. На сегодняшний день для увеличения своей целевой аудитории бренды активно исполь-

зуют интернет-технологии, создают свои сайты, регистрируют аккаунты в социальных сетях: ВКонтакте, Instagram, Facebook и Tik-Tok. Чтобы выделиться среди конкурентов и дифференцироваться в сознании целевой аудитории, бренды стараются создавать уникальный контент для размещения в социальных сетях, с профессиональными фотографиями и видеоматериалами. Российские fashion-бренды также активно представлены в социальных сетях.

Проведем анализ аккаунта в социальной сети Instagram Татьяны Парфеновой (@tatyana parfionovamoscow). Татьяна Валентиновна Парфёнова – российский модельер и дизайнер одежды, работающая в Санкт-Петербурге. Основатель и руководитель собственного модного дома «Татьяна Парфёнова».

Московский магазин петербургского дизайнера напоминает музей искусства, так как содержит уникальные платья со сложнейшей вышивкой, безупречно сконструированные костюмы и пальто, которые выглядят на уровне арт-объектов.

Модный дом «Татьяна Парфёнова» основал свою деятельность на принципах, которые отражают высокие этические ценности. Коллекции создаются с учетом бережного отношения к животным и окружающей среде. В изделиях не используется натуральный мех, и большое внимание уделяется поиску инновационных материалов. Интерпретация традиционного национального костюма разных народов находит свое отражение в коллекциях Дома моды. Связь с искусством, любовь к природе создали узнаваемый стиль Татьяны Парфёновой. Изделия ручной работы высокого качества, выполненные мастерами модного дома, выходят за рамки обыденности, их действительно можно отнести к произведениям искусства.

Модный дом Татьяны Парфёновой изначально был открыт в Санкт-Петербурге, однако, с недавнего времени представлен и в Москве. В связи с этим был открыт Instagram-аккаунт для московского дома моды. Проведя анализ аккаунта московского дома моды Татьяны Парфеновой по выделенным параметрам (количество и качество размещаемого материала, единое стилевое оформление контента, наличие специальных эффектов оформления ленты аккаунта, регулярность публикаций контента, направленность контента) можно сделать выводы о том, что во-первых, контент-мейкеры московского аккаунта пока находятся в стадии поиска концептуального решения, так как в аккаунте представлен эклектически выстроенный контент (в аккаунте модного дома в Санкт-Петербурге контент развит достаточно хорошо: присутствуют коллажи, единые линии в композиции, есть highlights и сторис, выкладываемые ежедневно); во-вторых, поскольку аккаунт для московского дома моды является достаточно молодым, разработчики апробируют разные концепты ведения аккаунта с точки зрения содержания и оформления, работают над стилевыми решениями.

Факт регистрации отдельного аккаунта Дома моды Татьяны Парфеновой в социальной сети Instagram свидетельствует о значимости коммуникации с аудиторией посредством социальных сетей.