

СОВРЕМЕННЫЕ ТКАНИ. ИСТОРИЧЕСКИЕ ПРООБРАЗЫ

Казарновская Г.В., к.т.н., доц., Мандрик А.В., асс.

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

Современные ткани характеризуются улучшенными структурами, интересными способами отделки и колористическими решениями, экономически и технологически выгодными компонентами. Они часто созвучны элементам традиционного народного ткачества. Это и многообразие в использовании характерных орнаментов, стилистически похожих рисунков ткани, ритмов, фактур, определенных колористических решений.

Так, отличительными характеристиками новых материалов являются заимствованные признаки:

– сочетание приемов ручного и машинного ткачества (мебельно-декоративные ткани, где в одном образце находят применение полотна современных методов обработки и методов, заимствованных у исторических мастеров);

– обогащение поверхности различными фактурными эффектами.

Значимое место в вариативном ряде современных тканей занимают образцы с традиционной культурной и исторической символикой, которая соотносится с определенным прообразом. Геометрический тканый или вышитый орнамент, построенный в поперечные композиции бордюрного характера, к примеру, находит явное отражение в системе построения убранства белорусских рушников. Ткани с изысканной объемной вышивкой, сочетаемой со стилизованными цветочными мотивами, проводят параллель с древними ткацкими традициями Китая.

Прослеживая развитие образов, эволюцию в формировании особенностей новых материалов, следует обратить внимание, что создание художественной стилизации, определение методов обработки и качества исполнения невозможно без традиций. В основе каждого нового тканого образца лежит история, без которой становится невозможной интерпретация современности.

ЦВЕТ В ОФОРМЛЕНИИ УПАКОВКИ

Некрасова В.А., ст. преп., Раковская В.О., студ.

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

Производители различных товаров используют разные маркетинговые ходы и инструменты для привлечения потребителей. Одним из важных аспектов в продвижении продукции является это цвет упаковки. Колористика – это специальная отрасль, которая занимается разработкой цветных упаковок для тех или иных товаров и изучает их востребованность для потребителей.

На выбор товара огромное влияние оказывает цвет упаковки, а вернее, субъективное восприятие того или иного цвета потребителем. Тяготение или неприязнь потребителя к какому-либо цвету обуславливается внутренним миром и состоянием человека, его психологическими особенностями, половой принадлежностью, возрастом, социальным статусом, а также привычками и обычаями, сложившимися там, где он живет. Создавая брэнд, маркетологи должны хорошо знать как отдельные потребности целевой группы, так и её мировоззрение в целом, поскольку оно определяет и гамму цветовых пристрастий. Цвет также влияет на соматосенсорные механизмы восприятия вкуса.

В настоящее время подбор цвета, вкуса и других характеристик продукта