

Таблица 1 – Сравнение традиции косплея в СНГ и Японии

Наименование показателя	Страны СНГ	Япония
Популярность движения	Интерес начинает проявляться. Появление на публике в образе вызывает небывалый интерес	Очень популярен. На человека в костюме не обращают особого внимания
Наличие аксессуаров	Есть магазины, которые специализируются на продаже одежды для косплееров, но при этом цены очень велики	Существует огромное количество производителей, которые выпускают костюмы, парики и аксессуары для косплея по низкой цене
Костюмы	Участники стараются сделать всё сами, что ценится намного больше, чем покупной вариант	В основном покупают уже готовые костюмы и образы

УДК 747

АНАЛИЗ ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ СРЕДСТВ ВИЗУАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ ЗОН КУЛЬТУРНОГО И ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО ОТДЫХА

Лазарева А.А., студ., Самутина Н.Н. к.т.н., доц.
Витебский государственный технологический университет
г. Витебск, Республика Беларусь

Цель работы – проанализировать проблемы организации средств визуальной коммуникации зон культурного и интеллектуального отдыха. Городская среда, создаваемая усилиями поколений горожан, является безусловной ценностью и частью того социального и общественного капитала, на базе которого развивается все остальное – бизнес, культура, жизнь городских сообществ. Средства визуальной коммуникации – важный элемент городской среды, и составляющая культурного ландшафта. Визуализация – это метод ориентировки в окружающем пространстве и средство представления о мире в других измерениях и плоскостях. Визуальность заключается в том, что при восприятии объекта коммуникации, достоверность не является главным критерием оценки, на первый план выступают эмоциональные и эстетические оценки, которые побуждают или к определенным действиям, или к ответным эмоциям.

Отдых – это многогранное понятие, которое означает как полный покой, так и смену деятельности. При этом цель всех видов отдыха одна – восстановление сил, избавление от последствий хронического влияния стрессов, в том числе психоэмоциональных. Культурный отдых – это те виды деятельности, которые обогащают духовно, развивают и приближают к знанию. Факторы, которые влияют на развитие зон отдыха:

- использование транспортных средства для перемещения по городу, следовательно,

увеличение загазованности территории;

- компьютеризация современного общества, благодаря которой непосредственное общение в общественных местах города заменяется общением в интернете, а значит выход человека из дома часто обусловлен лишь утилитарной целью.

Под влиянием ряда факторов городская среда превращается в зону дискомфорта для горожан с точки зрения возможностей для общения. В связи с этим возникает проблема создания такого городского ландшафта, который способствовал бы оптимизации общения между людьми в условиях большого города. Культурные зоны отдыха бывают: активные и пассивные. Активными зонами отдыха в черте города в основном являются парки, аттракционы, велодорожки. Зонирование территории парка предполагает выделение нескольких планировочных областей: входная, прогулочная, культурно-просветительская, ландшафтно-экспозиционная, спортивная, включающая велодорожки и площадки, место для детского отдыха, хозяйственные постройки, место для транспорта. Территория входной зоны может быть использована для размещения визуальной информации о мероприятиях, проходящих на территории парка. Ландшафтно-экспозиционную зону можно использовать для проведения выставок и фестивалей, культурного и интеллектуального отдыха. В составе проекта планировки должны быть проработаны объёмно-пространственные решения, которые хорошо сочетаются с обликом окружающих его жилых кварталов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Губина, А. В. Визуально привлекательный городской ландшафт как зона комфортного общения / Е. В. Губина, А. В. Губина // Визуальная коммуникация в социокультурной динамике: сб. статей II Междунар. науч. конф. (24–25 ноября 2016 года) / под ред. Н. Ф. Федотовой. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2016 – с. 133-136.
2. Самутина, Н. Н. Семиотика городской среды / Н. Н. Самутина, А. М. Соснина // Тезисы докладов 51 Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов / УО «ВГТУ». – Витебск, 2018. – С. 180-181.

УДК 7.036.8

ЖАН-МИШЕЛЬ БАСКИЯ. ПУТЬ К УСПЕХУ

Толобова Е. О., доц., Кулешкова В. А., студ.
*Витебский государственный технологический университет
г. Витебск, Республика Беларусь*

Жан-Мишель Баския – американский художник. Прославился сначала как граффити-художник в Нью-Йорке, затем как успешный неоэкспрессионист. За свою недолгую жизнь художник сумел создать нечто уникальное и вывел неоэкспрессионизм на новый уровень.

Мать Жан-Мишеля заметила интерес ребенка к рисованию и всячески поощряла его устремления. Они часто рисовали вместе и ходили в музеи. В возрасте шести лет Жан-Мишель стал младшим членом Бруклинского музея. Многие события в его личной жизни повлияли на формирование художественного стиля художника. Баския и его друг Аль Диас создали стрит-арт группу и назвали её SAMO. «SAMO – это было что-то вроде псевдорелигии, выдуманной нами в противовес существующим ценностям», – так звучал лейтмотив деятельности будущего новатора.