

RUSSIAN ART EMBROIDERY AS PART OF ART CULTURE

Valkevich S. I.

Shuya branch of the Federal State Educational Institution of Higher Professional Education «Ivanovo State University» Russia, (155908 Shuya, street Sverdlova, 125-a, 15), e-mail: svalkevich@yandex.ru

The study of Russian art of embroidery as part of culture. Determined that the architectonic art refers to a traditional folk Russian costume. It is proved that in Russian costume of embroidery ornaments by symbolic sign system fixed idea, information, broadcast sense. It is concluded that a set of characters forms kulturotekst representing the world of culture and the culture of peace at the same time. It is proved that the archaic Russian embroidery thanks to its main quality (visual, visibility) itself is capable provide substantial assistance at reconstruction the traditional pictures of the world in identifying inside her systemic and structural interconnections that can hardly be viewed by other kinds of popular culture. Concludes that the embroidery pattern, ie text serves as a complex semiotic information structure, and is the center of the relationship owner suit with ornamental embroidery and as consumer communication. The relationship of our time with the previous millennia through national embroidery as informational material. And also determined that archaic embroidery is a form of information culture.

РУССКИЙ КОСТЮМ В ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОМ КОНТЕКСТЕ

Валькевич С.И.

Шуйский филиал ФГБОУ ВПО «Ивановский государственный университет»
(155908г. Шуя, Ивановской обл., ул. Свердлова, д.125-а, 15),
E-mail: svalkevich@yandex.ru

Проведено исследование русского костюма в историко-культурном контексте. Определено, что в разные исторические периоды под влиянием политических событий костюм изменялся. Доказывается, что, несмотря на внешние воздействия, костюм имеет характерные для русского костюмного комплекса отличительные признаки, устоявшиеся до принятия христианства. Делается вывод, что функции костюма - магические, ритуальные, социальные, возрастные, профессиональные, эстетические - несут вполне определенную символическую нагрузку и сохранились до XX века. Рассмотрение костюма в многовариантности его функционирования в культуре, в его неизменной причастности к динамике культурно-исторического развития позволяет говорить о костюме как о своеобразной универсалии культуры. Костюм выражает индивидуальность этноса и видоизменяется вместе с человеком и человеческим обществом.

RUSSIAN COSTUMES IN HISTORICAL AND CULTURAL CONTEXT

Valkevich S.I.

Shuya branch of the Federal State Educational Institution of Higher Professional Education «Ivanovo State University» Russia, (155908, Shuya, street Sverdlova, 125-a, 15),
e-mail: svalkevich@yandex.ru

The study of Russian art of costume in the historical and cultural context. Determined that in different historical periods influenced by political developments costume change. It is proved that, despite external influences, the suit has the characteristic features of Russian costume complex, established prior to the adoption of Christianity. It is concluded that the symbolic function of costume magic, ritual, social, age, professional, well-defined aesthetic carry symbolic meaning and survived until the XX century. Consideration of the suit in a multivariate its operation in culture, in his constant involvement in the dynamics of cultural and historical development suggests the suit as a kind of universal culture. Costume expresses individuality and ethnos modified together with man and by human society.

РЕКЛАМА НА НИШЕВЫХ ТЕЛЕКАНАЛАХ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Гришанин Н.В., Горбачевич Ю.В.

НОУ ВПО «Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов»
(Санкт-Петербург, ул. Фучика, 15),
e-mail: nikitag@bk.ru

В 2015 году Россия должна перейти на цифровое вещание. Это означает значительные перемены на телевизионном рынке, шаг в новую телевизионную эпоху, а также переход на новую модель телевидения. Изменения приходят не одномоментно, поэтому новые тенденции видны уже сейчас. В первую очередь, это дальнейшая сегментация зрительской аудитории. Зритель теперь выбирает каналы с наиболее подходящим именно ему контентом. И выбор у зрителя богатый. Помимо крупных медиаресурсов в России интенсивно развиваются так называемые каналы по интересам, более часто называемые нишевыми. В данной статье авторы, проанализировав тенденции изменения в российском телевидении, описали характер изменений в рекламной коммуникации технологии product placement. Материалом исследования послужили публикации в российских и иностранных источниках о технологии product placement, контент-анализ использования технологии product placement на нишевых каналах российского телевидения.