

МОСКВИЧКА



В ЭТОМ ВЫПУСКЕ

<p>ИСТОРИЯ АЗИАТСКИХ КОСТЮМОВ Стр. 2-3</p>	<p>КАКОЙ БЫЛА КОСМЕТИКА ДО XXI ВЕКА Стр. 3-4</p>	<p>КАК APPLE СДЕЛАЛА СОСТОЯНИЕ НА iPhone Стр. 4</p>
---	---	--



@MOSCKVICHKA

Подписывайся на наш телеграмм-канал

О чем этот выпуск?

Февраль и март были насыщены событиями школьной жизни: театральные постановки, региональные этапы ВСОШ, День Защитника Отечества, Международный Женский день и, конечно же, окончание четверти и долгожданные каникулы.

21 февраля в старшей школе состоялась литературная гостиная, посвященная любви в самом широком смысле. Ребята с 5 по 11 класс, которые занимаются сценическим словом и сценической речью, представили на суд зрителям свою любовь к произведениям русской литературы.

К 8 марта ученики начальной и старшей школы подготовили концерт, растопивший сердца учителей, мам и бабушек.

21 марта в театре «Вернадского 13» состоялся отчет театральной студии. Участие в постановках приняли первые и вторые классы, а также старшеклассники.

Мы надеемся, что завершающая четверть 2023-2024 года будет также полна на события и положительные эмоции, а старшеклассники совершат финальный рывок в подготовке к экзаменам.



Алиса в Зазеркалье

8 и 13 февраля в театре «Вернадского 13» состоялись два показа спектакля «Алиса в зазеркалье» по одноименной сказке Льюиса Кэрролла. Режиссёром является Юлия Алексеевна Хлебникова, музыкальным и художественным руководителем – Лариса Николаевна Колесник.

Главная героиня Алиса попадает в сказочный мир Зазеркалья прямо на шахматную доску. Но она всего лишь и пешка, и ей предстоит дойти до противоположного края игрового поля, чтобы стать королевой. По пути ей встречаются разные интересные персонажи, которые иногда помогают ей: Белая и Чёрная королевы, Тилибом и Тарарам, Шалтай-Болтай, Белый король, Лев и Единорог, Белый рыцарь и многие другие.

Жанр «Алисы в зазеркалье» - абсурд, который сложен для восприятия и понимания: в тексте огромное количество персонажей, диалоги сумбурны и замысловаты, и вначале у зрителя создается впечатление, что сказка абсолютно бессмысленна. Но это не так. Каждое действие, фраза, действие имеют определённую чёткую логику, сложную для понимания. Но, несмотря на сложность произведения, юные актёры смогли

увлечь зрителя этим сложным произведением Льюиса Кэрролла.

Первый показ был для взрослой аудитории – родителей, учителей и учеников старшей школы. По словам Ларисы Николаевны, художественного руководителя школьного театра, этот спектакль «был вопреки». За несколько дней начались проблемы: заболела часть актёров и срочно пришлось искать им замену, но даже не смотря на эти трудности, юные артисты прекрасно справились с поставленной задачей.

Второй показ был для начальной школы. Сложность его заключалась в том, что взрослые и дети реагируют на одни и те же вещи абсолютно по-разному: там, где мы привыкли слышать смех, стояла абсолютная тишина, но зато он раздавался в совершенно неожиданных местах. Ко всему прочему, малыши реагируют громко и бурно, что может сбивать актёров. Но артисты справились и с этим, и наши юные зрители вышли из зала в полном восторге.

НАША РЕДАКЦИЯ

Главный редактор

Екатерина Приймачук

Выпускающий редактор

Вероника Михайловна Дровникова

Редакторы статей

Лазаренко О.В., Туаева И.В.,

Джуха М.И.

Администратор ТГ канала

Яна Сергунина, Дарья Полканова

Наши авторы

Кот в мешке

Ростислав Саракович

Гусакова Дарья

Мария Инякина

Александр Николаев

На грани традиции и современности: история азиатских костюмов

В феврале наступил китайский Новый Год. Весь центр Москвы был красиво украшен фонариками в восточной тематике. Вдохновившись всем этим убранством, я захотела посвятить статью моде стран Восточной Азии.

Не только меня впечатлила восточная индустрия. Многие мировые бренды в своих произведениях ссылаются на национальные костюмы Азии. К примеру, в 2011 Louis Vuitton представил коллекцию, созданную по мотивам китайского платья «ципао».



Что же так воодушевило эту известную компанию и как традиционный китайский женский костюм связан с феминизмом? Давайте разбираться. Ципао — это классическое китайское платье, которое обычно делается из шелка и расшивается традиционными узорами.

Внешний вид костюма пережил много изменений. Каждая из «версий» ципао отражает определенный период китайской истории. Например, тот вид платье, с которым мы знакомы по фильмам и аниме, появился в 60-х годах прошлого века и носился шанхайскими светскими дамами.



А вот изначальный крой костюма появился во время маньчжурской династии Цин. Костюм представлял из себя длинный свободный «халат» с разрезами по бокам. Они были сделаны для удобства владельца одежды - с ними легко было ездить на лошади и стрелять из лука. Такой вид «ципао» называется «чанпао». Его носили как мужчины, так и женщины.

Удивительно, но это лишь одна версия появления платья. Существует еще две. Одна из них гласит, что «ципао» это исключительно современный наряд, во многом вдохновленный западом. После свержения династии Цин, женщинам запретили носить «ципао» и демонстрировать свою фигуру. Тогда этот наряд стал настоящей формой протеста. Девушки, носившие это платье, бунтовали против стереотипов и установок, демонстрировали свою независимость. Надевая такой «провокационный» по тем временам костюм, женщины также боролись за базовые права: образование, возможность строить карьеру и право голосовать. Именно в 1920-1949 эта одежда «осела» в гардеробах китайянок.



Во многом этому помогла Сун Цилин - политическая деятельница Китая. Она поддержала этот протест и тоже начала носить «ципао». В итоге женщины добились своего, и в 1927 году правительство объявило костюм женской национальной одеждой.

Существует еще одна версия китайского традиционного костюма-ханьфу. У этой одежды четырехтысячелетняя история! Впервые его надела императрица Лэйчжу, а во время династии Шань костюм приобрел свой классический вид: длинная верхняя одежда «И» и юбка «Чан».

Любопытно, что ханьфу в некотором смысле поспособствовал социальной стратификации в Китае.

Статус людей можно было различить по длине юбки и ширине рукавов. Как и ципао, ханьфу не всегда был национальным китайским костюмом. Некоторое время он был под запретом для жителей Поднебесной из-за государственной политики, а после Синьхайской революции ее руководители не захотели возражать традиции, и народ перенял европейскую моду. Но сейчас китайцы постепенно начали возвращать ханьфу. Появилось целое движение по возвращению наряда. Оно называется «ханьфу фусин».



А теперь познакомимся с более известным национальным одеянием. Кимоно - традиционный костюм страны Восходящего Солнца, популярный и известный по всему миру. Его стилизации часто можно увидеть на модных показах именитых дизайнеров. Некоторые японцы даже носят его на постоянной основе. Сам термин «кимоно» имеет широкое значение. Его можно использовать для обозначения любой одежды.

Продолжение на стр. 3

окончание

На грани традиции и современности: история азиатских костюмов

Однако постепенно понятие сузилось, и теперь, упоминая кимоно, люди обычно имеют в виду шелковый наряд, напоминающий длинный, прикрывающий лодыжки халат.

Свое начало кимоно взяло в пятом веке, и его создатели вдохновлялись китайским ханьфу. Однако, современный вид одежда приобрела в период Хейянь.



Интересно, что у этого наряда есть целая система классификации! Женское кимоно бывает разных видов. Например, Куротомесодэ - эти наряд для официальных мероприятий и подходит только для замужних женщин. Такое одеяние японки-матери часто выбирают на свадьбу их дочерей. А вот Фурисодэ, наоборот, надевают незамужние молодые девушки на церемонию совершеннолетия. Но если вы туристка, приехавшая в Японию, и боитесь быть неправильно понятой, то смело можете надеть цукесагэ. Это более скромный костюм подойдет любой женщине независимо от ее статуса, возраста и семейного положения.

Последний, но не по значению корейский ханбок достаточно сильно отличается по крою от

кимоно и ханьфу. До середины 60-х годов прошлого века костюм был повседневной одеждой населения.

Традиционный женский ханбок состоит из: «чимы» или «чхимы» (длинной широкой юбки), и блузки/жакета «чогори». Поверх наряда надевается пальто «вонсам». Каждая из вещей имеет свои особенности и виды. Юбка может однослойной, многослойной или даже стеганой, а подол ее традиционно украшается вышивкой. Чогори отличается изящностью и пышностью.

Обычно манжеты жакета украшаются кружевом, а вырез всегда имеет треугольную форму. А на воротник крепится тончжон - тесьма белого или черного цвета. Сейчас ханбок переживают новую волну популярности. Хоть корейцы и надевают его только на официальные мероприятия, костюм начали регулярно демонстрировать на модных показах в Сеуле. В Южной Корее есть целое fashion направление, которое занимается дизайнерской модификацией национальной одежды.



Как я уже говорила, мировые дизайнеры часто используют идеи и фасоны традиционной одежды. Они расшивают костюмы золотом, используют преимущественно красные цвета. Часто на показах можно заметить азиатские принты и вышивки. Вот так выглядит современный симбиоз Востока и Запада, дарящий нам новые модные произведения искусства.

Автор: Мария Инякина

Какой была косметика до XXI века и как она изменилась?

Сегодня бьюти-бренды гонятся за открытием новых формул и волшебных

компонентов, способных за пару минут реанимировать «реактивную» кожу. Рынок пестрит бесконечным количеством этикеток, и в магазинах у покупателя разбегаются глаза, что же взять для своих синяков под глазами и шелушащихся губ.



САМОЕ НАЧАЛО

Косметика – и декоративная, и ухаживающая – существует примерно столько же, сколько и сам человек.

Все косметические средства в древности делали из различных природных компонентов – растений, минералов, продуктов жизнедеятельности животных. Так, люди смывали грязь с кожи с помощью золы и речного песка. Напоминает современные скрабы, не так ли? А увлажняли ее с помощью молока, меда, древесных соков и других средств. В общем, древняя косметика была отчасти похожа на современную – и по компонентам, и по эффектам. Ей разве что не хватало немного технологичности и красивой упаковки.

НАУЧНЫЙ ПОДХОД

Существует распространенный миф, что в Средние века люди не следили за гигиеной – отсюда и бесконечные эпидемии. Но это не совсем так. Этот период можно назвать буквально расцветом в некотором роде бьюти-индустрии. Ароматические смолы и масла, кремы для смягчения кожи, средства для эпиляции и краски для волос, составы для чистки зубов – все существовало уже тогда: именно в Средние века появились предубеждения о «женских чарах» – изменении с помощью косметики. Впрочем, только мужчины верили в подобную трансформацию и использовали белила для лица.

ЭПОХА КИНЕМАТОГРАФА

Декоративная косметика сделала скачок в своем развитии с появлением кино, точнее, чуть позже – в начале XX века. Камера подмечала все особенности кожи актеров: пигментацию, мимические морщинки, акне, синяки под глазами. И нужны были средства, которые замаскировали бы эти дефекты и при этом выдержали яркий свет на площадке.

Продолжение на стр.4

Окончание Какой была косметика до XXI века и как она изменилась?

Популярность приобрели плотные тональные основы и пудры с матовым покрытием. Одним из основных компонентов этих косметических средств был тальк: он обеспечивал максимально ровное покрытие. Сейчас такие средства кажутся не лучшим выходом. Дело в том, что они слишком «тяжелые» для кожи и забивают поры. Тренд на такой плотный макияж сохранялся долгое время – до 1960–70-х годов.

После смывания такого слоя макияжа ухаживающие средства, особенно увлажнения, были особенно важны. В Советском Союзе даже появилось легендарное средство – крем «Детский». Девушки использовали его и для рук, и для лица, потому что со своей основной задачей – увлажнением – он справлялся прекрасно. И еще одно нововведение в ухаживающей косметике – появление антивозрастных средств. Люди стремились сохранять свою молодость и маскировать признаки старения.



До 2010-х ухаживающая косметика развивалась постепенно. Появлялись средства с коллагеном, ретинолом, силиконами и другими инновационными компонентами.

АЗИАТСКИЙ БУМ

Ситуация кардинально изменилась, когда на международный рынок массово вышли азиатские бренды ухаживающей косметики. Сначала любовь публики завоевали очаровательные яркие упаковки и непривычные форматы средств. Гидрогелевые патчи, клейкие полоски для носа, подбородка и лба, тканевые и пенящиеся маски превратили бьюти-рутину еще и в развлечение.



СЕЙЧАС

Уход за кожей по-прежнему играет важную роль в нашей жизни. И мы подходим к его выбору с особой щепетильностью. Пытаемся разобраться в эффектах и составах. Многие сегодня обращают внимание именно на экологичность продукта. Именно поэтому все больше марок используют натуральные компоненты, отказываются от тестов на животных, упрощают форматы использования средств, чтобы успевать за нуждами потребителей.



Автор: Дарья Гусакова

Как Apple сделала состояние на одинаковых iPhone?

Акции корпорации последние пять лет стремительно растут, однако именно последние пять лет были самыми скучными за всю историю компании. Почему? Начиная с 2019 года Apple ежегодно перевыпускала один и тот же телефон, меняя лишь характеристики и положение камер. Среди других продуктов наблюдалась тенденция приведения дизайнов всех iPad, MacBook, iMac и т. д. к общему знаменателю. Так как же так вышло, что дизайн из года в год уже не радует нововведениями, а популярность корпорации, равно как и её денежный оборот, растут?

СПОЙЛЕР: ВСЕ ДЕЛО НЕ ТОЛЬКО В СТИВЕ ДЖОБСЕ.

Репутации Apple можно только позавидовать: кто-то её ненавидит, кто-то обожает, кто-то лоялен, но никто не в силах отрицать ее влияния на мировую индустрию

Качественная продукция, низкий процент браков, перфекционизм и желание сделать продукт, который будет завораживать, заслуживают уважения. Да и что там говорить, «яблочная» корпорация – это настоящая законодательница мод. В iPhone 14 появился «динамический остров», все сначала смеялись, потом стали популярны андроиды с такой же функцией. В iPhone 12 сделали плоские грани, все жаловались на неудобство, а потом, не поверите, стали популярны андроиды с такой же особенностью. И этот список можно продолжать бесконечно.

iPhone 11 Pro

iPhone 12 Pro



Но почему так? Приведу пример: люди покупают элитные сырки, которые стоят дороже обыкновенных, и, попробовав и оценив вкус, продолжают их брать, но не столько из-за вкуса, сколько из-за постоянно высокого качества. То же и с «яблочками». Эту ситуацию отлично описывает фраза одного техноблогера: «Я однажды опробовал андроид и теперь, понимая все преимущества Айфонов, не могу не купить себе следующий»? Культ высокого качества позволит Apple просуществовать еще не один десяток лет.

И многие скажут, что это очевидно, однако нет! Сейчас, через призму лет нам это очевидно. А в 90-е именно Стив Джобс положил начало созданию высокого качества и инноваций. Ни одна другая компания тогда не стремилась к идеалу, и поэтому первый Макинтош так всех впечатлил: люди просто не ожидали такого уровня исполнения. Проблема Apple в наши дни заключается в сокращении риска, а, соответственно, и инноваций, что и возмущает многих олдскульных фанатов.

Если вы хоть раз пользовались продукцией этой компании, отныне вы будете пользоваться ею всегда. И поэтому ни Гугл, ни Майкрософт не могут опередить Apple, ведь у них нет эффекта «привязанности» пользователей к их продуктам.

Говоря проще, недаром Тим Кук имеет собственную лабораторию – то, что делает Apple великой, – это тот опыт, который приносит даже самая простая презентация нового iPhone со старым дизайном, – это бесценное искусство.

Автор: Саракевич Ростислав