

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«ПОВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СЕРВИСА»
(ФГБОУ ВО «ПВГУС»)

На правах рукописи



АГАФОНОВА АНГЕЛИНА ВИКТОРОВНА

**ДИЗАЙН ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТКРЫТКИ.
ИСТОРИЯ И ПРАКТИКА ФОРМООБРАЗОВАНИЯ**

Специальность 17.00.06. – «Техническая эстетика и дизайн»

Диссертация на соискание ученой степени
кандидата искусствоведения

Научный руководитель:
доктор технических наук,
профессор
БЕЛЬКО Татьяна Васильевна

г. Тольятти 2020 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА 1. ЭВОЛЮЦИЯ ОТКРЫТОГО ПИСЬМА (ОТКРЫТКИ). ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ И ПРОЕКТНО-ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ АСПЕКТ.....	12
1.1. Основные этапы становления и развития открытого письма.....	13
1.2. Основные направления конструктивной трансформации формы открытых писем XIX-XX вв.	40
1.3. Классификация художественных открытых писем: функциональная специфика, жанровое и видовое своеобразие.....	45
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1	56
ГЛАВА 2. АНАЛИЗ КОНСТРУКТИВНЫХ ПРИЕМОВ И ТЕХНИК РАБОТЫ С БУМАГОЙ И ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ В ФОРМООБРАЗОВАНИИ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ОТКРЫТОК КОНЦА XX – НАЧАЛА XXI ВВ.	58
2.1. Проектно-художественные возможности бумаги. Основные направления объемно-пространственного моделирования	58
2.2. Специфика применения техники оригами в дизайне художественных открыток	68
2.3. Особенности использования техники поп-ап в формообразовании открыток.....	75
2.4. Классификация открыток на основе динамического формообразования	85
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2	95
ГЛАВА 3. ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ ОТКРЫТОК НА ОСНОВЕ АРХИТЕКТУРНОГО ОРИГАМИ И ДИНАМИЧЕСКОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ПЛОСКОСТИ	97
3.1. Анализ современных тенденций, проектных и технологических особенностей дизайна туристических открыток начала XXI в.	98
3.2. Разработка методических рекомендаций по дизайн-проектированию туристических открыток	106
3.2.1. Дизайн туристической открытки с объемно-пространственным изображением архитектурных памятников г. Сызрани	111

3.2.2. Дизайн полифункциональных туристических открыток г. Сызрани на основе динамической трансформации плоскости.....	117
3.2.3. Дизайн туристической открытки с образами г. Самары с трансформацией замкнутого цикла	124
3.3. Перспективы развития туристической открытки.....	127
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 3	134
ОБЩИЕ ВЫВОДЫ	136
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	139
ПРИЛОЖЕНИЕ 1	154
ПРИЛОЖЕНИЕ 2	233
ПРИЛОЖЕНИЕ 3	248

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы

Отечественный туризм является одной из наиболее перспективных отраслей национальной экономики. В последнее время он стал значимым социально-экономическим явлением как в масштабах страны, так и на мировом уровне. Благодаря массовому развитию международного туризма огромное количество людей получило возможность познакомиться с культурой других стран. Популяризация внутреннего туризма способствует расширению знаний по истории Отечества, помогает приобщиться к региональным традициям и обычаям, увидеть новые достопримечательности, поддерживает воспитание в молодом поколении патриотических чувств к Родине.

Развитие туризма оказывает влияние на развитие связанных с ним сфер бизнеса, например, таких, как дизайн и производство сувенирной продукции. На сегодняшний день эта область представлена широким спектром товаров как промышленного производства, так и изделиями народного творчества. Традиционным видом сувениров являются туристические открытки. Их популярность среди путешественников начала расти практически сразу с момента появления первых открытых писем в конце XIX века. В основном это были видовые открытки с фотографиями городов, сел, достопримечательностей, изображениями бытовых сценок из жизни различных слоев общества, а также почтовые карточки с рекламой популярных курортов. Впоследствии туристические открытки XIX-XX вв. стали незаменимым историческим и краеведческим источником для научной и музейной деятельности.

В результате цифровой революции появились новые возможности хранения, представления и передачи информации. Произошла трансформация коммуникативных функций туристической открытки: вместо почтового средства обмена сообщениями, открытка стала миниатюрным арт-объектом, связанным с памятью о прошедшем событии, поездке. Эти преобразования позволили открытке оставаться одним из востребованных видов туристического сувенира. Об этом свидетельствуют и данные опроса 2017 года, который проводился

Туристским информационным центром (ТИЦ) Самарской области на тему «Какой сувенир хочет увезти турист из Самарской области?», где в категории полиграфической продукции одно из лидирующих мест заняла туристическая открытка.

Конкуренция на рынке сувенирной туристической продукции требует новых подходов в области производства открыток, создания новых ярких образов и оригинального дизайна. Для решения этой задачи, в первую очередь, необходимо рассмотреть историю развития художественной открытки, эволюцию приемов графической и тектонической выразительности. Благодаря своей универсальности открытка использовалась в различных сферах общественной жизни, поэтому любые политические, социально-экономические изменения, оказывали влияние на ее социокультурную роль. Кроме того, эстетика открытки, ее форма, художественный образ находятся под влиянием особенностей визуального восприятия, определяются спецификой визуальной среды современной ей эпохи.

Как продукт дизайна открытка обладает одной важной чертой – тесной связью внешней формы и функции, поэтому любые функциональные изменения оказывают влияние на ее формальные качества. Смена коммуникативных функций, освобождение от чисто утилитарной почтовой роли отразились и на внешнем виде открытки. Так, уже с конца XX века понятие «открытка» объединила в себе многие виды продукции: от полиграфических изданий различных форм и размеров до виртуальных продуктов – электронных открыток (e-card).

Туристическая открытка в XXI веке, как опредмеченный символ определенного географического места, вновь актуализирует традиционные формы бумажной пластики. Поэтому поиск новых форм в дизайне туристической открытки целесообразно проводить с использованием опыта традиционных и современных бумажных техник, вследствие чего в данном исследовании проводится анализ конструктивных приемов и техник работы с бумагой. Особое внимание уделяется объемному бумажному моделированию, а также приемам

динамического формообразования как перспективному направлению дизайна туристических открыток.

Таким образом, выявление новых путей дизайн-проектирования оригинальных туристических открыток, востребованной сувенирной продукции, невозможно без обращения к истории развития открытки, анализа и научного описания приемов и техник работы с бумагой, чем обуславливается **актуальность** данного исследования.

Источники исследования включают в себя 3 группы:

1. Исследования по истории развития открытого письма, справочная литература по филокартии и коллекционированию, периодические издания, каталоги, мемуары.
2. Исследования, посвященные бумагопластике, техникам и приемам бумажного конструирования и моделирования, техническая литература и учебные пособия по полиграфии и дизайну, а также публикации, освещающие основные вопросы визуального восприятия художественных объектов, проблемы динамики в искусстве и культуре.
3. Исследования, публикации и учебные издания по основам коммуникации, а также по теории и практике туристской деятельности, особенностям и перспективе развития данной отрасли, а также исследования по вопросам туристической сувенирной продукции.

В первую группу вошли книги и публикации, посвященные изучению истории развития и классификации художественных карточек XIX-XX вв., авторами которых являются известные филокартисты, коллекционеры: Я.М. Белицкий, Г.Н. Глезер, М.С. Забочень, Н.С. Тагрин, Э.Б. Файнштейн и многие другие; исследования семиотической природы открытых писем, представленные Е.В. Ивановым; результаты изучения открытки как предмета графического искусства: М.В. Нащокина, М.Я. Чапкина и др.; диссертационные исследования открытки как источника исторических, документальных, культурологических знаний: А.Н. Ларина, Н.А. Мазохина, А.Е. Родионова, М.В. Самбур.

В ходе исследования были изучены почтовые карточки и открытки разных

временных периодов, которые находятся в свободном доступе в сети Интернет, в каталогах и альбомах, частных коллекциях, музейных и выставочных фондах.

Вторую группу источников составили книги и энциклопедии по традиционным бумажным техникам: оригами (С.Ю. и Е.Ю. Афонькины, В. Бескровных, В.В. Выгонов), рор-уп (П. Джексон, Т.М. Столярова); учебные пособия по конструированию и макетированию, рассматривающие особенности, основные приемы и способы работы с бумагой. Кроме того, в ходе исследования была изучена литература по истории, теории и методологии дизайна таких авторов, как С.М. Михайлов, В.Ф. Рунге, И.А. Розенсон, О.В. Чернышев, В.Б. Устин и др., а также учебная литература по основам композиции и объемно-пространственного формообразования для студентов художественных и архитектурных вузов.

В основу классификации приемов динамической трансформации бумажной плоскости легла информация, полученная из широкого спектра публикаций, начиная с методических разработок Баухауза и ВХУТЕМАСа, заканчивая изданиями ВНИИТЭ и экспериментальными работами по динамическому формообразованию таких художников и ученых, как В.Ф. Колейчук, А.Н. Лаврентьев, А.И. Волков и др. Важная информация о технических особенностях бумаги, ее видах и свойствах была получена из пособий по полиграфической деятельности и литературы по истории появления и развития бумаги (А.П. Балаченкова, С.М. Кочетова, И. Сэнсом). Важную часть источников составила группа исследований по визуальному восприятию как с точки зрения физических и физиологических процессов (И.Д. Артамонов, Ш. Ульман, Р.Л. Грегори), так и в качестве социокультурного фактора (Р. Арнхейм).

Третью группу источников составили учебно-методическая литература по основам коммуникации (В.Б. Кашкин, Д.П. Гавра, Б.В. Марков и др.), для определения места открытки в современном обществе, ее роли в коммуникационном процессе; книги, учебники и публикации по теории и практике туристской деятельности, для определения особенностей туристической открытки как специфического средства коммуникации и особого вида сувенирной

продукции (М.Д. Сушинская, А.Г. Бутузов); методологические и философские исследования в сфере дизайна и производства различных видов сувениров Т.Ю. Быстровой.

Цель и задачи диссертации

Цель диссертационного исследования состоит в разработке теоретических и практических основ дизайн-проектирования туристических открыток с использованием динамического формообразования. Для достижения поставленной цели решены следующие задачи:

- определены основные этапы развития открытого письма, выявлены их особенности;
- проанализирована история конструктивной трансформации открытых писем, выявлены причины модификации формы;
- разработана классификация открытых писем;
- проведен анализ основных технологических приемов и техник работы с бумагой, используемых в дизайне открыток;
- выявлены методы динамического формообразования открыток;
- дано определение понятия «туристическая открытка, определена специфика с точки зрения функционального и художественно-проектного значения;
- на основе анализа проектных и технологических особенностей дизайна открыток определены современные тенденции проектирования туристических открыток;
- разработаны практические рекомендации по дизайн-проектированию туристических открыток.

Объект, предмет, материал и границы исследования

Объектом исследования являются открытое письмо и туристическая открытка XIX - начала XXI вв.

Предметом исследования являются методы и принципы динамического формообразования современной туристической открытки.

Материалом для данной диссертационной работы послужили исследования по истории развития открытого письма, филокартические и современные образцы

открыточной продукции, были использованы разработки в области теории и практики бумажного конструирования и моделирования, объекты различных техник бумажного формотворчества, а также исследования в области дизайн-проектирования сувенирной продукции. Выбор и организация материала обуславливается целью и задачами диссертации.

Хронологические рамки исследования включают в себя период с 1869 г. – времени введения в обращение первых европейских почтовых карточек – до настоящего времени.

Территориальные рамки диссертационного исследования ограничиваются европейскими странами, как местом появления первых почтовых открыток, и территорией дореволюционной Россией, Советского Союза и постсоветского пространства.

Методы исследования:

Применялся ряд общенаучных методов (эмпирических, теоретических):

- *Сравнительный анализ* был необходим для выявления сходства и различия форм открыток на различных этапах существования.
- *Структурно-функциональный анализ* позволил использовать разработки в области теории и практики бумажного конструирования и моделирования в дизайне туристических открыток.
- *Системный анализ* определил технологический и производственный потенциал в области изготовления открыток.
- *Метод типологизации* помог классифицировать открыточный материал.
- *Проектно-графический анализ* выявил специфику художественно-выразительных средств, используемых при производстве современных открыток.

Научная новизна

Впервые открытка рассматривается как объект сувенирной продукции, с точки зрения особенностей ее формообразования, определяются базовые характеристики конструкции и тенденции развития художественной формы.

Проведен исторический анализ конструктивной трансформации открытки, выявлены причины модификации формы.

Предложена классификация, опирающаяся на взаимосвязь функционально-коммуникативных особенностей открытки и ее внешнего вида.

Проведен конструктивный анализ приемов и техник работы с бумагой и специфики их применения в формообразовании туристической открытки.

Сформулированы проектные и технологические особенности дизайна туристической открытки, определены основные принципы ее формообразования.

Разработаны методические рекомендации по дизайн-проектированию туристических открыток с использованием динамических приемов формообразования.

Положения, выносимые на защиту

Структурный анализ конструктивных приемов и техник работы с бумагой, используемых в формообразовании открыток.

Методические рекомендации по дизайн-проектированию туристических открыток.

Теоретическая и практическая значимость:

Собранные и систематизированные результаты исследования могут быть использованы при подготовке учебно-методических материалов для студентов направления подготовки «Дизайн» и дополнительного образования по дизайну и изобразительному искусству, при разработке рекомендаций для практикующих дизайнеров.

Практическая значимость состоит в реализации представленного в диссертационной работе материала при выпуске туристических открыток в промышленных масштабах на производственной базе ООО «Реклама» (г. Сызрань). Результаты исследования внедрены в производство, изготовлены опытные образцы для реализации в музеях, местах посещения туристами, в торговых точках на городских мероприятиях общим тиражом 400 шт.

Соответствие паспорту научной специализации

В соответствии с содержанием формулы специальности 17.00.06 «Техническая эстетика и дизайн» – взаимосвязь художественных и технологических факторов, средств, приемов и способов проектирования изделий,

процессов; формообразование и структуризация объектов проектирования; связь традиций и современности, исследован вопрос дизайна туристической открытки на основе динамического формообразования. Область исследования соответствует следующим областям исследования специальности: 7. Методы и средства теоретического и экспериментального исследования процессов проектирования и изделий дизайна; 11. Методы анализа свойств формы и материалов в проектируемых изделиях; 12. Методы формообразования и структурообразования художественных и промышленных изделий.

Апробация результатов исследования

Публикация тезисов в 3 сборниках конференций всероссийского и международного уровней: IX международная научно-практическая конференция «Наука – промышленности и сервису», ПВГУС, г. Тольятти 13-14 ноября 2014 г.; Международная научно-практическая конференция «Наука и образование в глобальном мире», посвященная 85-летию Западно-Казахстанского государственного университета имени М. Утемисова, г. Уральск, 19-20 октября 2017 г.; V Международная научно-техническая конференция «Дизайн, технологии и инновации в текстильной и легкой промышленности» (ИННОВАЦИИ-2018), РГУ им. А.Н. Косыгина, 14-15 ноября 2018 г. Участие в IV Всероссийской научно-практической конференции «Образ, знак и символ сувенира», 15 ноября 2018 г. Представлены в 8 научных статьях в том числе, 6 публикаций в журналах, входящих в перечень ВАК.

Выполнены опытные образцы туристических открыток общим тиражом 400 шт., результаты исследования внедрены в производственный процесс ООО «Реклама» (г. Сызрань) (Рис. П 3.32).

Структура и объем диссертации

Структура диссертации состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы и приложений. Общий объем работы – 273 страницы, из них: 153 страницы – основное содержание исследования, 120 страниц – приложение. Работа содержит 1 таблицу, 6 схем, 33 рисунка. Список литературы включает 167 наименований.

ГЛАВА 1. ЭВОЛЮЦИЯ ОТКРЫТОГО ПИСЬМА (ОТКРЫТКИ). ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ И ПРОЕКТНО-ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ АСПЕКТ

Глава I посвящена исследованию истории возникновения и развития открытого письма, определению основных этапов развития европейских и российских открыток с конца XIX до начала XXI в., выявлению их коммуникативных специфик. Особое внимание уделено анализу конструктивной трансформации формы открытки, выявлению функционально-коммуникативных, формообразующих особенностей открытых писем.

В диссертационном исследовании используются три термина, определяющих данный вид продукции и являющихся по сути синонимами: «почтовые карточки», «открытые письма» и «открытки». Тем не менее, между ними есть некоторые отличия, раскрывающие существенные признаки каждого термина.

Словосочетание «почтовая карточка» является базовым терминологическим понятием, распространенным в основном в западных странах. Его использование связано с «предпочтовой» историей открыток, а именно с поздравительными карточками, существовавшими в различных странах задолго до появления почтовых. В России почтовые карточки именовались «открытыми письмами», (сокращенно – «открытками»). Об этом упоминается в Почтово-телеграфном вестнике за 1911 год: «...переписка ведется исключительно на бланках художественных карточек, называемых публикою “открытками”» [107, с. 3].

В 1909 г. была предпринята попытка заменить термин «открытое письмо» на международный «почтовая карточка» [55, с.11]. В результате на адресных сторонах открыток можно было встретить три варианта надписей: «открытое письмо», «почтовая карточка», «открытка». Понятие «карточки почтовые» были приняты Комитетом стандартов мер и измерительных приборов при Совете Министров СССР в 1960 г. как Государственный стандарт [131, с. 4]. Также была введена регламентация типов и вариантов оформления советских почтовых

карточек. Тем не менее, в общественном сознании понятие «открытка» продолжало существовать.

Толковый словарь предлагает следующее определение термина «открытка»: «1) Почтовая карточка для открытого (без конверта) письма; 2) карточка такого формата с художественным изображением» [99, с. 472]. В данном случае основной определяющей категорией является почтовая функция открытки. Однако, в современном мире открытка не столько вид почтового отправления, сколько элемент социокультурной сферы, поэтому определять открытку только как разновидность почтовой карточки не совсем корректно, ведь «рамки этого термина слишком узки, они не охватывают огромную часть открыток и не отвечают понятию открытка в сознании современного общества и в сфере ее бытования...» [76, с. 43].

Таким образом, термин «почтовая карточка» является международным и определяет главным образом вид почтового отправления. «Открытое письмо» – понятие сугубо русское и в настоящее время его использование наиболее уместно для экземпляров, выпущенных до первых десятилетий XX века. «Открытка» – общий термин, обозначающий определенный вид издания, выполняющего как почтовые, так и особые коммуникативные функции.

1.1. Основные этапы становления и развития открытого письма

Появление открытых писем стало революционным шагом в истории развития почтовой службы и важной ступенью в эволюции межличностного общения. Будучи непосредственным участником процесса коммуникации, открытки чутко реагировали на любые процессы, которые происходили в обществе вследствие различных политических и социальных изменений. Это отражалось на их внешней форме, содержании иллюстраций, качестве печати, дизайне в целом. Историю развития открытых писем можно разделить на несколько основных этапов.

Первый этап развития открытого письма охватывает конец XIX века – время возникновения первых почтовых карточек в Европе. Их появление было

связано с исключительно практической необходимостью. Экономические изменения XIX в., вызванные развитием промышленности, наращиванием темпов производства, повлекли за собой ускорение самой жизни общества, что отразилось и на коммуникационных процессах. Для написания пространных эмоциональных писем требовалось много времени, поэтому предпочтение отдавалось коротким сообщениям, содержащим самую необходимую информацию. Существовавшие традиционные письма с конвертами своей громоздкостью и дороговизной не соответствовали коммуникационным особенностям бурно развивающегося индустриального общества. Появилась потребность в более простом и быстром средстве корреспонденции.

Первое предложение о выпуске открытого «почтового листка» поступило от Генриха фон Штефана – прусского почтового советника. Выступая на пятой Германской почтовой конференции 30 ноября 1865 г. [76, с. 26], он высказал предложение о создании почтового листа (постблатт), объясняя это тем, что «как трудно, например, находясь в пути послать своим родственникам краткое сообщение о своем прибытии или о высылке забытой вещи и т. д. В будущем будет возможно просто достать из бумажника почтовый листок, написать на нем карандашом нужное сообщение прямо в купе или на перроне и бросить в ближайший почтовый ящик или почтовый вагон». [47, с. 161] Однако, его предложение не было претворено в жизнь, поскольку участники конференции посчитали открытую форму письма неприличной, к тому же автором был назначен слишком высокий почтовый сбор.

Через два года были выдвинуты новые проекты по модернизации почтовой переписки: лейпцигский книготорговец Фридляйн предложил издать «универсальную корреспондентскую карточку» для распространения ее на комиссионных началах через почтовые отделения. Фирма «Пардубиц», также из Лейпцига, предлагала выпустить «универсальную корреспонденцарту», на которой одна сторона должна была быть чистой и предназначалась для адреса, а на второй могли быть напечатаны несколько фраз типа: «Удостоверяется получение последнего письма», «Отправитель благополучно прибыл»,

«Поздравляем наступившим радостным событием», «Свидетельствуем сердечное участие по поводу печального случая» и т.д. [4, с.91] Фразы предлагались на выбор: следовало зачеркнуть ненужное. Подобная карточка становилась печатным произведением и могла отправляться по почте по бандерольной таксе, которая была гораздо ниже почтовой.

26 января 1869 года Эммануил Герман, профессор-экономист Венской военной академии, выдвинул идею «О новом виде почтовой переписки». Основной проблемой внедрения, как и у Генриха фон Штефана, была осторожность общественности относительно использования открытых писем. В варианте Э. Германа письменное сообщение ограничивалось двадцатью словами, включая подпись и адрес получателя. Его предложение было принято Австро-Венгерским правительством без ограничений по тексту. Таким образом, появился новый вид корреспонденции, который стал не только важным шагом в развитии почтовой службы, но и создал новый формат общения. Открытая форма почтовой карточки, небольшое место для текста предполагало ограниченное количество передаваемой информации – только важное и необходимое. Благодаря экономичности, оперативности и многотиражности использование почтовых карточек увеличилось не только по количеству экземпляров, но и расширилось по географии отправок.

Первые открытки были выпущены в Австрии 1 октября 1869 г. Венским почтовым управлением, и назывались «Карточка для корреспонденции». Они представляли собой бланк из плотной бумаги желтоватого цвета, размер которого составлял 122x85 мм [55, с. 24]. Одна сторона предназначалась для текста, на ней располагались надписи: «Место для письменного сообщения» и «Почтовое учреждение за содержание сообщения не отвечает». Адресная сторона была окаймлена двойной декоративной рамкой размером 110x73 мм. В верхнем правом углу была отпечатана марка желтого цвета, на которой был изображен медальон императора Франца-Иосифа I, достоинством 2 крейцера. В верхней части карточки полукругом располагалась надпись «Корреспондент-карте», ниже – герб. В нижней части находились три линии. В начале первой было отпечатано

слово «кому», в начале второй – «куда», третья линия имела в середине пробел (рис. П 1.1). Говоря современным языком, дизайн первой почтовой карточки был сугубо утилитарным: количество использованных элементов ограничивалось необходимыми условиями для пересылки по почте (знак почтовой оплаты, адресная разметка) и выделением места для сообщения.

Очевидные преимущества открытого письма – экономия на бумаге, конверте и времени – превратили почтовые карточки в популярный вид отправления, поэтому довольно быстро почтовые карточки распространились по всему миру: в Германии они были выпущены в оборот с 1 июля 1870 г., в Англии и Швейцарии – с 1 октября 1870 г., в США – с 1 мая 1873 г., в России с 1 января 1872 г. В международный обмен открытые письма были приняты в 1874 году в г. Берне решением Международного почтового конгресса. На конгрессе был подписан договор об организации Всемирного почтового союза и принята всемирная почтовая конвенция. Количество пересланных открытых писем к концу XIX века в вошедших во Всемирный почтовый союз 23 странах составило 3 миллиарда экземпляров. Международное сообщение открыток расширяло границы межкультурного общения, содействовало развитию доступности и открытости межнациональной коммуникации.

Русские открытые письма, так же как и европейские почтовые карточки, с художественной точки зрения были маловыразительны, их оформление выполнялось в соответствии с требованиями почтовых служб. Первая отечественная открытка была изготовлена из почтовой бумаги сероватого цвета размером 122x90 мм, она была немаркирована и не имела рисунков (рис. П 1.2). Текстовая сторона бланка имела незамкнутую сверху рамку из толстой и тонкой линии. В пробеле рамки обозначалось «Место для письма», по нижнему краю шла надпись: «Почтовое управление за содержание письма не отвечает». Адресную сторону карточки также украшала рамка шириной 4,5 мм. В верхнем правом углу точками был размечен прямоугольник со словами «Место для марки», в верхнем левом углу располагался российский герб с двумя перекрещенными почтовыми рожками под ним, а в центре находилась надпись «Открытое письмо». Ниже

выделялось место для адреса, о чем говорила подпись вдоль левой стороны рамки и пять пунктирных линий. Внизу над рамкой было отпечатано два примечания:

«1. Открытое письмо должно быть сполна оплачено соответствующую почтовую маркою.

2. На этой стороне кроме адреса не дозволяется ничего другого писать».

Маркированная русская открытка впервые была выпущена 1 мая 1872 г. [55, с. 28]. Марка была отпечатана в верхнем правом углу и имела овальную форму. Вокруг была расположена надпись о стоимости письма отдельно для иногородних и городских отправок – пять и три копейки соответственно.

Таким образом, на первом этапе развития главной задачей открытых писем была передача информации с помощью почтовой связи, поэтому специфику открыток этого периода можно охарактеризовать как информационно-субъективную. Участниками коммуникации были частные лица, ведущие диалог посредством почтовой переписки.

Возросшая популярность открытых писем, их активное использование не только в качестве деловых заметок и кратких сообщений, но и в роли поздравительных посланий, потребовало повышения их эстетических качеств. В результате открытки начали украшать несложными орнаментами, виньетками и простыми рисунками, так появились иллюстрированные открытые письма.

Возникновение первых иллюстрированных почтовых карточек определяет начало второго этап развития открытых писем, который ограничивается концом XIX – началом XX вв.

Появление первых иллюстрированных открыток имеет две основные версии – французскую и немецкую [144, с. 8]. Обе они охватывают период франко-прусской войны 1870-1871 гг., чем и объясняется наличие военно-патриотических мотивов в рисунках первых иллюстрированных открыток.

Согласно немецкой версии, изобретателем был книготорговец А. Шварц из Ольденбурга. Он выпустил первую иллюстрированную открытку 16 июля 1870 г., в день мобилизации германских войск [55, с. 29]. Размер рисунка был небольшой – с почтовую марку, картинка располагалась в верхней левой части адресной

стороны, и изображала пушку и артиллериста (рис. П 1.3).

Французская версия говорит о том, что первая иллюстрированная открытка была выпущена во Франции. Автором был книготорговец Леон Бенардо, который продавал нарезанный на карточки бристоольский картон размером 6,6х9,8 см и украшенный виньетками, представляющими собой рисунки военных атрибутов: ружей, пушек, барабанов, ядер. Изображение располагалось на адресной стороне и образовывало симметричную композицию. Карточки пользовались большим успехом у французских солдат и быстро вошли в обиход (рис. П 1.4).

Разнообразие в ассортимент европейских иллюстрированных почтовых карточек внесли открытки с видами различных городов, активное производство которых началось в 80-х годах XIX в. после предоставления права издания частным предпринимателям. Их популяризации способствовали туристы, которые посылали видовые открытки из далеких стран, а также собиравшие их коллекционеры (рис. П 1. 5).

Новая ступень развития европейской художественной открытки началась с конца 1890-х гг. Именно в это время производители открыток начинают поиск новых графических решений, отказываются от примитивного оформления своей продукции и обращаются к профессиональным художникам. В Австрии выпускаются открытки с иллюстрациями таких художников, как Коломан Мозер и Йозеф Хоффман. В Англии к оформлению открыток был привлечен Рафаэль Кирхнер. Над дизайном открыток в Бельгии работали Гизберт Комбац, Анри Кассирс, Анри Менье, которые в последствии стали выдающимися мастерами этого жанра графики [92, с. 17] (рис. П 1.6).

До 1 февраля 1904 г., когда по решению Всемирного почтового союза адресная сторона была разделена на две части для адреса и письма [92, с. 20], открытки имели пустое место на лицевой стороне, предназначенное для письменного сообщения. Поскольку наличие этого поля придавало весь смысл открытке как средству общения, его оформлению уделялось особое внимание. Чаще всего оно становилось центром композиции – обрамлялось цветочными букетами, стеблями растений, волосами дам, ногами танцовщиц, могло

выглядывать из-за проезжающих автомобилей или теряться в толпе людей. Такая особенность композиционного решения стало характерной чертой открыточного дизайна начала XX века (рис. П 1.7).

Многие открытки по сюжетам и манере исполнения напоминали книжную иллюстрацию. Однако их специфика заключалась в тесной связи рисунков с реальной жизнью: изображенные персонажи напоминали знакомых, жанровые сценки – произошедшие события, пейзажи ассоциировались с увиденным в путешествии. Из-за нехватки места для текста, зачастую изображения становились частью письменного сообщения, его визуальным дополнением.

Некоторые общие черты открытки имели и с плакатом. Тиражирование и распространение плакатов посредством печати их уменьшенных копий на открытках стали популярной практикой. Чаще всего это были плакаты и афиши выставок, кабаре, театров, известных ресторанов. При наличии мелких текстов плакаты упрощались, адаптировались под небольшой размер открыток, становились более лаконичными (рис. П 1.8).

Иллюстрированные открытки успешно использовались в качестве рекламных носителей. Предпочтение отдавалось коммерческой рекламе пива и вина, последних модных моделей одежды и обуви, ателье, фотосалонов и т. д. (рис. П 1.9).

Миниатюрность открытки располагала к длительному рассматриванию изобразительных элементов. Художники, используя эту особенность, проводили тщательную проработку деталей. Особое внимание уделялось роли линии в рисунке, цветовой гармонии с мягким или наоборот контрастным сочетанием оттенков. Пластика орнаментальных мотивов, их сюжетная направленность диктовались эстетикой стиля модерн, существующего на стыке веков. Излюбленным объектом изображения на открытках был образ женщины. К этой теме в своем творчестве обращались многие европейские художники. А.-Т. Стейнлен посвятил женским образам серию открыток «Сцены из парижской жизни» (рис. П 1.10). Легкие акварельные иллюстрации показывают парижанок начала XX века в различных жизненных ситуациях. Изящные цветочные формы

окружают изысканных женщин А. Мухи (рис. П 1.11). Открытки Г. Фишера украшают девичьи портреты (рис. П 1.12).

В России в 1870-80-х гг. иллюстрированные открытки стали попадать из-за границы, и лишь в 1895 г. появились иллюстрированные почтовые карточки российского производства [55, с. 34]. По своему дизайну они очень напоминали европейские образцы, поскольку российские и европейские эстетические представления о данном жанре были схожи. Кроме того, заказчиками открыток зачастую становились российские представители иностранных фирм. Еще одной причиной была недостаточная развитость российского полиграфического производства – ограниченность технологических возможностей сказывалась на качестве художественного исполнения, поэтому часть русских открыток продолжали выпускать в европейских типографиях, основываясь на их печатных формах.

Бланки, выпускаемые почтовым ведомством, стали использоваться в основном для деловой корреспонденции, а на иллюстрированных карточках велась переписка поздравительного и частного характера. Стали появляться крупные и мелкие издательства, специализирующиеся на производстве иллюстрированных открытых писем. Одним из первых в России было организовано издательство при Петербургском попечительском комитете о сестрах милосердия Красного Креста (Община святой Евгении).

Работа Евгениинской общины началась с выпуска конвертов для визитных карточек к Пасхе и Рождеству 1896 г., а также к новому году. Они не были иллюстрированы, имели специальную марку, эмблему Общины и надпись «Для поздравительных карточек. В пользу Общины Св. Евгении».

Поиски дополнительных средств для нужд Общины привели к возникновению идеи о выпуске иллюстрированных открытых писем. Первые открытки были отпечатаны с четырех рисунков Н.Н. Каразина. Это были акварели «Пахарь», «У часовни», «Весна», «Тройка летом» (рис. П 1.13). Этой серией открыток было положено начало активной и плодотворной деятельности издательства Общины св. Евгении. Второй, рождественский, выпуск открыток

был сделан в том же 1898 г. В него вошли работы известных художников К.Е. и В.Е. Маковских, И.Е. Репина, Е.М. Бем, М.Я. Виллис, Е.П. Самокиш-Судовской, Н.С. Самокиш, В.П. Овсянникова, Э.О. Визеля, С.С. Соломко (рис. П 1.14). Открытки были разнообразны по сюжету, однако их связывало единое композиционное решение – рисунок не занимал всю лицевую сторону карточки, оставалось место для письменного сообщения.

В 1898 г. Евгениинской общиной был объявлен конкурс рисунков для открытых писем, на котором было представлено более 200 произведений. Первую и вторую премии получил Ф.Г. Беренштам за работы «Суд Париса» и «Барышня-крестьянка» (рис. П 1.15), а третье место получила Г.А. Гешвенд за орнаментальную композицию в русском стиле. Конкурс показал наличие большого количества художников в России, готовых работать в данной области прикладной графики, их конкурентоспособность на мировом рынке производства иллюстрированных открытых писем. К тому же это был один из этапов становления открытки как графического направления искусства, что требовало не только высокого профессионализма авторов-художников, но и понимания специфики самого жанра. При подведении итогов конкурса, были высказаны замечания, что не все представленные работы учитывали особенности построения композиции открытого письма, многие рисунки создавали впечатление случайно попавших на открытки, а не выполненных специально для них [92, с. 55].

В 1899 г. вышли серии открыток в честь 100-летия со дня рождения А.С. Пушкина. Были представлены иллюстрации к его произведениям: «Евгений Онегин» (Е.М. Бем), «Сказка о царе Салтане» (В.М. Васнецов), «Бесы» (Н.Н. Каразин), «Сказка о рыбаке и рыбке» (А.Ф. Афанасьев) (рис. П 1.16). Несмотря на то, что рисунки были выполнены для художественных произведений и имели непосредственное отношение к книжной графике, дизайн открыток был выдержан с учетом специфики открытых писем. Впоследствии выпуски серий открыток, посвященных юбилейным и памятным датам, стали традиционными для Общины св. Евгении.

Следует отметить, что среди художников, которые работали над

открытками Евгениинской общины, были представители объединения «Мир искусства». Период сотрудничества с художниками объединения (1902-1917 гг.) получил название «мирискуснический» период, а открытки, выпущенные издательством Общины в это время – «мирискусническими». Среди художников, сделавших большой вклад в развитие открытых писем, можно выделить следующих: Л.С. Бакст, А.Н Бенуа, И.Я. Билибин, А.П. Остроумова-Лебедева, Н.К.Рерих, М.В. Добужинский, Е. М. Бем, С.С. Соломко (рис. П 1.17).

Их работы отличались высоким художественным вкусом, качественным исполнением, внимательным отношением к деталям, что с одной стороны объяснялось стилевым влиянием идеологии модерна, а с другой – особым мастерством петербургской графической школы и личным пониманием художниками гармонии и красоты. Спецификой стиля «мирискуснической» открытки была тщательная графическая проработка, внимательное отношение к шрифту и адресной строке. Особую роль авторы отводили линии в рисунке и композиции, актуальность такого подхода также обуславливалось требованиями типографской печати.

Сюжеты «мирискуснических» открыток содержали распространенные исторические и пейзажные мотивы, в меньшей степени были представлены натюрморты. В открытых письмах практически не отражались юмористические и карикатурные темы, поскольку, по словам сотрудников издательства Общины, их открытки носили серьезный характер. Одним из оригинальных направлений были открытки с архитектурным пейзажем, что было вызвано несколькими тенденциями: эскизы и зарисовки архитектурных мотивов стали самостоятельным видом графики; представители модерна стали понимать архитектуру как вид искусства; началось активное развитие мирового и отечественного туризма (рис. П 1.18).

Еще одним популярным жанром стала театральная открытка, развитие которой началось благодаря работам Л.С. Бакста. Свое продолжение в виде открытого письма нашли рисунки сценических костюмов, жизнь которых была недолгой и определялась временем существования спектакля (рис. П 1.19).

Использование в оформлении открыток эскизов театральных костюмов и декораций выполняло также и практическую роль – служило рекламой предстоящих спектаклей, как местных, так и гастрольных театров. Отбор рисунков этого направления проводился с предъявлением высоких требований. Прежде всего, учитывалась художественная цель открыток, поэтому компоновка рисунка была тщательно продумана, нередко дополнялась декоративной рамкой.

Издательство Общины большое внимание обращало на возможность реализовывать просветительскую деятельность посредством открытых писем, поэтому на открытках воспроизводились широко известные полотна отечественных и зарубежных художников. Выбор произведений разных жанров проводился с учетом специфики дизайна открыток, репродукции должны были выигрышно смотреться на небольшом формате. Нередко известные работы соответствующих направлений подбирались для праздничных открыток (рис. П 1.20).

Кроме того, в этот период большой интерес вызывали выпускаемые Общиной открытки-фотографии с изображениями сюжетов из жизни крестьян, городских бытовых сценок, портретов выдающихся деятелей науки и культуры (рис. П 1.21).

Деятельность Общины св. Евгении не только сыграло огромную роль в становлении и развитии русского открытого письма как вида графического искусства, но и внесла вклад в популяризацию отечественного и зарубежного искусства в России. Об этом свидетельствуют высокие оценки и награды, которые получили издания Общины на различных международных и отечественных выставках. В 1900 г. открытки Общины были удостоены Золотой медали на Всемирной выставке в Париже.

Подчеркивая свое отношение к открытке как виду художественного творчества, с октября 1904 г. Община начала выпуск собственного журнала «Открытое письмо» (редактор Ф.Г. Беренштам). В журнале публиковались статьи о творчестве художников, занимавшихся открыточной графикой, рассказывалось об их произведениях, сообщалось о вышедших новинках. К сожалению, из-за

убыточности журнал просуществовал всего два года. Кроме журнала «Открытое письмо», Община выпускала каталоги открыток, которые обладали информацией о деятельности издательства, содержали иллюстрации открыток, систематизированных по художникам, темам, освещали участия в выставках.

Следует отметить, что выпуском открыток занимались различные издательства, находящиеся в крупных городах России: издательства Русского музея, А. Маковского и А. Ложечникова, «Любанского общества» (Петербург), торгового дома «Дицаро», И. Селина (Москва), «Рассвет» (Киев), «Ленц и Рудольф» (Рига). Среди наиболее известных – издательство Адольфа Фельтена, держателя эстампного магазина в Петербурге. Он выпустил в конце 1980-х – начале 1900-х гг. несколько серий открыток-офорт: «200-летие Петербурга», «Картины Эрмитажа», «Женские портреты в истории России» и др. (рис. П 1.22). Известным производителем художественных открыток была фирма «Ришар» в Петербурге. Как и Община св. Евгении, она издавала карточки с репродукциями произведений живописи и графики. Кроме иллюстрированных почтовых карточек издательство «Ришар» выпускало видовые открытки с городами России, открытки с портретами артистов театров (рис. П 1.23).

Значительную часть иллюстрированных почтовых открыток до 1917 г. составляли сувенирные (туристические) видовые открытки. Популярной вариацией были сувенирные открытки из серии «Привет из...», которые в среде филокартистов именуются «грюссами» (от немецкого «Gruss aus...» – «Привет из...»). Этот жанр открыток зародился в Германии и был ориентирован на развивающийся туризм, в частности, на рекламу престижных курортов. Отличительной особенностью этих открыток было совмещение видов местности (фотографических или рисованных), графических элементов (рамок, виньеток, узоров и др.) и надписи «Привет из...» или «Поклон из...» (рис. П 1.24). Грюссы получили распространение во многих европейских странах, в том числе и в России.

Видовые фотооткрытки появились в России в конце XIX в. с развитием фотографии и фотопечати. В сувенирных открытках были представлены виды не

только крупных городов, но и мелких уездных городов, сел, аулов, пейзажные изображения морей, рек, гор, долин и т. д. «Можно назвать до 5-6 тысяч разных фотооткрыток старых изданий с видами дореволюционной Москвы, столько же – Петербурга, свыше тысячи открыток Нижнего Новгорода, ста фотооткрыток Пензы, Вятки, свыше двухсот фотооткрыток Старого Симбирска и т. д.» [135, с. 30].

Одной из первых русских видовых открыток считается открытка из серии «Москва», выпущенная в 1895 г., с изображением, представляющим собой коллаж из видов Москвы: Сухаревой башни, памятника А. С. Пушкину, английской церкви (рис. П. 1.25). Ранние видовые открытки отличались изысканным графическим оформлением. К началу XX века акцент сместился в сторону сюжетной линии, открытки стали нести в себе большую информационную нагрузку. Они стали включать в себя многочисленные миниатюрные видовые фотографии. Например, «приветы» из городов составлялись из микрооткрыток этого города, а речные приветы состояли из последовательно расположенных видов посещаемых во время круиза местностей. Излюбленным приемом того времени был коллаж из фотографий городских достопримечательностей, расположенный в крыльях бабочки, цветах, елочных шарах и т. д. (рис. П 1.26).

Сувенирные открытки нередко выпускались наборами в виде гармошек или книжечками с перфорированными местами отрыва. Существовала практика объединения открыток в полноценные альбомы, которые выпускались, как правило, к каким-либо крупным событиям или юбилейным датам. Об оригинальности выпускаемых сувенирных открыток и использовании необычных материалов свидетельствует объявление в журнале «Вокруг света» 1929 г., в котором сообщалось об экзотичной почтовой карточке, полученной корреспондентом английского филателистического журнала из Крыма: «Карточка представляет древесный лист с адресом, написанным на одной стороне, и несколькими словами приветствия – на другой. Марка пришта к листу» [38, с. 112].

Несмотря на сюжетное разнообразие видовых открыток, существовали характерные тематические особенности, которые включали в себя изображения

культовых и жилых сооружений, улиц и площадей, гостиниц, лечебных и учебных заведений, вокзалов, магазинов, памятников, протекающих рек и существующих водоемов. Фотооткрытки, посвященные крупным городам, составляли своеобразный набор, состоящий из панорамного изображения города, исторического центра, отдельных видов соборов, монастырей, дворцов, особняков. Подобные открытки выпускались периодически на протяжении нескольких лет, благодаря чему можно отследить изменение облика города. Особую ценность представляют открытки, содержащие виды мест и районов, которые были полностью или частично утрачены в результате реконструкции и застройки города.

Сувенирные видовые открытки XIX-XX вв. пользуются большим спросом как в среде коллекционеров, так и в музейных фондах. Они являются важным документальным источником о жизни и быте России, ценным историческим материалом для искусствоведов, историков, культурологов.

Возможности фотографии и фотопечати позволили улучшить качество выпускаемых открыток, а опытные и внимательные фотографы развивали документальные сюжеты. Таким примером служат фотооткрытки, носящие историко-событийный характер. В первую очередь, это открытки, которые отражают значимые события в жизни страны: торжества, посвященные коронации, мобилизация и лечение раненых и т. д. (рис. П 1.27).

Отдельную группу составляют открытки, показывающие портретные фотографии различных «типов» горожан: полицейских, трубочистов, сапожников, многочисленных торговцев (рис. П 1.28). Также в эту группу входят открытки, иллюстрирующие быт горожан и жителей сельской местности, праздничные гулянья, тему торговли, особенности костюма и моды. Иногда подобные открытки являются своеобразным репортажем с места выдающегося события: крестного хода, освещения здания, редкого момента повседневной жизни (рис. П 1.29).

Таким образом, второй этап развития открытых писем с точки зрения специфики коммуникативного взаимодействия характеризуется как культурно-

просветительский. Открытки перешли в разряд высокохудожественных изданий, это время по праву считается «золотым веком» в истории отечественных иллюстрированных открытых писем. В этот период сформировался новый жанр прикладной графики малых форм, над развитием которого работали выдающиеся художники начала века. Популяризация и широкое распространение открыток стало возможным благодаря ведущим издательствам того времени, а использование передовых достижений полиграфической промышленности обеспечивало высокий уровень качества печати открытых писем. В роли одной из сторон коммуникации стали выступать частные издательства, художники и фотографы. Через открытки они доносили свое понимание социокультурной реальности, свои художественные вкусы, свое видение искусства.

Третий этап развития открытых писем охватывает советский период их существования – большую часть XX века. Открытки чутко реагируют на социальные и культурные изменения, политическую ситуацию, художественные ценности и нравственные приоритеты общества. Социальные изменения первых десятилетий XX в. превратили открытку в информационную трибуну общественной и политической жизни России. Удобный формат, большой тираж и возможность массового распространения сделали почтовую карточку незаменимым средством пропаганды и новостным информационным источником.

Агитационная специфика открыток проявилась еще в начале XX в. Изменение политической ситуации в России (Русско-Японская война, первая революция 1905-1907 гг., Первая мировая война, революция 1917 г.) оказало влияние на сюжетное содержание открыток. Увеличился выпуск открыток на политические и военные темы в сатирических и пропагандистских жанрах.

Одной из незаурядных работ периода Русско-Японской войны (1904-1905 гг.) считается открытка Н.К. Рериха «На Дальнем Востоке» (рис. П 1.30). Она выполнена в стиле японских гравюр и изображает битву русских воинов с японскими самураями. Соединив вместе былинных богатырей в национальном костюме и боевых самураев с восточных гравюр, автор создал органичную композицию по цвету и стилю.

Революция 1905-1907 гг. наложила свой отпечаток на тематическую направленность открытых писем. Основная масса содержала политическую сатиру, использовала карикатурных персонажей. Таким примером может служить серия открыток-карикатур на политические партии России, выполненная в лучших традициях книжной иллюстрации (П. 1.31). Ее автор, московский художник Е. Соколов, показал стереотипных персонажей, представляющих большинство существующих в начале XX в. партий. В его ярких рисунках воплотились не просто сатирические изображения, а образы, сформировавшиеся в массовом бытовом сознании.

Политические и революционные открытки были активными участниками классовой борьбы наравне с нелегальными листовками и запрещенной литературой (рис. П 1.32). С их помощью распространялись революционные призывы и лозунги, тексты запрещенных песен. Чаще всего они изготавливались в подпольных типографиях, что сказывалось на качестве открыток: со временем бумага желтела, изображения выцветали. Некоторые открытки имели подпись автора, а некоторые содержали только монограмму художника, либо его псевдоним, поскольку настоящее имя автора скрывалось от цензуры (рис. П 1.33). Многие из них не были профессиональными художниками, тем не менее, их работы отражали особенности эпохи, содержали острые сатирические рисунки, несли в себе огромный эмоциональный заряд. К таким представителям художественной борьбы относился врач М.М. Чемоданов, известный под псевдонимом «Червь». Его сатирические открытки не просто высмеивали существующий политический строй, а призывали к решительным революционным действиям (рис. П 1.34). Будучи самоучкой, основное внимание Чемоданов обращал не на качество графического исполнения рисунка, а на сюжетную направленность иллюстрации, дополняя рисунок текстом. Безусловно, преступное содержание открыток вынуждало авторов скрываться от преследований властей, зачастую их судьба оказывалась трагичной.

Действенным агитационным видом графики является плакат, поэтому он и был наиболее востребован в военное время. Многие плакаты дублировались на

открытках периода Первой мировой войны. Особенностью этих открыток является частое использование государственной символики, аллегорий и символов. Среди наиболее известных открыток – репродукции плаката К.А. Коровина с его монументальным Дмитрием Донским (рис. П 1.35); яркого, богато украшенного орнаментом плаката с Георгием Победоносцем В.М. Васнецова (рис. П 1.36); военные открытки Б.В. Зворыкина, выполненные в русском стиле (рис. П 1.37).

Известный лозунг «Все для фронта, все для победы» возник во время Первой мировой войны с появлением обществ по содействию правительству со снабжением. В 1914 г. был выпущен первый денежный заем для предотвращения инфляции в военное время. Реклама военных займов размещалась в брошюрах, на афишах и плакатах, часть которых репродуцировалась на открытках. Их авторами были: В. Табурин, А. Архипов, Р. Зариньш, В. Эберлинг, В. Варжанский и др. (рис. П 1.38). Они отличаются цветовой сдержанностью и изобразительным лаконизмом.

События Февральской и Октябрьской революций 1917 г. обрели документальное свидетельство в виде фотооткрыток, общественный резонанс на политические изменения выразился в эмоциональных иллюстрациях почтовых карточек. Так, события февраля 1917 г. нашли отражение в одной из иллюстрированных открыток: здесь были изображены две скрещенные винтовки со штыками и красными бантами, надпись внизу гласила: «С глубокой радостью извещаю родных и знакомых, что после продолжительной и тяжелой болезни 27 февраля 1917 г. скончался самодержавный деспотичный режим. Гражданин Свободной России» (рис. П 1.39). Знаковой является фотооткрытка, запечатлевшая похороны в парке Лесного института павших в Петрограде в дни 25-30 октября 1917 г. (рис. П 1.40). Она считается первой советской открыткой, была издана 19 ноября 1917 г. [55, с. 46].

Открытку раннего советского периода следует рассматривать как инструмент идеологической пропаганды советского строя. В предисловии к каталогу открыток Госиздата, выпущенному в 1924 г., говорится о том, что

«открытые письма нашей эпохи не должны быть только почтовой карточкой с "приятной внешностью", они должны завоевать себе значение подвижной пропаганды новых идей, нового опыта, современного искусства, служить хотя бы отчасти справочником в области искусства и производства и заменить до некоторой степени пособие для школ, клубов, селькоммун и т. д. по целому роду вопросов» [144, с. 15].

С 1920-х гг. было отлажено массовое производство иллюстрированных почтовых карточек агитационной направленности. В основном открытки репродуцировали популярные плакаты известных художников. Они содержали лозунги и рисунки, призывающие трудовой народ на борьбу с внешними и внутренними врагами, использовали сюжеты из повседневной жизни общества того времени, вдохновляли на битву за новое будущее (рис. П 1.41).

Показательны рекламно-информационные и агитационные открытки, которые выпускались по случаю выборов в СССР после 1936 г. (рис. П 1.42). Они были представлены как многотиражной продукцией, так и редкими экземплярами. К последним относятся открытки, выпущенные заводом «Кр. Путиловец». Открытки, отпечатанные тиражом в 3000 экземпляров, были направлены на пропаганду среди рабочих, поскольку иллюстрировали достижения завода, культивировали веру в социалистическое будущее страны. Кроме того, открытки затрагивали детскую тематику: на них были помещены фотографии детей, занимающихся техническим моделированием (рис. П 1.43). Кроме портретов руководителей страны, кандидатов, а позже и избранных депутатов, на открытках помещались художественные иллюстрации, посвященные самим выборам, картины профессиональных художников, специально выполненные для выборных мероприятий (рис. П 1.44).

После 1919 года был приостановлен выпуск репродукционных почтовых карточек, поскольку главной задачей открытки стала информационно-агитационная деятельность. Производство открыток возобновилось во второй половине 1920-х гг. силами музеев и картинных галерей, основным направлением были репродукции картин русских мастеров. Кроме того, изданием открыток

занимались различные художественные организации и объединения: ассоциация художников революции (АХР), общество московских художников (ОМХ), объединение художников реалистов (ОХР). Их идейной направленностью стала пропаганда советского изобразительного искусства среди широких масс населения. К работе над открытками привлекались такие художники как: М. Авилов, И. Бродский, М. Греков, А. Григорьев, Б. Иогансон, Е. Кацман, С. Малютин, К. Юон, Б. Яковлев и др. (рис. П 1.45). Репродуцированные на почтовых карточках работы иллюстрировали советскую действительность, жизнь и быт народа новой страны.

Кроме агитационной направленности открытки начала XX века выполняли рекламную функцию и решали некоторые государственные экономические задачи. В 1925 г. агентство «Связь» выпустило первые маркированные рекламные карточки. Их тематика – это реклама сберкасс, просьбы о пожертвованиях в Фонды обществ содействия пожарных, Красной Армии, строительства самолетов, кораблей и т. д. (рис. П 1.46). Примечательна серия открыток, выпущенная в 1920-х гг. Обществом друзей воздушного флота (ОДВФ), которое было создано для популяризации авиационного дела, а также для помощи в сборе средств для создания воздушного флота молодой Советской республики. Автором серии, состоящей из 8 открыток, был художник Н.Н. Поманский. Открытки выполнены в стиле народного лубка в красочной яркой манере. Герои иллюстраций – персонажи известных сказок: Иван-царевич, Жар-птица, Конек-горбунок, Баба-Яга, ковер-самолет и т. д. Рисунки сопровождаются агитационно-пропагандистскими стихами, призывающими строить военный и гражданский авиационный флот (рис. П 1.47).

Художественное разнообразие в ассортимент иллюстрированных открыток 1930-х гг. внесли фотооткрытки издательства «Союзфото». Среди них – портреты писателей, артистов, политических деятелей, а также почтовые карточки с изображением Москвы и других городов СССР (рис. П 1.48). Видовые открытки стали использоваться в качестве рекламы образованным в 1929 г. Государственным акционерным обществом (ГАО) по иностранному туризму в

СССР «Интурист». Под его маркой стали выходить рекламные почтовые карточки, предназначенные для иностранцев – специалистов различных областей промышленности, которые стали посещать СССР в рамках выполнения планов по индустриализации, в частности развития сотрудничества с промышленно развитыми государствами. Так, в 1932 г. акционерное общество «Отель», позже объединенное с «Интуристом», выпустило рекламные буклеты из почтовых карточек с фотографиями видов Москвы. Открытки были отпечатаны методом меццо-тинто на серой бумаге, что усугубляло не очень хорошее качество печати и портило общее впечатление. Сюжеты были достаточно распространенные, адресованные именно иностранцам – парадные виды Москвы, известные достопримечательности, памятники, вокзалы, стадионы, популярные архитектурные постройки советского авангарда (рис. П 1.49).

Очередная ступень развития иллюстрированного открытого письма начался в период Великой Отечественной войны 1941-1945 гг. Предпочтения стали отдаваться оригинальным открыткам, а не репродукционным. Художники обращались к сюжетам, которые вызывали патриотические чувства у советского народа, поэтому даже поздравительные открытки военных лет становились агитационными – воспевали героизм и мужество, вселяли надежду на лучшее, на скорую победу (рис. П 1.50). Среди авторов открыток были известные московские художники: Н. Жуков, В. Иванов, В. Дени, Н. Долгоруков, В. Щеглов. Большое количество открыток выполнялось с использованием плакатной графики, либо являлось копией известных плакатов. Зачастую главными персонажами открыток становились герои прошедших военных действий – М. Кутузов, А. Суворов (рис. П 1.51).

Отдельного упоминания заслуживают открытки, выпущенные во время блокады Ленинграда, повествующие о мужестве и героизме жителей, оборонявших свой город (рис. П 1.52). Ленинградскими филокартистами был выпущен каталог «Никто не забыт и ничто не забыто!», согласно которому с июня 1941 по май 1945 года было издано 823 наименований открыток. В открытках использовались рисунки ленинградских художников (Н. Павлов, В. Морозов, С.

Мочалов, Ю. Непринцев, Н. Пильщиков и мн. др.). Техника выполнения разнообразна – от живописных картин до графических зарисовок. Яркий пример графического исполнения – открытки, созданные по работам Н. Павлова, из серии «Ленинград в декабре 1942 года» (рис. П 1.53).

Особую популярность в военное время приобрели открытки-песенники: стихи, размещенные на них, поддерживали боевой дух солдат. Большим успехом пользовались карточки со словами народных и советских песен. Открытки со словами и нотами военных песен издавались и после окончания Великой Отечественной войны. Так, в 1956 г. воениздатом были выпущены открытки с песнями военных лет («Солдатский вальс», «Не забывай», «Если б гармошка умела...») (рис. П 1.54).

В послевоенное время много внимания стало уделяться строительству и восстановлению страны, развитию народного хозяйства, что отразилось и в сюжетах открыток (рис. П 1.55). Рисунки выполнялись в стиле соцреализма, продвигались идейно-художественные образы нового советского искусства.

В отдельное направление выделились иллюстрированные открытки, предназначенные для детей и юношества. В первую очередь, затрагивалась военно-патриотическая тематика, которая считалась первостепенной в деле воспитания подрастающего поколения. Сюжеты познавательных открыток составлялись в соответствии с образовательными программами и направлениями воспитательной работы учебных заведений, с расчетом использования открыток в качестве учебных пособий в средних школах и профессиональных училищах (рис. П 1.56). Выпускались открытки с рисунками по мотивам детских литературных произведений, выполненные в лучших традициях советских книжных иллюстраций (рис. П 1.57).

Продолжился выпуск репродукционных открыток, печатались серии с произведениями отечественных и зарубежных художников, ориентированные на коллекционеров. Издательствами выступали крупные музеи и галереи страны, объединение «Советский художник». В большом количестве выпускались открытки с работами художников различных социалистических республик, а

также открытки с образцами декоративно-прикладного искусства народов СССР (рис. П 1.58).

Качеству производства открыток, уровню их художественной выразительности, сюжетному содержанию всегда уделялось большое внимание. Так, в приказе Министерства культуры СССР от 1 октября 1954 г. «Об устранении крупных недостатков и издании художественных и фотографических открыток» говорилось о плохом полиграфическом качестве исполнения, однообразности сюжетов, недостаточном количестве профессиональных художников, привлекаемых к работе над открытками, о необходимости увеличения тиражей. В приказе давались рекомендации о разнообразии декоративных способов печати (торширование, бронзирование, лакирование, конгревное тиснение), введении новых тематических разделов (басен, песен, народных пословиц и поговорок, сатиры и юмора и т. д.), а также увеличении области торговли и ее качества, в частности на периферии. Было предписано создание специального совета по открыткам при ИЗОГИЗе, который возглавил выпуск открыток в СССР. В решении Совета Министров СССР «О расширении производства высококачественных цветных открыток и художественных альбомов» (май 1966 г.), говорилось о выпуске открыток с использованием различных методов печати и отделки: с применением цветной фольги, лакирования, припрессовки пленки, бронирования, перфорации, фигурного обреза и высечки. Также упоминалось о возможности издания стереоскопических открыток [55, с. 63].

Третий этап развития открытых писем с точки зрения их коммуникативной специфики можно определить как рекламно-агитационный. Они являлись посредниками в коммуникации между государством и населением страны, индикатором политической и социальной жизни общества, важным источником информации пропагандистской и агитационной направленности.

Четвертый, современный этап развития открытых писем начинается в 1990-х гг. Конец XX в. – кризисный период для открыточной промышленности. С одной стороны это было связано с общим спадом производства в различных

областях, с другой – с изменением ценностных, культурных, информационных и коммуникативных предпочтений постсоветского общества. Основная категория выпускаемой продукции ограничивается поздравительными открытками, зачастую с простым дизайном и не самым лучшим качеством печати. В оформлении используются фотографические тематические композиции, фотоколлажи, оригинальные рисунки (рис. П 1.59). Наиболее яркими иллюстрированными открытками остаются работы В.И. Зарубина – русского, советского художника, мультипликатора, который являлся автором поздравительных открыток начиная с 1960-х гг. Его яркие, жизнерадостные рисунки были выполнены в мультипликационном стиле, главными героями праздничных сюжетов чаще всего выступали стилизованные животные и птицы, сказочные персонажи. (рис. П 1.60).

С начала XXI века, с появлением скоростных средств связи, открытка перестает быть востребованной в качестве носителя информации для почтового отправления, а соответственно снимаются ограничения на технические характеристики продукта. Понятие «открытка» стала включать в себя большое количество разнообразных изданий, которые не всегда соответствуют бытующему словарному определению. Они отличаются по форме, размеру, материалам, использованным при их изготовлении. Кроме того, к категории открыток относят нематериальные, виртуальные явления – электронные открытки (e-cards).

Технические изменения в сфере коммуникаций, использование Интернета как информационного пространства для общения виртуальных личностей формируют новый тип коммуникационного взаимодействия с собственным языком, мышлением и восприятием, которые обретают знаково-символическую форму [56]. Особенности виртуального общения отражаются и в реальности, превращая межличностную коммуникацию в обмен символами. Подобным примером является трансформация открытки, которая из носителя вербальной информации превращается в символ, указывающий на личность адресанта, событие или место. Так, поздравительная открытка, сопровождающая подарок

либо букет цветов, представляет собой своеобразную подпись дарителя.

Несмотря на происходящие технические и коммуникативные изменения, открытка продолжает реализовывать свои базовые функции, к которым относятся: «этикетная функция (поскольку открытка служит средством поздравления или средством оказания внимания адресату), социокультурная (открытка отражает особенности общества как единства культуры и социальности, образуемых и преобразуемых деятельностью человека) и регулятивная (открытка является средством регуляции межличностных отношений)» [28, с. 67].

Роль текстового сообщения отходит на второй план – традиционным видом открыток становятся издания с готовым текстом, на первое место выходит внешний вид открытки. Важным аспектом дизайна открыток начала 2000-х гг. становится поиск новых форм, начиная с плоскостных композиционных решений, заканчивая динамическими объемными структурами в виде трансформирующихся конструкций.

Характерным явлением для начала XXI в. является повсеместное увлечение кардмейкингом (англ. «cardmaking») – изготовлением открыток ручной работы (англ. «hand-made cards»). Если сначала подобное «рукоделие» было своеобразным способом проведения досуга, то, получив распространение в среде профессиональных дизайнеров, оно превратилось в самостоятельный вид творчества, направленный на создание эксклюзивных авторских экземпляров.

Особой популярностью пользуются открытки, выполненные в винтажном стиле, который сам по себе ассоциируется с рукотворностью, аутентичностью, уникальностью. Понятие «винтаж» берет свое начало в сфере виноделия. Этот термин используется для обозначения высококачественного вина многолетней выдержки или урожая определенного года (лат. «vindemia», ст. фр. «vendenge» – сбор винограда). В несколько переносном значении временной выдержки «винтаж» применяется для описания стилизованного направления в искусстве и моде.

Популярность винтажа можно объяснить его связью с процессом экологизации и антиглобализации, который происходит в производстве, в

частности, в модной индустрии. «Страх утраты самоидентификации, разочарование в ценностях общества массового потребления, развитие процессов виртуализации и глобализации современной культуры и моды стали основными причинами обращения к стилю винтаж как к поиску индивидуальности» [66, с. 285]. Кроме того, в винтаже воплощается явление эскапизма (англ. «escape» – побег), при котором человек стремится отстраниться от проблем современного мира, трудностей реальности. В прошлое хочется вернуться, оно ощущается безопасным, поскольку уже прожито, познано. И возвращение назад возможно через старые, винтажные вещи.

При изготовлении открыток в винтажном стиле используются копии иллюстрированных ретро-открыток, фотографии прошедших лет либо картинки, состаренные искусственным способом, декоративные элементы из различных материалов, отражающие дух прошлого. Общая цветовая гамма винтажных открыток, как правило, выдержана в бежево-коричневых тонах, ассоциирующихся с образом старой бумаги (рис. П 1.61). Винтажный стиль способствовал появлению таких стилевых направлений, как: шебби-шик, эритаж, стимпанк.

Стиль шебби-шик, «потертый шик», (англ. shabby chic), появился в 1980-х годах, его автором считается Рэйчел Эшвелл (Rachel Ashwell). Особенность этого направления заключается в сочетании светлых пастельных цветов с эффектом выгоревшей краски, а также элементов потертости и кракелюра. В открытках стиль шебби-шик представлен в виде фоновых рисунков с мотивом из мелких цветочков – отсылка к ситцевым набивным тканям. В качестве декора используются ленты, кружева, бисер и бусины (рис. П 1.62).

Эритаж (англ. heritage – «наследие») изначально предназначался для создания альбомов и родовых книг, и лишь позже эритаж начали применять в производстве открыток. Отличительная черта данного направления – оформление открыток подлинными, а не искусственно состаренными фотографиями или их копиями, а также использование оригинальных элементов, характерных для того периода времени, который автор старается отразить: билеты, марки, карты,

письма и т. д. (рис. П 1.63)

Стимпанк представляет собой направление в научной фантастике, предполагающее альтернативное направление развития цивилизации. Его особенность состоит в совершенном владении механикой и технологией паровых двигателей. Общая стилистика стимпанка – это отсылка к эпохе викторианской Англии (вторая половина XIX в.) и периода раннего капитализма. Автор термина «стимпанк» был писатель Кевин Джетер (конец 1980-х гг.). Характерными элементами этого стиля, используемыми в создании открыток, являются изображения различных высокотехнологичных паровых машин, иллюстрации фабрично-городского пейзажа, объемные модели деталей двигателей и механизмов, шестеренки, элементы клепаного металла, различные механические протезы, циферблаты и т. д. (рис. П 1.64)

Открытка в коммуникативной культуре начала XXI в. представляет собой не столько носитель информации, средство почтовой связи, а в большей степени знак человеческих взаимоотношений, выражающий эмоциональный аспект с помощью художественно-выразительных и проектных средств. Специфика коммуникативного взаимодействия современных открыток определяется знаково-символической. Открытка являет собой коммуникативный знак, предметный символ личного внимания, произошедшего события, посещенного места. Она становится участником межкультурных коммуникаций.

В процессе исследования было выделено четыре основных этапа развития открытых писем. Каждый этап характеризуется своей дополнительной спецификой коммуникативного взаимодействия, которая влияет на дизайн, форму, содержание открыток, на состав коммуникатирующих сторон. Базовая функция открытки – коммуникативная – остается главной на протяжении всей истории существования, обретая некоторые особенности в зависимости от внешних социокультурных и политических изменений (таблица 1).

Таблица 1. Этапы развития открытого письма.

Этап	Временные границы	Характеристики этапа	Специфика коммуникативного взаимодействия
I этап конец XIX века	1869-1870 гг.	Включает в себя предпосылки и историю возникновения европейских почтовых карточек, начало развития русских открытых писем.	Информационно-субъективная. Открытка выполняла функцию средства передачи информации в процессе межличностного общения.
II этап конец XIX-начало XX вв.	1870-1917 гг.	Время появления европейских иллюстрированных открыток. Дореволюционный период развития русских открытых писем, связанный с деятельностью Общины святой Евгении.	Культурно-просветительская. Над художественным оформлением работали профессиональные художники и фотографы. Начали издаваться репродукционные открытки художественных произведений.
III этап XX век	1917-1990 гг.	Определяется советским периодом развития открытых писем.	Рекламно-агитационная. Тематика советских открыток была направлена на воспитание патриотических чувств.
IV этап конец XX-начало XXI вв.	с 1990 г. до настоящего времени	Период возрождения открыток в России, сопровождающийся функциональной трансформацией социокультурной роли открыток.	Знаково-символическая. Открытка становится знаковым выражением различных типов коммуникации.

1.2. Основные направления конструктивной трансформации формы открытых писем XIX-XX вв.

Вплоть до начала XXI в. форма открыток регламентировалась почтовыми службами. Согласно их техническим требованиям открытка должна представлять собой плоскую двухстороннюю карточку. В 2000-е годы открытка, освободившись от почтовой функции, обрела свободу и в плане дизайна, что в первую очередь отразилось на ее форме: двухмерная плоскость почтовой карточки превратилась в объемный объект.

Однако конструктивные трансформации затронули форму почтовых карточек еще в начале XX века. Рассмотрим подробнее варианты модификации формы открытого письма XIX-XX веков, а также причины, повлиявшие на этот процесс.

Трансформация (лат. *transformatio*) – преобразование, превращение, видоизменение [79, с. 315]. Трансформация конструкции объекта подразумевает не просто изменение внешнего вида, но и приобретение новых утилитарных или эстетических качеств. В результате трансформации, благодаря новым приобретенным свойствам, объект возможно использовать иначе, отлично от заложенных в нем изначально функций. Конструктивная трансформация объекта реализуется с помощью различных технических приемов, выбор которых зависит от материала, из которого изготовлен объект, а также конечной цели модификации.

Сгибание – самый простой технологический прием трансформации бумажной плоскости, он применялся в почтовой переписке задолго до появления почтовых карточек. К такому виду почтового отправления относились почтовые листы, которые служили одновременно и письмом и конвертом. Особый способ сложения почтового листа позволял прятать письменное сообщение внутрь, а сверху оставалось место для адреса. Такой лист либо запечатывался сургучом, либо склеивался по краям. Широкое распространение почтовые листы с напечатанными марками получили в конце XIX века, их выпускали практически во всех странах мира. Они отличались большим разнообразием форм и размеров,

приобретая вид стандартного конверта после сложения по размеченным линиям (рис. П 1.65). Благодаря такой конструкции сложения в почтовом листе сохранялась тайна переписки, кроме того, не требовался дополнительно конверт. Это было важно, поскольку во многих странах почтовые тарифы зависели от наличия конверта, который изготавливался из дополнительного листа бумаги, что увеличивало стоимость почтового отправления. По этой причине вплоть до конца XIX в. конвертами практически не пользовались.

Следует отметить, что в 1898-1899 гг. в России были выпущены самые большие почтовые листы в мире, их размер составлял 44x30 см. В них содержались тексты рекламных объявлений различных фирм. [147, с. 8]. Конструкция этих почтовых листов предполагала сложение в четыре раза и имела клапан для заклейки.

Свое продолжение почтовые листы нашли в аэрограммах, которые начали использоваться с развитием авиапочты. Впервые они появились в Великобритании в 1941 году [147, с. 9]. Конструкция аэрограммы очень похожа на почтовые листы, различие составляет лишь внешнее оформление. Для воздушной пересылки важным аспектом является сниженный вес отправления, поэтому для производства листов аэрограммы использовалась тонкая и прочная бумага, а размер сложенной аэрограммы был близок к размеру почтового конверта, внутрь не допускалось никаких вложений (рис П 1.66).

Бланки, подобные аэрограммам, использовались в малораспространенной голубиной почте (голубеграммы), правда они были гораздо меньшего размера. Этот вид почты носил скорее рекламный, памятный, филателистический характер, нежели преследовал почтовые цели. Например, в 1968 году появилась голубеграмма, выпуск которой был приурочен к X Международной ярмарке в городе Брно (Чехословакия) [147, с. 10] (рис. П 1.67).

К теме почтовых листов следует отнести и фронтовые письма-треугольники времен Великой Отечественной войны. Эти письма писали на любой доступной бумаге, например, тетрадных листах, которые складывали в треугольную форму. В первую очередь загибался правый угол, затем левый, а оставшаяся полоска

бумаги вставлялась внутрь треугольника. Поскольку письма должны были быть прочитаны военным цензором, они не заклеивались (рис. П 1.68). Фронтовые письма-треугольники стали символом того времени, превратившись из архивной личной переписки в исторические документы, заняв место в коллекциях музеев. Практичность конструкции писем-треугольников вновь подтвердилась во время военного конфликта в Афганистане в 1970-80 гг. Подобным способом солдаты складывали письма, когда случались перебои с доставкой конвертов. Их конструктивные особенности не только позволяли сохранять относительную тайну переписки, но и отвечали техническим условиям, необходимым для некоторых видов почтовых служб.

В открытой форме почтовой карточки невозможно сохранить конфиденциальность информации. Именно для таких ситуаций стали выпускать закрытые почтовые карточки – «закрытые письма». Одной из разновидностей подобного почтового отправления была секретка (карточка-письмо). Ее изобрел Кароль Акин в 1871 году в Венгрии. Официальной датой введения секретки в обращение стал 1987 году, когда ее впервые применили для отправки по парижской пневматической почте.

Секретка издавалась в России с 1890 по 1917 гг., а в советское время был выпущен единственный ее тираж в 1982 г. [147, с. 73]. Секретка была отпечатана одним цветом зеленой краской, при ее изготовлении использовалась конвертная бумага с водяным знаком почты СССР. Слева сверху располагался герб Советского Союза, в правой части – марка достоинством 8 копеек с изображением рабочего, в центре карточки размещалась надпись на русском языке «Закрытое письмо», дублировавшаяся на эсперанто, ниже находились адресные строки. Размер секретки в сложенном виде составлял 85х140 мм, по периметру проходила клеевая полоса, отделенная от основной части перфорацией. Письмо можно было открыть лишь оторвав заклеенную часть, что обеспечивало неприкосновенность информации внутри (рис. П 1.69).

Конструкция секретки обуславливалась функциональной необходимостью. Одновременно являясь и письмом и конвертом, секретка, так же, как и почтовые

листы, позволяла соблюдать конфиденциальность сообщения. В то же время технически она являлась почтовой карточкой, что влияло на почтовый тариф. Однако, сложности производства и высокая стоимость изготовления показали, что с экономической точки зрения, печать секреток убыточна, что привело к прекращению их выпуска.

Еще одной разновидностью почтовых карточек, в конструкции которых использовалось сложение пополам, являлись почтовые карточки целевого назначения. В их число входили различные почтовые бланки и формуляры, они выпускались по заказам различных организаций и учреждений. Как правило, характер и цель использования данных карточек объяснялась размещенным на них текстом. Это исключало возможность использования бланков по другому назначению. Карточки целевого назначения делились на две категории: карточки-бланки для населения, находившиеся в свободной продаже, и карточки, передававшиеся после выпуска непосредственным заказчикам (П 1.70).

Примером подобного вида может служить почтовая карточка с оплаченным ответом. Она представляла собой двойную карточку, формат которой был в два раза больше обычного, стандартный размер она принимала при сложении. Целая карточка отправлялась адресату, обратно высылалась только ответная часть. Также в ассортимент целевых карточек можно отнести адресные почтовые карточки – одна их половина использовалась для запроса в адресное бюро, а на второй высылался ответ; карточка для заказа железнодорожных билетов; заявления о пересылке корреспонденции по новому почтовому адресу при смене места жительства; бланки для судебных уведомлений и др. (рис. П 1.71).

Конструктивная форма почтовых карточек целевого назначения была обусловлена необходимостью совмещать в себе две части, предназначенных для взаимодействующих при переписке сторон: заказ-подтверждение, запрос-ответ, повестка-расписка и т. д. Этот вид почтовых карточек образовал новую категорию открытого письма, став в средством деловой коммуникации.

Традиционно открытое письмо использовалось для поздравления друзей и родственников с различными праздниками. При производстве поздравительных

открыток пристальное внимание всегда уделялось художественному исполнению, высокому качеству бумаги и печати. С 1963 года Министерство связи СССР начало выпускать особые поздравительные открытки – почтовые сувениры. Сначала их направленность была классической, празднично-поздравительной, позже к ним прибавились издания с тематикой, отражающей местные события и памятные даты.

Почтовый сувенир представлял собой комплект, в состав которого входили немаркированная иллюстрированная почтовая карточка с одним или несколькими сгибами и выдержанный в том же стиле маркированный художественный конверт (рис. П 1.72). Дополнительно в комплект входил лист тонкой бумаги с оформлением и текстом поздравления. Почтовые сувениры отличались высоким художественным исполнением и несли в себе определенную эстетическую ценность, поэтому комплекты изготавливались только из качественных материалов. В дополнение открытки декорировались при помощи сложных технологий полиграфического производства (тиснение, металлография, припрессовка фольгой и др.). Размеры открыток и конвертов почтовых сувениров не всегда были стандартными. Так, например, выпущенные в 1963-1964 гг. первые комплекты были удлиненного формата, а в 1974 г. был издан сувенирный конверт размером 210x120 мм. До 1980 года подобных почтовых сувениров было выпущено свыше 500 разновидностей [147, с. 71].

В продолжение темы сувенирных открыток следует остановиться на рассмотрении видовых открыток. К началу XX века в обиход вошли открытки с миниатюрными видами городов, чаще всего это были открытки из категории грюссов. В отличие от первых видовых открыток XIX в., мини-фотографии не просто располагались в виде коллажа на лицевой плоскости открытки, а объединялись в объемные каталоги. Например, изображалась дама, показывающая раскрывающийся свиток с видами города, или почтальон, в сумке которого находилась «гармошка» из нескольких мини-фотографий. Эти открытки выпускались в большом количестве и пользовались популярностью у современников. В настоящее время ценность подобных изданий заключается в

том, что в них собраны виды уездных, малых городов, посадов и селений, фотографии которых не выпускались отдельными тиражами (П 1.73).

Таким образом, конструктивные изменения почтовых карточек XIX-XX веков были основаны на технологическом приеме трансформации бумажного листа – сгибании. Подобный конструктивный прием оказался наиболее целесообразным по ряду причин: экономическим (уменьшение расходов на почтовые пересылки); функциональным (соблюдение конфиденциальности); целевым (специальное назначение почтовой карточки); эстетическим (повышение художественной ценности).

С точки зрения конструктивных модификаций почтовые карточки прошли три этапа трансформации: трансформация почтового листа, как предшественника почтовых карточек; плоская форма почтовых карточек, как необходимое техническое требование почтовых служб; двойные почтовые карточки, как вынужденное следствие ряда эксплуатационных причин (схема 1).

1.3. Классификация художественных открытых писем:

функциональная специфика, жанровое и видовое своеобразие

По мере развития массового производства открыток необходимость в их классификации становилась все более очевидной. Одна из первых попыток ее изложения была представлена в брошюре В.В. Шлеева и Э.Б. Файнштейна «Художественные открытки и их собирание» [144, с. 4]. Авторы предлагали разделить почтовые открытки на два вида:

1. Обычные почтовые карточки, которые кроме государственной символики и знаков почтовой оплаты не содержат изображений. Их главной функцией является передача информации.
2. Иллюстрированные почтовые карточки, содержащие какое-либо изображение. Эта категория почтовых карточек носит эстетический характер и может использоваться для различных поздравительных посланий.

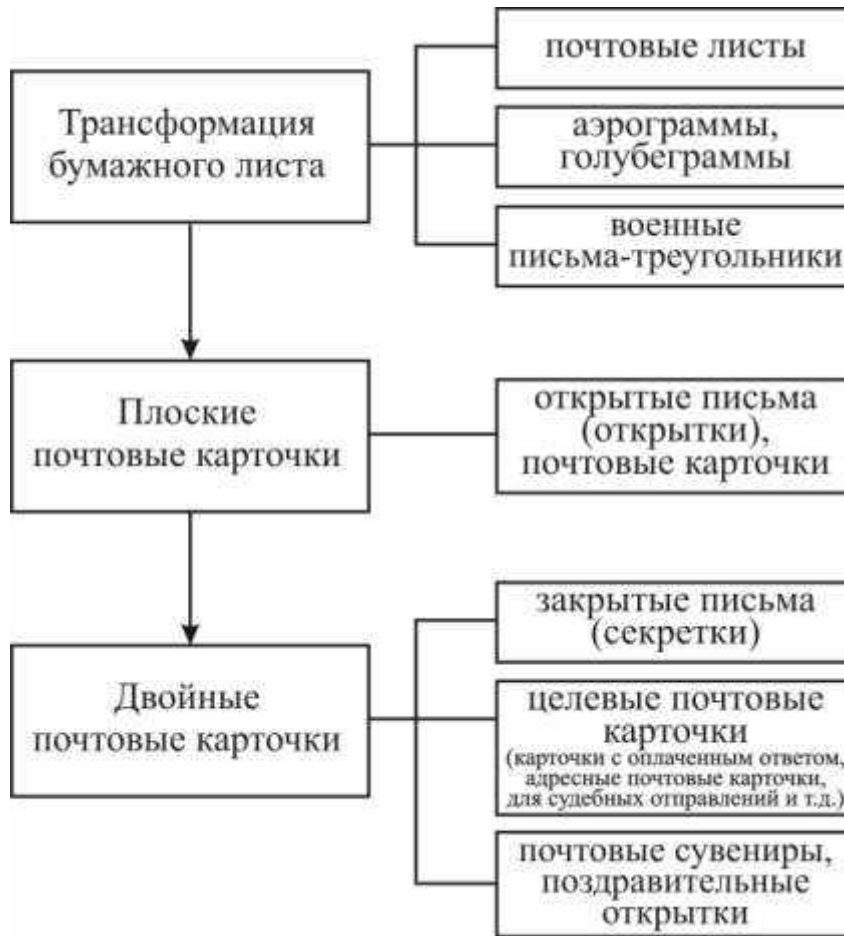


Схема 1. Классификация открытых писем (почтовых карточек) XIX-XX вв. с точки зрения их конструктивной трансформации.

В дополнение к этому иллюстрированные открытки могли быть двух типов:

а) Художественные открытки, на которых размещены оригинальные работы художников или репродукции картин. В данном случае используется ручная техника иллюстрирования открыток.

б) Открытки, в оформлении которых используются фотографические изображения, привлекаются специальные технические устройства.

Похожая классификация отражена в обязательных для производства почтовых карточек технических требованиях, зафиксированных в государственных стандартах. Действующий ныне Государственный стандарт Российской Федерации (ГОСТ Р 51507-99) разделяет почтовые карточки на два

вида, в зависимости от наличия или иллюстрации: И – иллюстрированные; П – простые, не иллюстрированные. В зависимости от места положения иллюстрации карточки разделяются на: ИЛ – карточки при наличии иллюстрации на лицевой стороне; ИО – при расположении иллюстрации на оборотной стороне [46].

Важный вклад в классификацию иллюстрированных открытых писем сделали коллекционеры, филокартисты (Н.С. Тагрин, Я.М. Белицкий, Г.Н. Глезер, М.С. Забочень и др.) Их работа над систематизацией открыток велась с точки зрения формирования коллекций, поэтому все советы и рекомендации приводились в рамках каталогизации открыток. Так, выдающийся коллекционер Н.С. Тагрин, опираясь на собственный опыт систематизации, предлагал классифицировать иллюстрированные открытые письма на основании десятичной системы человеческих знаний, адаптированной под специфику открыток. Каждый класс структуры включал в себя 10 отделов, внутри которых предполагалось дополнительное разделение на подотделы и так далее. Например, класс «Искусство» включал в себя отделы литературы, музыки, живописи, скульптуры и пр. Отделы предлагалось разделять либо по жанрам, либо по авторам в алфавитном порядке.

Иллюстрированные открытки многообразны по тематике и сюжетам, поэтому изучением их разновидности занимались различные исследователи. Так, искусствовед М.Я. Чапкина [138] выделяет три основных типа открыток, сложившихся к началу XX в.: иллюстрированные, репродукционные и видовые. Также она объединила открытые письма в следующие тематические группы по мере их появления: поздравительные, детские, рекламные, сатирические, политические, порнографические, репродукционные, благотворительные.

Более обширный тематический список иллюстрированных открыток предложила А. Е. Родионова [108, с. 11]. Ее классификация входит в разряд диалектико-логической, отличительной чертой которой является наличие переходных форм между видами открыток, совмещающих в себе характерные свойства соседних видов. В данной классификации насчитывается 17 видов открыток: праздничные, литературно-музыкальные, торгово-промышленные и

выставочно-театральные (рекламные), сатирические и юмористические, рисованные портретные, рисованные видовые, благотворительные, политические и военно-патриотические, диаграммно-схематические, порнографические, театральные, игровые, типажно-бытовые (этнографические), жанровые детской тематики, изображения флоры и фауны, орнаментальные, репродукционные.

Не ослабевающая популярность открыток в наши дни позволяет говорить об изучении этого феномена с точки зрения их социокультурной роли. В исследовании М.В. Самбур [116, с. 25] предложены четыре варианта классификации открыточной продукции по разным признакам:

1. Классификация по виду бланка, схожая с классификацией В.В. Шлеева и Э.Б. Файнштейна. Она включает в себя неиллюстрированные и иллюстрированные открытки.

2. Классификация по наличию вербальной составляющей, включающая открытки, имеющие сообщение, и открытки без сообщения.

3. Классификация по типу изображения, включающая художественные и натуральные открытки. К натуральным открыткам причисляются экземпляры, в которых в качестве изображения используется документальная фотография. В данном случае особенность состоит не столько в способе получения изображения (ручная работа, либо фототехнические устройства), сколько в специфике самого изображения: искусственно созданный художественный образ либо реальное отображение действительности.

4. Классификация по назначению, куда вошли: поздравительные, рекламные, сувенирные (памятные), образовательные, политико-агитационные, эротические. Она близка к классификации по жанрам открыток и удобна при создании коллекций.

Предложенные М.В. Самбур варианты классификации разработаны для фондов музеев и оптимальны для поиска, хранения и изучения открыточного материала.

Характерной чертой современной открыточной продукции является полифункциональность. Она реализуется в разнообразных коммуникативных

функциях: этикетной, при помощи которой оказывается внимание адресату или осуществляется поздравление; регулятивной, посредством которой оказывается влияние на межличностные отношения; социокультурной, в которой находит отражение специфика социальной и культурной сферы общества [28, с. 67]. Функциональные процессы являются одним из важнейших аспектов, учитывающихся при формообразовании, поэтому любая трансформация внешнего облика открытки связана с изменениями выполняемых ею функций.

В социологии принято выделять определенные общественные коммуникативные сферы, характеризующиеся «набором типичных жанров, а также системой норм коммуникативного поведения, типичными ролями коммуникантов, набором типичных языковых и других знаковых средств» [60, с. 57]. Зачастую в некоторых сферах открытка активно используется в роли коммуникативного средства, например, в сфере деловой и производственной коммуникации, сфере бытового общения, сфере туристической коммуникации, сфере рекламного бизнеса. Каждая из этих общественных сфер влияет на специфику коммуникативной функции открытки, что отражается на особенностях дизайна.

В результате анализа современной открыточной продукции было определено несколько групп художественных открыток, объединенных на основе выполняемых ими коммуникативных функций:

- 1) поздравительные открытки;
- 2) корпоративные открытки;
- 3) рекламные открытки;
- 4) туристические открытки.

Характерными коммуникативными функциями для всех видов открыток являются информационная и фатическая (контактоустанавливающая), в то же время каждая группа открыток выполняет функции, специфичные для той коммуникативной среды, в которой используется открытка (схема 2).



Схема 2. Классификация открыток XX-XXI вв. на основе выполняемых ими коммуникативных функций.

Самым популярным видом среди массовой аудитории пользователей является *поздравительная открытка* – это обязательный элемент любого праздника. При дизайн-проектировании поздравительной открытки особое внимание уделяется повышению аттрактивных качеств продукта, которые помогают выполнить ее главную коммуникативную задачу – не только помочь участникам праздничного события вступить во взаимодействие, но помочь выразить эмоции и личные чувства.

Вербальная составляющая дизайна открытки необходима для реализации экспрессивной функции [22]. В основном она представлена разнообразными поздравительными надписями. В первую очередь, это поздравления с государственными праздниками (Новым годом, Рождеством, Днем защитника Отечества, 8 Марта, Днем Победы и др.) и личными событиями (днем рождения, днем бракосочетания, рождением ребенка, новосельем и т. д.). Также в надписях выражаются различные напутствия и пожелания (скорейшего выздоровления, благодарность, успехов в учебе, соболезнования и др.). Практикуется персональное обращение к конкретному адресату: члену семьи, друзьям именные обращения. Распространены так называемые открытки-приколы, в которых охватывается бытовой юмор как сфера повседневного общения. Довольно часто

открытки выпускаются с готовым текстом поздравления, выбор которого зависит от намеченного мероприятия.

Эстетическая функция реализуется при помощи невербальной информации, содержащейся в поздравительных открытках. Она выражается как в графических средствах, представленных различными изображениями, использованием цвета в композиции, работой со шрифтами, так и в формально-пластических решениях, к которым относятся размер изделия, его форма, конструкция. Современные открытки не ограничены в своих размерах, поскольку в наши дни почтовая функция не является необходимым условием производства. Форматы выпускаемой продукции колеблются от мини-размеров 4х6 см, до крупноформатных изданий форматом А2 в сложенном состоянии. Следует отметить конструктивное разнообразие открыток. Все чаще создаются открытки с возможностью трансформации формы благодаря использованию особых способов сложения и системы прорезей, применению вырубков. Популярным направлением в дизайне современных открыток стало декоративное оформление с деталями и элементами из различных искусственных и природных материалов (ткань, кружево, сухоцветы и др.) (рис. П 1.74).

Поздравительная открытка выполняет еще одну важную функцию – аксиологическую. Она заключается в том, что в открытке «фиксируются этические и эстетические нормы и ценности русской культуры, социокультурные традиции, особенности мировосприятия» [27, с. 15]. Это позволяет поздравительной открытке не просто продолжать свое существовать, но и постоянно развиваться в художественном отношении, обогащаться новыми символами.

Еще одной самостоятельной группой современных открыток являются *корпоративные открытки*. Их коммуникативная функция осуществляется не только в виде ритуально-этикетного общения, но и делового взаимодействия. Корпоративные открытки применяются для поздравления коллег, партнеров и клиентов. Поскольку они являются знаком внимания и уважения, их использование в бизнес-переписке способствует созданию крепких и долгих

деловых взаимоотношений. Корпоративная открытка представляет собой прекрасный инструмент, создающий и поддерживающий положительный корпоративный имидж. «Коммуникативная эффективность имиджа состоит в том, что он реализуется как краткое образное сообщение, часть которого выражена невербально» [93, с. 60].

Обязательной частью дизайна корпоративных открыток является использование в их графическом оформлении айдентики компании (фирменного знака, логотипа, шрифтов, стилеобразующих элементов), точное воспроизведение корпоративной цветовой гаммы, а также применение фотографических или графических изображений, рекомендованных в бренд-буке. Открытка должна создавать визуальную связь с фирмой-адресантом, поскольку сама она является частью корпоративной культуры представляемой компании.

Особое внимание при разработке дизайна корпоративных открыток уделяется созданию единой связи между графической концепцией, отделкой и материалом. При производстве корпоративных открыток чаще всего придерживаются так называемого «европейского» формата, размер которого 95-100х200-210 мм, что соответствует размеру стандартного конверта DL (110х220 мм). Выбор бумаги проводят с учетом ее технических характеристик, к которым относятся толщина, цвет, текстура, гладкость, специальное покрытие (мелованное, металлизированное) и др. Для завершения визуализации концепции корпоративной открытки применяют различные виды послепечатной обработки (вырубка, биговка, перфорирование, высечка и др.). Их использование позволяет создавать необычные конструкции, оригинальные формы открыток, добавлять объем. Кроме того, для создания декоративного эффекта используются такие дополнительные методы полиграфического оформления как лакирование, фольгирование, тиснение (рис. П 1.75).

Открытка, благодаря своим преимуществам в виде многотиражности и небольшого формата, успешно используется в качестве информационного носителя в сфере рекламы. Она превратилась в важный маркетинговый инструмент, незаменимое средство массовой коммуникации, главное

преимущество которого заключается в способности передачи информации огромному числу адресатов. В конце 1990-х гг. появилось новое направление *рекламных открыток* – бесплатные открытки (freecards), которые быстро стали популярными. Суть концепции бесплатных рекламных открыток заключается в их способности побуждать потребителя на самостоятельное решение воспользоваться ими, эти открытки ненавязчивы и основываются на интересе потребителя. Отличительная особенность этих рекламных открыток состоит в уважительном отношении к своему адресату, подразумевая его достаточно развитый эстетический вкус. Поэтому, чтобы привлечь внимание, такие открытки должны отличаться оригинальностью, воплощать современные тенденции дизайна. Зачастую в их производстве применяют дополнительное оформление: открытки снабжаются перфорацией, вырубными деталями, специальным стирающимся слоем (скретч-панелью). Размер рекламных открыток направления freecards составляет 105x147 мм, что обуславливается размером карманов стандартных рекламных стоек, предназначенных для их размещения (рис. П 1.76).

Рекламная открытка может совмещать в себе несколько функций: быть не просто носителем информации рекламного характера, но и представлять собой флаер со скидкой, приглашение на открытие заведения, афишу с анонсом какого-либо мероприятия. Иногда открытки выпускаются тематическими сериями. Например, серия открыток в виде календаря на год, где каждый месяц расположен на отдельной карточке. Еще вариант – коллекция открыток по принципу мозаики: целое изображение возможно собрать только получив все выпуски. Кроме того, большой популярностью бесплатные открытки пользуются как объекты коллекционирования, а также их используют в утилитарных целях: в качестве карточек для записей или в виде закладок для книг. Таким образом, проект концепции рекламных открыток часто предполагает поиск идей их использования в дальнейшем.

Открытка всегда была непосредственно связана с путешествием и туристическими поездками, была частью этой культуры. Видовые туристические открытки донесли до нас редкие снимки городов, памятных мест, сценок из

жизни и быта населения прошлых столетий. Туристические открытки, привезенные из путешествия, хранят память о поездках, а со временем превращаются в настоящий исторический документ.

Распространенной и востребованной формой туристических открыток являются видовые открытки с изображениями известных достопримечательностей. Классическое графическое исполнение поражает разнообразием. К их созданию привлекаются современные художники и иллюстраторы, благодаря чему на свет появляются новые интересные проекты в этой области. Так, благодаря проекту «Живая почта», запущенному в 2014 г. сетью петербургских пекарен-кондитерских «Буше», была выпущена серия открыток с популярными видами Санкт-Петербурга. Для оформления были привлечены молодые художники – студенты школы иллюстрации Miroedova School. Особенность этих открыток заключается в том, что их можно отправить по почте в любую точку мира, достаточно указать адрес получателя и положить в специальный ящик. Через подобные акции возрождается традиция почтовых открыток как особого вида коммуникации (рис. П 1.77).

Большим спросом пользуются открытки-раскраски. На них также размещаются рисунки достопримечательностей городов, однако они выполнены в графических линиях, что, в совокупности с определенным сортом бумаги, позволяет самостоятельно раскрасить рисунок. Открытки-раскраски комплектуются в наборы, состоящие из отдельных карточек, либо скрепляются с одного края в виде книги или последовательно «гармошкой» (лепорелло). Эта линейка продукции предназначена как для детей, что приносит образовательный элемент, так и для взрослых. В последнем случае открытки позиционируются как модные ныне «раскраски-антистресс». Подобные издания увеличивают диапазон возможностей для использования открыток в области туризма.

Востребованным направлением туристических открыток являются издания, освещающие небольшие ознакомительные маршруты по различным городам. Они одновременно являются и памятными сувенирами, и мини-путеводителями с картами, которые удобно использовать в поездке. Представленные маршруты

различаются по тематикам и разрабатываются с учетом интересов, увлечений и пожеланий туристов (пешеходные маршруты, исторические, транспортные, художественные, технические и т. д.).

Таким образом, классификации открыток проводится с точки зрения различных аспектов: по наличию изобразительных элементов и знаков почтовой оплаты, в зависимости от территории хождения, в связи с тематической направленностью и назначением. За основу предложенной классификации современных открыток взят функционально-коммуникативный аспект, поскольку открытки являются активными участниками процесса межличностного общения, выполняя при этом различные функции. Участие открытки в различных сферах современного коммуникационного взаимодействия превратило ее в социальное явление, аккумулирующее в себе этические нормы, особенности мировосприятия, социокультурные традиции и эстетические ценности современного общества.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1

1. Историю развития открытого письма (открыток) можно разделить на четыре основных этапа, каждый из которых характеризуется особой спецификой коммуникативного взаимодействия открытки. I этап охватывает конец XIX в. (1869-1870 гг.) и объединяет в себе предпосылки и процесс возникновения открытого письма в Европе, а также начало развития русских открытых писем. Этот этап отличается сугубо утилитарной ролью открытки в процессе межличностного общения и характеризуется информационно-субъективной спецификой коммуникативного взаимодействия. II этап – конец XIX-начало XX вв. (1870-1917 гг.) – время возникновения европейских и русских иллюстрированных открытых писем, дореволюционный период развития русских открыток, сопровождающийся издательской деятельностью Общины святой Евгении. Специфика коммуникативного взаимодействия этого периода – культурно-просветительская. III этап – большая часть XX века (1917-1990 гг.) – период развития советских открыток, отличающийся агитационно-рекламной направленностью. IV этап – конец XX – начало XXI в. – современный этап развития, начавшийся после 1990 г. и длящийся до настоящего времени. Этап возрождения российских открыток, специфика коммуникативного взаимодействия которых определяется как знаково-символической.

2. С точки зрения исторического анализа можно выделить три этапа трансформации почтовых карточек XIX-XX вв.:

- трансформация бумажного почтового листа – предшественника почтовых карточек;
- плоская форма почтовой карточки, отвечающая требованиям почтовых служб;
- двойная форма почтовой карточки, необходимость которой обосновывается рядом причин.

Основным приемом трансформации являлся прием сгибания, в результате которого бланк открытого письма менял форму, обретая новые функциональные

возможности. К причинам, приведшим к необходимости модификации формы почтовых карточек, относятся: экономические (для снижения стоимости почтовых пересылок), функциональные (конфиденциальность содержащейся информации), целевые (назначение почтовой карточки), эстетические (повышение аттрактивности продукта).

3. Видовое многообразие открыток привело к созданию различных классификаций, которые проводились с учетом различных аспектов и назначений: для коллекционирования, для музейного хранения и идентификации, для использования почтовыми службами. В результате исторического анализа выявлены следующие наиболее распространенные классификации:

- по виду бланка, учитывающая наличие или отсутствие изобразительных элементов;
- по характеру изображений – иллюстрация, выполненная вручную либо с применением фототехники;
- по тематической и жанровой направленности иллюстрированных открыток;
- по наличию вербальной информации;
- по назначению открыток (поздравительные, сувенирные, рекламные, образовательные и т.д.)

4. Разработана классификация открыток конца XX – начала XXI вв. на основе выполняемых ими специфических коммуникативных функций. Она включает в себя следующие виды: поздравительные, корпоративные, рекламные и туристические открытки. Поздравительные открытки выполняют эстетическую, экспрессивную, ценностную функции; открытки сферы делового общения реализуют этикетную, имиджевую, регулятивную функции; рекламные открытки решают вопросы социального коммуникативного взаимодействия и осуществляют побудительную, репрезентативную функции; туристические открытки участвуют в межкультурной коммуникации, выполняя образовательную, познавательную, развлекательную функции.

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ КОНСТРУКТИВНЫХ ПРИЕМОВ И ТЕХНИК РАБОТЫ С БУМАГОЙ И ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ В ФОРМООБРАЗОВАНИИ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ОТКРЫТОК КОНЦА XX – НАЧАЛА XXI ВВ.

В главе 2 рассматриваются основные конструктивно-технологические приемы бумажного формообразования, традиционные и современные техники работы с бумагой, их применение в дизайне открыток начала XXI в. Разработана классификация открыток на основе использованных приемов динамической трансформации формы. Для анализа были отобраны образцы открыточной продукции, изданной в конце XX – начале XXI вв. Сюда включены как многотиражные выпуски, отражающие технологические возможности полиграфической промышленности, так и единичные авторские экземпляры, представляющие собой возможную перспективу развития отрасли.

2.1. Проектно-художественные возможности бумаги.

Основные направления объемно-пространственного моделирования

До недавнего времени бумага для открыток использовалась лишь в качестве носителя для изобразительного и информационного материала. Основная задача, которую решают современные дизайнеры при разработке открытки – это создание оригинального, эффектного, износостойкого изделия, способного сохранить свой первоначальный вид долгое время. Поиски решений часто приводят к использованию разнообразных материалов, тем не менее, практически всегда основой открытки служит бумага как наиболее доступный материал. С одной стороны, податливость, мягкость бумаги дает неограниченные возможности реализовывать различные конструктивные решения, с другой – структурные свойства бумажного полотна влияют на тектонические способности и геометрию форм создаваемых конструкций. Еще одной важной характеристикой бумажного материала являются тактильные качества его поверхности, которые влияют как на визуальное восприятие изделия посредством оптических свойств покрытия, так и

на создание неповторимого осязательного образа. Правильный выбор бумаги по ее техническим характеристикам позволяет создать изделие, соответствующее художественному замыслу и способное выполнить свои функциональные задачи.

Современные целлюлозно-бумажные предприятия выпускают различные виды бумаги, которые отличаются по своим свойствам и структуре. Показатели качества бумаги могут быть объединены в следующие группы:

- геометрические: гладкость, толщина и масса, плотность и пористость;
- оптические: оптическая яркость, непрозрачность, глянец;
- механические (прочностные и деформационные): прочность поверхности к выщипыванию, разрывная длина или прочность на разрыв, прочность на излом, сопротивление расслаиванию, жесткость, упругость при сжатии и т.д.
- сорбционные: влагопрочность, гидрофобность, способность впитывать растворители печатных красок.

Кроме того, бумагу часто классифицируют по виду отделки поверхности. Это может быть бумага без отделки (матовая), бумага машинной гладкости и глазированная (каландрированная) бумага. Существуют коллекции сортов бумаги, называемой «дизайнерской», которые незаменимы для декоративных и полиграфических работ благодаря своей фактуре, покрытию, широкому спектру цветов и т. д. (рис. П 2.1)

Некоторые бумаги называются «перманентными» или «для архивного качества», они обладают высокой стойкостью к истиранию, потере качества и цвета. Однако, надо понимать, что бумага изготавливается из растительных волокон, которые по определению не могут быть вечными. Кроме того, на срок «жизни» бумаги влияют многие факторы: источник и качество волокон, химикаты, применяемые при производстве бумаги, условия хранения, особенности эксплуатации и многое другое.

В наше время автоматизированного массового производства все больше стала цениться индивидуальность во всем, в том числе и в производстве бумаги. Таким примером является японская бумага васи, которая насчитывает многовековую историю производства (рис. П 2.2). Ее изготовление – уникальная

технология ручного труда, бережно сохраненная как традиция и дошедшая до наших дней, причем производство бумаги все существует параллельно с индустриальным производством современного материала. Все пользуется большим спросом у дизайнеров, художников и полиграфистов поскольку дает большие возможности для творчества и самовыражения. Изделия из нее отличаются самобытностью и оригинальностью благодаря своим художественным качествам, прочности и необычной структуре (рис. П 2.3).

С начала 1980-х годов на Западе стало возрождаться древнее искусство ручного изготовления бумаги (рис. П 2.4). Любители этого искусства объединились в союзы и организации. Так, Международная ассоциация изготовителей бумаги ручной выделки и «бумажных» художников (International Association of Hand Papermaker and Paper Artist, IAPMA) насчитывает более 400 членов из 40 стран мира. При поддержке Американского музея бумаги (American Museum of Papermaking) была создана организация «Друзья Дарда Хантера» (Friends of Dard Hunter) (Хантер – американский художник и историк ремесел, написавший ряд книг и статей об истории развития бумаги). Кроме того, стали выпускаться журналы, специализирующиеся на технологии изготовления бумаги. Самый известный из них – Hand Papermaking (США).

Бумага ручной выделки интересна еще и тем, что хранит в себе многовековые культурные традиции, представляет собой явление, хранящее в себе мировоззрения и ценностные установки, отражающиеся в ее форме, функции, структуре (рис. П 2.5).

Бумага используется в различных направлениях современного искусства и дизайна, накоплен большой мировой опыт в области бумажного формотворчества, выработаны свои законы и методы. Работа в области моделирования художественных форм из бумаги, создания трехмерных бумажных композиций имеет долгую историю.

Пожалуй, самым известным и распространенным направлением бумажного творчества является оригами – японское искусство складывания бумаги, одна из ранних техник бумажного моделирования. Сам процесс складывания бумаги в

традициях Японии являл собой общение человека с богами. Существовало огромное количество различных хитроумных способов сложения бумажного листа, причем каждая форма складки носила свое значение: выражала почтение, доброе пожелание, просьбу о долголетию. Сакральный характер оригами превратил его в неотъемлемую часть религиозных ритуалов и церемоний. Например, традиционно к свадебным подаркам прикрепляли сложенную из белой бумаги бабочку, символизирующую связь между молодоженами и их богами-покровителями. Высоко ценились мастера-оригамисты, владевшие техниками сложения бумаги и умевшие художественно и со значением завернуть подарки к праздникам. Кроме того, оригами использовали в качестве защиты самураи, изготавливая охранные амулеты из бумаги («ноши») с добавлением акульей кожи или полосок сушеного мяса. Украшениями из оригами декорировали жилища, праздничные мероприятия.

Оригами, обладая специфичным абстрактным языком, в котором фигурки, получающиеся в результате хитроумного сложения листа бумаги, являются символами особого иероглифического письма. Они создают образы окружающего мира, воплощают сущности предметов доступным и понятным способом. Не удивительно, что попав в западную среду, оригами быстро завоевало популярность. Для европейской культуры наиболее важным оказались специфика визуального языка, особенности композиционных решений, знаковое отражение реальности. Поэтому со временем оригами утратило свои национальные особенности, религиозную и философскую основы. Кроме того, произошли некоторые изменения его конструктивных приемов и формообразующих принципов. В оригами выделилось три направления. Первое, традиционное, направление – оригами, при котором фигуры выполняются из квадратного листа бумаги без разрезов (рис. П 2.6). Некоторые мастера создают модели высокой технической сложности, для сложения которых требуется несколько часов даже опытным оригамистам. Другие мастера наоборот, идут по пути упрощения, создавая лаконичные фигуры с минимальным числом складок. Второе направление оригами объединяет объекты, сложенные из бумаги различных

форматов: прямоугольника, треугольника, многоугольника, полосок и т. д. (рис. П 2.7). Третье – оригами модульное, здесь фигуры собираются из одинаковых элементов-модулей (рис. П 2.8). Модуль, являясь сложенной из квадратного листа фигурой оригами, сам по себе потерял свой особый смысл, свою неповторимость.

Оригами все чаще используется в качестве основы многих объектов дизайна. Это объясняется тем, что для «дизайна в оригами являются привлекательными такие черты как модульность, соподчиненность частей в едином целом, условность визуального языка, знаковая реализация действительности, наличие сетки как моделирующего фактора, максимальная выразительность, достигаемая минимальными средствами, ритмическая организованность, чистота конструкции, лаконичность выразительных средств и т. д.» [32, с. 8].

В современном мире оригами перестает существовать только в виде чистого искусства, оно приобретает практические черты. Так, В. Бескровных говорит о том, что назрела необходимость развития функционального оригами, при котором можно создавать предметы, востребованные потребителями. Возможно использовать оригами в утилитарных, бытовых целях, когда сложенные фигуры служат подарками, наглядными пособиями, игрушками [23, с. 125].

Еще одной распространенной техникой работы с бумагой, широко используемой в дизайне полиграфической продукции, является техника рор-уп (рис. П 2.9). В переводе с английского слово «рор-уп» означает «всплывающий», «выскакивающий». Изображением рор-уп называют конструкцию, которая создана таким образом, «что при раскрытии какой-то графический элемент поднимается со страницы, становясь объемным» [124, с. 4]. Это направление как нельзя лучше иллюстрирует тенденции развития современной визуальной среды, где человек становится не просто пассивным наблюдателем, а активным участником диалога, происходящим между ним и объектом восприятия. Возможности цифровых технологий и мультимедийных устройств задают новые стандарты представления визуальной информации, где основным аспектом является динамика формы. Техника рор-уп с успехом справляется с подобной

задачей, имея важное преимущество: в отличие от виртуальных, рор-уп формы осязаемы. Этим объясняется применение этой техники в иллюстрировании книг, особенно детских, при издании различных рекламных полиграфических изданий и, конечно, в дизайне открыток.

С момента своего появления техника рор-уп в основном применялась исключительно в книжной графике. Прообразы динамичных форм – различные механические элементы, созданные философом и поэтом Раймондом Луллием в XIII в. Для иллюстрации своих мировоззренческих идей и иллюстрации поиска истины он использовал различные подвижные части, собранные вместе в круг и скрепленные в центре [104, с. 148]. Луллий создал собственную классификацию различных категорий, которым соответствовали определенные маркированные сектора круга (рис. П 2.10). Философ предполагал, что подобный механический подход облегчит получение фундаментальных знаний. К сожалению, достоверной информации об успехе обучения посредством таких философских кругов не существует.

XVIII век ознаменовался началом производства книг для развлечения – «движущихся» книг (Movable Books). Особый интерес вызывали издания с картинками в стиле lift-the-flap, появившимися в 1765 г. Их суть заключалась в том, что благодаря специальной системе открывающихся клапанов, образовывались различные изображения (рис. П 2.11). Автором этого изобретения был английский книгоиздатель Роберт Соьер [89]. Дальнейшее развитие объемной иллюстрации в XIX и XX вв. происходило при участии Эрнста Нистера, немецкого издателя. Также большой вклад сделал англичанин С. Луи Жиро, редактор детских книг, его стиль оформления очень сильно походил на современную технологию рор-уп. Признанным мастером иллюстрирования детских книг в стиле рор-уп середины XX века был чешский художник В. Кубашта. Отличительной особенностью его работ являются яркие цвета и сложные конструкции.

В начале XXI века одним из самых известных представителей направления объемных иллюстрированных книг является Р. Сабуда, американский художник,

которого называют инженером-дизайнером объемных книжных изображений (рис. П 2.12). Его издания направлены в первую очередь на детскую аудиторию, поэтому основную часть книг занимают иллюстрации, тексту отводится минимальное место. Причем, основной упор делается на динамику истории – смену места действия, различных персонажей, наличие подвижных элементов. Однако, подобная конструктивная сложность книг позволяет выпускать лишь одну рор-уп книгу в год. Будучи владельцем собственной студии, Р. Сабуда также издает обычные книги различных жанровых направленностей, поздравительные объемные открытки и другую полиграфическую продукцию.

Кроме производства книжной продукции, направление рор-уп активно используется и развивается в других творческих сферах. Например, объемные изображения создает в своих каталогах модельный дом «Dolce&Gabbana». Необычный клип с применением движущихся книжных иллюстраций и рор-уп элементов снял шотландский музыкальный коллектив «Shitdisco» (рис. П 2.13).

Довольно необычным видом бумажного формообразования, ставшим популярным в последнее время, является квиллинг. Это искусство создания объемных декоративных композиций из скрученных в спирали узких полосок бумаги (рис. П 2.14). Оно известно со средних веков, когда европейские монахи создавали изящные медальоны, используя скрученные на кончике птичьего пера позолоченные по краям полоски бумаги. Считается, что отсюда и пошло название этой техники: слово «quilling» происходит от «quill», что в переводе с английского означает «птичье перо».

Позже, в XVIII-XIX вв. квиллинг стал излюбленным занятием английских леди. Они изготавливали украшения для рам, подсвечников, корзин и даже мебели.

В XX веке этот вид бумажной пластики был почти забыт и лишь недавно вновь стал востребованным. Украшения в технике квиллинга широко используются, кроме всего прочего, и как декор для авторских поздравительных открыток (рис. П 2.15).

В Европе бумажное формообразование как художественный способ

объемно-пространственного построения появился в начале XX века. Его изучению было посвящено несколько курсов в программе школы Баухауз. Большое внимание изучению пластических возможностей бумаги уделял на своих занятиях Йозеф Альберс. Свои уроки он начинал с заданий по исследованию технических возможностей бумажного материала с последующим созданием различных объемных форм. Такой подход считался важным для развития конструктивного мышления студентов (рис. П 2.16).

В России в начале XX века эксперименты с бумажными формами проводили на занятиях ВХУТЕМАСа, в области абстрактных построений из бумаги работали многие художники (К. Малевич, В. Татлин, А. Родченко, П. Митурич, Л. Юдин, Н. Габо). Благодаря возможностям бумаги они переводили композиционные структуры из плоскостного изображения в пространственные конструкции. Подобным примером служат «белые скульптуры» А. Родченко – трехмерная интерпретация графических работ, или его «Самозвери» – бумажные фигурки детей и зверей, выполненные вместе с В. Степановой в качестве иллюстраций для детской книги стихов С. Третьякова (рис. П 2.17).

Кроме объемных композиционных решений внимание художников, фотографов, архитекторов, дизайнеров уделялось динамическому аспекту. Каждый по-своему интерпретировал сущность движения как формообразующего фактора, опираясь на его духовную, эстетическую и техническую стороны. «В работах Татлина движение – это символ, у Габо – инструмент создания иллюзорной формы, у Клуциса – расширение функционального действия рекламных установок, у Родченко – возможность создания трансформирующегося оборудования для театральных постановок, клубов, читален, К. Мельников увидел в движении путь композиционного соединения архитектуры с природой» [53, с. 3].

По словам Р. Арнхейма, «любая визуальная модель динамична. Это самое элементарное свойство на деле оказывается самым значительным атрибутом художественного произведения» [5, с. 385]. К началу 1950-х годов наступил новый этап развития динамического формообразования, ознаменовавшийся

появлением кинетического искусства, мобильной архитектуры, трансформирующихся объектов дизайна. Художественными экспериментами в этой области занималась целая плеяда дизайнеров: В. Колейчук, А. Лаврентьев, Г. Виноградов, Б. Стучебрюков, А. Леонов, Б. Галеев и многие другие (рис. П 2.18).

Особую роль в развитии бумажного формотворчества сыграл курс Б.Н. Рахманинова, который использовал в своей работе традиции русского конструктивизма и теории «Баухауза». Новое значение как метод художественного моделирования в искусстве и дизайне бумагопластика получила в 1980-90-х гг. Большую роль сыграл проект «Бумажная планета», выполненный художниками ВНИИТЭ А.Н. Лаврентьевым, В.Ф. Колейчуком, М.М. Литвиновым, О.Я. Боднаром.

Бумажное моделирование использует разнообразные приемы конструирования и монтажного соединения деталей. Особенностью формообразования из листа бумаги является трансформация плоскости в объемную конструкцию. Первым в советской художественной практике изучил и типологизировал конструктивные приемы структурирования плоскости В. Ф. Колейчук в 1980-х годах (рис. П 2.19).

Сегодня, с позиции современного производства и возможностей ручного труда, типология конструктивных приемов в бумагопластике изменилась. Она стала включать в себя как традиционные технологии, используемые в полиграфическом производстве: биговка, фальцовка, вырубка и высечка, склейка, так и экспериментальные виды конструирования.

Биговка – нанесение прямолинейной бороздки на лист бумаги, необходимой для последующего сложения (фальцовки) бумаги по линии. Чаще всего используется для бумаги плотностью выше 170 г/м^2 и картона. Биговка не только облегчает процесс складывания бумаги, но и защищает красочный слой от растрескивания на месте сгиба, что придает продукции более аккуратный вид.

Фальцовка – сгибания листа бумаги в типографском деле. Используется для складывания листов в тетрадь при изготовлении книжных и брошюрных изданий. Как и многие другие технологические операции, фальцовка влияет на внешний

вид и эксплуатационные характеристики изделия. Выработана определенная классификация видов фальцовки. Выбор варианта зависит не только от технологического оснащения, но и от функционального назначения продукции. По взаимному расположению фальцовка бывает параллельной, перпендикулярной и комбинированной. Во всех случаях фальцовка может быть симметричной и со смещением. Разработана система условных обозначений вариантов фальцовки – пиктограммы, что помогает быстро сориентироваться в особенностях используемого технологического процесса. Фальцовка – самый распространенный прием трехмерного моделирования. Он не только придает объем плоскому листу бумаги, но и делает конструкцию мобильной, позволяя трансформироваться.

Вырубка и высечка относятся к послепечатным операциям в типографии. Они используются при создании изделия с отличным от прямоугольного контуром.

Вырубка – прорезание обрабатываемого материала насквозь с помощью линейки штанц-формы по непрерывной линии, одновременно осуществляются процессы биговки, перфорации и т.д. Вырубка осуществляется полностью на специальном оборудовании.

Высечка – процесс отделения изделия по замкнутому сложному контуру, осуществляемый из заранее нарезанных заготовок, осуществляется обработка всей стопы. Применяется, как правило, при изготовлении малоформатной продукции.

Склейка – форма монтажного соединения бумажных деталей. Она не слишком распространена среди художников-конструкторов, специалистов бумажного моделирования, тем не менее, в полиграфическом производстве является неотъемлемой частью технологического процесса при изготовлении некоторых видов многостраничных изданий, а также отделочных работ.

Художественные приемы трансформации бумажного листа, основанные на экспериментальных подходах – перспективная область работы с бумагой. Подобные способы с одной стороны развивают свободу в отношении художника к материалу, с другой – позволяют изучить особенности поведения бумаги в

различных ситуациях. Чаще всего подобный подход применяется в штучном производстве и не распространяется в массовом. Однако тенденции развития современных технологий предполагают возможность внедрения и дальнейшего развития подобных экспериментов в тиражное производство.

Исследователи неоднократно обращались к практическим и теоретическим особенностям объемного моделирования и конструирования из бумаги. Курсы по бумажному проектированию становятся неотъемлемой частью образовательной программы в художественных, художественно-прикладных и архитектурных учебных заведениях, в изостудиях и школах. Знания по этому предмету позволяют использовать возможности моделирования из бумаги в оформлении интерьеров, витрин, в рекламной и полиграфической сфере. Большой интерес к проектно-художественным возможностям бумаги проявляется в области дизайна открыток.

В рамках данного исследования более подробно рассмотрены специфики трех техник работы с бумагой и их применение в области изготовления открыток: техника оригами, техника рор-уп и объемная трансформация бумажной плоскости на основе работ В. Ф. Колейчука. Их выбор обусловлен широким спектром технических возможностей моделирования объемных структур, способностью создавать различные иллюстративные образы, а также их легкая адаптация к особенностям производства открыток.

2.2. Специфика применения техники оригами в дизайне художественных открыток

Использование оригами в дизайне открыток выявляет новые структурно-технологические приемы, принципы и закономерности, расширяет представление о художественных средствах, применяемых при создании образа поздравительной карточки.

Работы в технике оригами в дизайне и производстве открыток ведутся в следующих направлениях:

1. при декоративном оформлении открытки с помощью различных элементов;

2. в качестве формообразующей техники, которая превращает саму открытку в фигуру;
3. как технологическая основа для создания трансформирующейся конструкции.

Фигурки оригами, благодаря своей лаконичности, доступности, разнообразию конструктивных приемов, используются в оформлении открыток в качестве декоративных элементов. Создаваемые универсальным визуальным языком, эти символы и образы понятны всем. В ходе их изучения выявлены самые распространенные изобразительные мотивы, используемые в открытках. Среди них: растительные элементы, орнаменты, фигуры птиц и зверей, предметы быта, детали одежды, архитектурные сооружения.

Приведем пример использования оригами в качестве декора открытки. Так, в оформлении поздравительных карточек чаще всего применяются образы цветов. Эти фигуры – одни из самых распространенных в оригами, что не удивительно, ведь цветочная символика играет важную роль в японской культуре, сопровождает японца на протяжении всей его жизни. Существует огромное количество разнообразных схем сложения всевозможных видов цветов. Каждая форма содержит набор визуальных признаков, характерных для того или иного вида цветка. Главная особенность техники сложения фигуры заключается в знаковом языке, в абстрактном начале изображаемого, а не только во внешнем сходстве модели. Например, в основу цветка гвоздики легла особенность строения лепестков, примечательная для данного вида. Структура создается набором отдельных модулей, которые образуют характерный зубчатый край (рис. П 2.20). Еще одной легко узнаваемой моделью является фигурка тюльпана. Классическая схема оригами предполагает создание объемного цветка, что неприемлемо в случае декора открытки. Здесь применяется плоская форма цветка с узнаваемыми округлыми лепестками (рис. П 2.21).

Еще одним распространенным образом, встречающимся в разных культурах, является елка, ее фигура традиционно используется в новогодних и рождественских поздравительных открытках. Существует множество приемов сложения данной фигуры, начиная с традиционного вида схемы с использованием

одного листа бумаги, заканчивая применением модульного способа (рис.1). Кроме того, наряду с классическим оригами, где исходным материалом является квадратный лист, фигура елки может создаваться из бумажного листа фигурной формы (рис.2). Довольно интересный эффект получается при использовании бумаги с контрастными по цвету сторонами либо бумаги с рисунком.

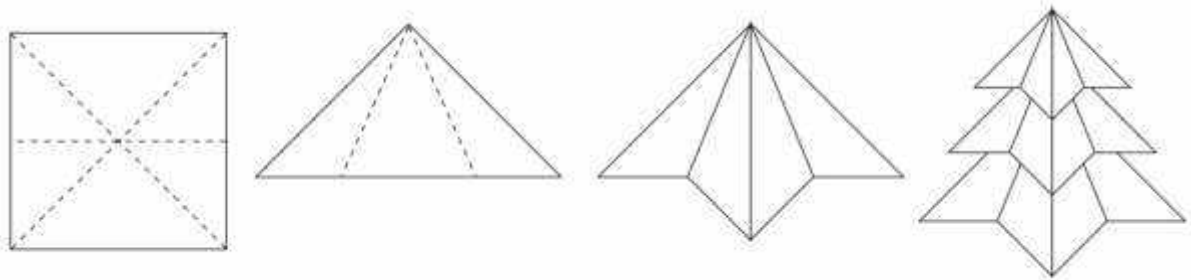


Рис. 1. Схема сложения элемента «Елка» в технике модульного оригами.

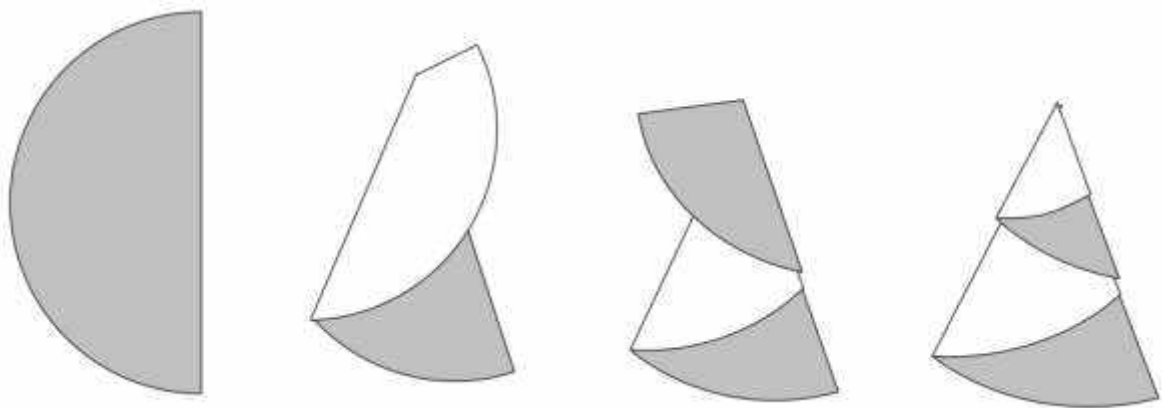


Рис. 2. Схема сложения элемента «Елка» с использованием бумаги фигурной формы.

Одно из новых современных направлений оригами – цельные орнаментальные складчатые структуры, называемые оригами Тессаллейшенс (Origami Tessellations). В данном случае разработка бумажной плоскости проводится при складывании бумажного листа ритмическим, регулярным, геометрическим рисунком без использования разрезов и склеек. Основателем этого направления считается японский учитель химии Шузо Фуджимото (Shuzo Fujimoto), создавший лучшие свои работы в 1970-х годах [154, с. 4]. Кроме него

следует отметить и других художников, работавших в этой технике, таких как Крис Палмер (Chris Palmer), Йошихиде Момотани (Yoshihide Momotani), Тошиказу Кавасаки (Toshikazu Kawasaki), Пол Джексон (Paul Jackson), Эрик Герде (Eric Gjerde), Ричард Свинэй (Richard Sweeney), Том Хулл (Tom Hull). Хотя основные открытия в области орнаментальных складчатых структур были сделаны во второй половине XX века, работы в этом направлении велись еще в 1920-х годах в школе Баухауз. Творческие поиски в области объемно-пространственного построения проводились Й. Альберсом и его студентами, создание складчатого орнамента из бумаги занимали в них важное место. Также большой вклад в развитие искусства бумажных складчатых орнаментов внесли отечественные художники второй половины XX века (В.Ф. Колейчук, Ю.С. Лебедев, А.И. Волков, Б.Н. Рахманинов и др.).

Орнаментальная складчатая структура интересна своей простотой преобразования плоскости в объем, четкостью геометрического построения, устойчивостью конструкции. В контексте дизайна открыток структура оригами Тессаллейшенс чаще всего применяется в качестве орнаментальной фоновой основы. Конструктивное моделирование складок создает абстрактную композицию, образует пространственное движение бумаги (рис. П 2.22).

В качестве основной формообразующей техники оригами часто используется при производстве фигурных открыток. Распространенным образцом может служить форма открытки-рубашки для мужской поздравительной открытки (рис. 3). Альтернативные образы создаются при помощи изменения цвета, текстуры и рисунка бумаги, использования декоративных элементов в зависимости от характера адресата, его возраста или социального положения. Для усложнения формы и изменения образа открытка может дополняться деталями в виде галстука, жилета, пиджака.

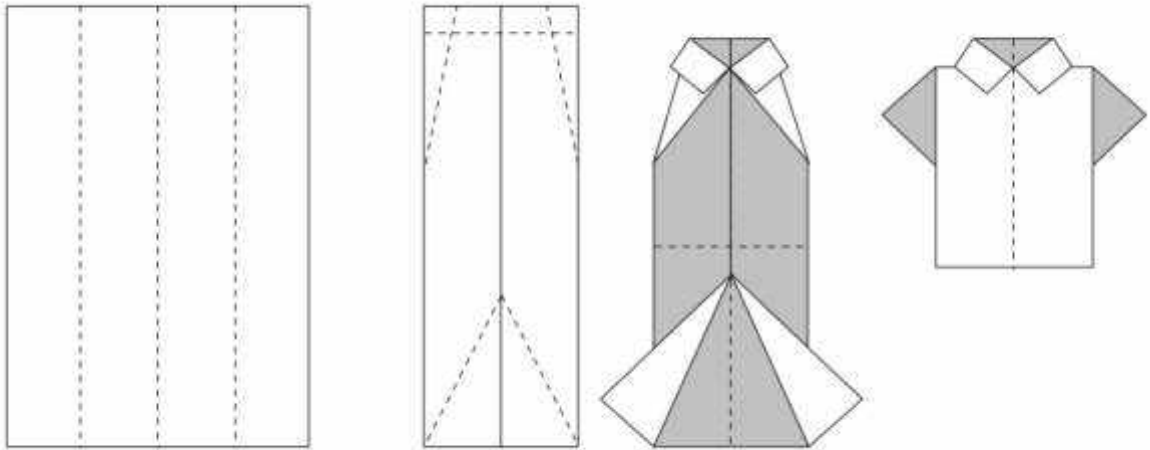


Рис. 3. Схема сложения открытки-рубашки.

Одно из проявлений полифункциональности современной открытки – совмещение функций упаковки и поздравительной карточки. В качестве примера можно привести распространенный поздравительный конверт для денег. В оригами форма сложения в виде конверта известна давно, она применялась для заворачивания приказов и письменных указаний. Соблюдался ранг адресата или автора послания, на что указывали особые черты в схеме складок. Отличным способом складывались конверты для отправки любовных стихов и посланий, ими чаще всего пользовались женщины. Современный вариант оригами-конверта отличается практичностью упаковки. В его оформлении, как правило, отражается праздник или событие, к которому преподносится подарок. Представленная конструкция конверта выполняется из основы листа квадратной формы, однако в данном случае, для ее фиксирования, применяется склеивание (рис. 4).

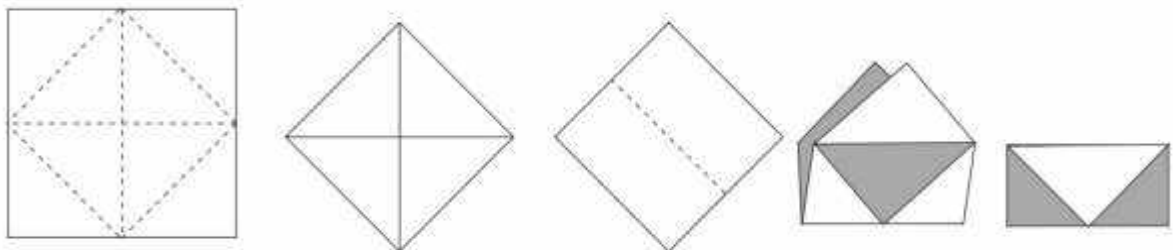


Рис. 4. Схема сложения открытки-конверта.

Техника оригами успешно используется в изготовлении функциональной модели открытки с двумя карманами (рис. 5). В качестве основы выступает прямоугольный лист бумаги, используются надрез и склеивание. Учитывая особенности сложения, предпочтительнее выбирать бумагу с различными по цвету или рисунку сторонами. Карманы позволяют размещать карточки с дополнительной информацией, что создает нелинейную структуру повествования: от получателя зависит последовательность восприятия информации. Возникает эмоциональная вовлеченность адресата в процесс общения, создается коммуникативный диалог с элементами игры.

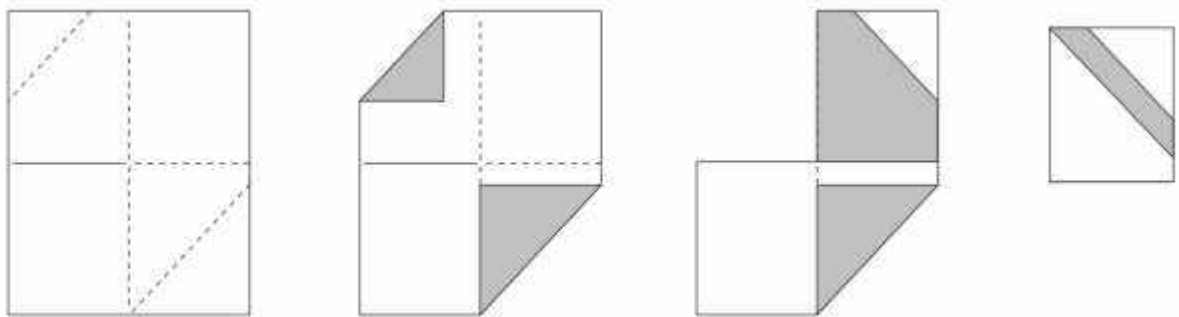


Рис. 5. Схема сложения открытки с двумя карманами.

Конструктивные приемы оригами, кроме дизайна статичных фигурных открыток, используются в создании динамичных трансформирующихся структур. К этой категории относятся открытки, способные преобразовываться из одной формы в другую (рис. 6). Необходимость в мобильной, подвижной структуре диктуется особенностями современного визуального восприятия, а, учитывая уровень развития цифровых технологий, интерактивность открыток необходима для создания конкурентоспособного средства коммуникации.

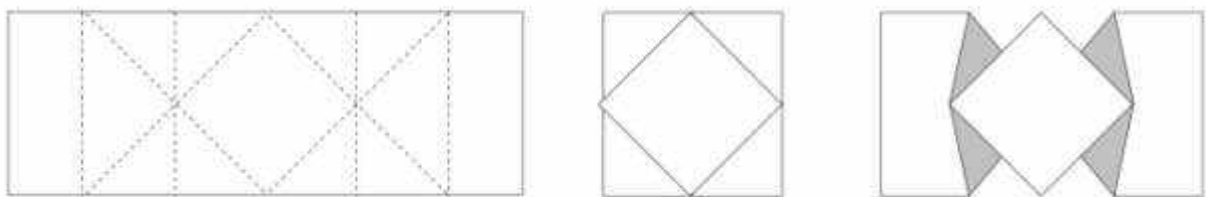


Рис. 6. Схема сложения открытки-трансформера.

Основой для подобных открыток служат разнообразные по форме листы бумаги: квадратные, прямоугольные, треугольные. Техника оригами позволяет сложить открытку необычным образом, причем порой невозможно понять открывается модель или нет, Тем самым создается интрига сообщения, находящегося внутри замысловатой системы складок.

Примером использования динамических возможностей модульного оригами является открытка с замкнутым циклом трансформации. Основа открытки – четыре взаимодействующих прямоугольных модуля бумаги, согнутые определенным образом. В процессе чередования разворотов открытки организовываются четыре совершенно разные по форме изолированные поверхности (рис. 7). Такая модель позволяет создать не просто оригинальный художественный образ с самостоятельной композицией, но и связанный последовательный визуальный рассказ с понятной сюжетной линией.

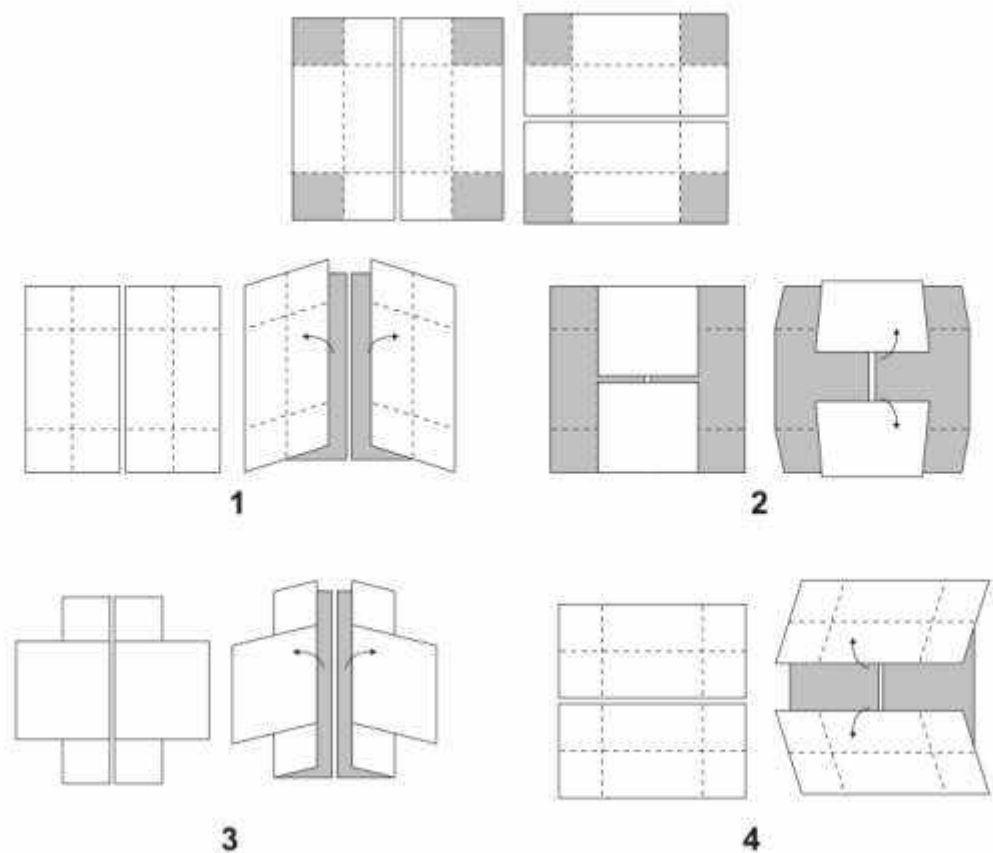


Рис. 7. Схема сложения открытки с замкнутым циклом трансформации.

Таким образом, конструктивные возможности оригами и специфика его художественно-пластического языка находят применение в области дизайн-проектирования поздравительных открыток. Фигурки, выполненные в технике оригами, обладают яркой образной выразительностью и внутренней сущностной концепцией, в них содержится уникальное знаковое начало, поэтому их применение в декоре открыток придает оригинальный внешний облик и, вместе с тем, наполняет определенным символическим смыслом. При создании открыток с использованием оригами Тессаллейшенс акцент делается на четкий ритм складчатых структур, орнаментальную проработку плоскости. Кроме того, обширный опыт оригами в качестве формообразующей техники незаменим в производстве открыток с динамической трансформацией формы, при этом конструктивной основой остается складка – основной прием работы с бумагой.

2.3. Особенности использования техники рор-уп в формообразовании открыток.

Движущиеся иллюстрации в стиле рор-уп применялись в производстве открыток начиная с XIX в. (рис. П 2.23). Наиболее известны открытки периода Бидермейер (1815-1835 гг.) [157], которые преимущественно были изготовлены в Европе: Англии, Франции, Германии. В основном это были поздравительные открытки и валентинки, причем многие из них были раскрашены вручную акварельными красками. Для их анимации использовались довольно сложные механизмы.

В настоящее время техника рор-уп представлена большим количеством разнообразных моделей. Они выполняются как из одного целого листа бумаги, так и из нескольких листов. Кроме того, они различаются своими техническими возможностями, например, модели могут раскрываться на 90^0 , 180^0 или 360^0 . Однако, несмотря на многообразие конструктивных приемов, все рор-уп объекты обладают одним основным признаком – способностью преобразовываться из объемной формы в плоскую и наоборот. Направление рор-уп еще мало изучено,

тем не менее, существуют некоторые классификации способов моделирования в рамках данной техники. Так, Т.М. Столярова объединяет существующие поп-ап объекты в следующие группы [124, с. 4]:

- архитектурное оригами (origamic architecture), где для получения объемного изображения основа должна раскрыться на 90^0 ;
- книжки-раскладушки (movable books), для этого направления характерно раскрытие основы на 180^0 ;
- слайс-формы (slice-forms), где изображения создаются благодаря объединению плоских деталей в объемные объекты.

Использование перечисленных направлений техники поп-ап в дизайне открыточной продукции обуславливается тем, что конструкция открыток, их способность складываться соответствует требованиям, необходимым для создания и демонстрации объемных поп-ап изображений. Рассмотрим более подробно использование технологии поп-ап в изготовлении открыток: архитектурное оригами, поп-ап конструкции, выполненные по технологии «книжка-раскладушка», слайс-формы

Архитектурное оригами – направление техники поп-ап, особенность которого состоит в сочетании приемов традиционных техник оригами и киригами (киригами – искусство изготовления фигурок при помощи бумаги и ножниц). Как правило, объекты этой группы изготавливаются из одного бумажного листа, а изображение формируется при развороте плоскости на 90^0 . При использовании архитектурного оригами в дизайне открыток, изображение находится внутри сложенного изделия, поэтому для создания эстетичного внешнего вида, снаружи изображение закрывается дополнительным листом бумаги.

Модели, выполненные в технике архитектурного оригами, разделяются на два типа в зависимости от расположения основной линии сгиба – вертикальный и горизонтальный. Принципиальных различий в построении изображений вертикальных и горизонтальных моделей не существует, однако вертикальные модели имеют меньшее количество сгибов, что упрощает изображение. Для визуального усложнения и повышения эстетического восприятия в вертикальные

модели добавляют большее количество вырезов и мелких деталей.

В основу архитектурного оригами легли простейшие операции, различные комбинации которых создают необходимые объемные фигуры. К таким операциям относятся разрез и складка (сгиб). Сочетание единичного разреза и сгиба позволяет создавать большое количество объемных форм. Используя угловые симметричные и асимметричные складки и основываясь на единичном разрезе, можно добиться разнообразных эффектов. Угловая симметричная складка создает формы, симметричные относительно линии сгиба листа основы (рис. 8а). Немаловажное значение играет направление произведенного надреза по отношению к линии сгиба. Следует отметить значимость действия света – даже при простейшем наборе операций выявляются выразительные по характеру фактуры.

Интересный эффект перспективы создают асимметричные складки, не совпадающие своей центральной осью с линией сгиба основы, однако их выполнение требует тщательной предварительной проработки конструкции (рис. 8б). Они могут отличаться как сгибом мобильной части объекта, так и смещением всего объемного изображения относительно линии сложения основы.

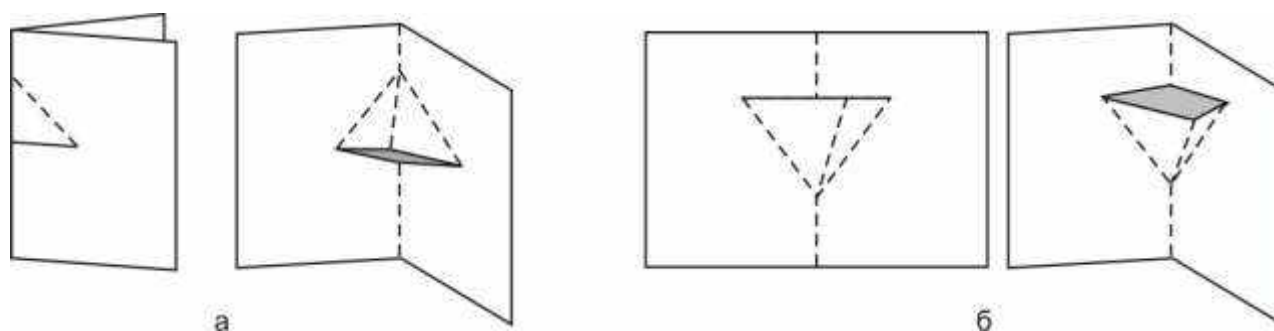


Рис 8. Угловая складка: а) единичный разрез, симметричная складка;
б) единичный разрез, асимметричная складка.

Для создания более сложной конструкции используют несколько разрезов и сгибов, кроме того, этот прием дает возможность создавать многоуровневые каскадные и ступенчатые формы (рис. 9). Базисными фигурами, в создании

которых используется несколько разрезов, являются прямоугольные объемы (куб, прямоугольный блок, фигура на основе трапеции). На их основе строятся, например, изображения архитектурных форм (рис. П 2.24). Их схемы составляются из группы разных по размеру и форме взаимодействующих блоков, расположенных на различных расстояниях друг от друга.

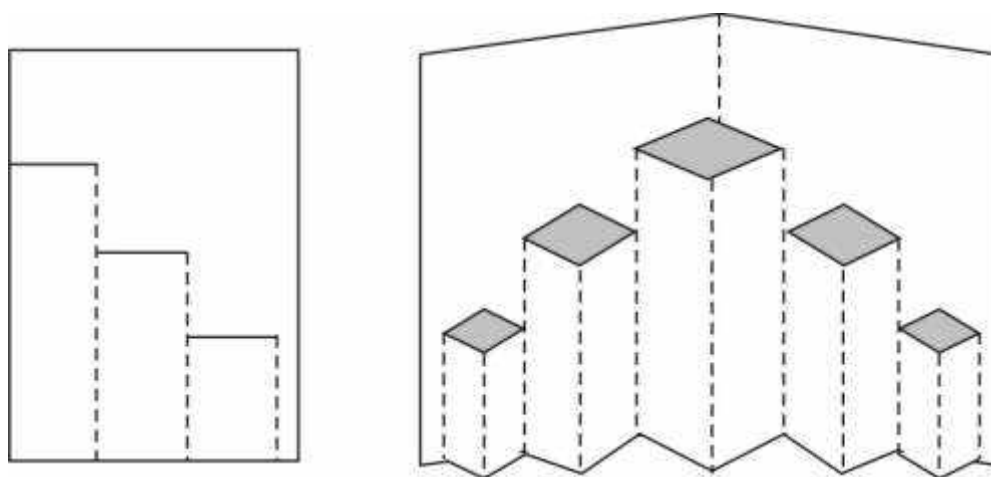


Рис. 9. Многоуровневая форма объемного изображения с использованием нескольких разрезов и складок

Кроме прямолинейных разрезов в построении изображений в технике архитектурного оригами используются фигурные разрезы. В одних случаях их применение обусловлено необходимостью в конструировании объектов с округлыми деталями, в других – абстрактные или природные плавные формы создают определенное настроение композиции. Особым формообразующим приемом является частичное вырезание элемента, при котором образуется открытый край. Такие незакрепленные детали придают воздушность и нестабильность конструкции. Иногда при изготовлении рор-уп объекта применяется склеивание частей для достижения дополнительной декоративности формы. Примером использования подобного приема при создании открытки служит открытка с элементом «крыло» (рис. 10).

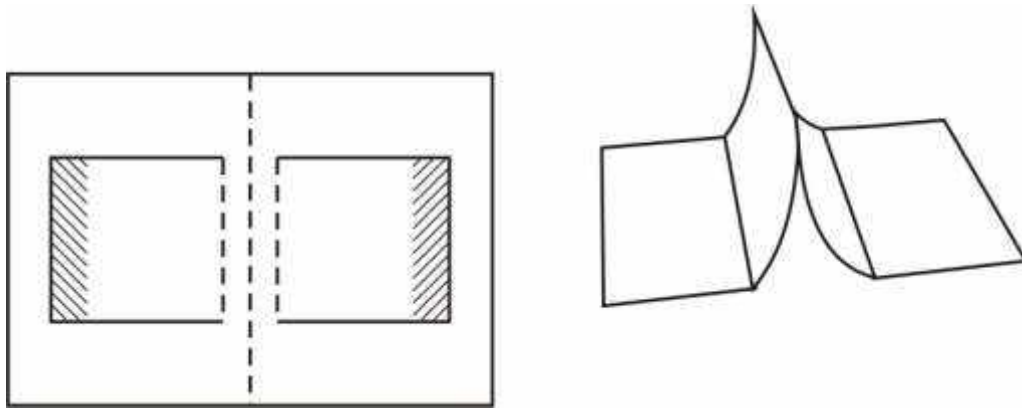


Рис. 10. Элемент «крыло»

Таким образом, специфика архитектурного оригами состоит в том, что все рор-уп элементы выполняются с использованием преимущественно складок и разрезов непосредственно из самой основы открытки. Это направление чаще всего используют для создания различных объемных или рельефных фигур, панорамных и сюжетных композиций (интерьеры, пейзажи, архитектурные сооружения).

Рор-уп конструкции, выполненные по технологии «книжка-раскладушка». Объемное изображение при использовании данной технологии создается из отдельных складывающихся элементов, а для его просмотра основу следует развернуть на 180^0 . Книжная технология зачастую считается относительно простой по сравнению с архитектурным оригами: усложнение формы происходит путем добавления новых отдельных деталей, что гораздо легче проектирования конструкции из цельного листа бумаги.

Объемные элементы, применяемые для изготовления изображения методом книжного рор-уп, имеют свои функциональные и конструктивные особенности. Т.М. Столярова предлагает выделить четыре основных типа элемента: крестовой, угловой, на основе прямоугольника, на основе шестиугольника [124, с. 58]. К предложенному перечню следует добавить такие часто используемые элементы, как дистанционные держатели и цилиндрические детали.

Самым простым в изготовлении и часто применяемым является *угловой элемент*, незаменимый при создании многоплановых сцен. Это деталь со сгибом,

особенность крепления которой состоит в том, что нижний край ее сгиба должен совпадать с центром сгиба основы. В зависимости от угла крепления элемента к основе происходит и степень его раскрытия. Существуют два основных варианта крепления: первый – когда нижние части углового элемента крепятся на лицевой стороне основы, второй – деталь приклеивается изнутри через прорези. Благодаря последнему, хоть и более сложному способу крепления, созданные конструкции выглядят более эстетично (рис. 11).

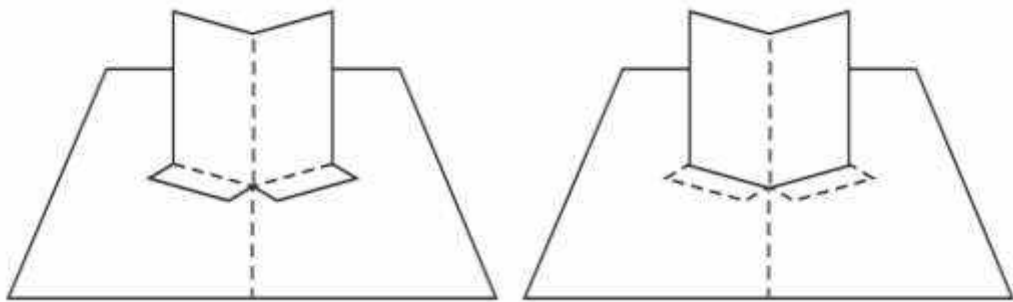


Рис.11. Угловой элемент с креплением к лицевой (слева) и внутренней (справа) сторонам основы

Основой *крестового элемента* являются перекрещивающиеся плоские детали, соединяющиеся между собой при помощи пазов, которые проходят от верхнего края до середины одной детали и от нижнего края до середины другой детали. Данный элемент к основе крепится не полностью, только до точки пересечения, которая должна располагаться на линии сгиба основы. Сложение элемента происходит в сторону незакрепленных частей, поэтому их нижние части срезаются под углом 45° от точки пересечения деталей.

Свое преимущество имеют *пор-уп* изображения, которые выполняются на основе *прямоугольного объемного элемента «коробки»*. Оно заключается в иллюзии трехмерного осязаемого объема. Кроме того, несмотря на простоту изготовления, существует огромное количество вариантов использования данного элемента. Применяют два основных способа расположения объемного складывающегося прямоугольника относительно линии сгиба основы: перпендикулярное и диагональное. В первом случае сгиб основы проходит по

границы элемента, где создается складка. Крепление детали производится за границы с двух противоположных краев от сгиба основы. В случае диагонального размещения сгиб основы совмещается с ребрами прямоугольника, крепление производится также на двух сторонах от сгиба основы только за две границы элемента (рис. 12). Различия в геометрических характеристиках этих двух видов деталей предоставляют возможность создавать принципиально разные рор-уп объекты.

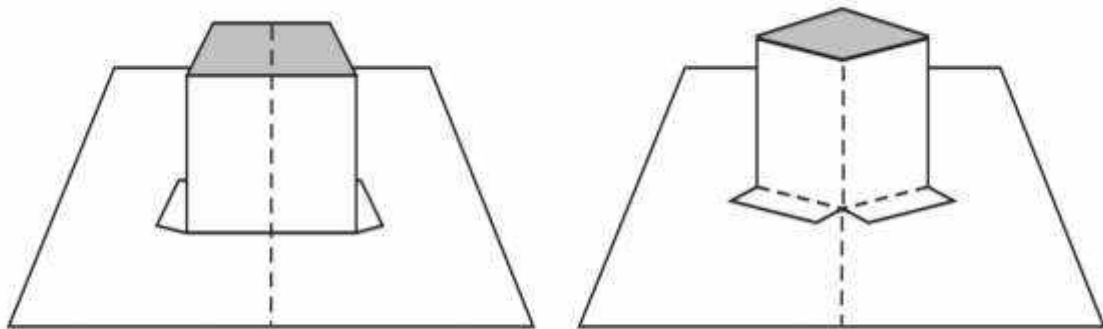


Рис. 12. Объемный элемент на основе прямоугольника с перпендикулярным (слева) и диагональным (справа) креплениями.

Усложнение формы и новые возможности применения данного элемента в композиционном пространстве открытки происходит при помощи увеличения количества граней, а также комбинирования нескольких разноуровневых деталей с неодинаковым количеством ребер. При добавлении граней форма элемента будет приближаться к округлой.

Предназначение *дистанционных держателей* состоит в создании дополнительного пространственного слоя изображения в открытке за счет фиксирования отдельных частей композиции на некоторой дистанции от основы. Композиция, в которой они применяются, представляет собой два уровня: дополнительный верхний слой изображения и держатели, количество которых зависит от размера верхней плоскости. Держатели могут располагаться и горизонтально. В этом случае их функция заключается в подъеме и фиксировании на определенном расстоянии от основы плоской фигуры при раскрытии открытки.

Цилиндрическая деталь – одна из немногих элементов, применяющихся для создания изогнутых форм. Сложность ее конструкции требует точных расчетов и внимательного построения. Цилиндрическая поверхность образуется при подъеме элемента во время открытия основы, для чего язычок механизма прикрепляется на противоположную сторону открытки (рис. 12). Изображения, выполненные с применением цилиндрических деталей, смотрятся очень эффектно, особенно в сочетании с контрастными угловатыми геометрическими формами.

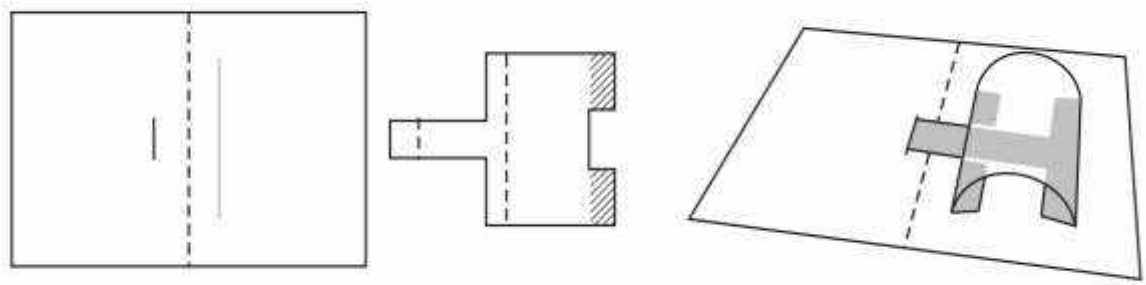


Рис. 13. Объемный цилиндрический элемент.

Использование в дизайне отдельных объемных элементов придает открыткам большую изобразительную вариативность. Поп-ап объекты, выполненные по технологии «книжка-раскладушка», могут применяться как внутри, так и снаружи открытки. Они не ограничены в количестве и сложности конструкции. Тем не менее, при тиражировании продукции выбор элементов зависит от технологических возможностей промышленного производства.

Слайс-формы представляют собой объемные объекты, которые собираются из отдельных листов бумаги («slice» в переводе с английского означает «тонкий слой», «пластина»). При создании фигуры бумажные плоскости располагаются перпендикулярно друг другу и крепятся только при помощи пазов, без использования клея. В результате получаются довольно крепкие, подвижные конструкции.

При помощи подобных форм проводилось обучение геометрии еще в XIX в. Такими образцами математических моделей обладают многие музеи мира.

Творческое развитие слайс-форм началось с 1980-х гг. благодаря Масахиро Чатани, японскому архитектору-оригамисту, который также является основателем архитектурного оригами. Его большая заслуга заключается в том, что, кроме объемов геометрической формы, он начал создавать животные, растительные и предметные объекты [124, с. 9].

На сегодняшний день различают три основных направления данной техники: геометрическое, сюжетное и архитектурное. Геометрические слайс-формы представлены простыми объектами (кубом, шаром), а также более сложными пространственными моделями. Они бывают незаменимы в практике бумажного конструирования и моделирования, в профессиональной деятельности дизайнеров и архитекторов. Так, в образовательных учреждениях выделена отдельная тема в курсе архитектурного проектирования по изучению структуры объемных моделей на примере слайс-форм, которые определяются как состоящие из «взаимно перпендикулярно секущихся плоскостей» [121, с. 70]. В процессе макетирования архитектурных композиций слайс-формы используются как макетный прием. Например, сложные геометрические формы (тор, гиперболоид) используются для моделирования поверхности земли, деталей фасадов, а сюжетные – для создания антуража (деревьев, машин, людей).

Использование геометрических слайс-форм в декоре открытки предъявляет ряд технических требований к разработке модели, в частности, необходимым условием является способность сложения, поскольку, чаще всего объект размещается внутри открытки. Поэтому при создании готовой формы не используется клей, а на этапе моделирования – внимательно рассчитываются размеры деталей и расположение пазов.

Так, для формирования куба необходимо четное количество квадратных элементов. В половине из них пазы будут располагаться в верхней части, а половина – в нижней. По длине паз достигает середины детали, а по количеству будет равняться половине составных элементов. Шарообразные формы – более сложные объекты. В них расчет объема ведется от середины объекта, где центральные элементы образуют диаметр сферы, а каждый последующий элемент

уменьшается в размере на определенную величину.

Сюжетное направление представлено моделями предметов окружающего мира. Их конструкции строятся, как правило, на основе различных геометрических форм (рис. П 2.25). При работе с более сложными формами используются компьютерные 3D программы. Они позволяют выполнять построения с математической точностью, что является одним из важнейших условий успешного создания объемного слайс-объекта. Объемные открытки с сюжетными иллюстрациями, выполненными из слайс-форм пользуются все большим спросом, поскольку воспринимаются не просто как поздравительная карточка, а целый арт-объект, украшающий своим футуристическим видом любой интерьер. Такие открытки поступают в продажу как в собранном виде в качестве завершеного изделия, так и в разобранном, становясь своего рода игрой-головоломкой.

Создание архитектурных слайс-форм связано с определенными сложностями в процессе изготовления, поэтому это направление менее развито. Однако создаваемые архитектурные объекты всегда производят незабываемое впечатление на зрителей, кроме того, подобные слайс-формы отличаются узнаваемостью архитектурного прототипа и изяществом исполнения.

Благодаря применению техники рор-уп в дизайне открыток создаются объемно-пространственные структуры, формообразование которых происходит с применением различных композиционных построений составных элементов. Организация пространства в архитектурном оригами выполняется при помощи параллельного наложения плоскостей; изображения в книжных конструкциях создаются за счет объединения деталей различных по форме, тектонике и геометрии; в слайс-формах трехмерные объекты получаются в результате взаимного соединения отдельных плоских элементов. Техника рор-уп обладает большими возможностями формотворчества. Они выступают как фактор актуализации дизайна открыток, не только соответствующий современным требованиям визуальной культуры, но и создающий конкурентоспособный продукт даже в условиях развитых цифровых технологий.

2.4. Классификация открыток на основе динамического формообразования

Особый интерес в контексте данного исследования представляют собой работы В.Ф. Колейчука в области объемной трансформации плоскости, в частности, его классификация типов и операций структурирования плоского листа [146, с. 20].

Основываясь на его методе структурирования поверхности можно выделить следующие основные элементы разработки плоскости:

- Поворотные шарниры, которые представляют собой насечки, продавливающие лист бумаги, но не прорезающие его. При моделировании плоскости являются линией сгиба листа.

- Просечки – разрезы листа, отделяющие одну область плоскости от другой. Нарушение целостности листа в месте разреза позволяет проводить различные перемещения частей плоскости.

- Перфорации – это фактически те же просечки, отличающиеся тем, что имеют как длину, так и ширину.

- Различные сочетания перечисленных элементов.

В отличие от традиционного бумажного макетирования, исследования Вячеслава Фомича Колейчука ведутся в области кинетических и динамических направлений в дизайне, а также способностей объектов к мобильной трансформации формы. Подобные операции находят применение в работе с бумажной продукцией в различных областях (полиграфия, художественное и архитектурное проектирование). Именно на основе данной классификации типов трансформации плоскости разработана типология форм открыток. Однако, следует отметить, что в процессе работы учитывались некоторые ограничения. В результате конструктивного анализа основных элементов структурирования плоскости (по В.Ф. Колейчуку) и возможности их применения при промышленном тиражировании открыток выявлено то, что некоторые операции (криволинейные сгибы, орнаментальные складчатые структуры и др.) невозможно применить в полиграфическом производстве, поскольку возникают определенные

технические и конструктивные сложности.

Традиционная художественная открытка представляет собой единую плоскость листа, которая подвергается конструктивной трансформации. Однако, зачастую на практике для реализации художественной идеи только одного листа недостаточно, что может обуславливаться многими факторами: необходимостью использования различных сортов бумаги, техническими возможностями оборудования, из экономических соображений расхода материала. В этом случае для формообразования необходимых конструктивных элементов применяют несколько отдельных плоскостей, которые, как правило, соединяются методом склейки. Поэтому анализ динамических структур открыток проводился в двух направлениях, в результате чего были выделены две группы форм: простые и составные открытки.

Рассмотрим основные способы модификации листа бумаги, которые могут быть использованы для превращения открытки в объемно-пространственную структуру. Простейшим способом трансформации бумажной плоскости является сгибание – формообразование на основе поворотных шарниров. Используя сгибание в качестве базовой операции, образуются простые складчатые открытки, основой которых является цельный лист.

Открытка, сложенная вдвое, представляет собой пространственную конструкцию. Ее специфика заключается в последовательном представлении информации, кроме того у нее есть внешнее и внутреннее содержание, открытая и сокрытая части (рис. 14а). Усиление динамики композиции происходит за счет использования двух и более сгибов. Например, открытка, сложенная буклетом представляет поэтапное развитие сюжета (рис. 14б). Форма сложения в виде «гармошки» обладает широкими возможностями конструктивной единицы: сгибы становятся ребрами жесткости, образующими прочную каркасную основу, а особенности сложения демонстрируют содержание открытки в виде панорамы (рис. 14в). Модель открытки, раскрывающаяся в виде ворот, довольно популярна, она создает торжественный художественный образ (рис. 14г).

При использовании в качестве основы открытки нескольких листов бумаги

создается составная форма открытки, которая в совокупности с поворотными шарнирами образует различные виды составной складчатой открытки. Один из возможных вариантов – соединение деталей с похожим сложением. Например, при комбинировании частей открытки, сложенных вдвое, динамика формы

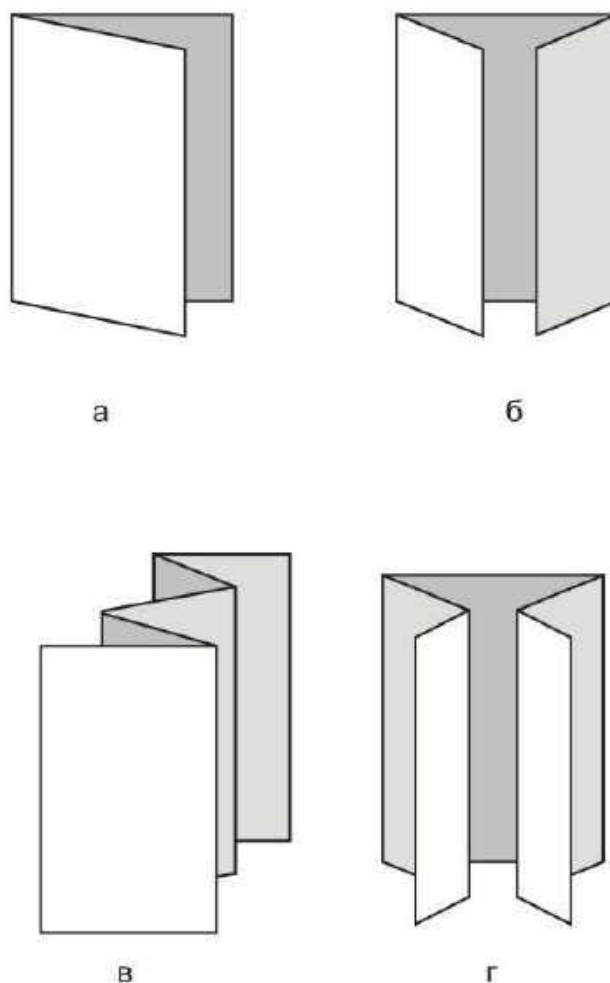


Рис. 14. Простые складчатые открытки (формообразование открытки на основе поворотных шарниров с использованием одной плоскости): а) открытка с одним сгибом; б) открытка с двумя сгибами; в) открытка-гармошка; г) открытка «ворота».

достигается благодаря контрасту пропорций и размеров, противоположному направлению открытия деталей, а также различию фактуры и цвета бумаги (рис. 15а). При объединении двух структур, сложенных «гармошкой», получается

объемная открытка с четко выраженным внутренним механизмом, позволяющим не просто модифицировать объект, но и придавать дополнительную устойчивость всей конструкции (рис. 15б). Разновидностью этой формы является каскадная система сложения, верхний край которой срезается под небольшим углом (рис. 15в). Подобную разноуровневость можно использовать для создания многослойного последовательного изображения.

Трансформация составной формы на основе поворотных шарниров показательно реализуется в модели открытки-подставки (рис. 15г). В данном варианте происходит не только внешняя модификация структуры открытки, но и изменение ее прикладных функций: дополнительно ее можно использовать в качестве рамки для фотографии, подставки под картинку.

Таким образом, распространенным способом создания открытки с динамической формой является применение поворотных шарниров. Разнообразие моделей достигается в результате использования одного листа бумаги или нескольких бумажных плоскостей в качестве основы. Дальнейшее усложнение конструкции формы достигается при привлечении других операций, к которым относятся просечки и перфорации.

Особенно актуальным при проектировании открыток из одного листа бумаги является применение просечек (разрезов, прорезей), в результате чего создается простая складчато-прорезная открытка. Благодаря этой технологической операции возможно создать как выраженный объем, так и нюансные отношения рельефа. Контурные светотени, которые появляются в результате выполнения определенной системы разрезов, подчеркивают геометрию формы, выявляют ее пластику.

К наиболее характерным примерам данного направления относятся ранее рассмотренные открытки, выполненные по технологии рор-уп, (рис. 16а), в которых «единый принцип организации элементов структуры – ... наложение параллельных бумажных плоскостей, формы и контрформы ... – выступает как фактор цельности и оправданности формы, собирает разные по геометрии, тектонике, цвету элементы в единую систему» [32, с. 18].

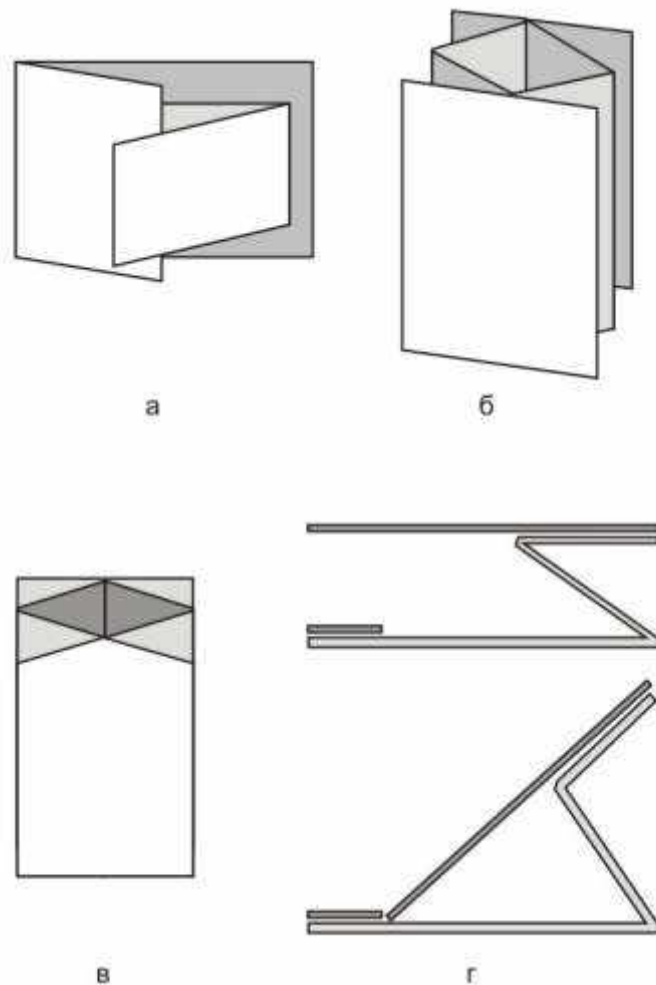


Рис. 15. Составные складчатые открытки (формообразование открытки на основе поворотных шарниров с использованием нескольких плоскостей): а) комбинация нескольких сложенных вдвое частей; б) объединение двух структур «гармошка»; в) каскадная система; г) открытка-подставка.

Еще одной популярной разновидностью являются различные варианты ступенчатой открытки (рис. 16б, 16в). С помощью просечек создается динамика структуры, организовывается разноуровневое и разноплановое пространство. При дополнении конструкции открытки системой прорезей типа «гармошка» усложняется внутреннее устройство механизма ее трансформации (рис. 16г). Здесь плетением складок образуются небольшие независимые поверхности. При их оформлении можно развить последовательный либо наоборот нелинейный композиционный сюжет.

Довольно интересной открыткой является модель с «крылом», у которой подвижная часть конструкции (крыло) вмонтирована в основу открытки и представляет собой двустороннюю карточку. Эта панель может оформляться в виде традиционного варианта открытого письма, превращенного в мобильную систему (рис. 16д).

Кроме того, просечки могут использоваться в создании замков, причем как в утилитарных целях, в качестве крепежного соединения, так и в декоративных, например, для воплощения образа сумки или сундука.

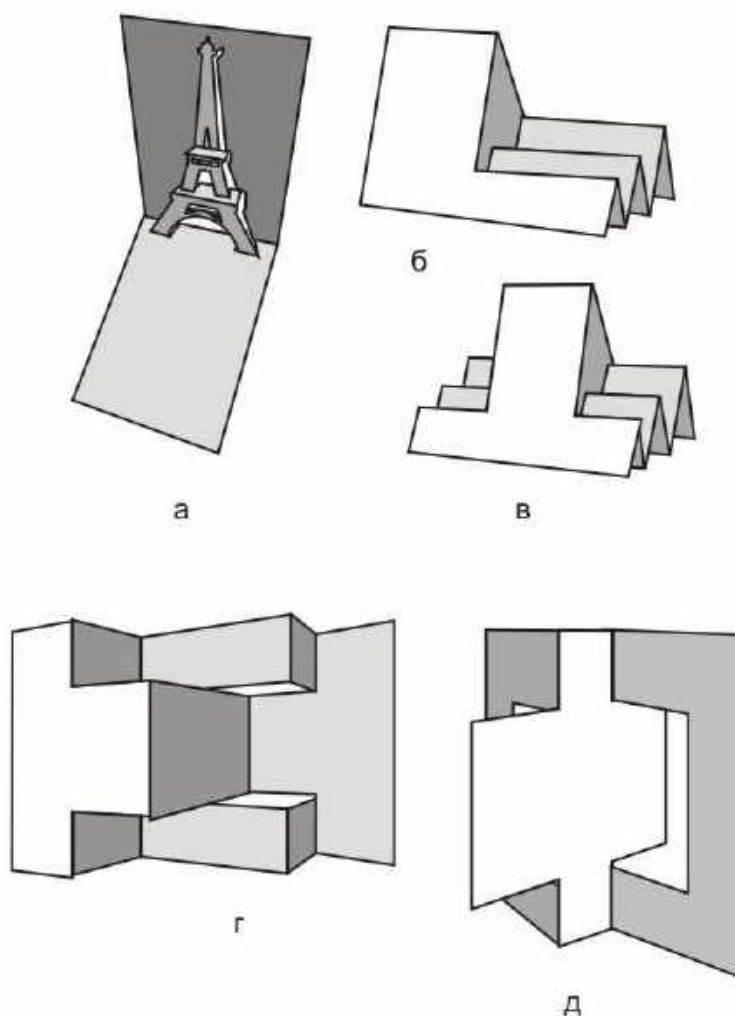


Рис. 16. Простые складчато-прорезные открытки (формообразование открыток с применением поворотных шарниров и просечек с использованием одной плоскости): а) рор-ап открытка; б) ступенчатая открытка; в) ступенчатая открытка с системой прорезей «гармошка»; г) открытка с элементом «крыло».

Большое разнообразие форм получается в результате использования просечек и поворотных шарниров при изготовлении открыток, состоящих из нескольких листов бумаги (составная складчато-прорезная открытка). Главная характеристика этого вида продукции – интерактивность, элементы игры, что как нельзя лучше отражает последние тенденции развития визуальной среды. Благодаря своим динамическим характеристикам, составные складчато-прорезные открытки способны вовлечь адресата в диалог, необходимый для получения заложенного в них сообщения через участие в процессе трансформации формы. Например, открытка с выдвижной карточкой демонстрирует динамическую смену информации посредством конструктивной трансформации формы (рис. 17а). Этот процесс происходит при складывании основания открытки, в результате чего появляется скрытая ранее часть. Подобные потайные детали представлены и в моделях открыток-слайдеров (рис. 17б). В этом случае визуальные перемены происходят путем горизонтального сдвига подвижной части.

Существует множество вариантов дизайна данной модификации: от простых собирающихся «штор» до технически сложных устройств, раздвигающих в стороны несколько деталей. Еще одним наглядным образцом использования подвижного элемента является открытка-водопад (рис. 17в). В процессе вытягивания полосы бумаги происходит последовательное поднятие закрепленных на ней плиток с изображениями.

Также следует упомянуть необычную модель – открытку с потайной панелью (рис. 17г). Несмотря на достаточно простую конструкцию, она впечатляет неожиданным эффектом: панель, которая видна только в определенном сложении, появляется при нескольких несложных манипуляциях. Это становится возможно благодаря протягиванию полос бумаги через прорезы внутренней части открытки в шахматном порядке. Такая открытка может использоваться, например, для ведения записей личного характера.

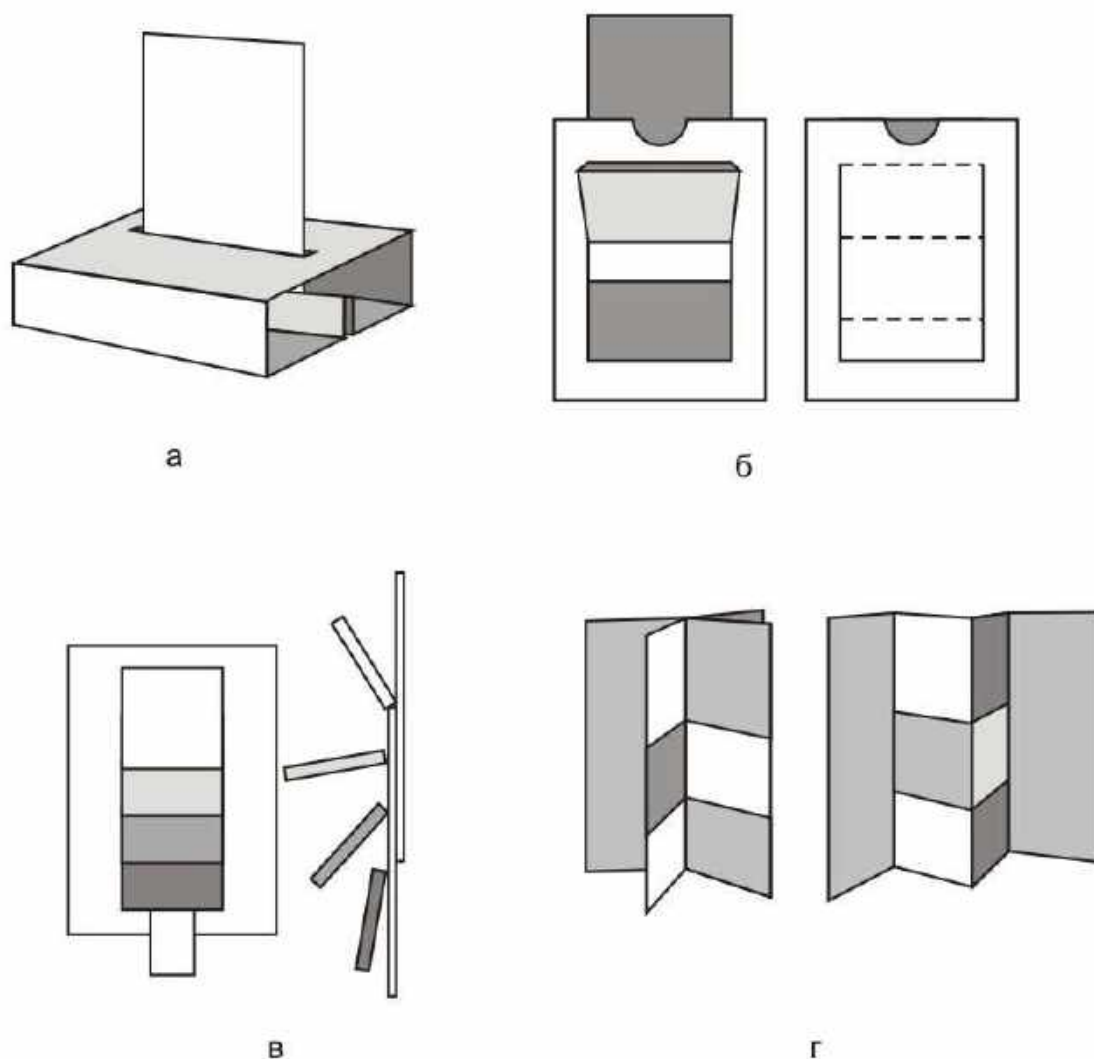


Рис. 17. Составные складчато-прорезные открытки (формообразование открыток с применением поворотных шарниров и просечек с использованием нескольких плоскостей): а) открытка с выдвижной карточкой; б) открытка-слайдер; в) открытка-водопад; г) открытка с потайной панелью.

Однако следует отметить, что некоторые описанные виды открыток представляют определенные трудности в исполнении и чаще всего выполняются вручную в единственном экземпляре. Эксклюзивность таких моделей представляет особую ценность для адресата.

Следующим вариантом является форма открытки, выполняемая из одного листа бумаги с использованием перфораций (отверстий) и поворотных шарниров. Она классифицируется как простая складчато-вырубная открытка. При помощи

этого вида разработки поверхности создается образ окна или рамы в открытках. Здесь присутствует определенная интрига – отверстие на лицевой стороне открывает лишь часть рисунка, предлагая зрителю вообразить скрытое продолжение изображения (рис. 18а). Эффект можно усилить добавив глубину. Трехмерность композиции, наличие четко ограниченного переднего плана создает динамику восприятия – взгляд ненадолго задерживается на внешней плоскости, последовательно перемещаясь во внутреннее пространство (рис. 18б).

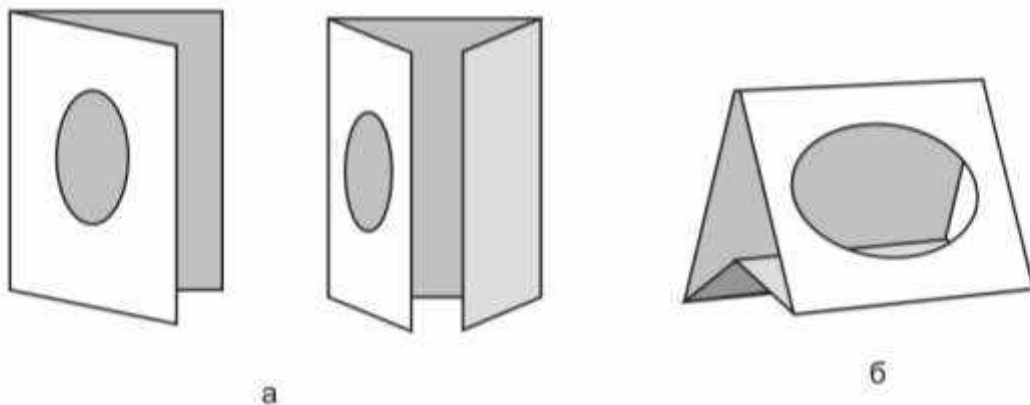


Рис. 18. Простые складчато-вырубные открытки (формообразование открыток с применением поворотных шарниров и перфораций с использованием одной плоскости): а) плоская открытка с окном; б) объемная открытка с окном.

Составная складчато-вырубная открытка получается при использовании нескольких листов бумаги. Наиболее распространенный подход – создание кулисных поверхностей, некоторого подобия декорации театральной сцены. В этом случае с помощью различных наборов плоскостей можно создать объемные образы в ограниченном пространстве (рис. 19а). Соединение плоскостных элементов путем пересечения под различными углами образуют различные трехмерные геометрические композиции, обладающие свойствами модификации. Примером такого конструктивного решения служит открытка с динамической врезкой, которая образуется в результате сгиба отдельных плоскостей, имеющих зафиксированную общую часть (рис. 19б).

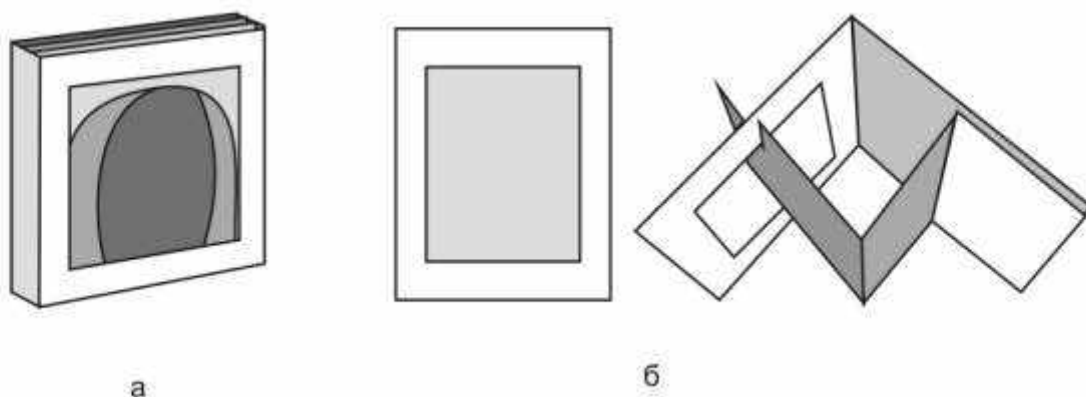


Рис. 19. Составные складчато-вырубные открытки (формообразование открыток с применением поворотных шарниров и перфораций с использованием нескольких плоскостей): а) открытка с кулисными поверхностями; б) открытка с динамической врезкой.

В результате исследования способов трансформации плоскости и операций по структурированию плоскости листа проведена классификация открыток на основе динамического формообразования (схема 3).



Схема 3. Классификация открыток на основе динамического формообразования.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2

1. Основные направления объемно-пространственного моделирования бумажной плоскости представлены как традиционными техниками работы с бумагой, такими как оригами, так и работами современных художников и дизайнеров, например, представителей школы Баухауз и ВХУТЕМАС. Объемное моделирование в рамках каждой техники выполняется с применением определенного набора операций, к которым относятся сгибание и разрез, а также с использованием одного цельного листа бумаги или нескольких бумажных плоскостей. Перспективными и часто используемыми формообразующими техниками в дизайне открыток являются оригами, рор-уп и метод структурирования поверхностей В.Ф. Колейчука.
2. Специфика техники оригами заключается в том, что объемное моделирование проводится с использованием операции сгибания. Кроме того, оригами обладает особым знаковым языком, соответствующим семиотической сущности открытки. Использование оригами ведется в нескольких направлениях: в виде декоративных элементов для оформления открыток, в качестве формообразующей техники для образования фигурных открыток и как технологическая основа для конструктивной трансформации плоскости листа методом складывания.
3. Особенность техники рор-уп состоит в том, что объемные динамичные изображения формируются при помощи операций сгибания и разреза, а также методом набора отдельных объемных элементов в единую композицию. В дизайне открыток рор-уп реализуется в трех вариантах: архитектурное оригами, где пространство организуется благодаря наложению параллельных плоскостей, частично вырезанных из основы; книжные конструкции, в которых изображение создается за счет различных по форме и конструкции элементов; слайс-формы, при помощи которых объемные объекты формируются в результате соединения плоских частей.
4. Динамическое формообразование открыток реализуется с использованием

различных способов структурирования плоскости. Наиболее распространенным из них является сгибание (поворотные шарниры), на основе чего создаются простые и составные складчатые открытки; модели простой складчатой открытки образуются при использовании одного бумажного листа, при дизайне составной формы изделия применяются несколько плоскостей бумаги; дальнейшее усложнение формы происходит за счет добавления новых операций по работе с бумажными объектами – просечек, прорезей (простые и составные складчато-прорезные открытки), перфораций, отверстий (простые и составные складчато-вырубные открытки); различные варианты сочетания описанных операций предлагают множество простых и составных комбинированных открыток.

ГЛАВА 3. ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ ОТКРЫТОК НА ОСНОВЕ АРХИТЕКТУРНОГО ОРИГАМИ И ДИНАМИЧЕСКОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ПЛОСКОСТИ

Глава 3 посвящена изучению туристической открытки начала ХХІ в. Выявляются особенности ее дизайна. Определяются проектные принципы и специфические технологические приемы формообразования данного вида продукции в контексте тенденций современной культуры. На основе проведенного анализа разработаны и реализованы проекты полифункциональных туристических открыток с использованием динамического аспекта формообразования.

Формирование направления туристических открыток произошло практически сразу с момента появления иллюстрированных открытых писем. Туристические почтовые открытки ХІХ-ХХ вв., как уже упоминалось в 1 главе, были представлены, в первую очередь, видовыми открытками. Колоссальные масштабы производства этого вида издания свидетельствовали об огромном спросе среди обывателей, ведь эти открытки были не просто иллюстрированным сообщением, но и свидетелями активной жизни путешественников.

Современные возможности связи, мобильные и социальные сети позволяют мгновенно передавать визуальный отчет о собственном путешествии, поэтому изначальная целевая направленность туристической открытки в наши дни потеряла свою актуальность. Однако интерес к туристической открытке в наше время достаточно высок, что объясняется ее функциональными преобразованиями в формат современности. Будучи, в первую очередь, средством коммуникации, туристическая открытка поддерживает связь между человеком и местом, временем где и когда она была приобретена. Кроме того, она несет в себе определенную художественную ценность. Несмотря на то, что практически каждый турист имеет возможность сделать фотографии посещаемого места, видовые туристические открытки являются более выразительными благодаря

использованию профессиональных снимков и качественной печати (рис. П 3.1).

Привлечение к созданию открыток художников и иллюстраторов вносит некоторую аутентичность, самобытность ее образу благодаря их особому видению города, эмоциональной интерпретации его характера (рис. П 3.2). Так, в 2017 году сувенирной артелью «Дядя Миша» в г. Владимире были разработаны оригинальные туристические почтовые открытки, названные сунгирками (рис. П 3.3). Их оригинальная форма повторяет форму стилизованной сунгирской лошадки (рис. П 3.4) – маленькой фигурки-амулета, найденной на месте стоянки древнего человека на территории Владимирской области (Сунгирь). Дизайн рисунка открытки разработан молодыми владимирскими художниками.

Таким образом, можно сформулировать следующее определение *туристической открытки – это малоформатное художественное полиграфическое издание, отражающее определенное место, время или событие, имеющее эмоциональную связь с личной историей человека и его системой ценностей.*

3.1. Анализ современных тенденций, проектных и технологических особенностей дизайна туристических открыток начала XXI в.

Туристическая открытка в наши дни является, в первую очередь, туристическим сувениром, который представляется как «вещь, связанная с воспоминаниями, вещь, подаренная на память, художественное изделие, какой-либо предмет как память о посещении страны, города и т. д.» [3, с. 306]. Активное развитие внешнего и внутреннего туризма в нашей стране требует производства сопутствующей сувенирной продукции, к качеству которой в последнее время предъявляются все более высокие требования. Создание актуального продукта предполагает не просто стремление лишь к художественному результату, «требуется особые навыки и знания для проектирования столь сложного культурного объекта, как сувенир, в частности разработки образной составляющей» [30, с. 91].

Образ сувенира, образ открытки – это именно то, что влияет на восприятие, вызывает эмоции, активизирует память. Поэтому для его создания следует учитывать ряд характеристик, среди которых:

Узнаваемость образа. Наиболее простым способом формирования считываемого образа является использование реалистических объектов в качестве основы. Они гораздо быстрее и адекватнее дают представление о месте своего происхождения. Тем не менее, узнаваемым образом может обладать сувенир, созданный с применением вторичных элементов, например, выполненный из характерного для данного региона материала, либо открытка, в которой отражены типичные символы и персонажи.

Соразмерность образа объекту и зрителю. Сувенир, будучи посредником в процессе коммуникации между человеком, местом, событием, объектом, не может превосходить стороны этой коммуникации ни в физическом, ни в психологическом планах. Самой распространенной практикой является создание сувенира в виде уменьшенной копии объекта. Это позволяет «"вводить" экстерьер в интерьер» [31, с. 183], т. е. размещать крупные объекты в форме сувениров на стене или столе. Адаптация объекта в роли сувенира, кроме изменения физического масштаба, относится и к эмоциональной стороне: использование крупных предметов, в уменьшенном виде создает более естественное и спокойное восприятие образа. Таким примером может служить использование изображений архитектурных объектов в открытке, причем не только в виде фотографии, но и в виде уменьшенной объемной копии.

Позитивность образа. Как правило, сувенир хранится, поскольку вызывает положительные эмоции, приятные воспоминания, повышает настроение.

Вариативность образа. Одна и та же тема, воплощенная в одинаковых или близких по исполнению образах, скучна, стереотипна и не вызывает интереса, поэтому необходима ее интерпретация в различных по масштабу и стилистике образах. Самый верный путь в их создании – это ручная работа, где присутствует индивидуальное авторское решение. Один из вариантов – использование в туристических открытках стилей и приемов, распространенных в кардмейкинге.

Интерактивность образа. Отличительная особенность современного потребителя – желание и готовность быть вовлеченным в действие, причем зачастую еще на этапе создания сувенира (выбор тематики, символики, материала). Чувство сотворчества вызывают сувениры, предназначенные для самостоятельного завершения образа по собственному желанию, например, открытки в виде подставки, рамки для фотографий. Такие интерактивные сувениры обретают устойчивую связь с человеком и увеличивают время своего сосуществования с ним.

Таким образом, при проектировании туристической открытки следует обратить внимание на характеристики, присущие туристическому сувениру в целом. К ним относятся: «коммуникативная природа самого сувенира; высокий уровень субъективированности восприятия образа; произвольность его интерпретации в связи с местом и временем выбора или получения сувенира, а также наличие интерактивных элементов» [31, с. 184].

Ассортимент современных туристических открыток весьма обширен – от обычных видовых карточек до информационно-художественных открыток с путеводителями и картами. Подобный объем продукции требует многоплановый подход для своей классификации, поэтому можно предложить несколько классификационных критериев.

Современный туризм очень разнообразен. Он стремится не просто предоставить возможность отдохнуть, но и старается удовлетворить потребности в информировании. В наши дни он представлен различными видами: учебным, историческим, деловым, паломническим, спортивным и др. Многие туристические открытки также отражают различные жанры туристического дискурса, в связи с чем классификацию открыток можно проводить *по видам туризма*, к которым относятся: исторический, этнический, религиозный, гастрономический, событийный, культурный.

Туристические открытки могут показывать какое-либо определенное место (город, область, населенный пункт) либо отражать всю Россию в целом. В первом случае цель открытки – познакомить с конкретной местностью, ее

достопримечательностями, культурой и историей, а во втором – открытки создают общее представление о стране, поддерживают и развивают ее имидж как туристской дестинации. Таким образом, туристические открытки по ее *территориальной принадлежности* можно разделить на: общенациональные, региональные.

В первую очередь, туристические открытки содержат в себе визуальную информацию, которая представлена иллюстрациями, различными *по способу изображения*. В этой категории открытки можно объединить в: фотографические, графические, объемные.

Зачастую туристическая открытка, кроме своей прямой функции – быть сувениром, напоминанием о поездке, – обладает рядом *дополнительных функций*, которые подразделяются на: информационную, справочную, декоративную, коллекционную.

Еще одной категорией классификации туристических открыток является *способ исполнения*: тиражируемые, авторские (ручной труд).

Возможные категории для классификации туристических открыток отображены в схеме 4.

Алгоритмы дизайн-проектирования зависят от многих условий, однако, для создания целостной структуры открытки, в которой будут гармонично взаимодействовать все элементы, необходимо придерживаться определенного набора проектных закономерностей и принципов [14].

Учитывая, что современная туристическая открытка представляет собой сложную, многоплановую структуру, проектные принципы целесообразно объединить в группы:

1. *Коммуникативная группа*. В данном случае туристическая открытка рассматривается как коммуникативное средство, на основании чего определяются проектные принципы, необходимые для создания информативного продукта, способного быть полноценным участником межличностного общения.



Схема 4. Классификационные категории туристических открыток.

2. *Технологическая группа.* В рамках данного аспекта формообразующие принципы открытки формулируются исходя из возможностей современных печатных технологий, производственного потенциала полиграфического оборудования.
3. *Эстетическая группа.* Исследование туристической открытки как художественного объекта выявляет проектные принципы, отвечающие за эстетическую составляющую проектируемого продукта, его художественно-образную выразительность.

Рассмотрим более подробно проектные принципы формообразования туристической открытки с точки зрения каждой группы.

В коммуникативную группу можно объединить следующие проектные принципы: принцип информативности, принцип индивидуализации, принцип

эмотивности, принцип доступности.

Принцип информативности. Первоначальная функция открытки состояла в передаче информации в процессе коммуникации. Эта роль так и осталась главенствующей, хоть и несколько видоизменилась. Так, если говорить о коммуникативной особенности туристической открытки, то она заключается в возможности использования различных туристических дискурсов. Открытка может включать в себя информационно-ознакомительные тексты, материалы рекламного характера, набор энциклопедических фактов, данные о популярных туристических маршрутах, контакты необходимые в поездке и т. д. Специфика размера открытки трактует определенную форму представления информации – она должна быть лаконичной, наглядной, содержательной.

Принцип индивидуализации. Открытка может быть не только активным участником межличностного диалога, как например популярные некогда грюссы (серии открыток «Привет из...»), но и коммуникантом между человеком и местом, человеком и событием. Туристическая открытка может стать небольшим дневником путешествия, содержащим личные заметки, впечатления и эмоции.

Принцип эмотивности призван вызывать эмоционально положительные воспоминания, помогает активизировать память. Использование этого принципа важно, поскольку по прошествии некоторого времени открытка превращается из безделушки в памятный сувенир, который определяется уже как некая «вещь-напоминание, имеющая повышенную степень духовной близости человеку, связанная с его личной историей и системой ценностей» [30, с. 91]. Принцип эмотивности помогает создавать эмоциональную связь с прошлым, важными событиями, приятными моментами.

Принцип доступности. Довольно небольшие размеры туристической открытки подразумевают размещение весьма ограниченного количества информации. В случае вербальной формы велика вероятность того, что, например, текст, написанный на одном языке, не будет воспринят иностранцами. Поэтому, цель использования принципа доступности – создать возможность понять информацию любому участнику дискурса, не зависимо от его уровня

грамотности, опыта, знания языка. Осуществление принципа возможно через использование пиктограмм, популярных символов и других общепринятых знаковых систем.

Проектные принципы, объединенные в технологическую группу, основываются на анализе используемых способов и приемов работы с бумагой, их роли в создании целостного образа современной открытки, а также технических возможностей производства. Одним из видов современного дизайна открыток – объемное моделирование ее формы – стало основой при определении основных проектных принципов. Технологическая группа дизайна туристических открыток представлено следующими проектными принципами: принцип целесообразности, принцип тектоничности, принцип трансформации, принцип функционального совмещения.

Принцип целесообразности выражается в определении непосредственной связи формы открытки с выполняемой ею функцией, а также в выборе художественно-композиционных средств формообразования открытки. Подобное функциональное формообразование подразумевает выполнение ряда требований:

- решение утилитарных задач (коммуникативной, информационной, развлекательной и т. д.);
- конструктивная проработка формы, заключающаяся в высоком качестве технологического исполнения, рациональности и прочности конструкции;
- психологический аспект – туристическая открытка является эмоциональным носителем воспоминаний;
- экономический аспект, выражающийся в обоснованном расходовании материальных средств и производственных сил.

Таким образом, принцип целесообразности заключается в соблюдении взаимосвязи и закономерностей между художественным и функциональным формообразованием.

Принцип тектоничности состоит в соответствии формы открытки ее конструкции. Использование данного принципа способствует решению сразу двух задач: сокрытие конструктивной основы за счет различных декоративных

элементов и особое формообразование, при котором сама конструкция представляет собой композиционно-пластическое средство организации формы объекта. Большой выразительностью обладает модель, где видна работа различных конструктивных элементов.

Принцип трансформации. «В широком смысле трансформация означает процесс изменения, преобразования, превращения чего-либо из одной формы или стадии существования в другую, обладающую качественно новыми характеристиками» [101, с. 249]. В случае с дизайном туристической открытки принцип трансформации рассматривается в качестве функциональной и структурной организации формы. Изменения конструкции осуществляются различными преобразующими операциями: сгибанием, вращением, сдвигом и т. д. различных частей открытки либо отдельных ее элементов. Также, конструктивная трансформация формы может оказывать влияние на изменение функции открытки.

Принцип функционального совмещения предполагает, что при конструктивной модификации открытки происходит смена существующих форм ее функционирования. Например, при перевороте составных плоскостей открытки происходит смена иллюстраций или текста, путем открытия дополнительных клапанов предоставляется доступ к справочной информации, а благодаря работе потайных выдвижных панелей можно вести различные записи.

Эстетическая группа отвечает за создание яркого художественного образа туристической открытки, объединяет те проектные принципы формообразования, которые способны раскрыть специфику данного вида продукции. Эстетический уровень представлен следующими проектными принципами: принцип образности, этнический принцип, архетипический принцип.

Принцип образности необходим для реализации заложенной в проекте художественной идеи. Основная задача этого принципа – гармонизация образной структуры формы, которая складывается из «единства следующих, противоположных, по сути, его составляющих: объективного и субъективного, общего и единичного, рационального и эмоционального и, наконец,

содержательного и формального» [78, с. 163]. Нахождение пропорционального соотношения этих составляющих позволяет создать целостный выразительный образ.

Этнический принцип помогает передать особенности местной культуры, народные традиции, образы и фольклор того региона, который представлен в туристической открытке. Поскольку ее характерной чертой является непосредственная связь с эстетикой определенной местности, то данный принцип специфичен для этого вида продукции.

Архетипический принцип. Архетипы присутствуют в различных культурах, в них собраны эмоциональный опыт и предубеждения многих поколений. Поэтому использование архетипов при создании образа туристической открытки оказывает сильное влияние на восприятие на подсознательном и эмоциональном уровне. Однако при применении данного принципа следует помнить о том, что восприятие архетипов в различных культурах может отличаться, образ открытки должен быть тщательно продуман.

Использование представленных проектных принципов является важным фактором при создании образа и формы, при выборе художественно-пластических средств выражения замысла современной туристической открытки. Их выбор основывается на социальных, технических, экономических, эстетических функциях. Основные принципы дизайн-проектирования данной продукции представлены в схеме 5.

3.2. Разработка методических рекомендаций по дизайн-проектированию туристических открыток

Для разработки методических рекомендаций по дизайн-проектированию туристических открыток необходимо определить наиболее распространенный ее вид. На основе исследований, приведенных в первой главе выявлено, что на



Схема 5. Принципы дизайн-проектирования туристических открыток.

протяжении всей истории существования популярной разновидностью была видовая открытка. Она и в настоящее время сохраняет ведущие позиции, поскольку непосредственно связана с местом посещения туриста и несет в себе облик местности, представляет его архитектурное и градостроительное наследие. Видовые открытки прошлого интересны, в первую очередь, с источниковедческой точки зрения, в качестве исторических документов. Задача современных видовых открыток состоит не только в сохранении и передаче изображений архитектурных и культурных памятников, но и в создании аутентичного образа города, выявлении его эмоционально окрашенной индивидуальности.

Для достижения этой цели используются различные визуальные приемы и

художественные средства. Один из них – это аспект динамики, который в дизайне решается посредством динамического формообразования. При проектировании открытки динамика формы достигается при помощи превращения плоскости открытки в объемный объект через конструктивную трансформацию.

Немаловажную роль играет дополнительная функциональность открытки, которая является лишним поводом для привлечения внимания потребителей. Например, можно разместить на открытке информацию различного характера: ознакомительного, справочного, образовательного и т. п. Кроме того, такой подход может увеличить срок службы открытки в качестве информационно-справочного источника.

Совмещение дополнительной функциональности и динамики формы открытки создает условия для существования изделия в качестве художественного издания на эмоциональном уровне, а также с утилитарной целью практического применения. Разнообразие функциональной предназначенности, многоплановость возможностей использования говорят о полифункциональности открытки. Подобная полифункциональная туристическая открытка, выполненная с использованием динамического формообразования, соответствует современным социокультурным, коммуникативным тенденциям, особенностям восприятия и направлениям дизайна.

Работа над проектом полифункциональной туристической открытки на основе динамического формообразования начинается с постановки ряда задач:

- сформулировать концепцию;
- найти взаимосвязь формы открытки с ее функциональным назначением;
- определить зависимость художественного замысла и конструктивных приемов открытки;
- установить связь технических характеристик используемого бумажного материала и особенностей формообразования изделия;
- обусловить выбор технологических операций и производственных средств при осуществлении проекта.

Рассмотрим вид туристической открытки, который объединяет в себе

визуальный компонент и вербальный материал, т. е. является художественно-информационным проектом. В связи с этим, в процессе дизайн-проектирования следует обратить одинаковое внимание как на качественную художественно-техническую разработку модели, так и на грамотную компоновку сопровождающей информации, а также создать их гармоничное сочетание.

Остановимся более подробно на основных стадиях дизайн-проектирования полифункциональной туристической открытки (схема 6):

Первая подготовительная (исследовательская) стадия заключается в ознакомлении с темой и заданием проекта, определении задач и цели работы, сборе необходимой информации по теме проекта и анализе полученного материала. Поскольку данный проект включает визуальную и вербальную компоненту, то работа с материалом заключается в исследовании исторической, справочной литературы, а также в выполнении зарисовок, схем, эскизов конструкции открытки и чертежей выбранных объектов для иллюстраций. Проводится изучение и систематизация технических и функциональных требований к открытке, исследуются экономические особенности реализации проекта, а также возможные условия эксплуатации, необходимые технические требования и функциональные возможности готового продукта.

Вторая стадия – стадия художественно-конструкторского предложения (стадия поиска). На этой стадии проводится разработка вариантов технического воплощения проекта с учетом художественной идеи и технологических требований. Осуществляется оценка будущей внешней формы издания по категориям композиции, эстетических и конструктивных качеств. Определяются композиционные и пропорциональные отношения как всей открытки в целом, так и отдельно визуальной и вербальной частей. Анализируются тектонические особенности конструкции, разрабатывается объемно-пространственная структура открытки. Работа ведется как в графическом эскизировании, так и в объемном макетировании, конструктивном поиске облика изделия. Определяются основные отношения элементов, динамика композиции, функциональность конструкции. В случае положительного результата данное предложение становится

формообразующей основой проекта.

Третья стадия – художественно-конструкторский проект (формальная стадия), в рамках которой изделие выполняется в объеме, осуществляется техническое воплощение формы открытки с учетом дизайнерских разработок. На этой стадии проводится итоговое уточнение размеров, пропорций, композиционного построения открытки. Создаются необходимые электронные чертежи и макеты изделия при помощи векторных графических программ (CorelDraw, Adobe Illustrator и т. п.). Проводится проверка соответствия иллюстративного материала, вербальной информации и конструкции открытки поставленным задачам проекта. Необходимым условием для пластической проработки изделия является выбор материала, при отборе которого внимание обращают на толщину, цвет, фактуру бумаги, поскольку на этих качествах основывается создание и восприятие формы открытки. Характеристики бумажного полотна играют важную роль при формировании визуального образа изделия – в них содержится осязательная, тактильная информация. Таким образом, окончательная координация эстетических, конструктивных и функциональных аспектов открытки происходит на третьей стадии ее проектирования. Изделие выполняется в материале и объеме.

Четвертая стадия является стадией реализации художественно-конструкторского проекта (проектная стадия). Стадия изготовления опытного образца, когда проверяются все вопросы эстетического и технического характера, уточняются все нюансы формы – как внешнего вида открытки, так и ее конструктивной структуры. Решаются возможные затруднения в процессе тиражирования продукта. С учетом современных производственных мощностей, зависимости от предполагаемого тиража и сложности конструкции, открытки можно изготавливать различными способами. Так, для выпуска больших тиражей лучше использовать полиграфическое оборудование с офсетной печатью и вырубкой штампами, при печати небольших тиражей целесообразнее применение цифровой печати и резки на лазерном оборудовании.

На основе разработанного алгоритма были выполнены проекты

полифункциональных туристических открыток на производственной базе ООО «Реклама» (г. Сызрань): открытки с объемным изображением архитектурных объектов г. Сызрани, полифункциональные туристические открытки г. Сызрани с динамической трансформацией плоскости и открытка с образами г. Самары с трансформацией замкнутого цикла.

3.2.1. Дизайн туристической открытки с объемно-пространственным изображением архитектурных памятников г. Сызрани

В России насчитывается более 750 малых городов [98], многие из которых представляют большой интерес для туристической индустрии, поскольку обладают самобытной историей и уникальным культурным наследием, и лишь считанные единицы успешно продвигают туризм, показывая поступательную динамику турпотока. Для большинства провинциальных городов туризм является важной экономической составляющей, поэтому на развитие туристических маршрутов по малым городам России в последнее время уделяется все больше внимания.

Город Сызрань является типичным провинциальным городом с большим туристическим потенциалом, который начинает постепенно реализовываться благодаря развитию традиционных и авторских экскурсионных туров, появлению паломнических, событийных, гастрономических туристических программ. Особый интерес представляют архитектурные памятники, культовые сооружения, гражданские постройки различных стилей, сформировавшиеся на протяжении более чем 300-летней истории существования города. Узнаваемость архитектурных форм города Сызрани сыграло роль в выборе объектов для создания серии туристических открыток с их объемным изображением, а также сопроводительным текстом исторического характера.

Благодаря современным компьютерным технологиям, создаются реалистичные иллюзии трехмерных изображений, однако, в них невозможны тактильные ощущения. У подобных открыток с объемными иллюстрациями есть свои преимущества: кроме возможности осязаемого восприятия, использование

трехмерных фигур из бумаги создает особую атмосферу за счет фактуры и цвета бумажных листов, работы света и тени. Динамика формы изображения выявляется в проявлении объема конструкции объекта при раскрытии открытки.



Схема 6. Основные стадии дизайн-проектирования полифункциональной туристической открытки.

Работа над проектом проходила по ранее описанному алгоритму и включала в себя все проектные стадии. На первой стадии определены цель и задачи проекта, собран и изучен исторический материал, выявлены наиболее значимые архитектурные объекты. В качестве основы для иллюстраций выбраны три узнаваемых историко-культурных объекта города Сызрани: Спасская башня Сызранского кремля (Сызранский кремль) (рис. П 3.5), Храм Рождества Христова (Христорождественский собор) (рис. П 3.6), которые располагаются в основной исторической части города, а также Церковь Феодоровской иконы Божией Матери, входящая в архитектурный ансамбль Сызранского Вознесенского мужского монастыря (рис. П 3.7). Эти объекты часто посещаются туристами и являются наиболее запоминающимися.

Для создания трехмерного изображения памятников архитектуры использовалась техника архитектурного оригами. В связи с этим конструкция открытки должна состоять из двух частей: внешняя часть – обложка открытки, внутренняя часть – вкладыш с изображением.

Лицевую сторону открытки предполагалось оформить фотографическими изображениями архитектурных объектов, которые повторяются в объеме внутри. Информационная составляющая открытки должна знакомить с архитектурными особенностями изображаемого объекта, его историей, культурной ценностью. Исходя из этих задач, собирался визуальный и текстовый материал. Для технической разработки объемных иллюстраций собраны фотографии, а также изучены чертежи объектов, предоставленные Комитетом по строительству и архитектуре Администрации г.о. Сызрань (рис. П. 3.8, 3.9, 3.10).

На второй стадии проекта определены размеры открыток исходя из пропорций сооружений. Так, кремль имеет удлиненную форму, что хорошо вписывается в формат евро (200x100 мм) книжной ориентации. Кроме того, в таком размере остается достаточно места для размещения сопроводительной информации. Христорождественский собор и Церковь Феодоровской иконы Божией Матери вытянуты по горизонтали, поэтому для их размещения выбран евро-формат альбомной ориентации. При определении формата также сыграла роль перспектива пересылки открытки по почте в конверте: наиболее распространенным размером современных конвертов является формат DL (220x110 мм).

Информационная часть проекта разместилась внутри открытки, под объемной иллюстрацией. Она содержит основные этапы постройки, архитектурные характеристики, а также рассказывает об исторической и культурной значимости объекта. В качестве оформления лицевой стороны открытки использованы старые фотографии города Сызрани с изображением выбранных объектов, обработанных в ретро-стиле в коричневых тонах (сепия).

Кроме того, на этом этапе проведен конструктивный анализ строения выбранных объектов. Основными техническими приемами разработки бумажной плоскости в архитектурном оригами являются сгибание и разрез, поэтому стилизация изображений проводилась с учетом возможности создать максимально достоверный образ архитектурного объекта при помощи выбранной техники. Для этого выявлены наиболее значимые детали, характерные для данных

сооружений, а также определены основные фронтальные плоскости, которые будут отражены в объемной иллюстрации. На основе результатов сделаны схематические наброски конструктивной формы изображения в электронном виде (рис. 20).

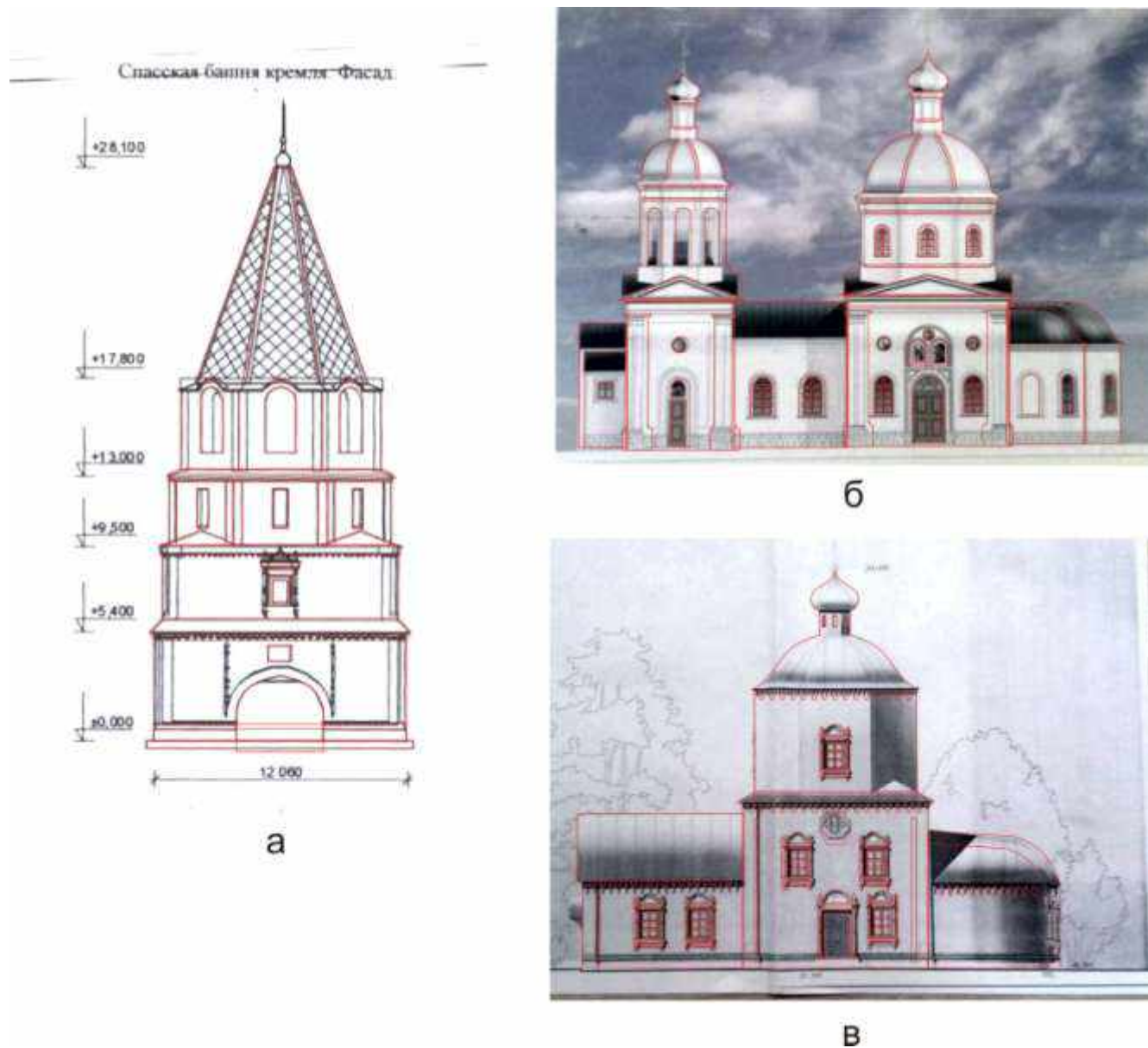


Рис. 20. Схемы конструктивных форм Сызранского кремля (а), Церкви Феодоровской иконы Божией Матери (б), Христорождественского собора (в)

Третья стадия посвящена работе по определению материала для изготовления изделия, технологического способа выполнения, а также созданию электронных схем объектов. В качестве производственных сил, как наиболее целесообразных, выбраны цифровая печать и резка лазерным гравировщиком.

Для создания контраста между тоном и фактурой материала в качестве обложки открытки использовалась матовая дизайнерская крафт-бумага толщиной 300 г/м² бежево-коричневого цвета, а для внутренней части – белая перламутровая дизайнерская бумага толщиной 160 г/м².

Электронный чертеж выполнялся в программе CorelDraw, основываясь на ранее созданных схематических эскизах. Построение велось по принципу поп-ап изображения, которое предполагает сдвиг деталей на некоторое расстояние от базовой линии, в данном случае – линии сгиба открытки. Изображения архитектурных объектов имеет несколько фронтальных плоскостей, которые располагаются на разных расстояниях друг от друга, что осуществляет движение объекта в пространстве. Каждая фронтальная плоскость включает в себя характерные и узнаваемые для изображаемого объекта дополнительные элементы: двери, окна, декоративные фризы. Они выполняются в виде статичных прорезных деталей либо динамичных частей, образованных с помощью частичного вырезания и сгибания, например, открывающиеся ворота.

На рисунке 21 представлены электронные макеты открыток для печати и резки. Красными линиями обозначены места для сквозного прорезания, черными – линии сгиба (рис. 22).

Также были подготовлены электронные макеты обложек открыток для печати на цифровом оборудовании (рис. 23).

На четвертой стадии проекта созданы экспериментальные образцы. Сначала выполнена печать внешней и внутренней частей открытки, после чего были вырезаны изображения, затем – произведена сборка. После проверки сложения изображения вносились необходимые корректировки в электронные чертежи.

Готовые изделия были представлены на выставке туристической продукции, проходящей в рамках совещания «Сувенирная продукция Самарской области: что нужно туристу?» 8 сентября 2017 года в Доме Молодежных Организаций города Сызрани. Кроме того, на производственной базе ООО «Реклама» был выпущен тираж открыток для реализации в количестве 150 экземпляров (рис. П 3.11, П 3.12, П 3.13, П 3.14).

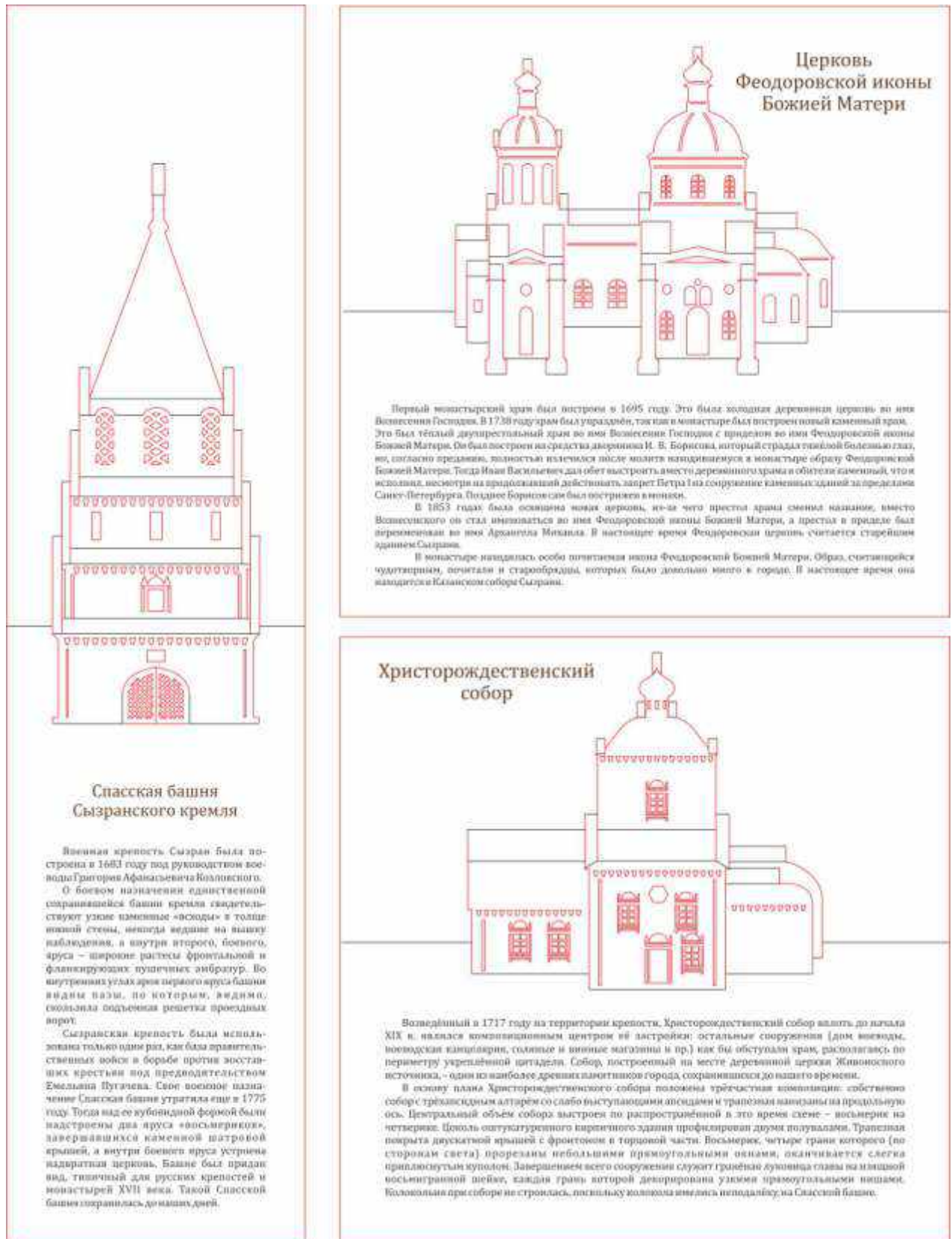


Рис. 21. Электронные макеты открыток с иллюстрациями и текстами о Сызранском кремле, Церкви Феодоровской иконы Божией Матери, Христорождественском соборе.

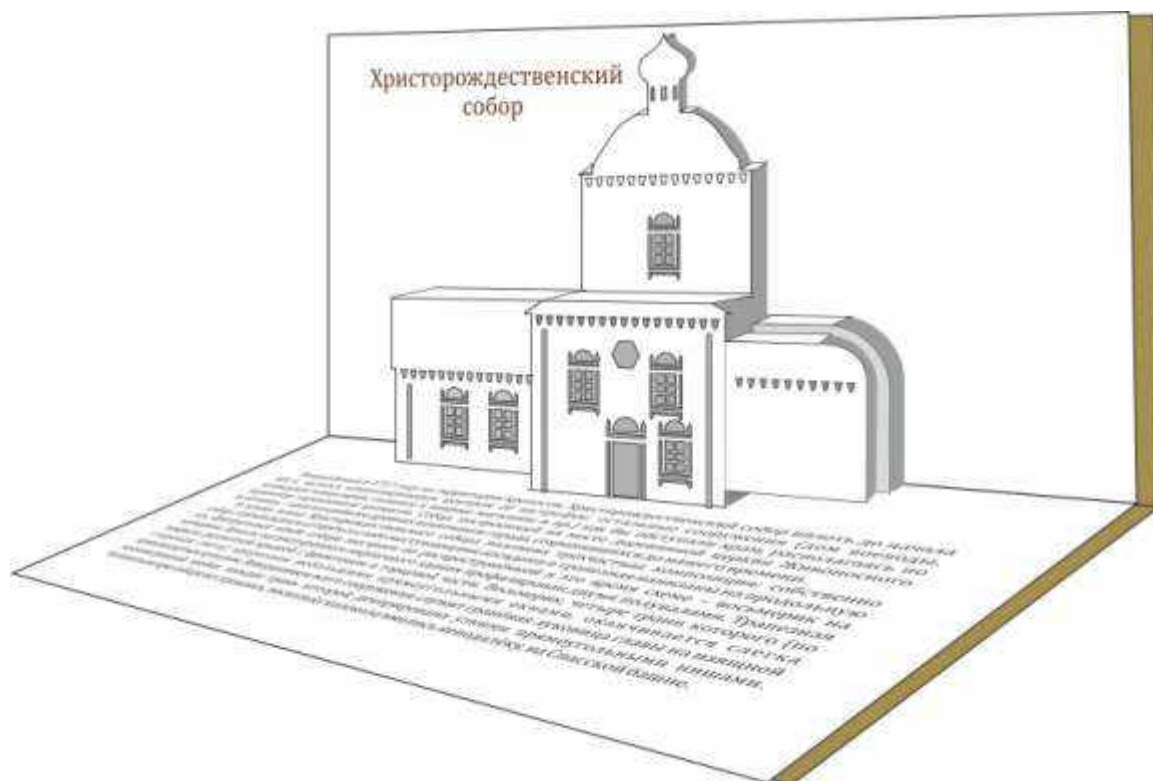


Рис. 22. Схема туристической открытки с объемно-пространственным изображением Христорождественского собора.

3.2.2. Дизайн полифункциональных туристических открыток

г. Сызрани на основе динамической трансформации плоскости

Проект полифункциональных туристических открыток г. Сызрани на основе динамической трансформации плоскости направлен на создание туристических открыток, совмещающих в себе несколько функций. Во-первых – ознакомительную. Открытка включает в себя иллюстративный материал, традиционный для данного вида продукции, который знакомит с достопримечательностями города Сызрань. Во-вторых – информационную. Иллюстрации сопровождаются текстом, рассказывающим об истории изображенных архитектурных объектов. В-третьих – справочную. В открытках содержится необходимая туристу справочная информация: телефоны экстренных служб, адреса кафе, ресторанов, гостиниц и т. д.

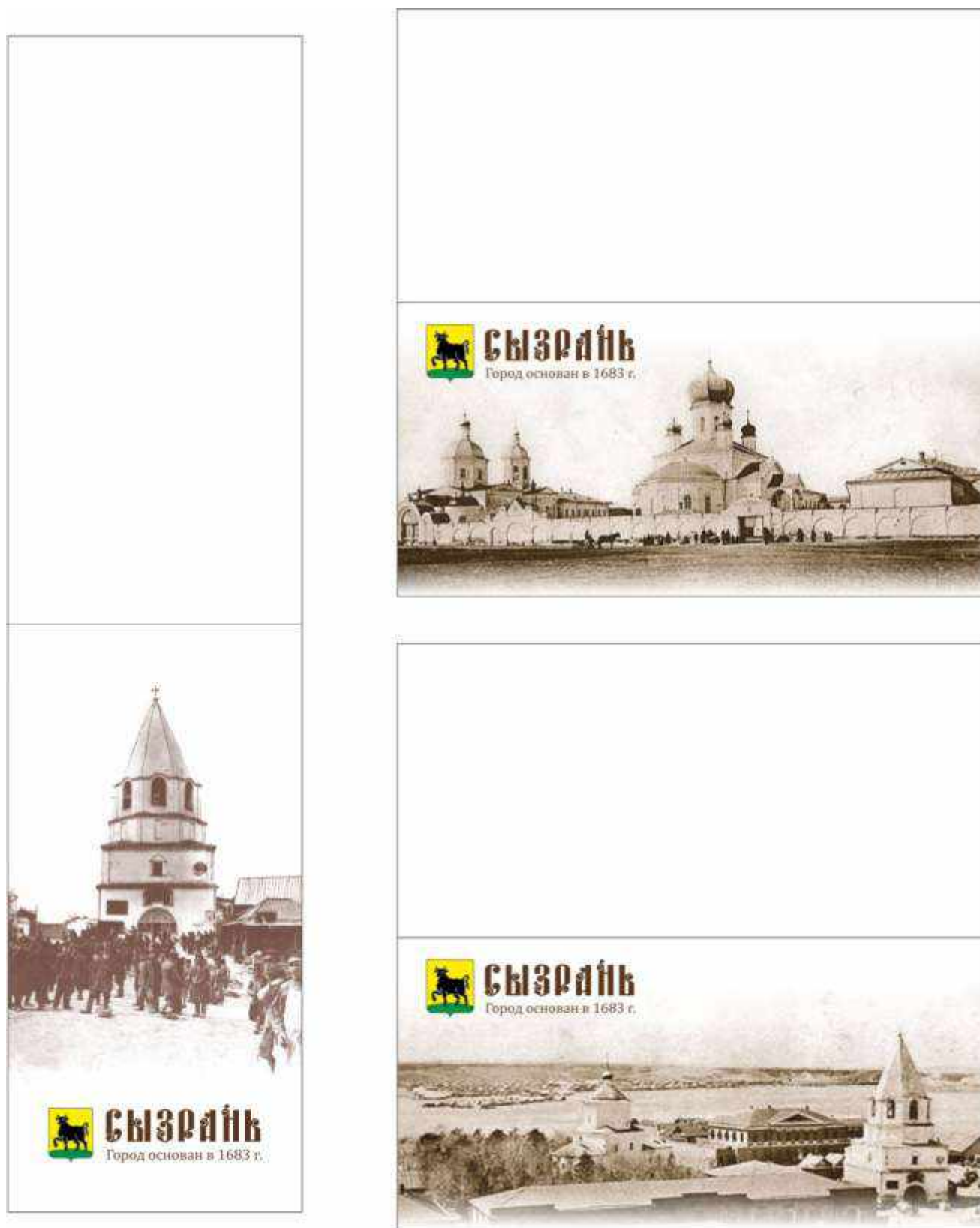


Рис. 23. Электронные макеты обложек открытки с иллюстрациями Сызранского кремля, Церкви Феодоровской иконы Божией Матери, Христорождественского собора.

Данная серия открыток объединена общей концепцией, посвященной архитектуре эпохи модерна г. Сызрани. Отобраны несколько наиболее ярких из сохранившихся образцов архитектурного модерна в качестве иллюстративного материала: особняк купца С.А. Стерлядкина (рис. П 3.15), дом купца П.В. Ревякина (рис. П 3.16), дом купца А.А. Сыромятникова (рис. П 3.17). Все здания находятся на главном туристическом маршруте города, проходящем по центральной улице.

Как и в предыдущем случае, разработка полифункциональных туристических открыток проходила несколько стадий дизайн-проектирования. Первая стадия посвящена определению общей концепции будущей серии открыток, а также выбору общего оформления: цветовой гаммы, шрифта, декоративных элементов, характерных для стиля модерн. Найдена необходимая информация об изображаемом архитектурном объекте, которая раскрывает историю создания, конструктивные особенности и культурную ценность зданий. В разделе справочной информации, актуальной для туристов, представлен список телефонов основных справочных служб города.

В качестве конструктивной основы открытки взята модификация формы простой складчато-прорезной открытки с элементом «крыло» (рис. 24). Данная модель обладает динамичной формой, эстетично смотрится как в сложенном, так и в раскрытом виде, кроме того, тектонические особенности конструкции позволяют открытке быть самостоятельным устойчивым арт-объектом.

На второй стадии проекта проводился поиск размеров, пропорций и проектных специфик модели. В данном случае размер открытки определен таким образом, чтобы в сложенном виде можно было поместить открытку в конверт размером С6 (114х162 мм), а в раскрытом – был экономичен для раскроя из листа стандартного размера SR A3 (450х320 мм). В результате размер открытки составил 185х150 мм в раскрытом виде и 105х150 в закрытом.

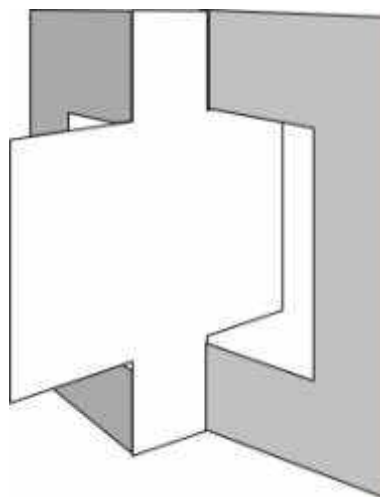


Рис. 24. Простая складчато-прорезная открытка с элементом «крыло».

Конструкция «крыло» обладает рядом особенностей, одной из которых является возможность динамичной смены изображения посредством поворота подвижного элемента. В связи с этим использованы два изображения одного и того же объекта: одно – современная фотография, второе – ретро-изображение. Внутренняя часть открытки занята справочной туристической информацией, а историческая справка об архитектурном объекте размещена на обороте открытки.

На третьей стадии выбран материал для производства изделий, создан макет для печати и выполнен цифровой чертеж для резки. Как и в предыдущем проекте, данная серия открыток выполнена с помощью цифровой печати и резки на лазерном гравере, чертеж выполнялся в векторной компьютерной программе CorelDraw (рис. 24, 25, 26).

Основой для открыток послужил белый дизайнерский картон с тиснением «лен» для цифровой печати толщиной 300 г/м². Выбор толщины бумаги обусловлен высокой двигательной активностью конструкции, что требует износостойкости материала основы, а текстурное покрытие создает приятные тактильные ощущения и ассоциацию со старыми фотографиями, что подчеркивает связь с эпохой модерн.

Пробные экземпляры произведены на четвертой стадии проекта. В производство был запущен ограниченный тираж в количестве 150 экземпляров (рис. П 3.18, 3.19, 3.20, 3.21).



Рис. 25. Электронные чертежи полифункциональных туристических открыток г. Сызрани. Особняк купца С.А. Стерлякина.



Рис. 26. Электронные чертежи полифункциональных туристических открыток г. Сызрани. Дом купца П.В. Ревякина.

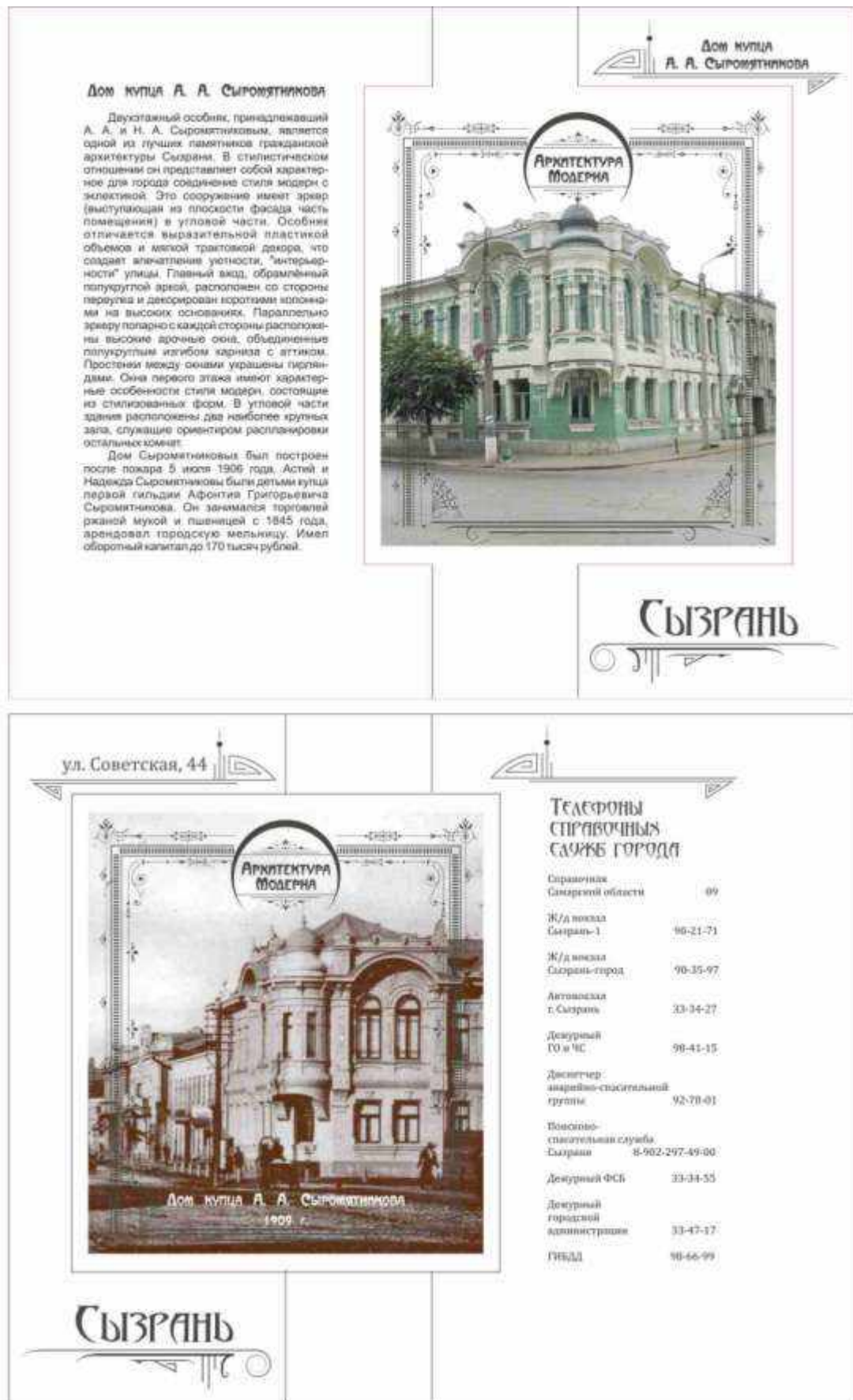


Рис. 27. Электронные чертежи полифункциональных туристических открыток г. Сызрани. Дом купца А.А. Сыромятникова.

3.2.3. Дизайн туристической открытки с образами г. Самары с трансформацией замкнутого цикла

Проект туристической открытки с образами г. Самары с трансформацией замкнутого цикла выполнен для участия в отборе образцов сувенирной продукции, способных соответствовать статусу аутентичного туристического сувенира Самарской области, который проходил в рамках подготовки к приему гостей Чемпионата Мира по футболу 2018.

Самарская область является довольно сложным регионом для привлечения постоянного туристического потока. Она не отмечена какими-либо яркими историческими событиями, не очень удобна по географическому расположению, климат и природа традиционны для европейской территории России. Несмотря на свою многонациональность, Самарский край в плане народных промыслов развит хуже, чем другие области России. К тому же близкое соседство различных этнических групп повлияло на развитие народной культуры: приобретая национальные черты специфические для Самарского региона, сглаживались различия в народных традициях, фольклоре, хозяйственной деятельности и быте. Поэтому сложно выделить особенности Самарской области, которые могли бы стать своеобразным отличием при создании аутентичного туристического сувенира.

В качестве подобной основы возможно использование искусственно созданных персонажей, а также константных исторических и фольклорных образов, связанных с городом Самара и Самарским краем. Фольклорные образы представлены образом Хозяйки Жигулевских гор, которая изображается с совой-ключницей на руке – хранительницей ключей от кладовых Жигулевских гор. Ассоциативными образами для города Самары являются образы, посвященные освоению космоса (например, персонажи произведений А. Толстого); характерные символы и элементы самарского модерна, известного своей близостью к австрийскому стилю Сецессион (образ летящей нимфы – рельефное изображение женской фигуры в усадьбе Курлиных, где ныне расположен музей модерна г. Самары (рис. П 3.22)); городские культурно-исторические образы –

самарский горчишник, самарский пивовар, дама с ракеткой, самарский баянист. Именно такой подход был использован при разработке туристической открытки с образами г. Самары.

За основу формы взята открытка с замкнутым циклом трансформации, выполненная по аналогии модульного оригами (рис. 28). Особенность ее конструкции заключается в том, что в результате нескольких сложений проявляется четыре сменные изолированные поверхности. В данном случае, такая модификация использовалась для размещения четырех иллюстраций и сопроводительного текста: трех самарских образов и ознакомительной информации о городе Самара.

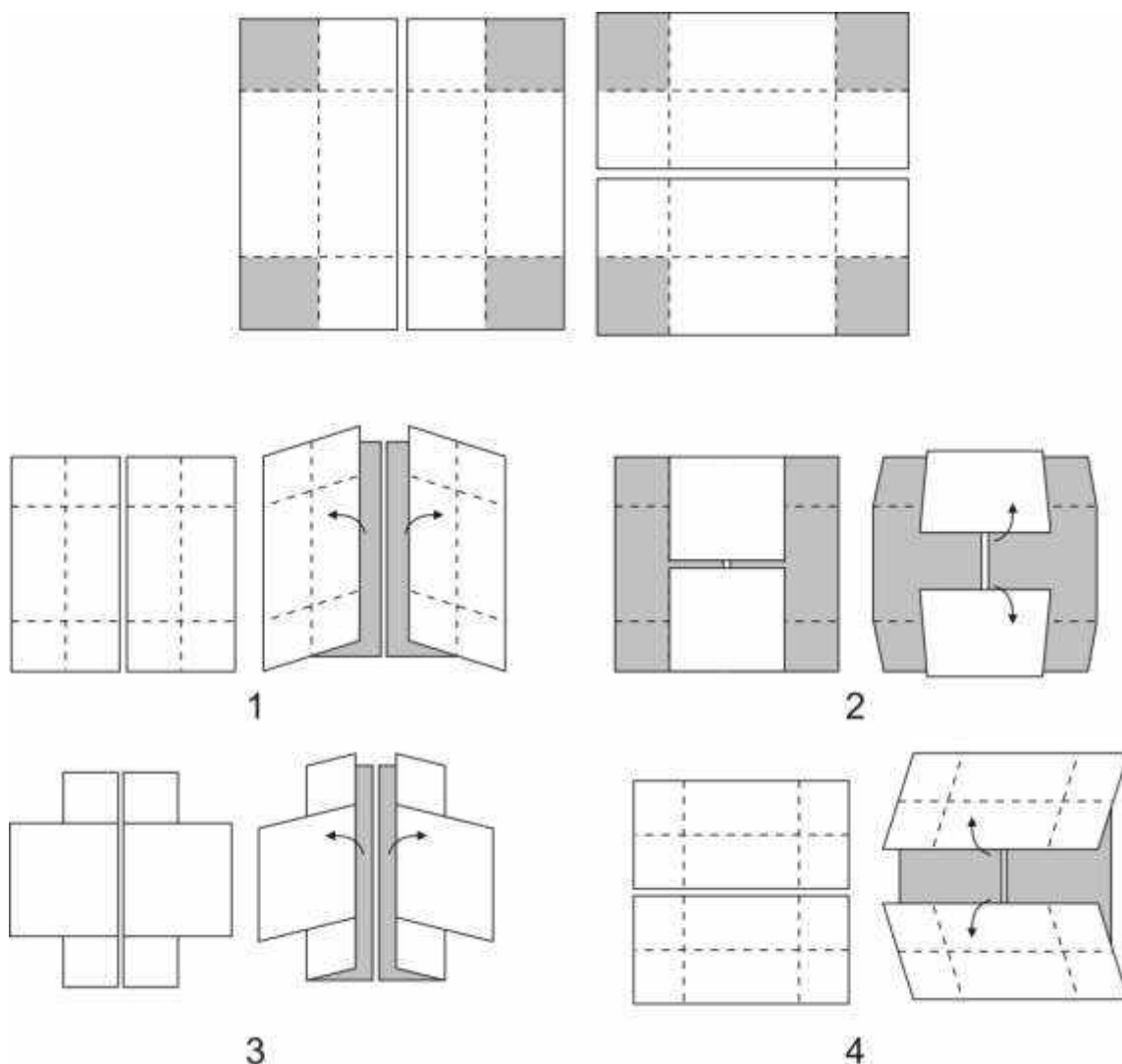


Рис. 28. Открытка с замкнутым циклом трансформации.

Для создания иллюстраций выбраны три популярных образа г. Самара: самарский пивовар, дама с ракеткой и самарский баянист.

Прообразом пивовара стал г-н Альфред фон Вакано (1846-1929 гг.), австрийский подданный, который был владельцем крупного пивоваренного предприятия, имеющего 8 точек в Самаре и 400 по всей стране. Пиво варилось по оригинальному австрийскому рецепту и называлось «Венское», позже оно переименовалось в популярное ныне «Жигулевское». 28 декабря 2017 г. был открыт бронзовый арт-объект – памятник пивовару. Он установлен рядом с пивзаводом на Волжском проспекте г. Самара (рис. П 3.23).

Дама с ракеткой – скульптура, установленная 8 сентября 2012 года на территории Пушкинского сквера г. Самары (рис П 3.24). Она была выполнена в честь столетнего юбилея первого самарского теннисного турнира, который прошел в 1912 г. по инициативе Марии фон Баредер, супруги Альфреда фон Вакано. Будучи большой поклонницей этого европейского вида спорта, Мария фон Баредер внесла огромный вклад в популяризацию тенниса на самарской земле.

Прототипом самарского баяниста был Павел Чулков, автор первого русского баяна. Желание Павла усовершенствовать конструкцию гармони для возможности исполнять произведение любой сложности привело к тому, что в 1897 году была создана первая хроматическая гармонь с полным басовым аккомпанементом. За свое изобретение Чулков получил серебряную медаль в Туле, это событие зафиксировано в архивных документах. В настоящее время ведется разработка концепции памятника самарскому баянисту, который, скорее всего, будет установлен в историческом центре города. Идею создания памятника поддержали Министерство культуры Самарской области и городская администрация.

Иллюстрации самарских образов выполнялись в единой цветовой гамме (голубой, горчичный, вишневый). Стилизация проводилась с использованием простых геометрических форм. Кроме непосредственных изображений людей, добавлялись декоративные орнаментальные элементы, тематические объекты,

характерные детали волжского пейзажа (деревья, цветы, река и т. д.). Каждая иллюстрация выполнялась в зависимости от формы стороны открытки, получаемой в процессе трансформации, а также с учетом линий сгибов и разрезов (рис. 29, 30, 31).

Первая сторона открытки содержит иллюстрации узнаваемых объектов города, краткую информацию о Самаре и свободное место для записи. В качестве изображаемых объектов выбраны: монумент «Ладья», Самарский железнодорожный вокзал, Самарский академический театр драмы им. М. Горького, монумент ракета-носитель «Союз» и Монумент Славы (рис 32).

Работа над иллюстрацией проводилась сначала в эскизном карандашном варианте (рис. П 3.25), затем переносилась в электронный вариант с отрисовкой в векторной программе CorelDraw. Одна из специфик конструкции рассматриваемой открытки – частые места сгибов, которые членят открытку на квадратные секции. В связи с этим изобразительные элементы иллюстративного материала разбивались по квадратным сегментам, оставаясь при этом единой композиций. Такой подход позволил избежать несовпадений рисунков при сборке изделия.

При подготовке макета для печати секции рисунков расположены на составляющих деталях конструкции (рис. 33). Они представляют собой четыре прямоугольных полосы бумаги, запечатанных с двух сторон. Основой открытки послужила матовая бумага для цифровой печати толщиной 220 г/м². Размер открытки в готовом виде 15х15 см (рис. П 3.26).

3.3. Перспективы развития туристической открытки

Туристическая открытка, как памятный символ путешествия, требует максимально полного семантического и ассоциативного соответствия посещенному месту, прожитому событию. Достижение этого возможно несколькими способами, но для полного эффекта, для стимуляции воспоминаний необходимо воздействие на различные органы чувств: обоняние (через различные запахи), тактильные (при использовании различных материалов), вкусовые



Рис. 29. Открытка с самарскими образами. Сторона 2 «Самарский пивовар».



Рис. 30. Открытка с самарскими образами. Сторона 3 «Дама с ракеткой».



Рис. 31. Открытка с самарскими образами. Сторона 4 «Самарский баянист».



Рис. 32. Открытка с самарскими образами. Сторона 1 «Самара».

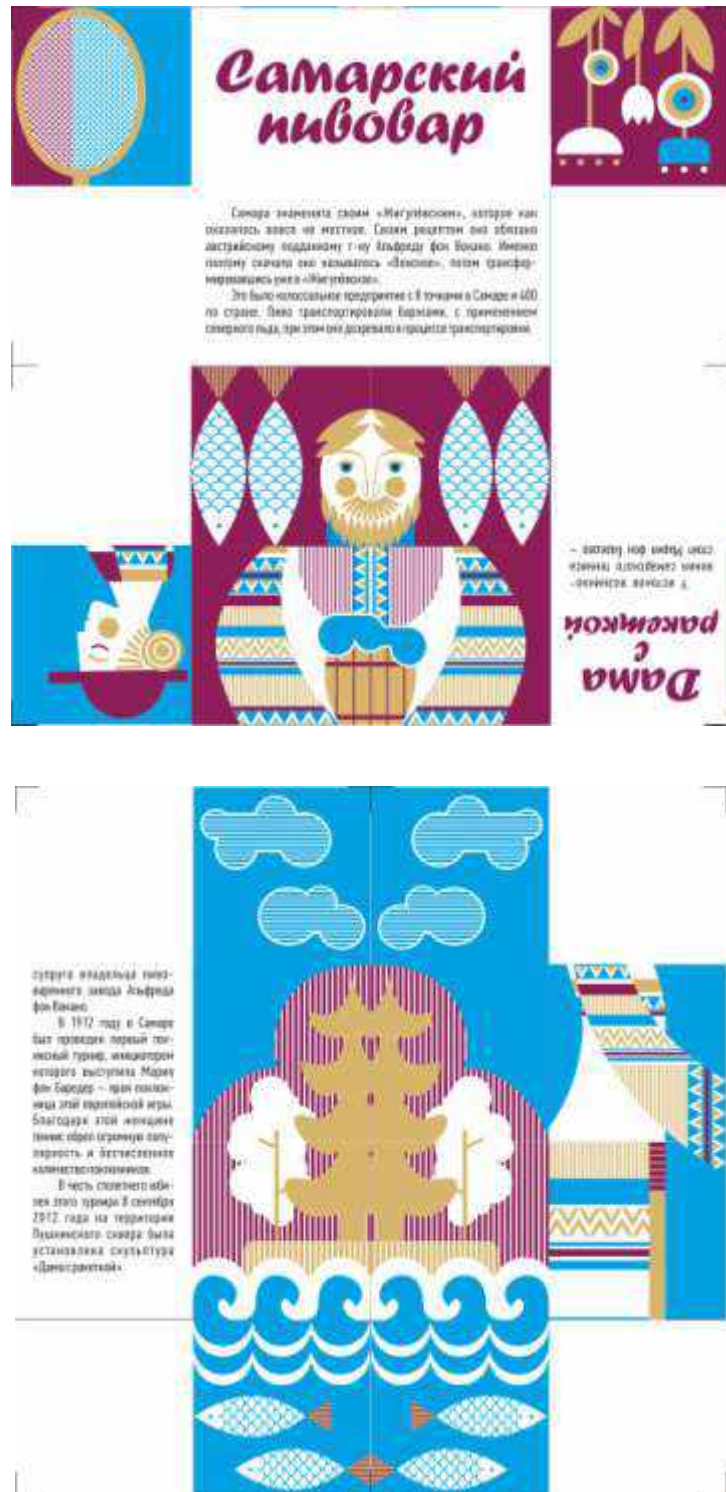


Рис. 33. Подготовленный к печати макет открытки с самарскими образами.

(изготовление съедобных открыток), слуховые (использование звуковых компонентов). Достижение современных компьютерных технологий позволяет создать различные симуляции реальности, однако имитация вкусов, запахов и тактильных ощущений пока еще находится на стадии разработок. Существующие

виртуальные открытки (e-cards) в первую очередь рассчитаны на визуальное восприятие, поэтому часто в их дизайне используется анимация. Кроме того, туристический сувенир предполагает привязку не только к месту, но и к эмоциональному состоянию человека в момент его приобретения, виртуальные издания, не имеющие телесности, сложнее идентифицируются с конкретным эмоциональным моментом.

Использование запахов в полиграфической продукции – довольно распространенная практика. Чаще всего ароматические добавки применяют в каталогах косметической продукции или полиграфическом материале рекламных кампаний. В туристических фирмах ароматическое оформление буклетов, например, запахом морского бриза, используется для создания настроения и побуждает клиентов приобрести путевки на курорт. В открытках использование ароматов, как правило, связано с поздравительным или рекламным направлением. Так, компания KFC (международная сеть ресторанов общественного питания) выпустила открытки ко Дню Святого Валентина с ароматом специй фирменной жареной курицы (рис. П 3.27).

Существует два варианта применения ароматических компонентов в офсетной печати. В первом случае запах придается путем смешивания ароматических масел с краской, лаком или клеем, запах начинает распространяться сразу после нанесения, а время его сохранения составляет пару недель. Во втором случае ароматические вещества, переведенные в пастообразное состояние, заключаются в микрокапсулы, размер которых не превышает 30 мкм, и наносятся на продукцию офсетным способом. Запах начинает проявляться после разрушения оболочки капсул, для чего достаточно потереть обработанное место.

Применение ароматических веществ при производстве туристических открыток создаст атмосферу местности, которая может характеризоваться определенным цветочным ароматом, запахом трав, деревьев и т. д.

Тактильные ощущения хорошо передаются через различные виды материалов [15]. Широкое распространение приобретают поздравительные деревянные открытки, на которые нанесение изображения происходит методом

лазерной гравировки (рис. П 3.28). Использование дерева подчеркивает натуральность изделия и соответствует модному в наши дни эко-стилю. В дизайне туристических открыток для формирования осязательных образов могут использоваться природные материалы, определяющие ту или иную местность (камни, кора деревьев, сухие растения и цветы), традиционные материалы, используемые в народном творчестве (ткани, кожа, нити, металлические элементы). Интересным направлением являются так называемые «Живые открытки», выпускаемые компанией Happy plants. Они содержат семена различных растений, помещенные в специальную агроткань для их выращивания (рис. П 3.29).

В настоящее время выпускаются и съедобные открытки поздравительного характера Eat the fine print (рис. П 3.30). Они имеют несколько самых популярных вкусов черники, лайма, апельсина и клубники. Вся открытка полностью съедобна, а для подписи предлагается использовать пищевые красители. Она продается в целлофановой упаковке, толщина открытки чуть больше толщины листа печатной бумаги, поэтому ее можно отправить по почте в простом маркированном конверте. Этот опыт уместно использовать и в производстве туристических открыток, например, посвященных различным гастрономическим фестивалям.

Применение звукового сопровождения в производстве открыток – явление не новое. Чаще всего соответствующие случаю аудиозаписи используются при производстве поздравительных открыток. В случае с туристическими открытками музыкальное сопровождение применимо для создания местного колорита: воспроизведение национальных мелодий для этнических открыток, иллюстрирующие народную культуру регионов России или колокольных звонов для видовых открыток, посвященных культовым постройкам.

Перспективным направлением является использование современных технологических разработок, к которым относится электронная бумага (е-бумага). Этот цифровой носитель представляет собой дисплей на гибких подложках. Главное его предназначение – воспроизведение текстовой информации, хотя существуют технологии, воспроизводящие и цветные иллюстрации (рис. П 3.31).

Электронная бумага была изобретена около 35 лет назад и сегодня продолжают работы в этой области силами более чем десятка известных компаний. Существует несколько проблем, которые стараются решить разработчики: зависимость электронной бумаги от энергоисточника (устройство выводит статическое изображение, в момент его перезагрузки требуется подача энергии); электронная бумага не подвержена пластическим преобразованиям (вопреки своей тонкости и гибкости е-бумага ограничена в свободных модификациях формы); несмотря на передовые технологии, существуют ограничения по качеству и четкости изображения при различном освещении, белизне подложки, возможностям анимации.

Развитие технологии электронной бумаги создает потенциал для развития электронных туристических открыток. Кроме традиционного содержания в виде фотографий и описаний туристического пункта, может решаться проблема с оперативной и достоверной информацией о наличии свободных мест в гостиницах, расписания автобусов, поездов и самолетов, проведения концертов и событийных мероприятий, обновление которой возможно при соединении с Интернетом.

Пластичность электронной бумаги перспективна в качестве основы формообразующих практик, для создания динамичных конструкций, что вместе с анимацией и звуковым сопровождением представляет собой комбинацию традиционных осязаемых экземпляров и электронных открыток. Развитие технологий производства данного направления интересно и для организации диалога между человеком и открыткой в форме дополнения личными заметками.

Таким образом, среди возможных вариантов развитие дизайна и производства туристических открыток можно предположить следующие направления: в виде электронных изданий с применением новейших разработок в области цифровых технологий; использование материалов и техник, воздействующих на различные органы чувств человека.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 3

1. Важным аспектом дизайна туристической открытки является создание яркого, запоминающегося образа, способствующего формированию приятных воспоминаний и положительных эмоций. К основным характеристикам образной составляющей туристической открытки относятся: узнаваемость, соразмерность объекту и зрителю, позитивность, вариативность, интерактивность. Разработана классификация туристических открыток по нескольким категориям: видам туризма, территориальной принадлежности, способу изображения, дополнительным функциям и способам изготовления.
2. Дизайн туристических открыток осуществляется с использованием нескольких групп проектных принципов: коммуникативной, технологической, эстетической. Коммуникативная группа представлена принципом информативности, принципом индивидуализации, принципом эмотивности и принципом доступности. В состав технологической группы входят принцип целесообразности, принцип тектоничности, принцип трансформации, принцип функционального совмещения. К эстетической группе относятся: принцип образности, этнический принцип, архетипический принцип.
3. Дизайн туристической открытки с объемно-пространственным изображением архитектурных памятников выполняется с использованием архитектурного оригами – одного из направлений техники поп-ап. Трехмерность образа достигается путем частичного вырезания элементов изображения из основы открытки, динамическая трансформация возможна благодаря сгибанию деталей изображения.
4. Дизайн полифункциональной туристической открытки на основе динамической трансформации плоскости выполняется с использованием модели простой складчато-прорезной открытки с элементом «крыло». Данная модель позволяет совмещать в себе несколько изображений, справочную и историческую информацию.
5. Дизайн туристической открытки с образами г. Самары с замкнутым циклом

трансформации разработан на основе открытки, выполненной по аналогии с модульным оригами. Выбранная модель обладает способностью создания независимых поверхностей через трансформацию формы, что позволяет образовать самостоятельные тематические иллюстрации.

6. Одним из вариантов дальнейшего развития туристических открыток является дизайн-проектирование, направленное на воздействие на различные органы чувств человека: слух (с использованием звуковых эффектов); обоняние (с применением ароматических веществ); осязание (при изготовлении открыток из различных текстурных и природных материалов); вкус (выпуск съедобных открыток). Перспективным направлением является использование современных цифровых технологий, в частности электронной бумаги, в качестве физического носителя визуальной и вербальной информации, характерной для туристических открыток, а также создание динамических конструкций, что возможно при дальнейшем развитии пластических свойств электронной бумаги.

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ

Проведенное исследование помогло определить роль открытки в современной культуре, а также перспективы развития открыточной отрасли в целом и направления туристических открыток в частности.

1. В процессе исследования было выделено четыре основных этапа развития открытых писем. Каждый этап характеризуется своей дополнительной спецификой коммуникативного взаимодействия, которая влияет на дизайн, форму содержание открыток, на состав коммуникатирующих сторон. Базовая функция открытки – коммуникативная – остается главной на протяжении всей истории существования, обретая некоторые особенности в зависимости от внешних социокультурных и политических изменений.
2. Традиционный бланк открытых писем со временем подвергся конструктивной трансформации, что выразилось в модификации плоскости открытки в объемно-пространственную структуру. Целесообразность этих изменений обуславливалось рядом причин: экономическими (для экономии на почтовых расходах), функциональными (для соблюдения конфиденциальности), целевыми (в зависимости от назначения почтовой карточки), эстетическими (для повышения художественной ценности).
3. В ходе исследования были проанализированы ранее существующие классификации, за основу которых принимались типовые и видовые особенности открыток, наличие изображения, его жанр и характер, наличие текста и т. д. В результате изучения современных образцов была предложена классификация, основанная на функциональных особенностях открыток, представленная следующими группами: поздравительными, корпоративными, рекламными и туристическими открытками.
4. Проведен конструктивный анализ популярных техник работы с бумагой (оригами, рор-уп, квиллинг, бумажное моделирование в школе Баухауз и ВХУТЕМАСе, работы по структурированию бумажной плоскости В.Ф. Колейчука, динамическое формообразование в творчестве художников и

дизайнеров XX в.), некоторые из которых применяются в дизайне открыток конца XX – начала XXI вв. Широкое распространение получила традиционная бумажная техника – оригами. Среди современных направлений формообразования внимание привлекают техника рор-уп, а также опыт работы в области структурирования бумажной плоскости В. Ф. Колейчука. Использование этих техник вносит динамический элемент в дизайн-форму открыток.

5. Отличительной особенностью техники оригами является особый символический язык, благодаря которому создаются узнаваемые и понятные стилизованные образы. Использование оригами в дизайне открыток разнообразит их образную выразительность и ведется по нескольким направлениям: создание декоративных элементов для украшения открыток, в качестве формообразующей техники, как технологическая основа для динамической конструктивной трансформации.

6. Применение рор-уп техники позволяет создавать объемные изображения, некоторые из которых обладают эффектом движения и интерактивностью. Технологические приемы рор-уп, используемые в дизайне открыток можно разделить на следующие группы: архитектурное оригами, книжка-раскладушка, слайс-формы.

7. Использование приемов структурирования плоскости бумажного листа (по В.Ф. Колейчуку) определило несколько направлений в формообразовании открыток, которые представлены простыми и составными складчатыми, складчато-прорезными и складчато-вырубными открытками.

8. Многообразие туристических открыток предполагает многоуровневую классификационную структуру, состоящую из различных категорий, среди которых можно выделить следующие: виды туризма (исторический, этнический, религиозный, гастрономический, событийный, культурный); территориальная принадлежность (общенациональные, региональные); способ изображения (фотографический, графический, объемный); дополнительные функции (информационная, справочная, декоративная, коллекционная); способ исполнения (тиражируемые, авторские). Использование перечисленных категорий позволит

не только классифицировать существующие туристические открытки, но и поможет определить цели, задачи, способы изготовления, а также общую концепцию будущего проекта.

9. С учетом многоплановости структуры современной открытки дизайн современных туристических открыток проходит по определенному алгоритму с использованием проектных принципов, объединенных в следующие группы: коммуникативную, технологическую и эстетическую. Алгоритм дизайн-проектирования туристической открытки состоит из четырех этапов: подготовительного, во время которого происходит определение цели и задач проекта, сбор необходимого материала; художественно-конструкторского предложения, включающего в себя техническую разработку вариантов реализации проекта; художественно-конструкторского проекта, заключающегося в выполнении открытке в объеме и материале; реализации проекта – создание опытного образца. Особенность дизайн-проектирования состоит в том, что требуется сбор, анализ, обработка и компоновка не только визуальной, но и вербальной информации, необходимо создать их гармоничное сочетание.

10. В качестве результата исследования разработаны три проекта туристических открыток: туристические открытки с объемно-пространственным изображением архитектурных памятников г. Сызрани, выполненные по технологии рор-уп с использованием направления «архитектурное оригами»; полифункциональные туристические открытки г. Сызрани с динамической трансформацией плоскости, изготовленные по аналогии модели с «крылом» простых складчато-прорезных открыток; туристические открытки с образами г. Самара с замкнутым циклом трансформации, за основу которых взята открытка, выполненная по принципу модульного оригами.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аббасов И.Б. Визуальное восприятие : учебное пособие / И.Б. Аббасов. – М. : ДМК Пресс, 2016. – 136 с.
2. Авелла Н. Конструкции из бумаги. Объемные формы из плоского листа / Н. Авелла. – РИП-холдинг/Rotovision, 2006. – 160 с. : илл.
3. Акинфеева И.И., Железняк О.Е. Сувенир как феномен культуры: специфика и классификационные признаки / И.И. Акинфеева, О.Е. Железняк // Вестник Иркутского государственного технического университета. – 2015. – № 5 (100). – С. 305-313.
4. Арлазоров М.С. Вам письмо! Из истории мировой почты / М.С. Арлазоров. – М. : Советская Россия, 1966. – 230 с.
5. Арнхейм Р. Динамика архитектурных форм. / Р. Арнхейм ; пер. с англ. В.Л. Глазычева. – М. : Стройиздат, 1984. — 192 с. : илл.
6. Арнхейм Р. Искусство и визуальное восприятие / Р. Арнхейм. – М. : Прогресс, 1974. – 386 с.
7. Артамонов И.Д. Иллюзии зрения. – 3-е изд., перераб. / И.Д. Артамонов – М. : Наука, 1969. – 224 с. : илл.
8. Афонькин С.Ю., Афонькина Е.Ю. Все об оригами / С.Ю. Афонькин, Е.Ю. Афонькина. – СПб. : Кристалл; Москва : ОНИКС, 2006. – 271 с. : илл.
9. Балаченкова А.П. История бумаги и бумажного производства : учебное пособие и хрестоматия / А.П. Балаченкова ; СПб ГТУРП. – СПб., 2011. – 52 с.
10. Барташевич А.А., Мельникова А.Г. Основы художественного конструирования : учеб. пособие для вузов / А.А. Барташевич, А.Г. Мельникова. – Мн. : «Выш. школа», 1978. – 216 с. : илл.
11. Белицкий Я.М., Глезер Г.Н. Рассказы об открытках / Я.М. Белицкий, Г.Н. Глезер. – М. : Радио и связь, 1986. – 144 с.: илл.
12. Белицкий Я.М., Глезер Г.Н. Открытка продолжает рассказ / Я.М. Белицкий, Г.Н. Глезер. – М. : Радио и связь, 1982. –144 с. : илл.
13. Белицкий Я.М., Глезер Г.Н. О чем поведала открытка / Я.М. Белицкий, Г.Н.

- Глезер. – М. : Связь, 1978. – 104 с.: илл.
14. Белько Т.В. Бионическое формообразование костюма: моногр. / Т.В. Белько. – М : Изд-во МГТУ им. А.Н. Косыгина, 2005. – 164 с.
 15. Белько Т.В. Природные факторы в дизайне среды: ландшафтный дизайн, архитектурная бионика, города будущего: моногр. / Т.В. Белько. – Тольятти : Изд-во ФГБОУ ВПО «ПВГУС», 2012. – 296 с.
 16. Белько Т.В., Агафонова А.В. Анализ конструктивных трансформаций открытых писем (почтовых карточек) XIX-XX вв. / Т.В. Белько, А.В. Агафонова // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда : Вестник МГХПА им. С. Г. Строганова. – 2015. – № 3 – С. 365-374.
 17. Белько Т.В., Агафонова А.В. Особенности дизайн-проектирования полифункциональных туристических открыток с использованием динамического аспекта формообразования / Т.В. Белько, А.В. Агафонова // ДИЗАЙН и ТЕХНОЛОГИИ : Научный журнал РГУ им. А. Н. Косыгина. – 2018. – № 63 (105). – С. 19-24
 18. Белько Т.В., Агафонова А.В. Особенности формообразования открыток начала XXI в. с использованием техники pop-up / Т.В. Белько, А.В. Агафонова // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда : Вестник МГХПА им. С. Г. Строганова. – 2017. – № 4. – С. 268-276.
 19. Белько Т.В., Агафонова А.В. Открытка в коммуникативной культуре конца XX – начала XXI в.: определение, функции, тенденции развития / Т.В. Белько, А.В. Агафонова // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики : Научно-теоретический и прикладной журнал. – 2016. – № 12 (74), Часть 2. – С. 31-33.
 20. Белько Т.В., Агафонова А.В. Типология открыток XX-XXI вв. на основе динамического формообразования / Т.В. Белько, А.В. Агафонова // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда : Вестник МГХПА им. С. Г. Строганова. – 2016. – № 2. – С. 172-181.
 21. Белько Т.В., Агафонова А.В. Формообразование поздравительной открытки начала XXI в. с использованием художественных принципов и конструктивных

- приемов оригами / Т.В. Белько, А.В. Агафонова // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда : Вестник МГХПА им. С. Г. Строганова. – 2017. – № 1. – С. 424-431.
22. Белько Т.В., Длясин Д.Г. Шрифт и изображение в истории визуальных коммуникаций / Т.В. Белько, Д.Г. Длясин // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. Социальные, гуманитарные, медико-биологические науки. – 2010. – Т. 12, № 3-1. – С. 236-241.
23. Бескровных В. Оригами в поисках смысла. Попытка исследования оригами в русле восточной и западной художественной традиции / В. Бескровных // Текстовые материалы I Всероссийской конференции «Оригами и педагогика». – М. : Аким, 1997. – С. 80-130.
24. Бич Р. Оригами. Большая иллюстрированная энциклопедия / Р. Бич ; пер. с англ. – М. : Изд-во Эксмо, 2003. – 256 с. : илл.
25. Боумен У. Графическое представление информации / У. Боумен ; пер. с англ. – М., 1971. – 228 с.
26. Бутузов А.Г. Этнокультурный туризм : учеб. Пособие / А.Г. Бутузов. – М. : КНОРУС, 2013. – 248 с.
27. Бутыльская Л.В. Коммуникативная полифункциональность русской поздравительной открытки / Л.В. Бутыльская // Ученые записки ЗабГГПУ. Серия: филология, история, востоковедение. – 2014. – № 2. – С. 12-15.
28. Бутыльская Л.В. Социокультурный феномен открытки (на примере русской свадебной открытки) / Л.В. Бутыльская // Ученые записки ЗабГГПУ. Серия: филология, история, востоковедение. – 2013. – № 2 (49). – С. 66-70.
29. Быстрова Т.Ю. Необходимые характеристики образа в дизайне сувенирной продукции / Т.Ю. Быстрова // Академический вестник УРАЛНИИПРОЕКТ РААСН. – 2015. – № 1. – С. 91-97.
30. Быстрова Т.Ю. Образ сувенира: разработка и восприятие / Т.Ю. Быстрова // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. – 2015. – № 1 (135). – С. 177-185.
31. Быстрова Т.Ю. Философия дизайна : учеб.-метод. пособие / Т.Ю. Быстрова. –

- 2-е изд., перераб. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2015. – 128 с.
32. Васерчук Ю.А. Бумагопластика в проектной культуре дизайна (материалы, технология, принципы моделирования) : автореф. дис. ... канд. искусствоведения : 17.00.06 / Ю.А. Васерчук. – М., 2007. – 28 с.
33. Васерчук Ю.А. Упаковка. Оригами. Дзен / Ю.А. Васерчук // Packaging. – 2006. – № 5. – С. 56-62.
34. Васильева А.Ю. Средства гармонизации композиции : учебное пособие / А.Ю. Васильева. – Курган: Изд-во Курганского гос. ун-та, 2011. – 58 с.
35. Вендин А. Дизайн открыток: в ожидании праздника / А. Вендин // КомпьюАрт. – 2003. – № 12. [Электронный ресурс]. – режим доступа: <http://www.compuart.ru/article.aspx?id=9355&iid=397> (дата обращения: 18.05.2016)/
36. Вещь в японской культуре / Сост. Н.Г. Анарина, Е.М. Дьяконова. – М. : Вост. лит, 2003. – 262 с. : илл.
37. Внутренний туризм как основа устойчивого развития регионов России : сб. науч. ст. / ред. кол.: Е. Л. Кудрина, Д. Д. Родионова, С.А. Мухамедиева, А.И. Юдина, Т.Ю. Казарина, отв. ред. А.А. Насонов ; Кемеров. гос. ун-т культуры и искусств. – Кемерово : Кемеров. гос. ун-т культуры и искусств, 2015. – 255 с.
38. Вокруг света. – 1929. – № 7.
39. Выгонов В.В. Трехмерное оригами / В.В. Выгонов. – М. : Издательский Дом МСП, 2004. – 128 с. : илл.
40. Выготский Л.С. Психология искусства / Л.С. Выготский. – Ростов н/Д. : изд-во «Феникс», 1998. – 480 с.
41. Гавра Д.П. Основы теории коммуникации : учебное пособие. Стандарт третьего поколения / Д.П. Гавра. – СПб. : Питер, 2011. – 288 с. : илл.
42. Герасимов А.А. Макетирование из бумаги и картона : учеб.-метод. Пособие / А.А. Герасимов. – Витебск : УО «ВГУ им. П.М. Машерова», 2010. – 167 с.
43. Гизе М.Э. Очерки истории художественного конструирования в России XVIII – начала XX века / М.Э. Гизе. – Ленинград : Изд-во Ленинградского

- университета, 1978. – 280 с.
44. Гильдебрант А. Проблема формы в изобразительном искусстве и собрание статей / А. Гильдебрант ; пер. Н.Б. Розенфельда и В.А. Фаворского ; вступ. ст. А.С. Котлярова. – Сокр. репр. вомпр. изд. 1914 г. – М. : Логос, 2011. – 144 с.
 45. Глазычев В.Л. Дизайн как он есть / В.Л. Глазычев. – 3-е изд. – М.: Издательство «Европа» : ИД КДУБ 2013Ю – 318 с. : ил.
 46. ГОСТ Р 51507-99. Карточки почтовые. Технические требования. Методы контроля. – Введ. 1999-23-12. М. : Издательство стандартов, 2005. – 16 с.
 47. Граллерт В. Путешествие без виз. Книга о почте и филателии / В. Граллерт. – М. : Связь, 1965. – 320 с. : илл.
 48. Грегори Р.Л. Разумный глаз / Р.Л. Грегори ; пер с англ. – изд. 2-е. – М. : Едиториал УРСС, 2003. – 240 с. : илл.
 49. Грибов И.А. Индивидуальность в социальных координатах глобализирующегося общества : дис. ... канд. философ. наук : 09.00.11 / И.А. Грибов. – М., 2013. – 142 с.
 50. Данилова О.Н., Зайцева Т.А., Слесарчук И.А., Шеромова И.А. Архитектоника объемных форм : учебное пособие / О.Н. Данилова, Т.А. Зайцева, И.А. Слесарчук, И.А. Шеромова. – 2-е изд., испр. доп. – Владивосток : Изд-во ВГУЭС, 2014. – 100 с.
 51. Дергилева Е.Н. Дизайн рекламно-информационных листовок и листовочных брошюр : дис. ... канд. искусствоведения : 17.00.06 / Е.Н. Дергилева. – М., 2016. – 221 с.
 52. Джонс Дж. К. Методы проектирования / Дж. К. Джонс ; пер. с англ. – 2-е изд., доп. – М. : Мир, 1986. – 326 с. : илл.
 53. Динамическая и кинетическая форма в дизайне. Методические материалы / В.Ф. Колейчук, А.Н. Лаврентьев, И.В. Рачеева, С.О. Хан-Магомедов. – М. : ВНИИТЭ, 1989. – 81 с. : илл.
 54. Забочень М.С. Из истории введения открытого письма в России / М.С. Забочень // Филателия СССР. – 1972. – № 4. – С. 42-43.
 55. Забочень М.С. Филокартия. Краткое пособие-справочник / М.С. Забочень. –

М. : Связь, 1973. – 104 с.

56. Золотарев Д.А., Белько Т.В. Сравнительный анализ особенностей восприятия текста на бумажном носителе и в интерактивной среде / Д.А. Золотарев, Т.В. Белько // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. Социальные, гуманитарные, медико-биологические науки. – 2011. – Т. 13, № 2-1. – С. 215-220.
57. Иконников А.В. Функция, форма, образ в архитектуре / А.В. Иконников. – М.: Стройиздат, 1986. – 288 с., ил.
58. История в открытках / сост. Н.Г. Вдовина. – М. : Изд-во АСТ, 2017. – 160 с. : илл.
59. Калмыкова Н.В., Максимова И.А. Макетирование / Н.В. Калмыкова, И.А. Максимова. – М., 2003. – 94 с.
60. Кашкин В.Б. Введение в теорию коммуникации : учебное пособие / В.Б. Кашкин. – М. : ФЛИНТА, 2013. – 224 с.
61. Кейф Малколм Дж. Послепечатные технологии / Дж. Кейф Малколм ; пер. с англ. под редакцией С. Стефанова. – М. : Принт-Медиа центр, 2005. – 274 с.
62. Кинетизм: группа «Движение», 1962-1976 : альбом / А. Е. Григорьев. – М. : Языки славянской культуры, 2013 . – 136 с. : ил.
63. Ковешникова Е.Н., Ковешников А.И. Основы теории дизайна: учеб. пособие для студентов вузов / Е.Н. Ковешникова, А.И. Ковешников. – М. : Машиностроение, 1999. – 206 с. : илл.
64. Козлова Е.Э. Винтаж как один из основных векторов развития идей и стилей в искусстве и практике моды XXI века : автореферат дис. ... канд. искусствоведения : 17.00.04 / Е.Э. Козлова. – Санкт-Петербург, 2010. – 21 с.
65. Козлова Е.Э. Винтаж как процесс антиглобализации в моде / Е.Э. Козлова // Вестник Челябинского государственного университета. – 2009. – № 43. – С. 167 – 171.
66. Козлова Е.Э. Социокультурные процессы в моде винтаж. Мотивации и психология потребления / Е.Э. Козлова // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. – 2009. – №

115. – С. 284–289.
67. Корнев В.В. Философия повседневных вещей / В.В. Корнев. – М. : ООО «Юнайтед Пресс», 2011. – 250 с.
68. Коротеева Л.И., Яскин А.П. Основы художественного конструирования : учебник / Л.И. Коротеева, А.П. Яскин. – М. : ИНФРА-М, 2016. – 304 с.
69. Коськов М.А. Предметный мир культуры / М.А Коськов. – СПб. : СПб ГУ, 2004. – 344 с.
70. Коськов М.А. Эстетика предметных форм : моногр. / М.А. Коськов. – СПб. : ЛГУ им. А.С. Пушкина, 2014. – 392 с.
71. Кочетова С.М. Фарфор и бумага в искусстве Китая. Краткий исторический очерк / С. М. Кочетова ; Академия наук СССР. – Москва ; Ленинград : Издательство Академии наук СССР, 1956. – 91 с. : ил.
72. Курбатов Ю.И. Очерки по теории формообразования : курс лекций / Ю. И. Курбатов ; СПбГАСУ. – СПб., 2015. – 132 с.
73. Лаврентьев А. Н. История дизайна: учебное пособие / А.Н. Лаврентьев. – М. : Гадарика, 2007. – 303 с.: илл.
74. Лаврентьев А.Н. Эксперимент в дизайне / А.Н. Лаврентьев. – М. : Университетская книга, 2010. – 244 с.
75. Лаврентьева Е.А. Текст и контекст в графическом дизайне (Актуальные проблемы и тенденции визуализации текста) : автореферат дис. ... канд. искусствоведения : 17.00.06 / Е.А. Лаврентьева. – М., 2008. – 28 с.
76. Ларина А.Н., Краснушкин Е.В. О терминологии филокартии / А.Н. Ларина, Е.В. Краснушкин // Жук. – 2009. – № 4 (23). – С. 42-45.
77. Ларина А.Н. Документальная открытка конца XIX - начала XX вв. как источник по истории и культуре Москвы : автореферат дис. ... канд. ист. наук : 07.00.09 / А.Н. Ларина. – М., 2004. – 26 с.
78. Лидвелл У., Холден К., Батлер Дж. Универсальные принципы дизайна / пер. А. Мороз. – СПб. : Питер, 2012. – 272 с.
79. Локшина С.М. Краткий словарь иностранных слов / С.М. Локшина. – изд. 3-е стер. – М. : «Сов. Энциклопедия», 1971. – 384 с.

80. Мазохина Н.А. Открытки Общины св. Евгении как художественный проект мастеров объединения «Мир искусства». Проблемы истории и художественной : автореферат дис. ... канд. искусствоведения : 17.00.04 / Н.А. Мазохина. – М, 2009. – 28 с.
81. Маклюэн М. Галактика Гутенберга: Сотворение человека печатной культуры / М. Маклюэн. – К : Ника-Центр, 2004. – 432 с.
82. Марков Б.В. Культура повседневности : учебное пособие / Б.В. Марков. – СПб. : Питер, 2008. – 352 с.
83. Мелодинский Д.Л. Школа архитектурно-дизайнерского формообразования : учебное пособие / Д.Л. Мелодинский. – М. : «Архитектура-С», 2004. – 312 с. : илл.
84. Мечковская Н.Б. Семиотика: Язык. Природа. Культура : Курс лекций : учеб. пособие для студ. филол., лингв. и переводовед. фак. высш. учеб. заведений / Н.Б. Мечковская. – 3-е изд., стер. – М. : Издательский центр «Академия», 2008. – 432с.
85. Митягина В.А. Коммуникативные действия в туристическом дискурсе / В.А. Митягина // Иностранные языки в высшей школе. – 2009. – № 4. – С. 88-97.
86. Михайлов С.М. История дизайна. в двух томах: Учеб. для вузов. 2-ое изд. исправл. и дополненное / С.М. Михайлов. – М. : Союз дизайнеров России, 2002.
87. Михайлов С.М., Кулеева Л.М. Основы дизайна : учебник для специальности 2902.00 «Дизайн архитектурной среды» / Под ред. С.М. Михайлова. – Казань : Новое Знание, 1999. – 240 с. : илл.
88. Моисеева А.П. Основы теории коммуникации : учебное пособие / Том. политех. ун-т. – Томск, 2004. – 128 с.
89. Моисеева С. Pop-up books: искусство или игра? [Электронный ресурс] //CABLOOK. 2015. 17 января. <http://www.cablook.com/inspiration/pop-books-iskusstvo-ili-igra/> (дата обращения: 20.08.2016)
90. Мусвик В. Обратная сторона китча / В. Мусвик // Коммерсантъ. – 2005. – № 53. – С. 22.
91. Назарчук А.В. Теория коммуникации в современной философии / А.В. Назарчук. – М. : Прогресс-Традиция, 2009. – 320 с.

92. Нащокина М.В. Художественная открытка русского модерна / М.В. Нащокина. – М. : Изд. «Жираф», 2004. – 472 с. : илл.
93. Немчинова Н.В. Корпоративная поздравительная открытка как вид деловой коммуникации / Н.В. Немчинова // Международные филологические чтения «Человек и язык в коммуникативном пространстве», сборник материалов [Электронный ресурс]. – Красноярск: Сибирский федеральный ун-т, 2013. – Режим доступа: <http://conf.sfu-kras.ru/langcom/participant/4863> (дата обращения: 26. 02. 2017)
94. Никулин А.П. Сборник лучших моделей из бумаги, опубликованных в журнале «Оригами. Искусство складывания из бумаги» в 1996-1997 гг. / А.П. Никулин. – М. : ТЕРРА – Книжный клуб; Аким, 2005. – 416 с.
95. Норенков С.В. Научные исследования: проектный синтез. Курс лекций / С.В. Норенков. – Н. Новгород : Изд-во ННГАСУ, 2011. – 271 с.
96. Норман Дональд А. Дизайн привычных вещей / Норман Дональд А. ; пер. с англ. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2006. – 384 с. : ил.
97. Объемно-пространственная композиция : учебное пособие / сост. Б.Е. Сотников. – Ульяновск : УлГТУ, 2009 – 68 с.
98. Овчинникова Р. Ю. Социокультурные основания и специфика кича в графическом дизайне : монография / Р.Ю. Овчинникова. – М. : Магистр : ИНФРА-М, 2015 – 136 с.
99. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений / Российская академия наук. Институт русского языка им. В.В. Виноградова. – 4-е изд., дополненное. – М. : ООО «А Темп», 2006. – 944 с.
100. Орешина А.Б. Динамические аспекты формы в современном книжном дизайне : дис. ... канд. искусствоведения : 17.00.04 / А.Б. Орешина. – М., 2014. – 176 с.
101. Панкина М.В. Эволюция принципов дизайн-проектирования: культурологический анализ / М.В. Панкина // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. – 2014. – № 2 (38). – С. 50-55.

102. Панферова Н. Малые города России – лидеры провинциального туризма / Н. Панферова // RATA-news. – 2014. – № 3511 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.ratanews.ru/news/news_21032014_3.stm (Дата обращения: 28.04.2018).
103. Пигулевский В.О. Дизайн и культура / В.О. Пигулевский. – Х. : Изд-во «Гуманитарный центр», 2014. – 316 с.
104. Позднякова О.В. Использование художественных ресурсов изобразительного искусства в иллюстрировании детской книги / О.В. Позднякова // Теория и практика общественного развития. – 2013. – № 7. – С. 147-149
105. Праздников Г.А. Культура в пространстве жизни / Г.А. Праздников. – СПб. : Изд-во СПбГАТИ, 2014. – 480 с.
106. Прокопенко В.Т., Трофимов В.А., Шарок Л.П. Психология зрительного восприятия : учебное пособие / В.Т. Прокопенко, В.А. Трофимов, Л.П. Шарок. – СПб : СПбГУИТМО, 2006. – 73с.
107. Р-кий. Художественные карточки и почтовые правила // Почтово-телеграфный вестник. – 1911. – № 49. – С. 3–5
108. Родионова А.Е. Открытка как феномен художественной культуры (на материале русской открытки конца XIX – начала XX века) : автореферат дис. ... канд. философских наук : 09.00.04 / А.Е. Родионова. – М., 1995
109. Розенсон И.А. Основы теории дизайна: Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения. – 2-е изд. / И.А. Розенсон. – СПб. : Питер Пресс, 2013. – 256 с.
110. Рок И. Введение в зрительное восприятие: в 2-х т. / И. Рок ; перевод с англ. – М. : Педагогика, 1980. Т. 1. – 312 с. Т. 2. – 280 с.
111. Романо Ф. ПРИНТ-МЕДИА БИЗНЕС. Современные технологии издательско-полиграфической отрасли / Ф. Романо ; пер. с англ. М. Бредис, В. Вобленко, Н. Друзьева ; под ред. Б.А. Кузьмина. – М. : ПРИНТ-МЕДИА центр, 2006. – 456 с.
112. Романов А.А., Васильев Г.А. Массовые коммуникации : учебное пособие /

- А.А. Романов, Г.А. Васильев. – М. : Вузовский учебник, 2009. – 236 с.
113. Рунге В.Ф. История дизайна, науки и техники : учебное пособие. Издание в двух книгах / В.Ф. Рунге. – М. : Архитектура-С, 2007
114. Рунге В.Ф., Сеньковский В.В. Основы теории и методологии дизайна : учебное пособие / В.Ф. Рунге, В.В. Сеньковский. – М. : МЗ-Пресс, 2003. – 252 с.
115. Рэнд П. Дизайн: форма и хаос / Пер с англ. И. Форонова. – М. : Изд-во Студии Артемия Лебедева, 2013. – 244 с. : илл.
116. Самбур М.В. Открытка в контексте культуры: атрибуция, научное описание, экспонирование : дис. ... канд. ист. наук : 24.00.03 / М.В. Самбур. – М., 2012. – 183 с.
117. Самбур М.В. Трансформация открытого письма в современном социокультурном пространстве / М.В. Самбур // Вестник МГУКИ. – 2011. – № 5 (43). – С. 97-100
118. Сделано в Самарской области: о сувенирах, вопросах и перспективах. [Электронный ресурс] // tic-samara.ru : туристский информационный центр Самарской области. URL: http://www.tic-samara.ru/news/news_423.html (Дата обращения 20.01.2018)
119. Сквернюков П.Ф. Слово о бумаге / П.Ф. Сквернюков. – М. : Моск. рабочий, 1980. – 224 с. : ил.
120. Стариков С.В. Открытки на открытках / С.В. Стариков // Филокартия. – 2015. – № 1 (41). – С. 3-6.
121. Стасюк Н.Г., Киселёва Т.Ю., Орлова И.Г. Основы архитектурной композиции : учебное пособие / Н.Г. Стасюк, Т.Ю. Киселева, И.Г. Орлова. – М. : Архитектура-С, 2004. – 96 с.
122. Степанов А.В. и др. Объемно-пространственная композиция : учеб. для вузов / А.В. Степанов и др. – М. : Издательство «Архитектура-С», 2014. – 256 с. : илл.
123. Стили в скрапбукинге [Электронный ресурс]. – URL: <http://vscape.ru/scrap/style/> (Дата обращения: 09.08. 2015).
124. Столярова Т.М. Архитектурное оригами. 26 моделей в технике поп-ап / Т.М.

- Столярова. – М. : АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2013. – 80 с.: илл.
125. Сущинская М.Д. Культурный туризм: учеб. пособие для СПО / М.Д. Сущинская. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 136 с.
 126. Сэнсом И. Бумага. О самом хрупком и вечном материале / И. Сэнсом ; пер. с англ. – М. : АСТ : CORPUS, 2015, – 320 с.
 127. Тагрин Н.С. В поисках необычного. Из записок коллекционера / Н.С. Тагрин. – Л., 1962. – 88 с.
 128. Тагрин Н.С. Мир в открытке / Н.С. Тагрин. – М. : Изд-во «Изобразительное искусство», 1978. – 128 с. : илл.
 129. Тейванов С.В. Рекламные открытки: обзор рынка и его развитие, достоинства и недостатки / С.В. Тейванов // Сфера услуг: инновации и качество. – 2012. – № 5 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://journal.kfrgteu.ru/files/1/2012_5_18.pdf (дата обращения: 10. 03. 2017)
 130. Техническая эстетика и основы художественного конструирования / П.Е. Шпара. – 2-е изд., перераб. и доп. – К. : Вища шк. Головное изд-во, 1984. – 200 с.
 131. Третьяков В.П. Поговорим о терминах / В.П. Третьяков // Жук. – 2009. – № 2-3 (21-22). – С. 4-7.
 132. Ульман Ш. Принципы восприятия подвижных объектов / Ш. Ульман ; пер. с англ. – М. : Радио и связь, 1983. – 168 с. : илл.
 133. Устин В.Б. Композиция в дизайне. Методические основы композиционно-художественного формообразования в дизайнерском творчестве: учебное пособие. – 2-е изд., уточненное и доп. / В.Б. Устин. – М. : АСТ : Астрель, 2007. – 239 с.
 134. Устин В.Б. Учебник дизайна. Композиция, методика, практика / В.Б. Устин. – М. : АСТ : Астрель, 2009. – 254 с.
 135. Файнштейн Э.Б. В мире открытки / Э.Б. Файнштейн. – М. : Планета, 1976. – 140 с.
 136. Федоров М.В., Короев Ю.И. Объемно-пространственная композиция в проекте и в натуре / М.В. Федоров, Ю.И. Короев. – М., 1961. – 148 с.
 137. Федорова Т.Ю. Экспериментальное формообразование в дизайне :

- автореферат дис. ... канд. искусствоведения : 17.00.06 / Т.Ю. Федорова. – М., 2011. – 26 с.
138. Чапкина М.Я. Художественная открытка : К столетию открытки в России : Альбом / М. Я. Чапкина. – М. : Галарт, 1993. – 304 с., ил.
139. Чернышев О.В. Формальная композиция. Творческий практикум по основам дизайна / О.В. Чернышев. – Мн. : Харвест, 1999. – 312 с.
140. Чорбачиди С.А. История отечественной благотворительной открытки (1898-1917) : автореферат дис. ... канд. ист. наук : 05.25.03 / С.А. Чорбачиди. – М., 2015. – 28 с.
141. Шахкельдян Б.Н., Загаринская Л.А. Полиграфические материалы / Б.Н. Шахкельдян, Л.А. Загаринская. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : «Книга», 1988. – 328 с.
142. Шевелев И.Ш. Принцип пропорции : О формообразовании в природе, мерной трости древнего зодчего, архитектурном образе, двойном квадрате и взаимопроникающих подобиях / И.Ш. Шевелев. – М. : Стройиздат, 1986. – 200 с. : илл.
143. Шлеев В.В., Файнштейн Э.Б. Как собирать художественные открытки / В.В. Шлеев, Э.Б. Файнштейн. – М. : ИЗОГОИЗ, 1963. – 44 с.
144. Шлеев В.В., Файнштейн Э.Б. Художественные открытки и их собирание / В.В. Шлеев, Э.Б. Файнштейн. – М., 1960. – 36 с.
145. Шубников А.В., Копчик В.А. Симметрия в науке и искусстве. – Москва-Ижевск: Институт компьютерных исследований, 2004. – 560 с.
146. Эксперимент в дизайне : учебное пособие / сост. А. Лаврентьев. – М. : Изд. дом «Университетская книга», 2010. – 244 с. : ил.
147. Якобс В.А. Цельные вещи в отечественной филателии. Издания почты СССР 1923-1992 гг. Справочник. Приложение к журналу «Филателия» № 8, 2006 / В.А. Якобс. – М. : Марка, 2006. – 80 с.
148. Якобс В.А. Цельные вещи в филателии / В.А. Якобс. – М. : Связь, 1980. – 80 с.
149. Benson T. The Museum of the Personal: Souvenirs and Nostalgia. – Queensland

- University of Technology, Brisbane, 2001. – 99 p.
150. Boscagli M. Stuff Theory: Everyday Objects, Radical Materialism. [Electronic resource]. URL: <http://www.roots-routes.org/il-partito-presodelle-coseobjects-to-stuff-and-back-materialityvalue-and-the-politics-of-the-ordinarymateriality-and-the-logistics-of-valueby-maurizia-boscagli/> (accessed: 13.12.2017).
 151. Card design / Editor: Jon Newman (USA). – Design Media Publishing Limited, 2013. – 288 p.
 152. Demaine E.D., Demaine M. L., Koschitz D., Tachi T, Curved Crease Folding a Review on Art, Design and Mathematics // IABSE-IASS Symposium: Taller, Longer, Lighter (IABSE-IASS2011), London, England, Sept., 2011. – p. 20-23
 153. Envelope and letter folding. An encyclopedia of hand-folded communications.: 3rd edition& Envelope and Letterfold Association. 1992. – 48 p.
 154. Gierde E. Origami Tessellations Awe – Inspiring Geometric Designs. – AK Peters/CRC Press, 2008. – 128 p.
 155. Heibert H. Playing with Pop-ups: the Art of Dimentional, Moving Paper Designs.– Quarry Books, 2014. – 144 p.
 156. Hull T. Project origami: activities for exploring mathematics. – A K Peters, LTD. Wellesley, Massachusetts, 2006. – 246 p.
 157. Hume D. L. The Language of Souvenirs A Design Theory for the Production of Tourist Souvenirs: Three Discrete Groups – the Sampled, Crafted and Representative more [Electronic resource]. URL: http://www.academia.edu/2764781/The_Language_of_Souvenirs_A_Design_Theory_for_the_Production_of_Tourist_Souvenirs_Three_Discrete_Groups_-_the_Sampled_Crafted_and_Representative (accessed: 20.11.2017).
 158. Jackson P. Folding Techniques for Designers from Sheet to Form. – Laurence King Publishing Ltd, 2011. – 224 p.
 159. Jackson P. The Complete Origami Course. – The Hamlyn Publishing Group, 1989. – 176 p.
 160. Jackson P. The Pop-Up Book: Step-by-Step Instructions for Creating Over 100 Original Paper Projects. – Henry Holt and Company, 1993. – 160 p.

161. John Johnson Collection's Ephemera Resources blog [Электронный ресурс]. – <http://ephemeraresources.blogspot.ru/2014/03/moveable-cards-animated-guest-post-by.html> (Дата обращения: 07.08.2017)
162. Kasahara K., Takahama T. Origami For the Connoisseur. – Japan Publications, Inc., 1988. – 168 p.
163. Lang R.J. Origami design secrets:mathematical methods for on ancient art. – A K Peters, LTD. Wellesley, Massachusetts, 2003. – 572 p.
164. Maurice M. Kartki i wycinanki z papieru. – Wydawnictwo RM, 2015.– 80 p.
165. Razani R. Faszinierende Grußkarten. – Augustus Verlag, 1997. – 65 p.
166. Stewart S. On Longing: Narratives of the Miniature, the Gigantic, the Souvenir, the Collection. Durham, 1984. – 232 p.
167. Temko F. Kirigami greeting cards and gift wrap / Florence Temko.- 1st ed. – Tuttle Publishing, 2004. – 130 p.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1
«ЭВОЛЮЦИЯ ОТКРЫТОГО ПИСЬМА (ОТКРЫТКИ).
ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ И ПРОЕКТНО-ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ
АСПЕКТ»

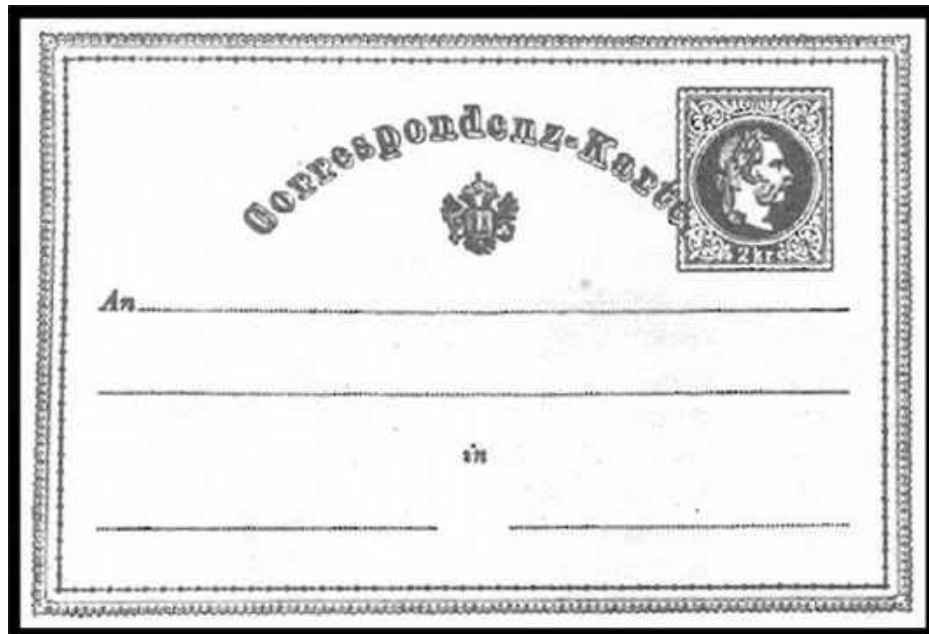


Рис. П 1.1. Первая в мире почтовая карточка, введенная в обращение в Австро-Венгрии с 1 октября 1869 г.



Рис. П 1.2. Русское открытое письмо первого выпуска (1872 г.)



Рис. П 1.3. Первая немецкая иллюстрированная почтовая карточка (июль 1870 г.)



Рис. П 1.4. Первая французская иллюстрированная почтовая карточка (сентябрь-октябрь 1870 г.)



Рис. П 1.5. Европейская видовая открытка. «Кенигсберг. Парадеплатц»
(1898 г.)



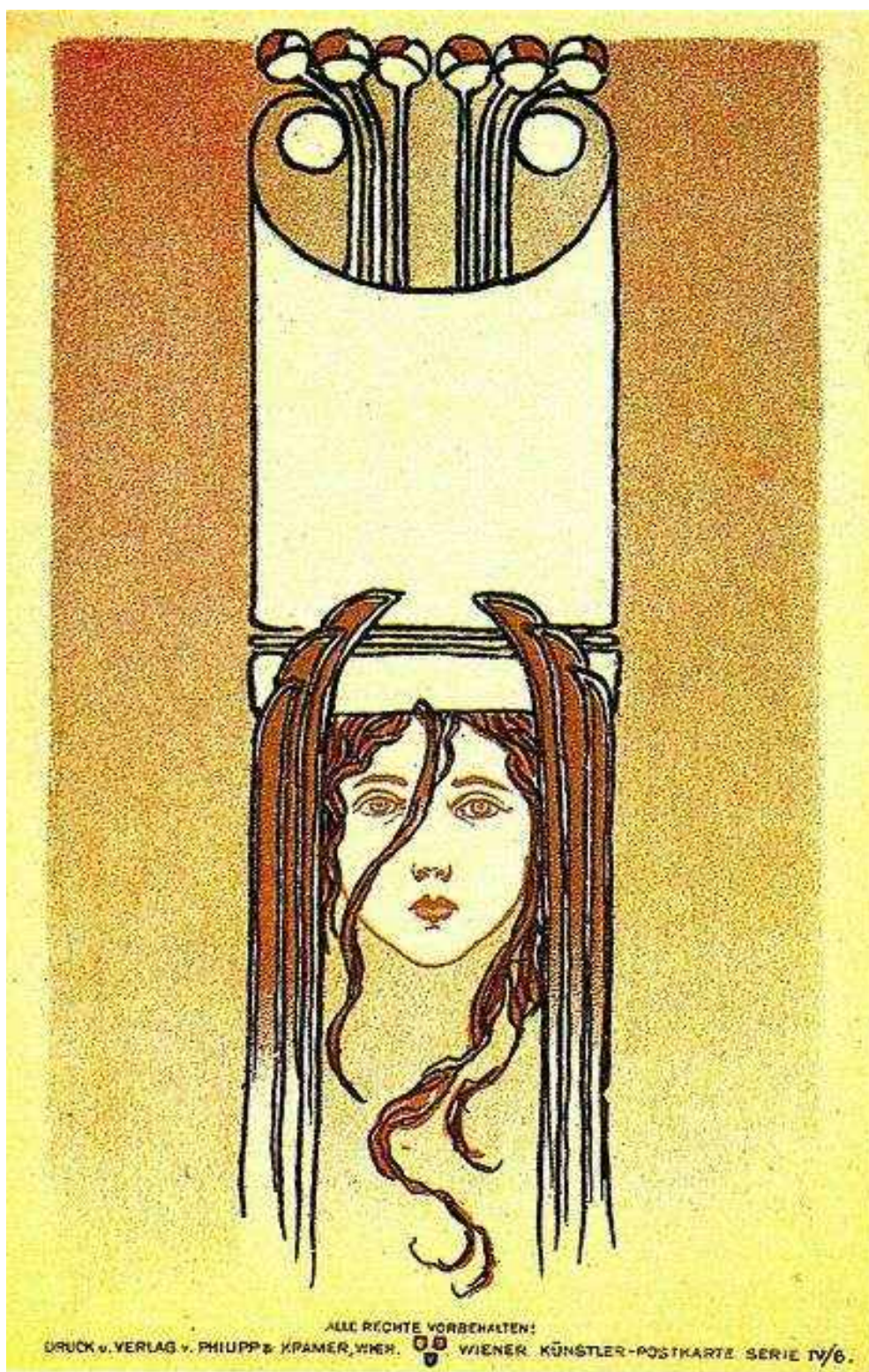
Иллюстрированная открытка. Р. Кирхнер.

Рис. П 1.6. Иллюстрированные европейские открытки начала XX в.



Иллюстрированная открытка. А. Менье.

(Продолжение рис. П 1.6)



Иллюстрированная открытка. К. Мозер.

(Продолжение рис. П 1.6)

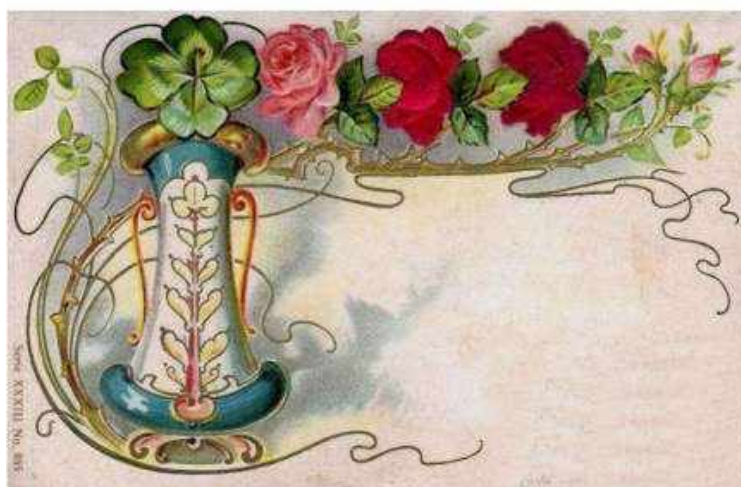
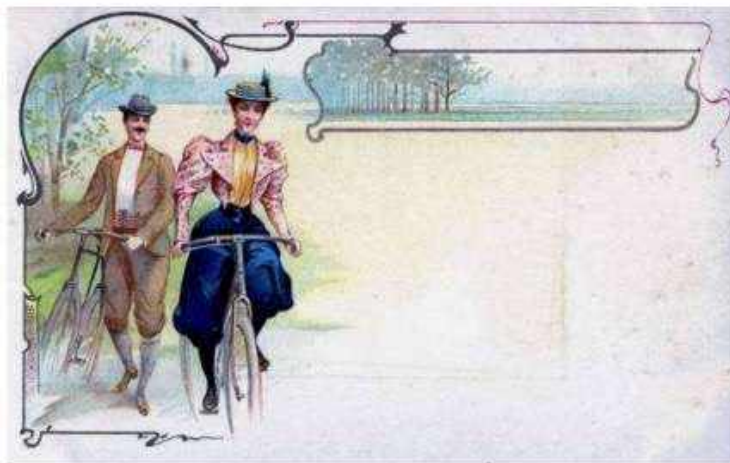
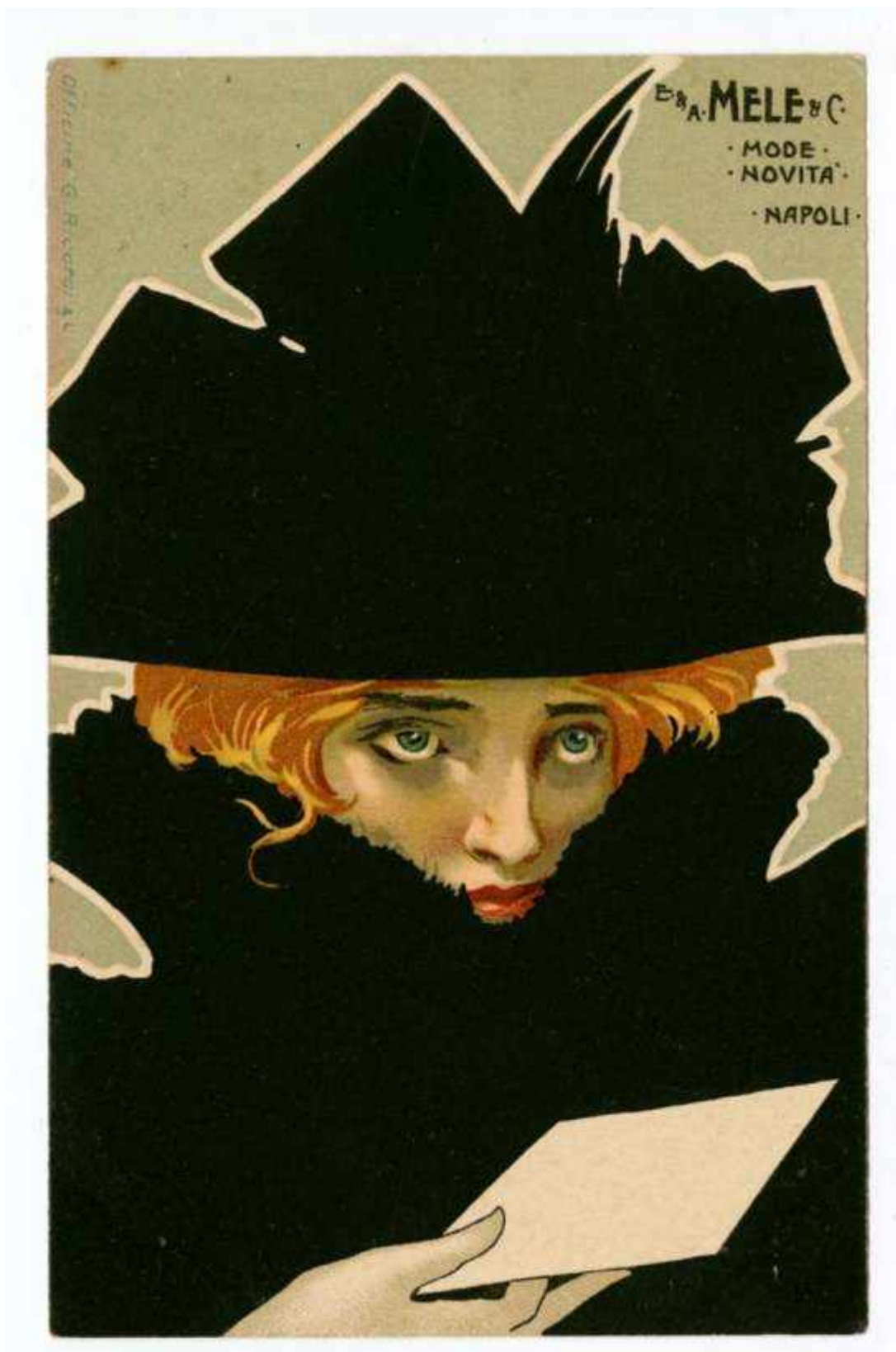


Рис. П 1.7. Иллюстрированные открытки начала XX в. с местом для текстового сообщения.



Рис. П 1.8. Открытка-плакат «Авиашоу в Леоне». (1910 г.)



Рекламная открытка для магазина одежды MELE. (ок 1900 г.)

Рис. П 1.9. Европейские рекламные открытки начала XX в.



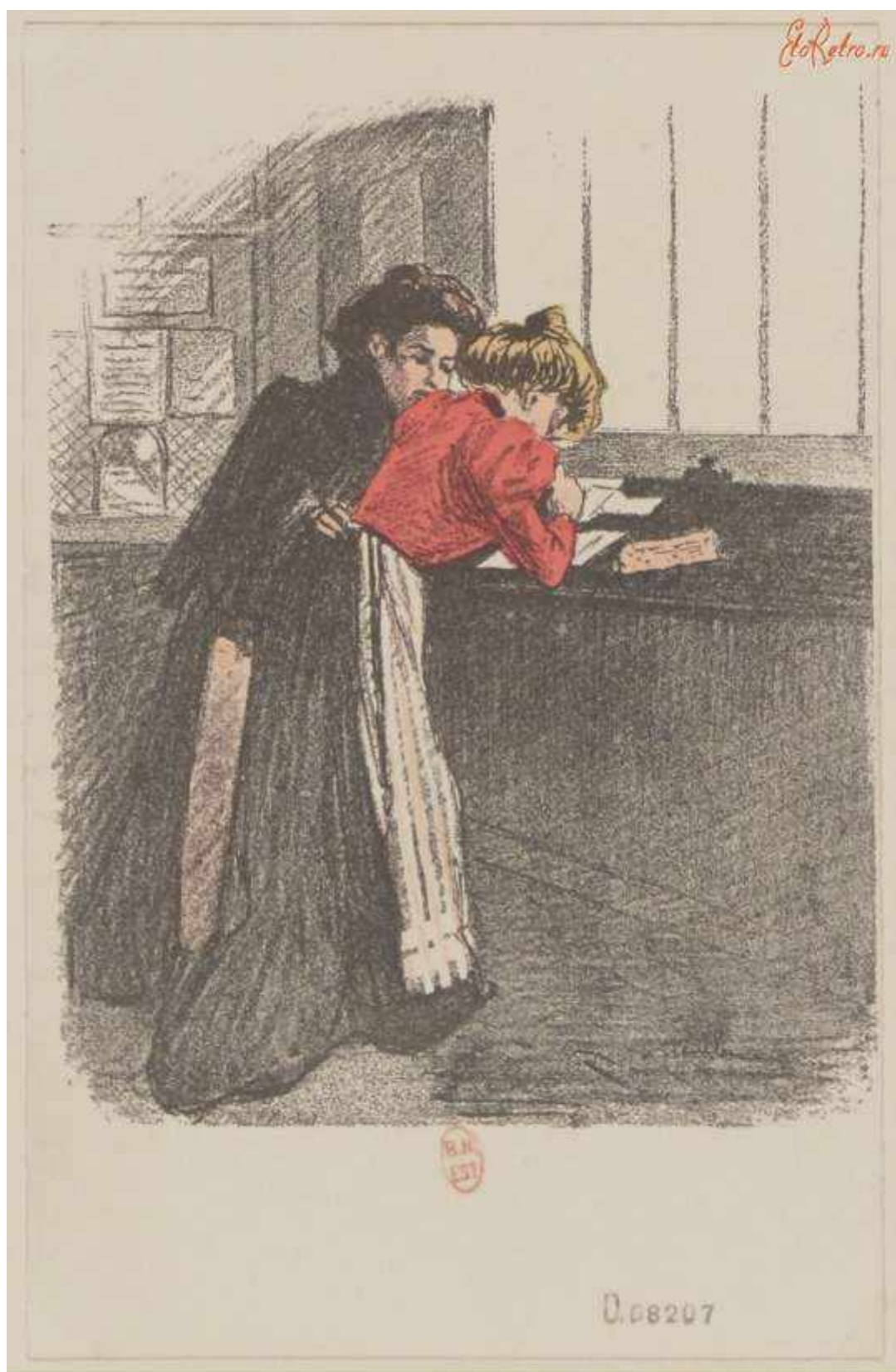
Открытка с рекламой вина. (1910 г.)

(Продолжение рис. П 1.9)



Открытка «Рассыльная под дождем». (1902 г.)

Рис. П 1.10. Иллюстрированные открытки А.-Т. Стейнлен.



Source gallica.bnf.fr / Bibliothèque nationale de France

Открытка «На почте». (1902 г.)
(Продолжение рис. П 1.10)



Source gallica.Bnf.fr / Bibliothèque nationale de France

Открытка «Уличное кафе». (1902 г.)

(Продолжение рис. П 1.10)



Рис. П 1.11. Иллюстрированные открытки. А. Муха.



Иллюстрированная открытка. А. Муха.

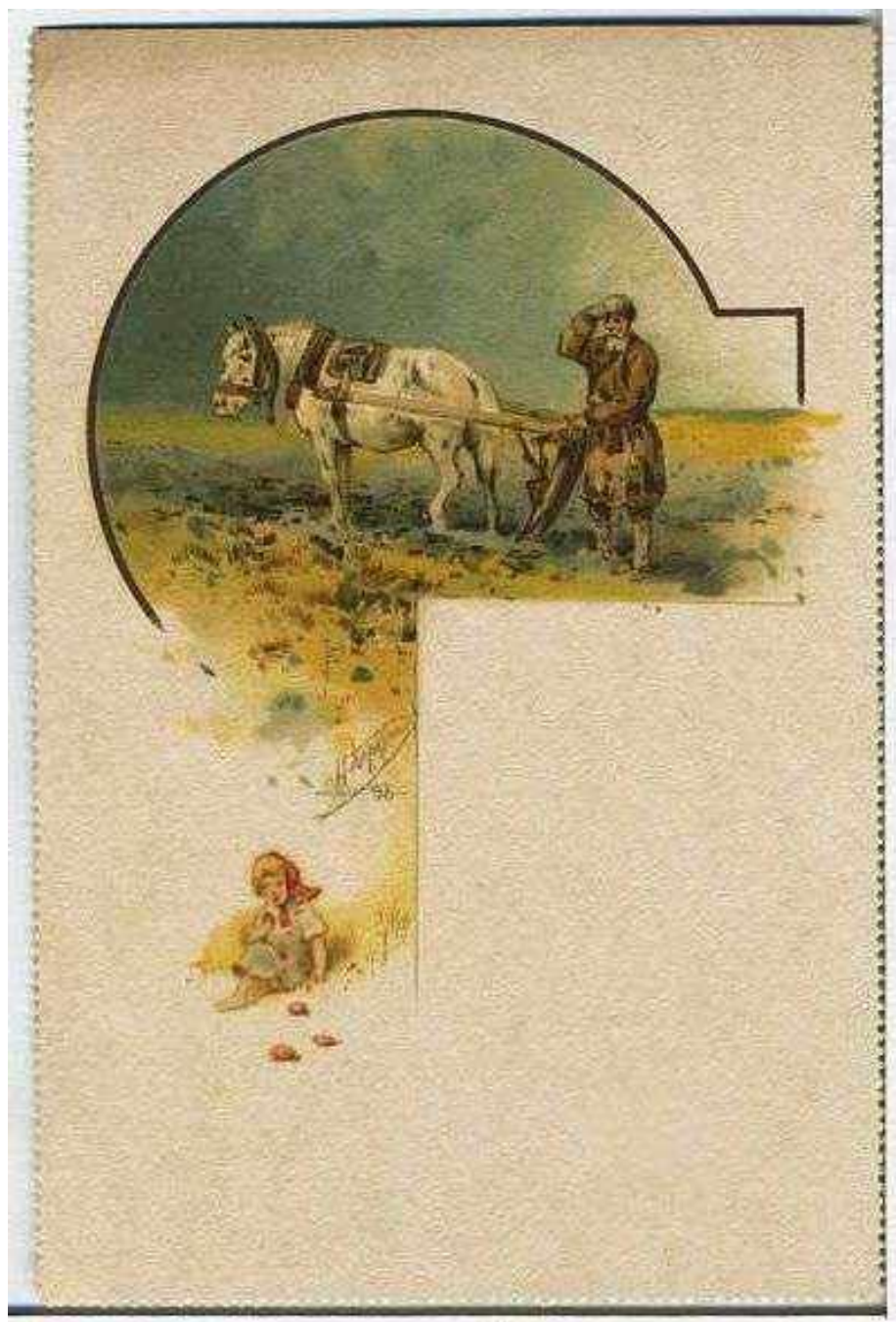
(Продолжение рис. П 1.11)



Рис. П 1.12. Иллюстрированные открытки. Г. Фишер.

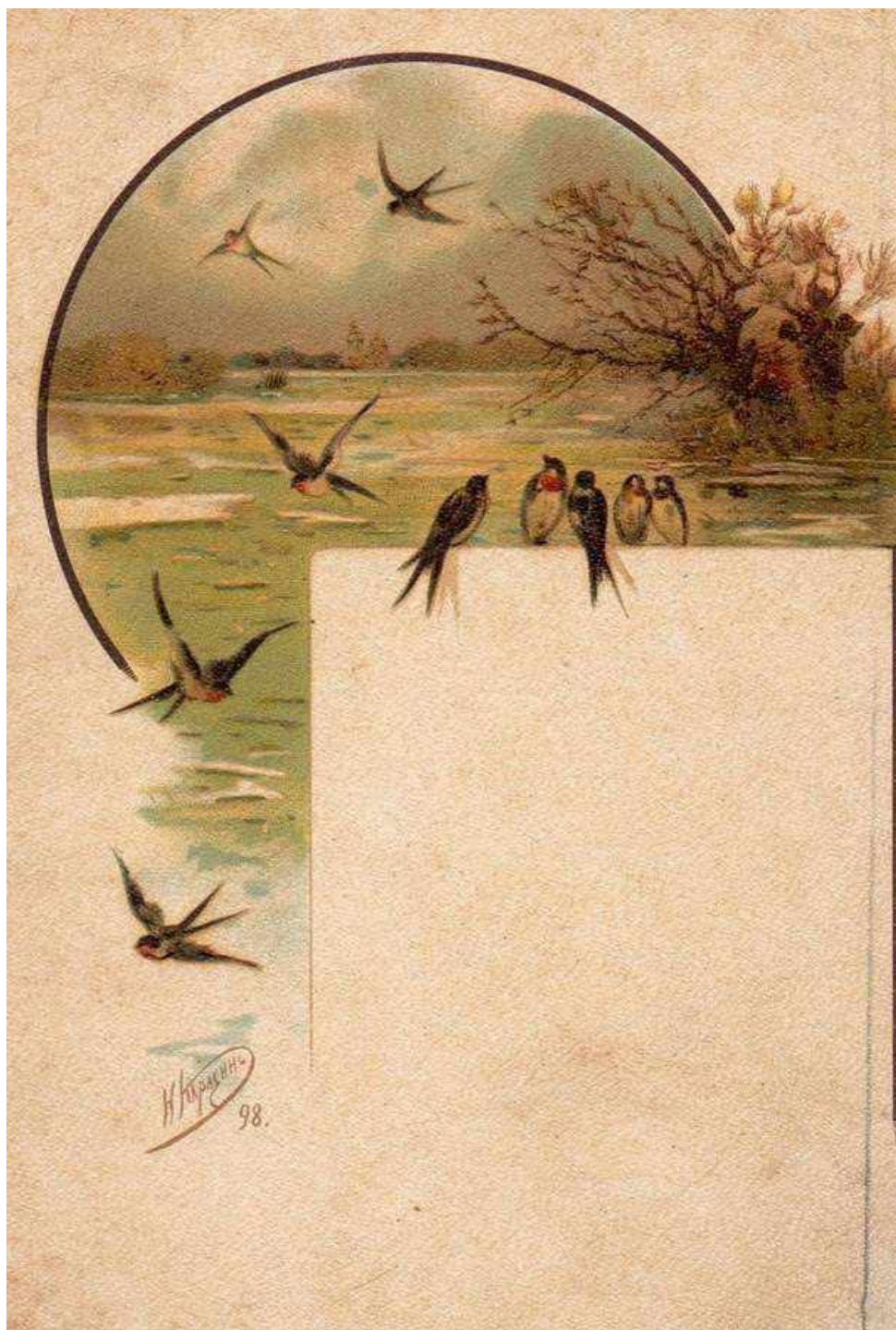


Иллюстрированная открытка. Г. Фишер.
(Продолжение рис. П 1.12)



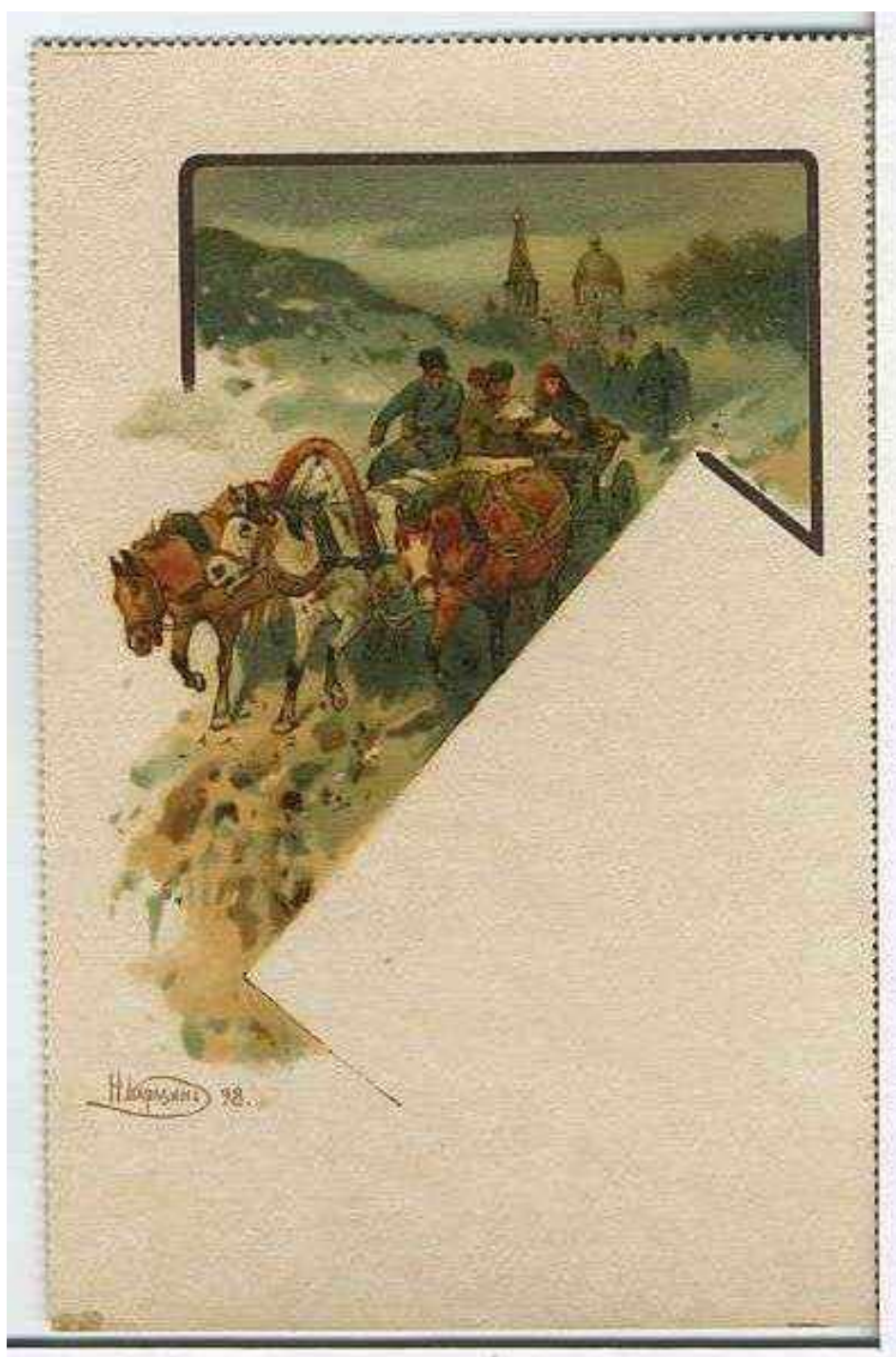
Открытка «Пахарь»

Рис. П 1.13. Иллюстрированные открытки. Н.Н. Каразин.



Открытка «Весна»

(Продолжение рис. П 1.13)



Открытка «Тройка»

(Продолжение рис. П 1.13)



Иллюстрированная открытка. И.Е. Репин.

Рис. П 1.14. Русские иллюстрированные открытки. Изд. Община св. Евгении.
Начало XX в.



Иллюстрированные открытки. Е.М. Бем.

(Продолжение рис. П 1.14)



Рис. П 1.15. Открытка «Суд Париса». Ф.Г. Беренштам. (1898 г.)



Открытки «Евгений Онегин». Е.М. Бем

Рис. П 1.16. Открытки с иллюстрациями к произведениям А.С. Пушкина.
Изд. Община св. Евгении. Начало XX в.



Открытка «Бесы». Н.Н. Карзин.
(Продолжение рис. П 1.16)



а



б

Рис. П 1.17. Открытки изд. Общины св. Евгении.

а) Е. Бем, б) И. Билилбин.

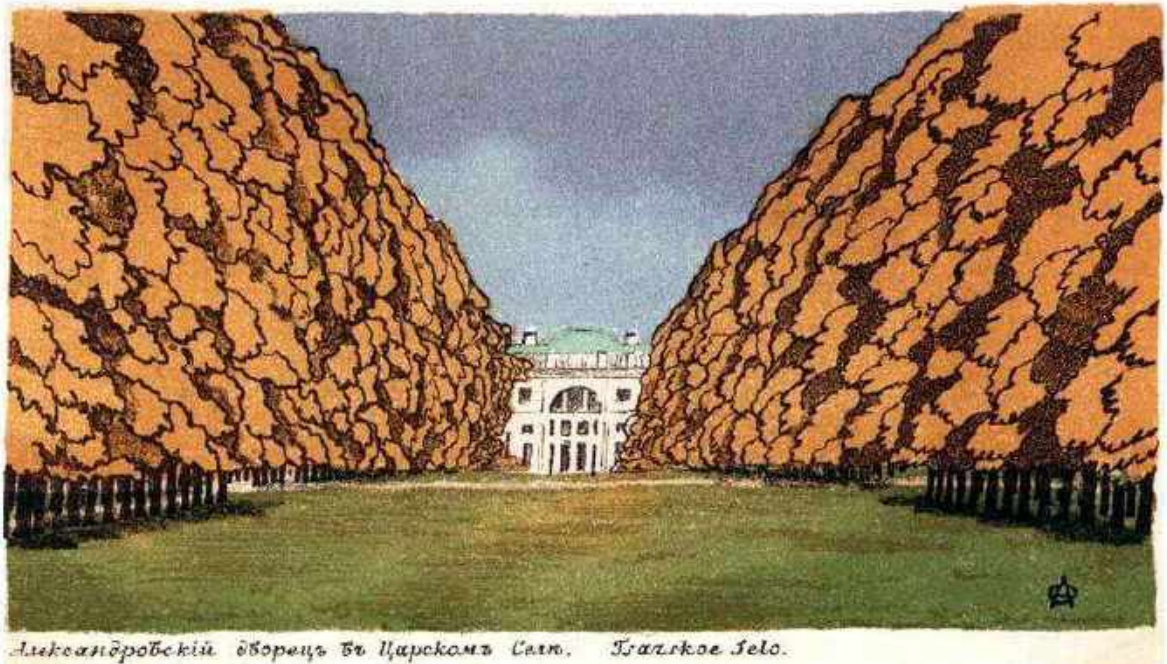


В



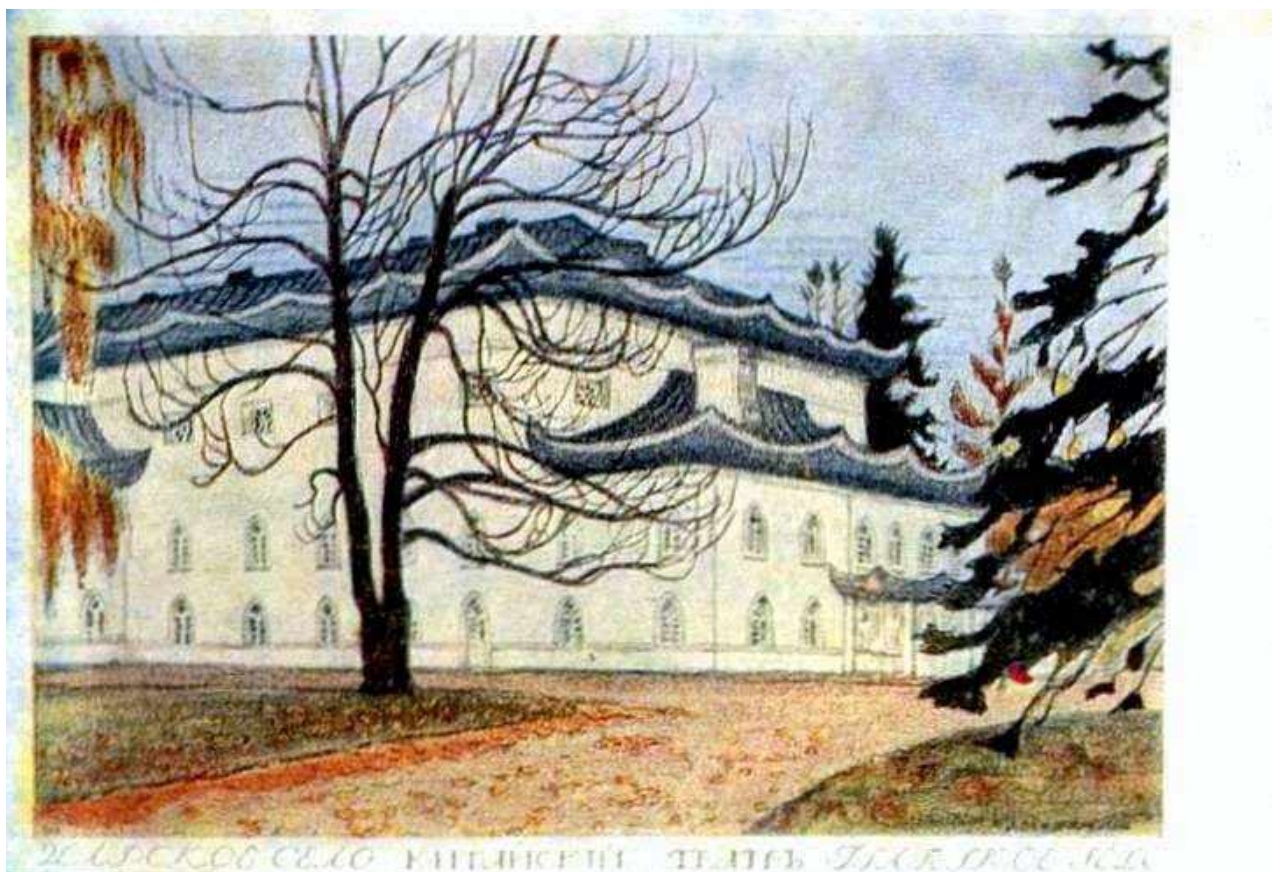
Г

в) А. Бенуа, г) А. Остроумова-Лебедева.
(Продолжение рис. П 1.17)



Открытка «Александровский дворец в Царском селе».

А.П. Остроумова-Лебедева. (1905 г.)



Открытка «Царское село. Китайский театр». М.В. Добужинский. (1906 г.)

Рис. П 1.18. Открытки с архитектурными мотивами.

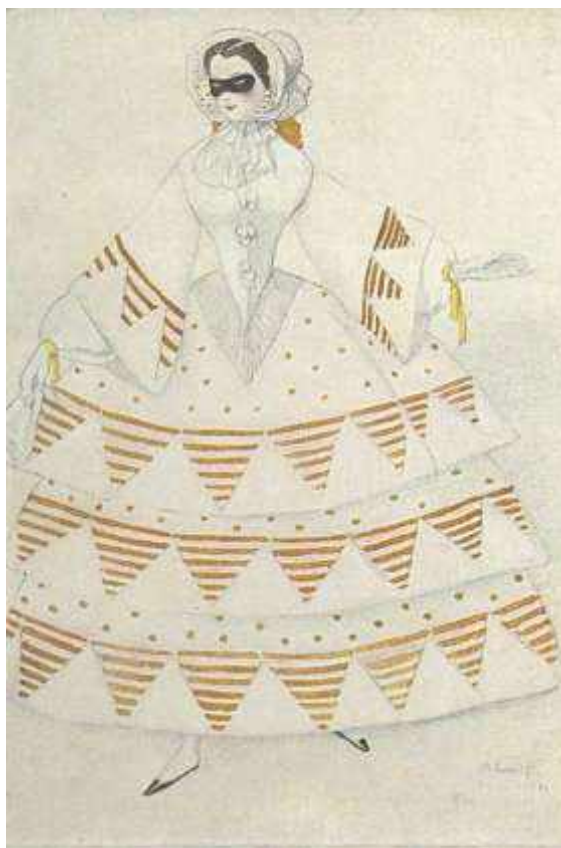


Рис. П 1.19. Открытки с эскизами театральных костюмов.
Серия «Карнавал Шумана». Л. Бакст.



Рис. П 1.20. Репродукционная открытка. «Великий четверг».

Н.К. Пимоненко.

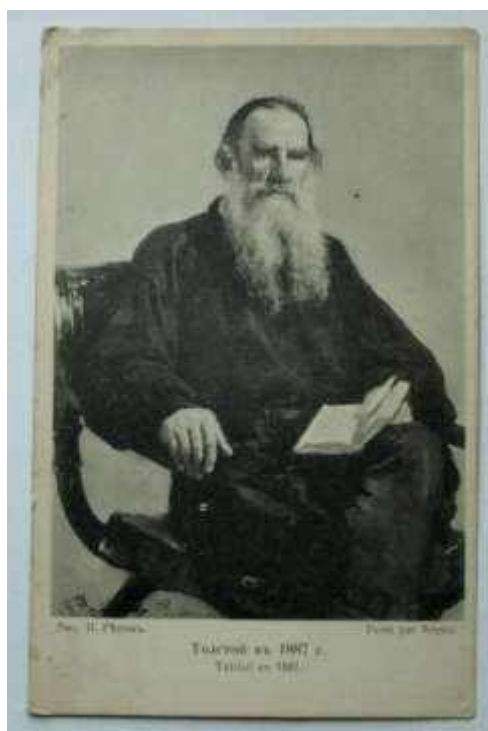
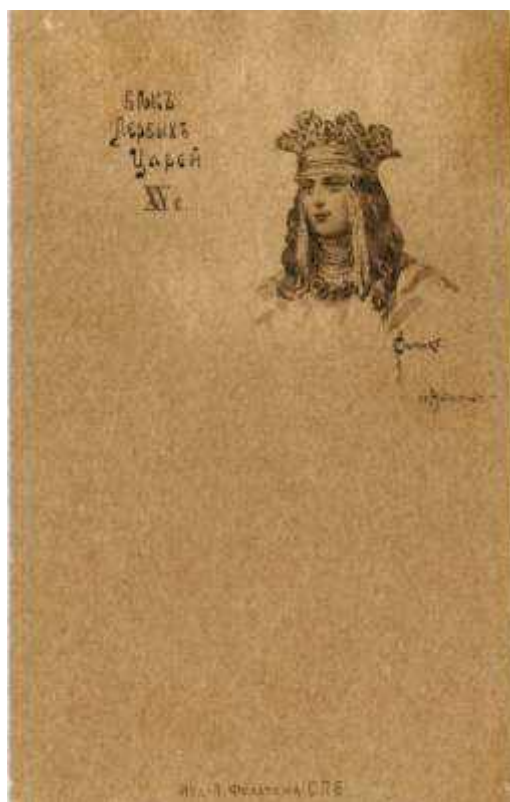


Рис. П 1.21. Открытка с портретом Л.Н. Толстого.

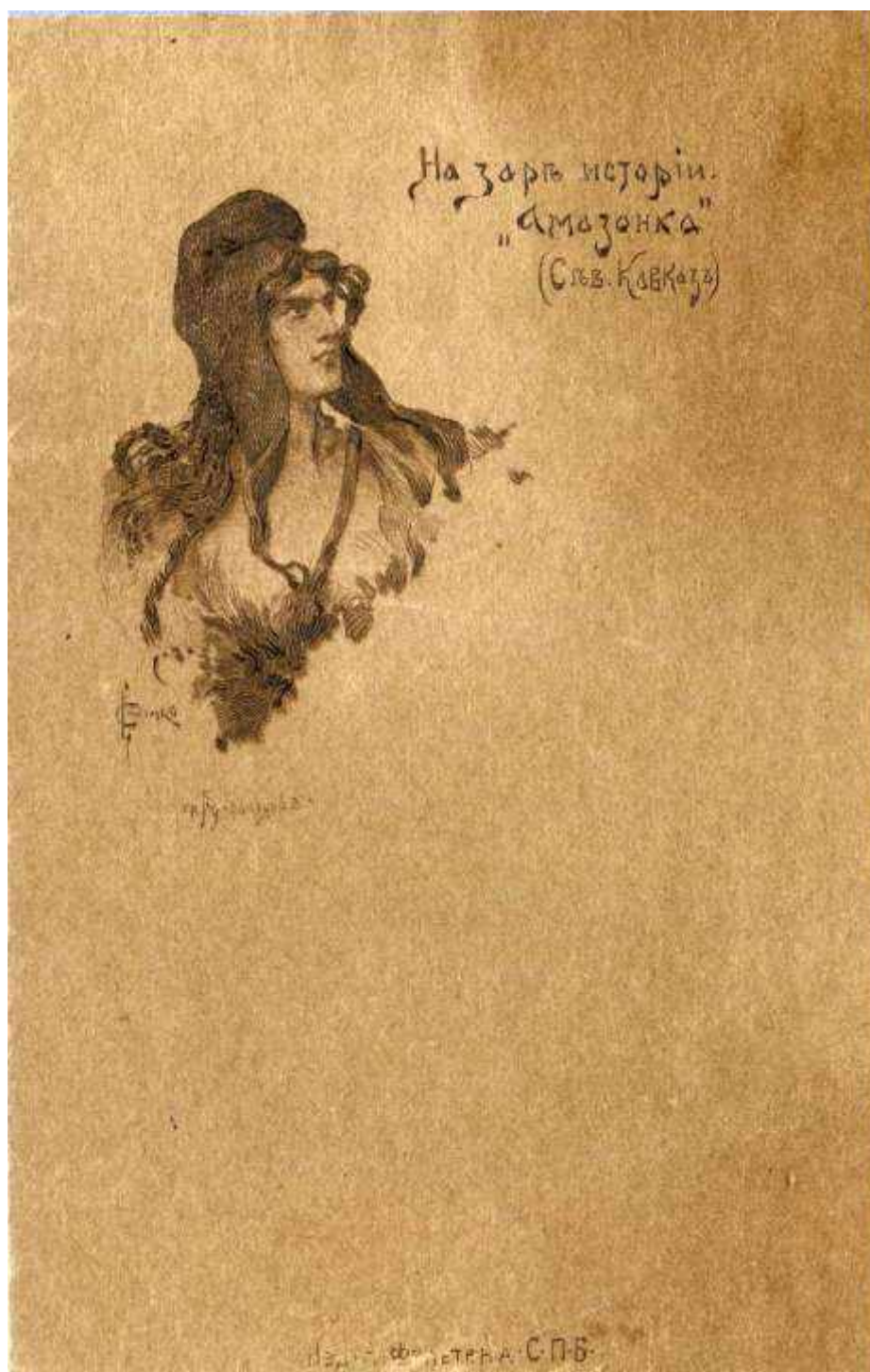


Открытка «Скифская царица»



Открытка «Век первых царей»

Рис. П 1.22. Открытки «Женские портреты в истории России». С.С. Соломко.
Изд. А. Фельтена. (1901 г.)



Открытка «На заре истории. Амазонка»
(Продолжение рис. П 1.22)



Открытка «Санкт-Петербург. Невский проспект».



Открытка «Побежденные». В. Верещагин.

Рис. П 1.23. Открытки изд. «Ришар».



Рис. П 1.24. Видовые открытки «грюссы».

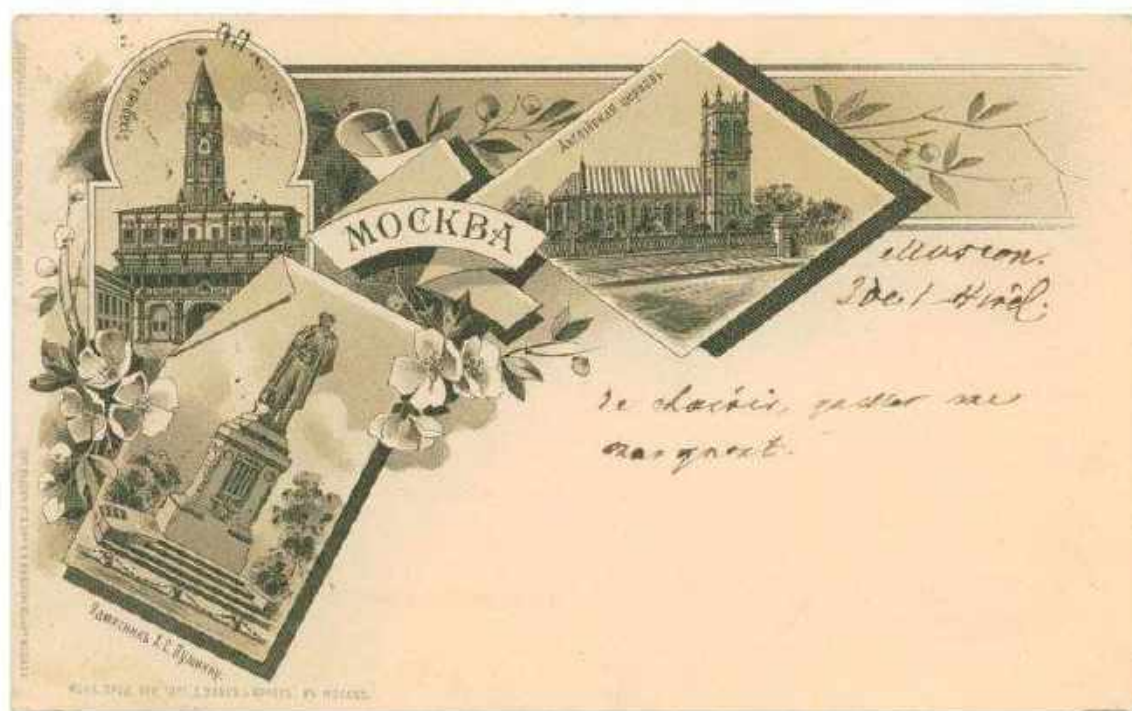


Рис. П 1.25. Одна из первых русских видовых открыток.
Серия «Москва» (1985 г.)



Рис. П 1.26. Видовая открытка «грюсс».



Рис. П 1.27. Фотооткрытка «Отправка войск на Дальний Восток». (1904 г.)



Открытка «Гармонисты». Серия «Русские типы»

Рис. П 1.28. Фотооткрытки с портретами различных типов горожан.



Открытка «Городовой». Серия «Русские типы»
(Продолжение рис. П 1.28)



Рис. П 1.29. Фотооткрытка «Крестный ход в г. Валдае».



Рис. П 1.30. Открытка «На Дальнем Востоке». Н.К. Рерих.



Рис. П 1.31. Сатирические открытки на тему
«Политические партии России». Е. Соколов.



Открытка «Социальная пирамида». Н.Н. Лохов. (1901-1905 гг.)



Открытка «Один с сошкой, - семеро с ложкой».

С.В. Животовский. (Нач. 1900-х гг.)

Рис. П 1.32. Революционные открытки.



Открытка «Да здравствует свобода!» Неизв. худ. (монограмма «Р») (1905 г.)



Открытка «18 октября утром и 18 октября вечером». Неизв. худ. (1905-1906 гг.)
(Продолжение рис. П 1.33)



Открытка «Старая басня на новый лад». (1905 г.)



Открытка «Царская милость русскому народу». (1905 г.)



Рис. П 1.35. Открытка «Дмитрий Донской. Жертвуйте жертвам войны».
К.А. Коровин. (1914 г.)



Рис. П 1.36. Открытка «Жертвам войны 1914 г.». В.М. Васнецов. (1914 г.)

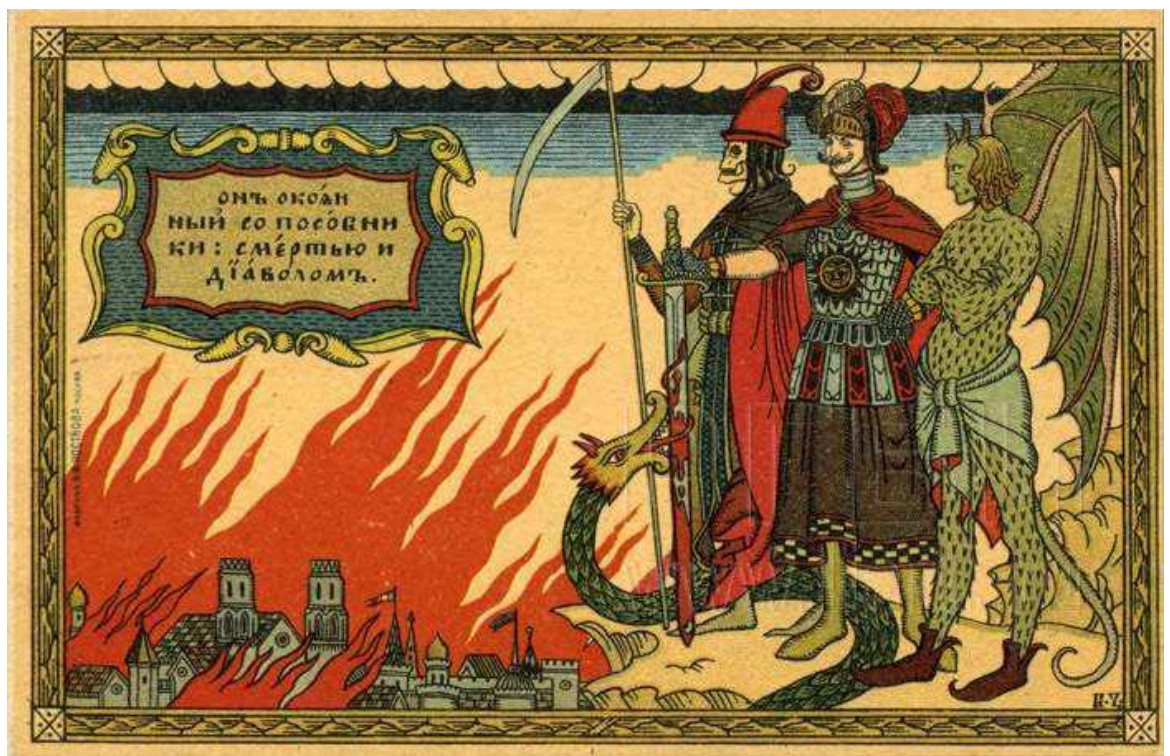


Рис. П 1.37. Открытка «Он окоянный со пособники: смертью и диаволом». Б.В. Зворыкин. (1916 г.)



Открытка. В.А. Табурин.



Открытка. Р.Г. Зариньш

Рис. П 1.38. Открытки из серии «Военный 5 1/2 % займ». (1915-1916 гг.)



Открытка. В. Варжанский

(Продолжение рис. П 1.38)



Рис. П 1.39. Открытка, посвященная Февральской революции 1917 г.



Рис. П 1.40. Первая советская открытка.



Открытка «1-е Мая – Всероссийский субботник». Д. Моор. (1921 г.)



Открытка «К маяку коммунистического интернационала».

В. Спасский. (1919 г.)

Рис. П 1.41. Агитационные открытки.

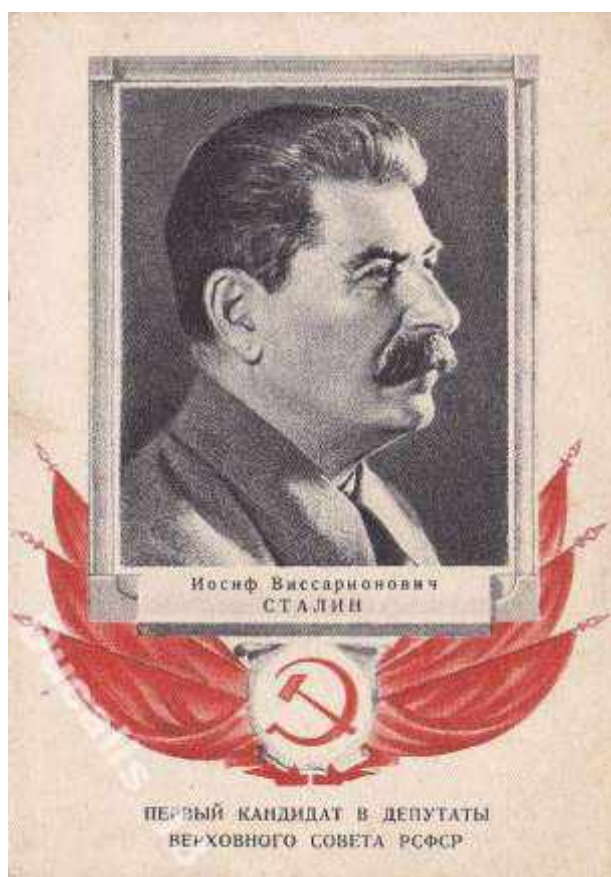


Открытка «Ваше место там, где защищают свободу»



Открытка «Сомкни ряды, народ свободный». (1920 г.)

(Продолжение рис. П 1.41)



Открытка «И.В. Сталин. Первый кандидат в депутаты Верховного Совета РСФСР».

И. Янг



Открытка «12 декабря – День выборов в Верховный Совет СССР». В. Ливанова.

Рис. П 1.42. Агитационные открытки, посвященные выборам.

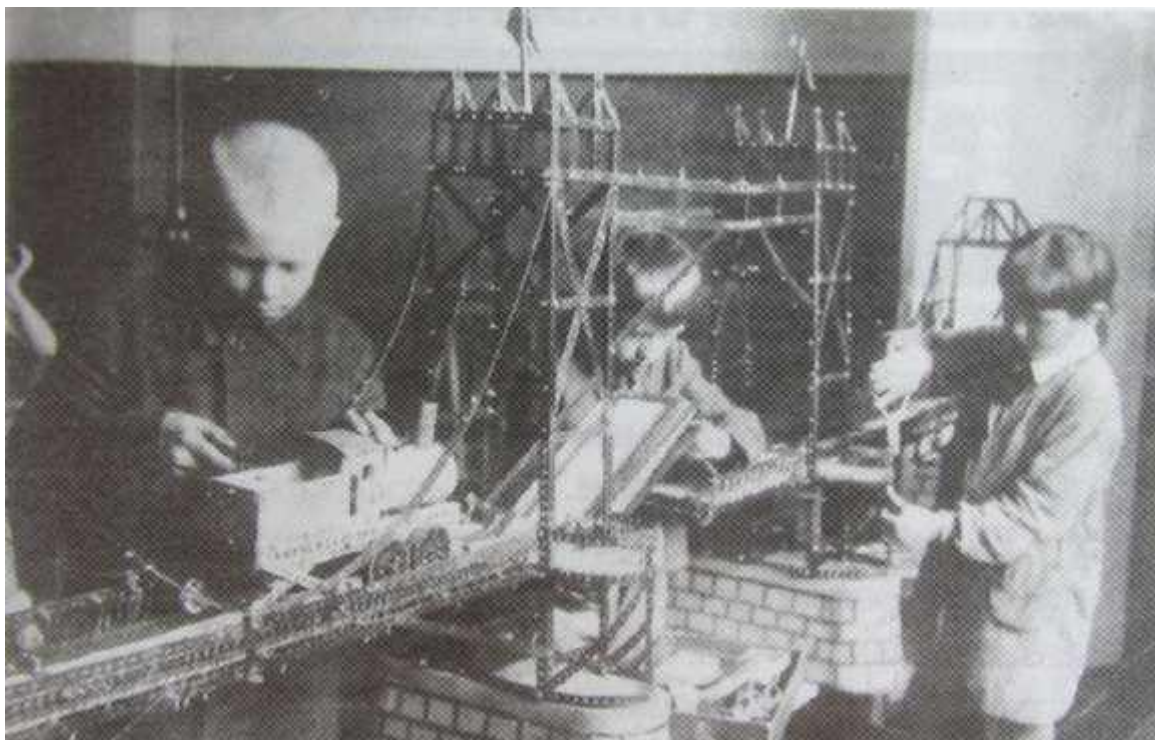


Рис. П 1.43. Открытка «Дети за играми в внешкольном Комбинате завода «Кр. Путиловец». Открыт в 1934 г.»



Рис. П 1.44. Открытка «А.А. Жданов на избирательном участке»
А.А. Горбов.



Открытка «У колодца». М. Авилов.



Открытка «Ударная бригада т. Сагодеева.Магнитострой. Коксохимкомбинат».

Е. Львов.

Рис. П 1.45. Советские иллюстрированные открытки 1920-х гг.



Открытка «В.И. Ленин». И.И. Бродский.



Открытка «Выступление В.И. Ленина перед частями Красной Армии, отправляющимися на польский фронт в 1920 году». И.И. Бродский.
(Продолжение рис. П 1.45)



Рис. П 1.46. Советские рекламные открытки 1920-30-х гг.

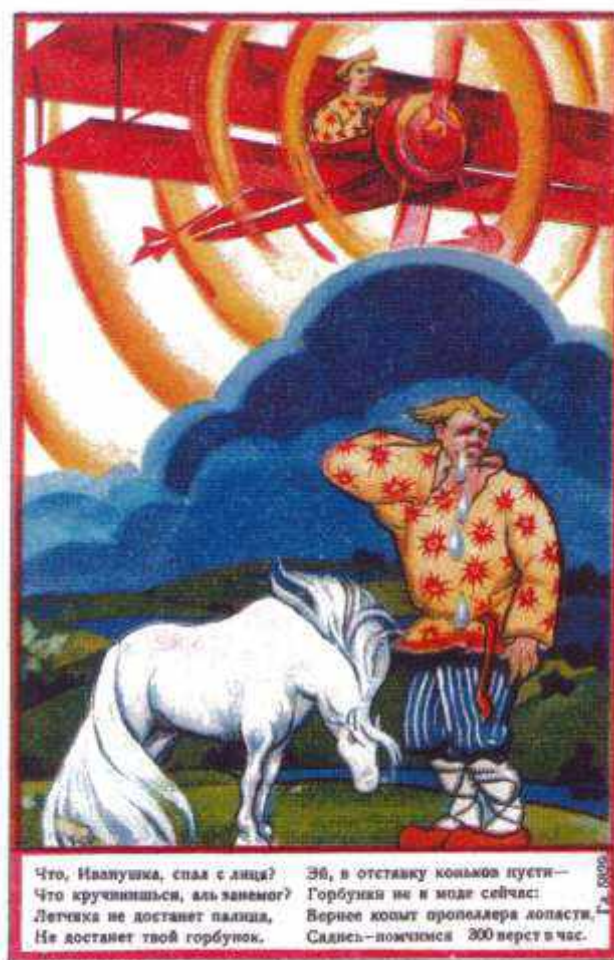


Советская рекламная открытка 1920-30-х гг.

(Продолжение рис. П 1.46)



Рис. П 1.47. Рекламные открытки ОДВФ. Н.Н. Поманский.



Рекламные открытки ОДВФ

(Продолжение рис. П 1.47)

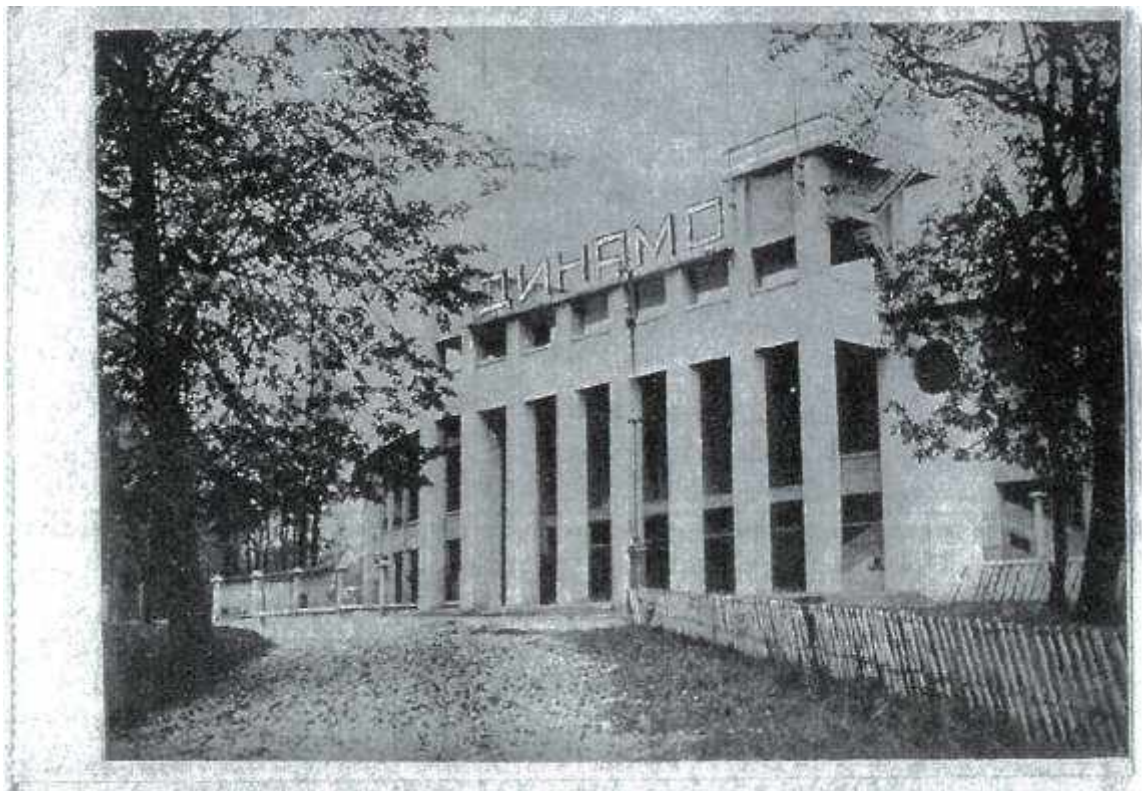


Открытка «Архангельский собор. Кремль. Москва». (1930-е гг.)



Открытка «Петергоф. Римские фонтаны». Фото Э.М. Хайкина. (1930-е гг.)

Рис. П 1.48. Фотооткрытки изд. Союзфото.



Открытка «Стадион «Динамо»



Открытка «Весенний разлив Москвы-реки».

Рис. П 1.49. Рекламные видовые открытки изд. АО «Отель». (1930-е гг.)



Открытка «С Новым годом!» В. Айвазян.



Открытка «С Новым годом!» М.А. Гордон. (1943 г.)

Рис. П 1.50. Советские поздравительные открытки периода
 Великой Отечественной войны 1941-1945 гг.

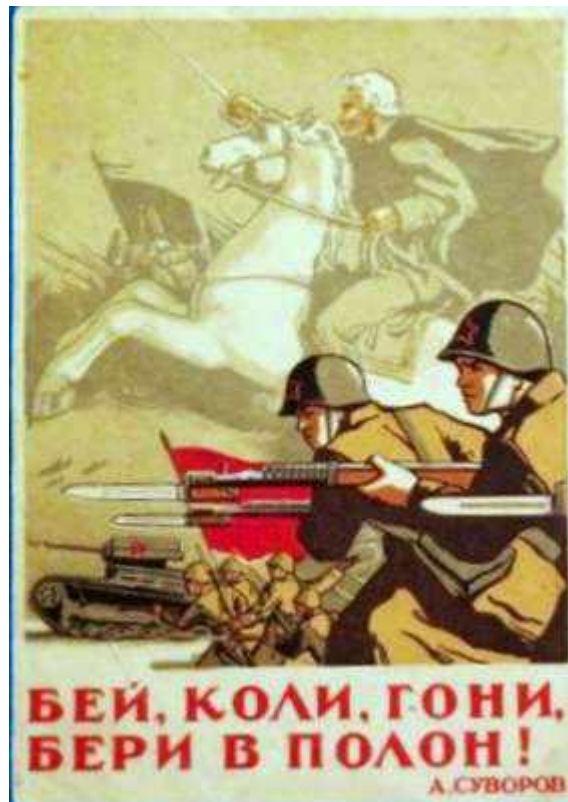


Советская поздравительная открытка периода Великой Отечественной войны
(Продолжение рис. П 1.50)



Агитационная открытка. В.И. Говорков. (1941 г.)

Рис. П 1.51. Советские агитационные открытки периода
Великой Отечественной войны 1941-1945 гг.



Агитационная открытка. В. Иванов. (1942 г.)

(Продолжение рис. П 1.51)

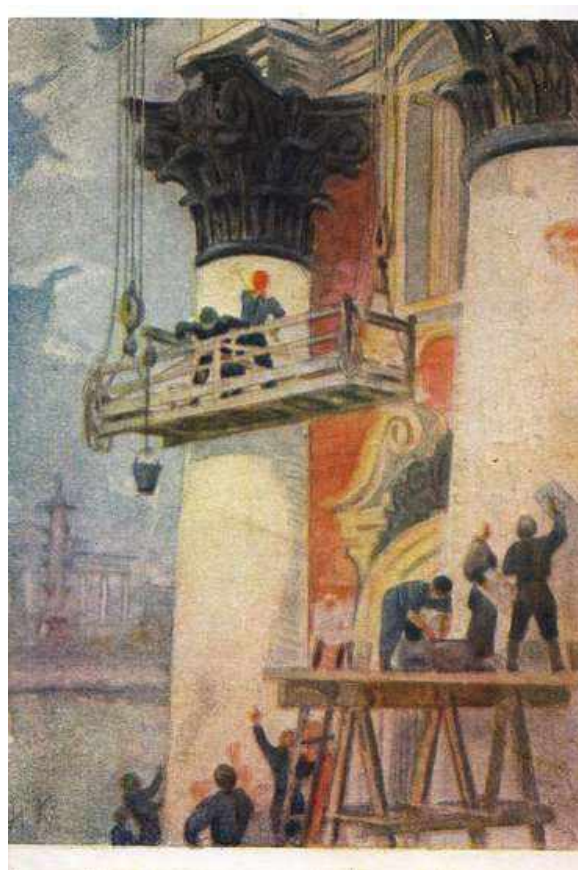


Открытка В. Соколов. 1943 г.

Рис. П 1.52. Открытки блокадного Ленинграда.



Открытка «Ленинградский фронт. Снайперы». Н.М. Кочергин. (1942 г.)



Открытка «Ленинград в дни Отечественной войны.

Город восстанавливается». Н.М. Кочергин. (1944 г.)

(Продолжение рис. П 1.52)

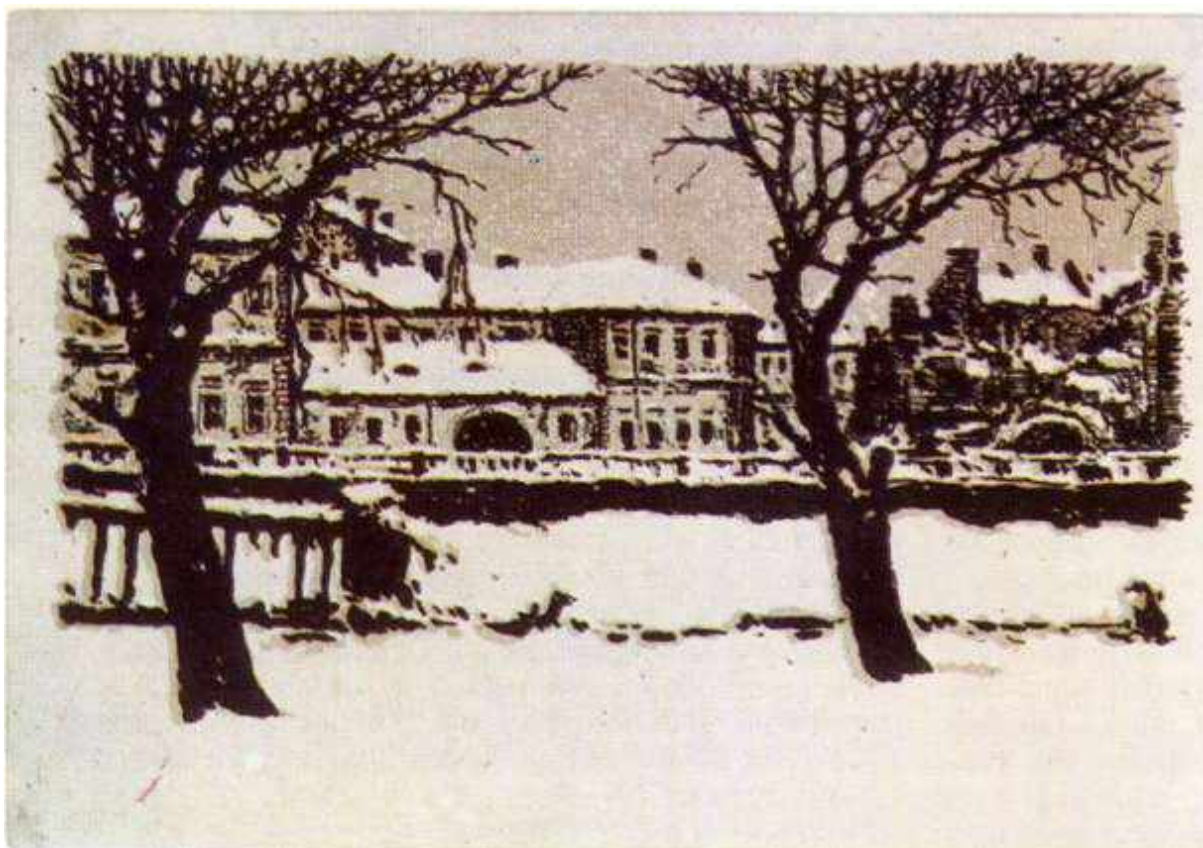


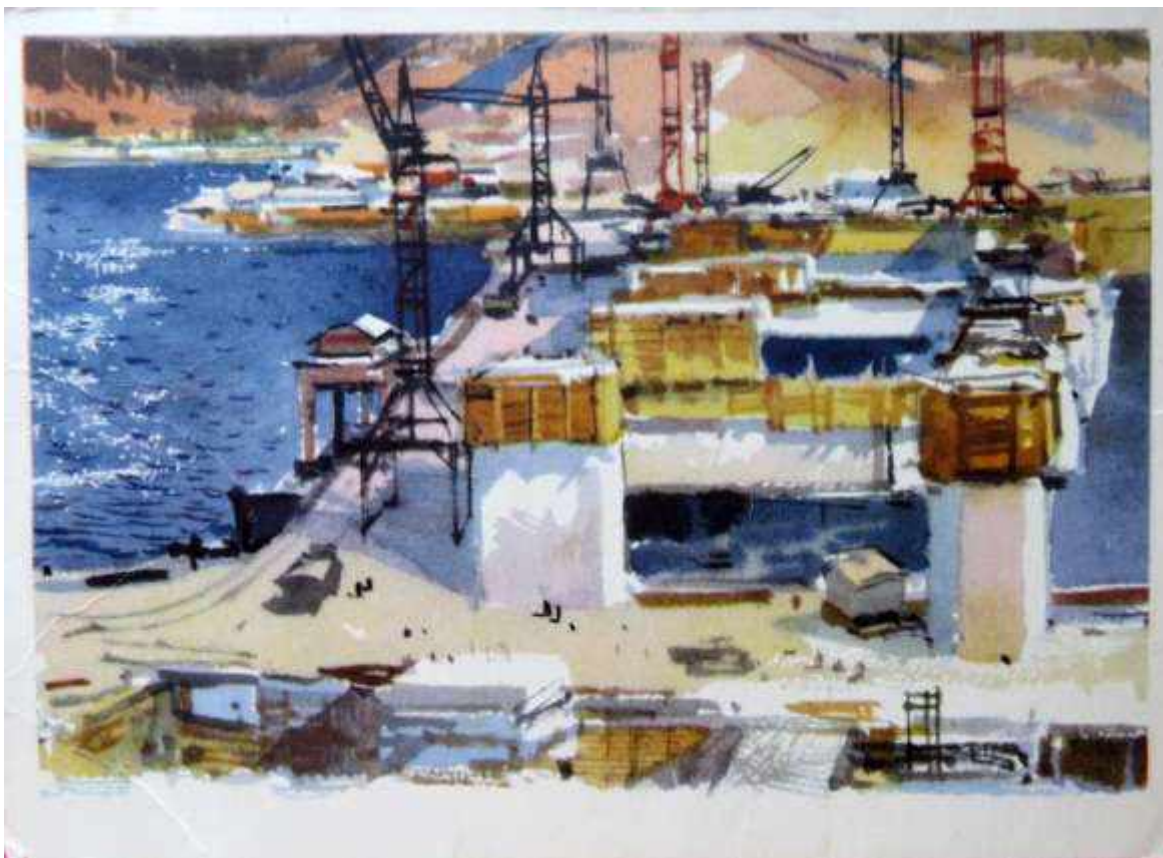
Рис. П 1.53. Открытка «Ленинград в декабре 1942 г.» В. Морозов.



Рис. П 1.54. Советские открытки-песенники.



(Продолжение рис. П 1.54)



Открытка «Растет Красноярская ГЭС». В.В. Богаткин. (1966 г.)



Открытка «Снова жизнь» А.В. Моравов. (1951 г.)

Рис. П 1.55. Советские открытки 1950-60-х гг.



Рис. П 1.56. Открытка «Маяковский. «Хорошо»».

Серия «Россия в трех революциях». (1956 г.)

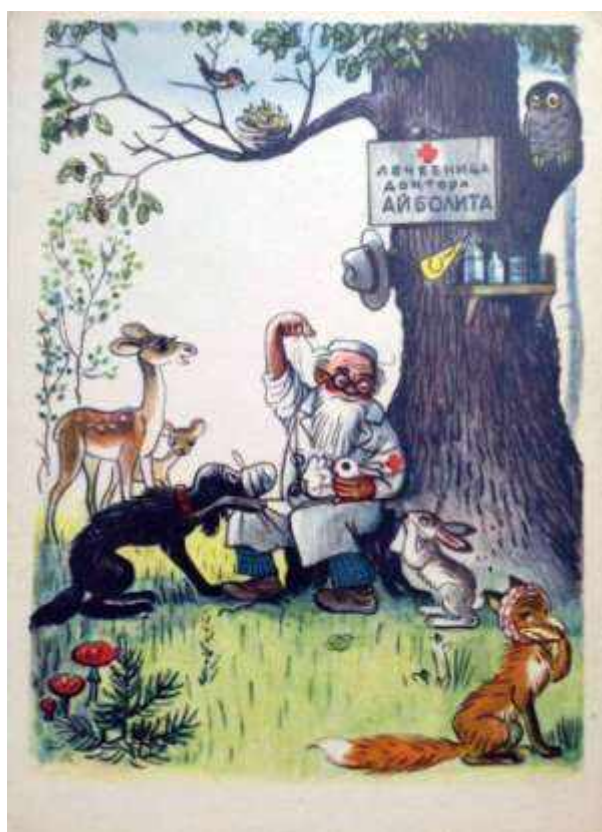
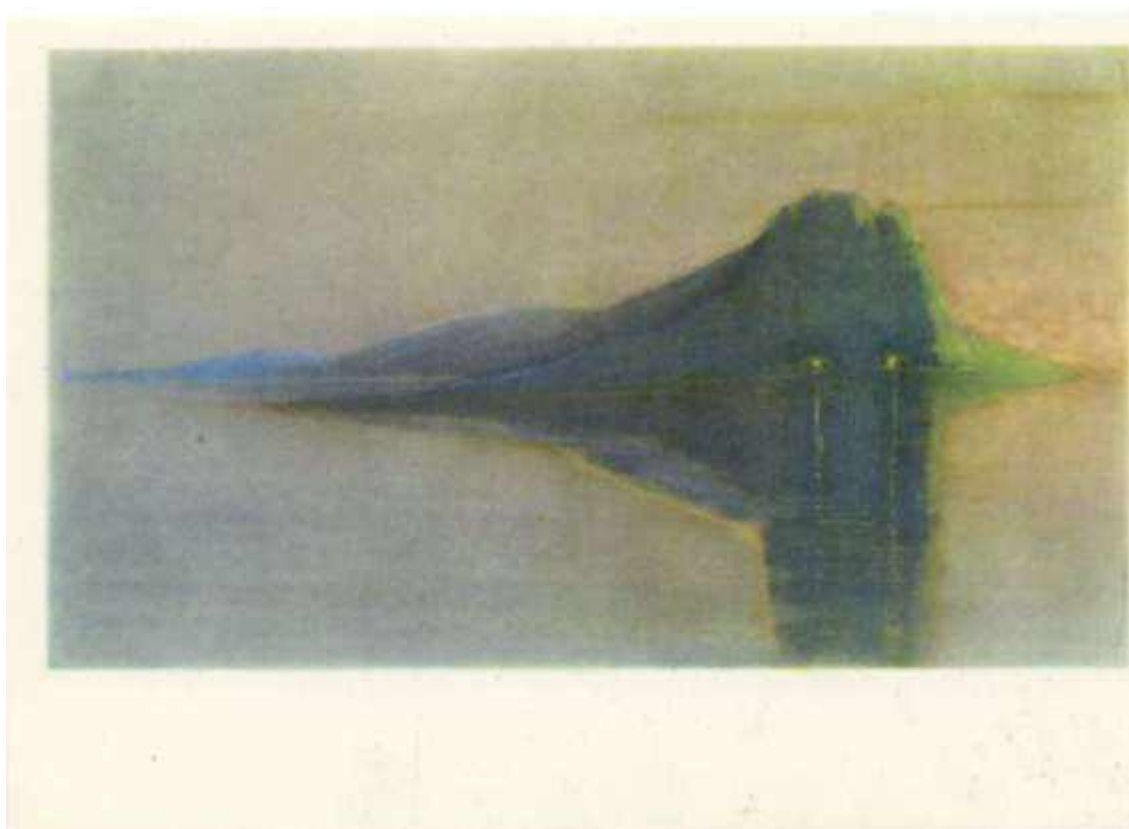


Рис. П 1.57. Открытка «К. Чуковский. «Айболит»». В. Сутеева. (1963 г.)



Открытка «Перекуем мечи на орала». Е.В. Вучетич. (1960 г.)



Открытка «Покой». М.К. Чюрленис.

Рис. П 1.58. Репродукционные открытки с работами художников СССР.



Открытка. Новогодняя фотокомпозиция М. Анфингера. (1990 г.)



Поздравительная открытка. Е. Куртенко. (1991 г.)

Рис. П 1.59. Открытки 1990-2000-х гг.



Поздравительная открытка. Фото С. Петрова. (2000 г.)
(Продолжение рис. П 1.59)



Рис. П 1.60. Поздравительные открытки. В. Зарубин.



Поздравительная открытка. В. Зарубин.

(Продолжение рис. П 1.60)



Рис. П 1.61. Открытка в винтажном стиле.

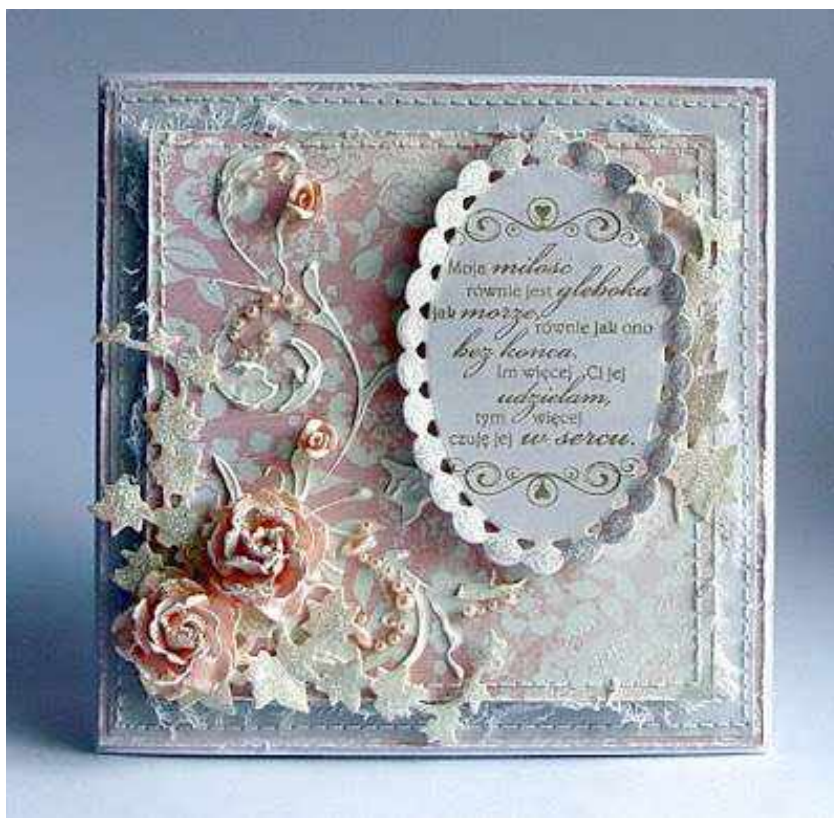


Рис. П 1.62. Открытка в стиле шебби-шик.



Рис. П 1.63. Открытка в стиле эритаж.



Рис. П. 1.64. Открытка в стиле стимпанк.



Рис. П 1.65. Почтовый лист. Швеция.



Рис. П 1.66. Аэрограмма. Япония.



Рис. П 1.67. Голубеграмма. Чехословакия.



Рис. П 1.68. Фронтное письмо-треугольник (1945 г.)



Рис. П 1.69. Маркированная секретка (закрытое письмо). СССР (1928 г.)

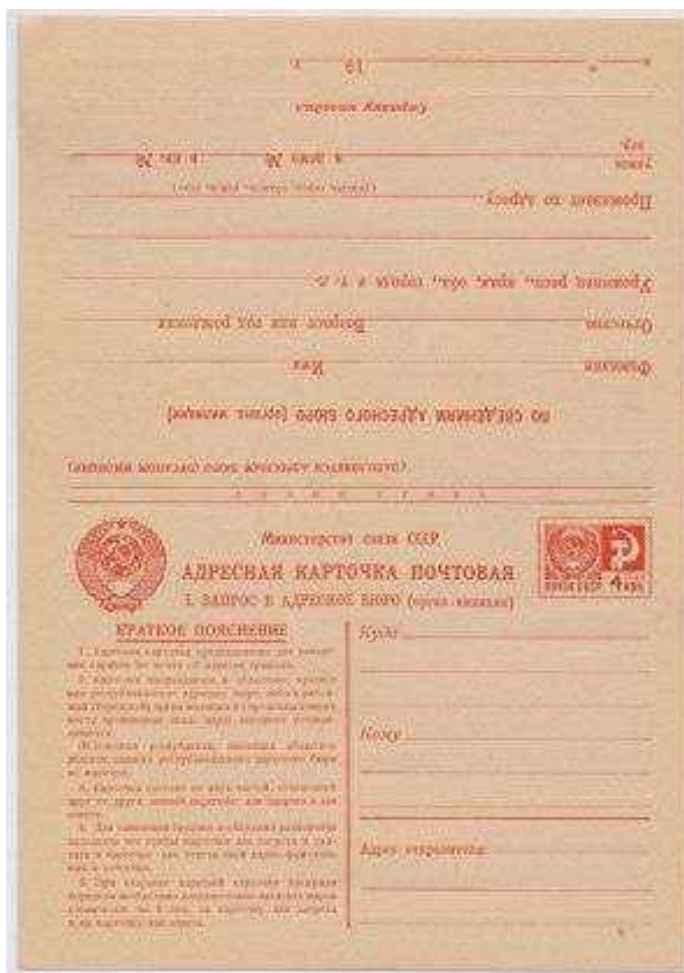


Рис. П 1.70. Почтовая карточка целевого назначения.



Рис. П 1.71. Почтовый сувенир.



Рис. П 1.72. Сувенирная видовая открытка начала XX в.
с мини-фотографиями.



Рис. П 1.73. Поздравительные открытки.



Рис. П 1.74. Корпоративные открытки.

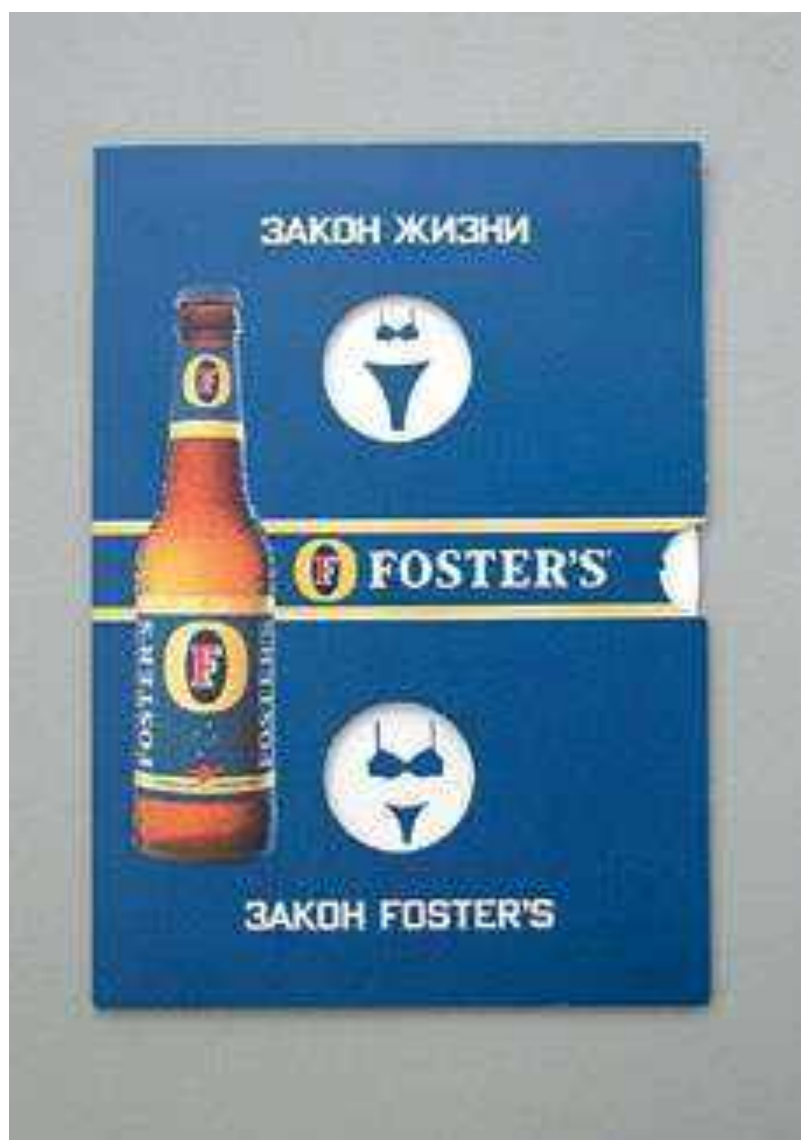


Рис. П 1.75. Рекламные открытки.



Рис. П 1.76. Туристические открытки.

ПРИЛОЖЕНИЕ 2
«АНАЛИЗ КОНСТРУКТИВНЫХ ПРИЕМОВ И ТЕХНИК РАБОТЫ С
БУМАГОЙ И ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ В ФОРМООБРАЗОВАНИИ
ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ОТКРЫТОК В XX В.»



Рис. П 2.1. Коллекции дизайнерской бумаги.



Рис. П 2.2. Японская бумага васи.



Рис. П 2.3. Светильник из бумаги васи.



Рис. П 2.4. Бумага ручного литья.



Рис. П 2.5. Изделия из бумаги ручной работы.



Изделия из бумаги ручной работы.

(Продолжение рис. П 2.5)



Рис. П 2.6. Оригами, выполненное из квадратного листа бумаги.



Рис. П 2.7. Оригами, выполненное из прямоугольного листа бумаги.



Рис. П 2.8. Модульное оригами.



Рис. П 2.9. Книжные иллюстрации в технике рор-ур.

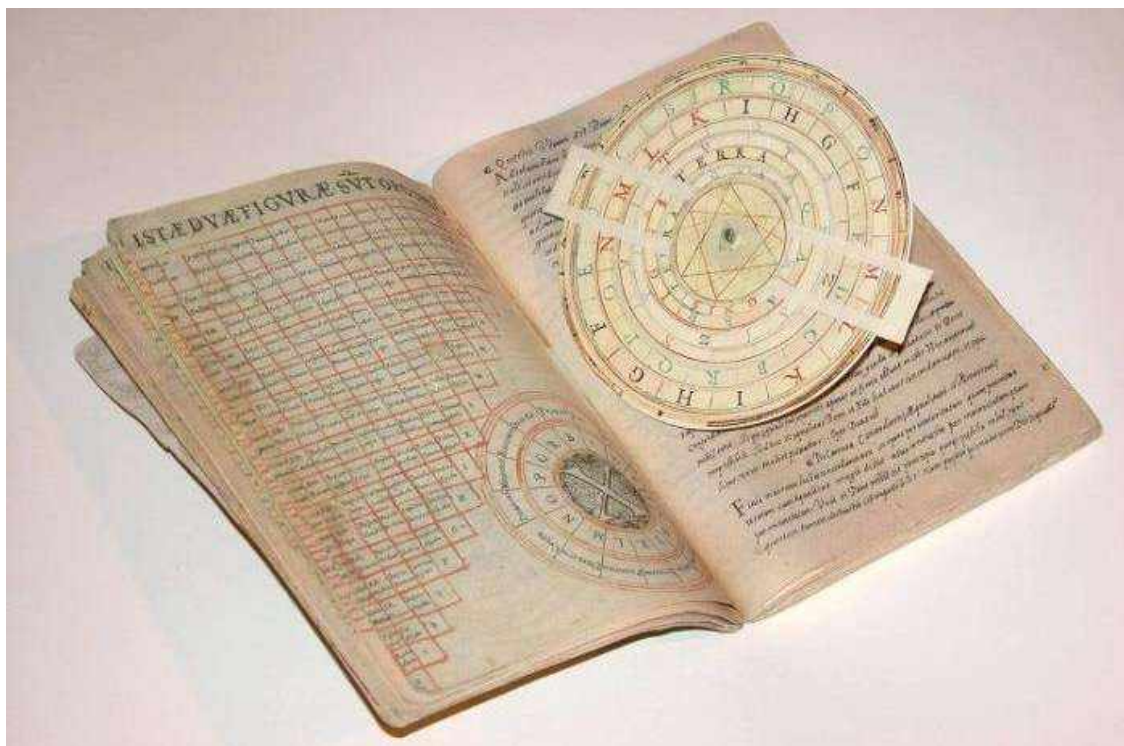


Рис. П 2.10. Книга с иллюстрациями Р. Луллия.

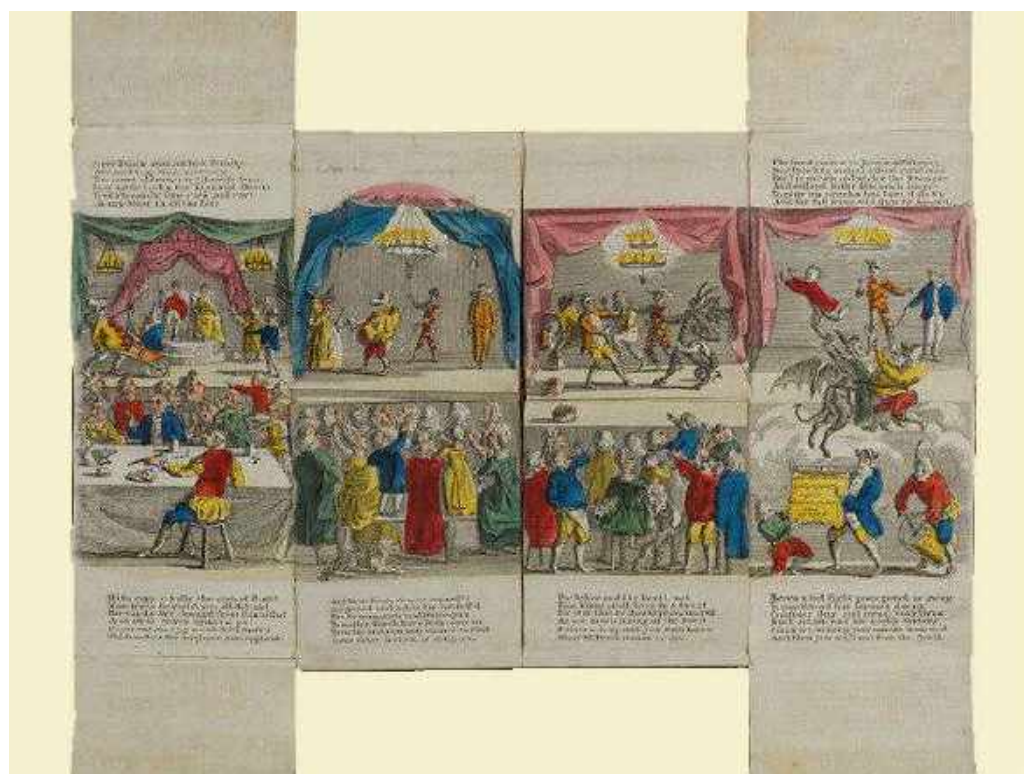


Рис. П 2.11. Книга с иллюстрациями lift-the-flap.



Рис. П 2.12. Книга с иллюстрациями Р. Сабуда.



Рис. П 2.13. Каталог модельного дома «Dolce & Gabbana» с поп-ап изображениями.



Рис. П 2.14. Квиллинг.



Рис. П 2.15. Открытка в технике квиллинг.

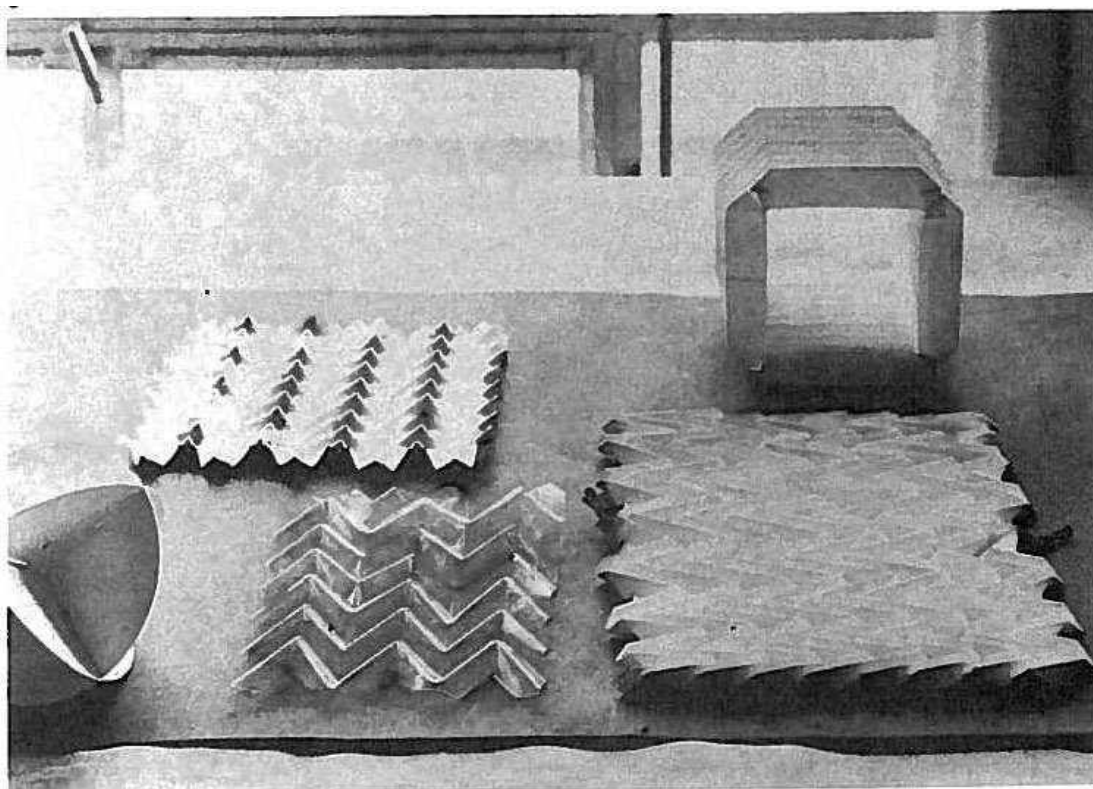


Рис. П 2.16. Работы студентов Баухауз.

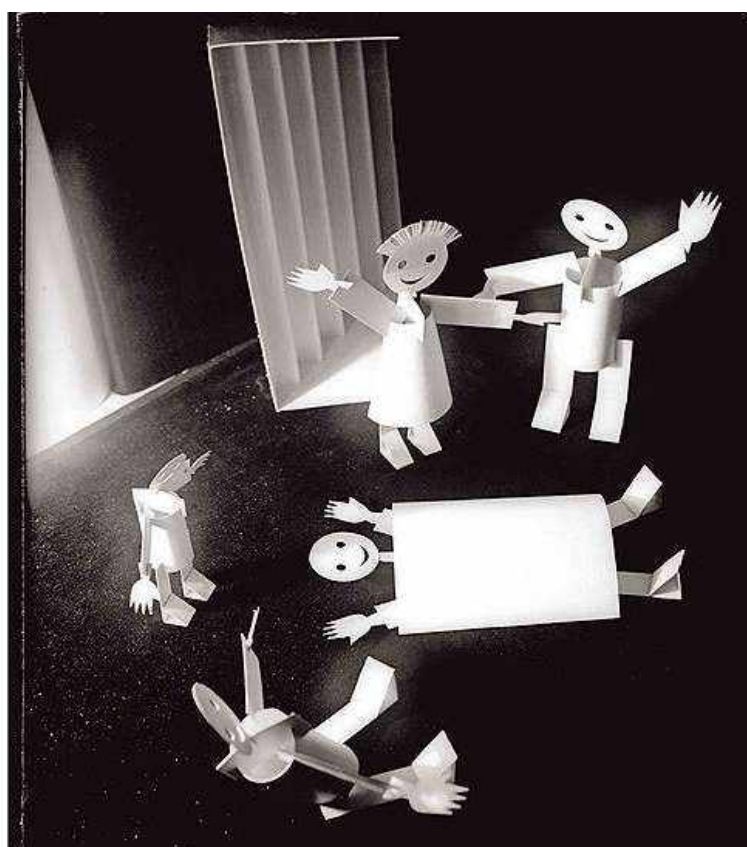


Рис. П 2.17. Бумажные фигурки детей и зверей, выполненные А. Родченко и В. Степановой.

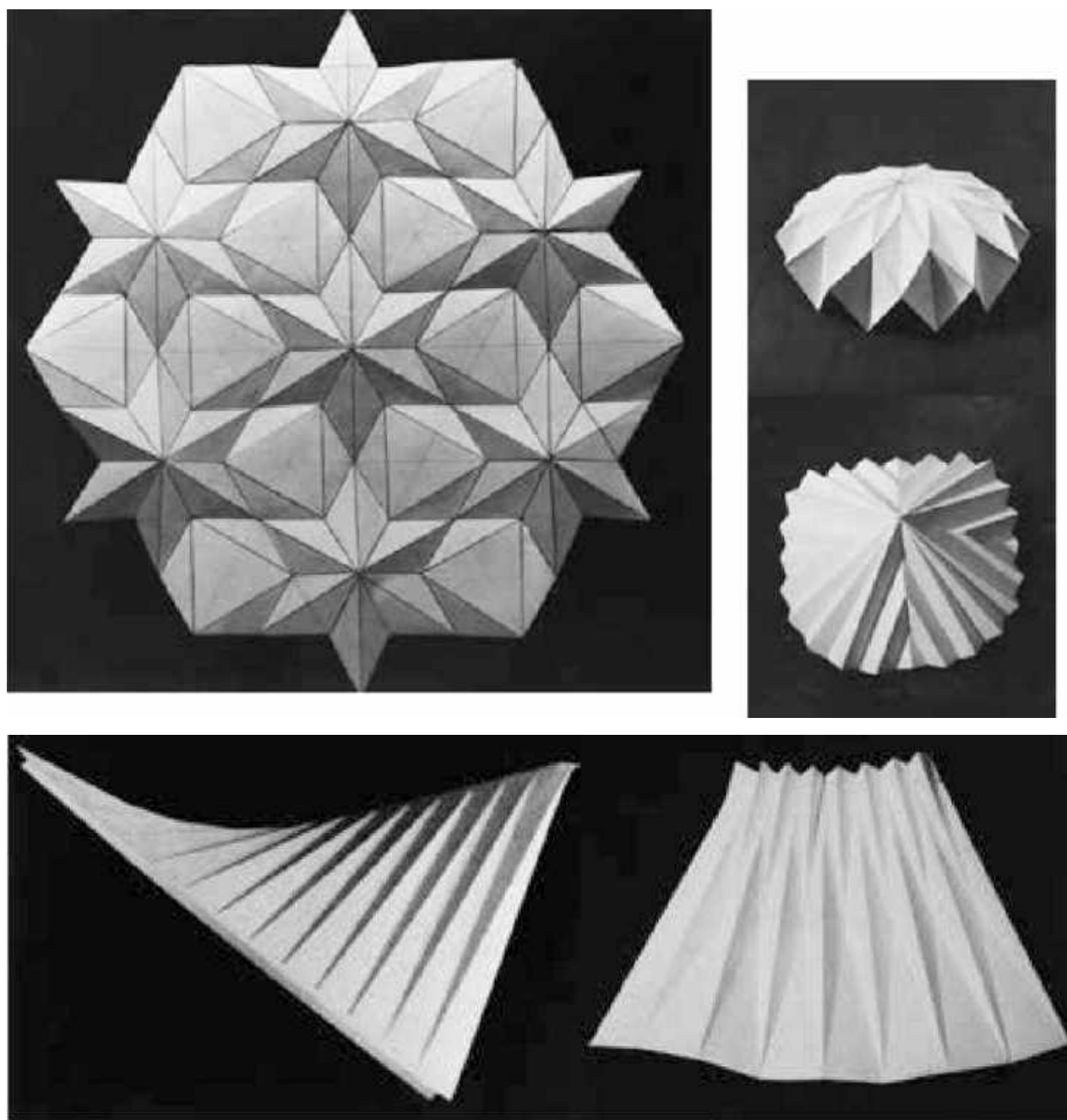


Рис. П 2.18. Объемные бумажные композиции.

А. Волков, В. Колейчук, В. Мочалов.

Классификация бумажных структур

первичные элементы структуры и их сочетания			ПЛОСКОСТЬ				
			симметричные, обратные рисунки				
прямые и перекрещивающиеся линии							
геометрические фигуры							
повторяющиеся элементы							
трансформации и композиции							



Рис. П 2.19. Классификация типов и операций трансформации плоского листа. В.Ф. Колейчук. (1984 г.)



Рис. П 2.20. Открытка с изображением гвоздики в технике оригами.



Рис. П 2.21. Открытка с изображением тюльпана в технике оригами.

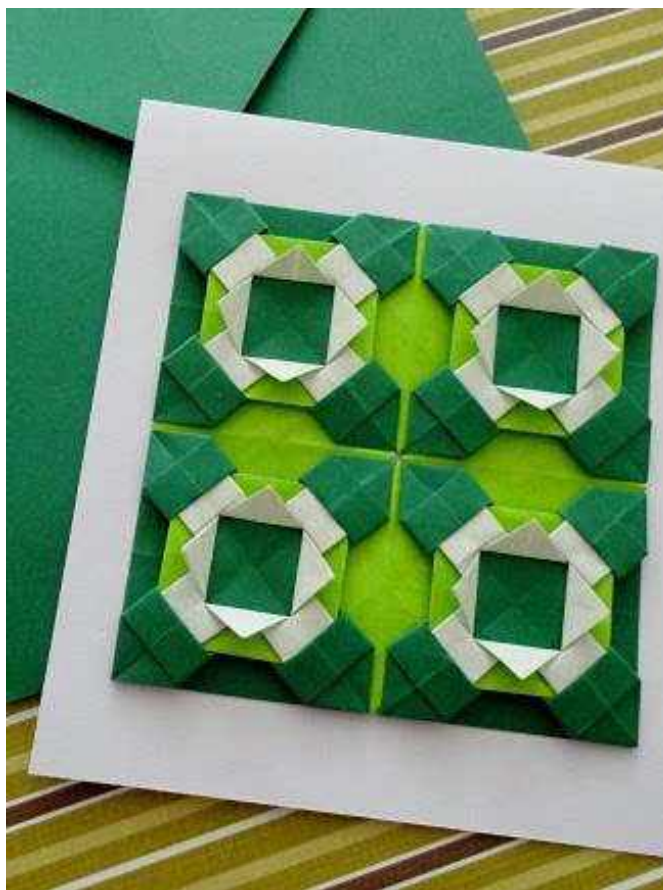


Рис. П 2.22. Открытка с использованием техники оригами тессаллейшенс.



Рис. П 2.23. Движущиеся открытки (1815-1835 гг.)



Рис. П 2.24. Открытка со слайс-формой.

ПРИЛОЖЕНИЕ 3
«ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИЕ ОТКРЫТКИ НА ОСНОВЕ
АРХИТЕКТУРНОГО ОРИГАМИ И ДИНАМИЧЕСКОЙ
ТРАНСФОРМАЦИИ ПЛОСКОСТИ»



Рис. П 3.1. Туристическая фотооткрытка начала XXI в. (г. Москва).



Рис. П 3.2. Туристическая рисованная открытка начала XXI века.
(г. Санкт-Петербург).



Рис. П 3.3. Сунгирки – туристические почтовые открытки.



Рис. П 3.4. Сунгирская лошадка.



Рис. П 3.5. Спасская башня Сызранского кремля.



Рис. П 3.6. Христорождественский собор. (г. Сызрань).



Рис. П 3.7. Церковь Феодоровской иконы Божией Матери. (г. Сызрань).

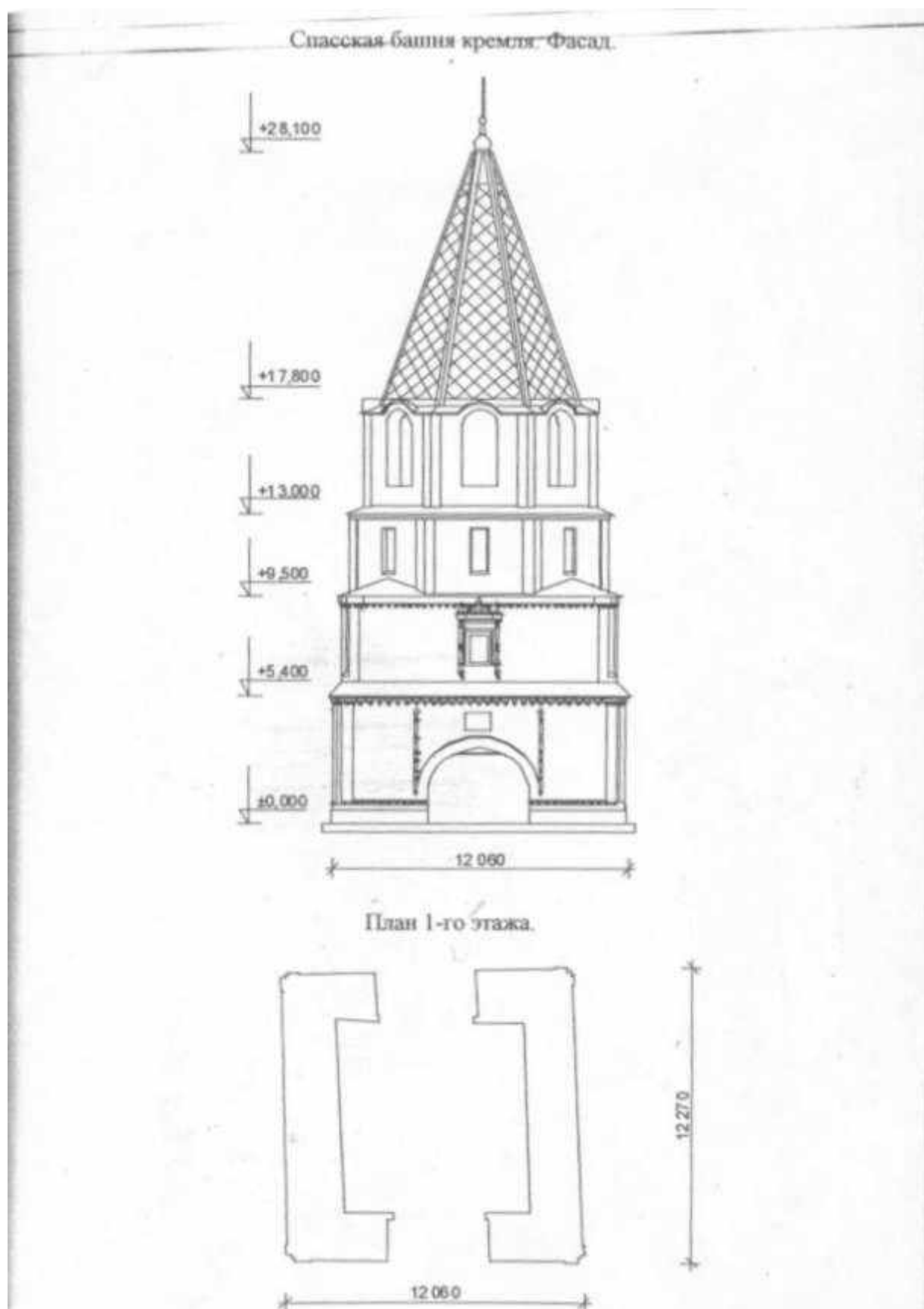


Рис. П 3.8. Чертеж Сызранского кремля.

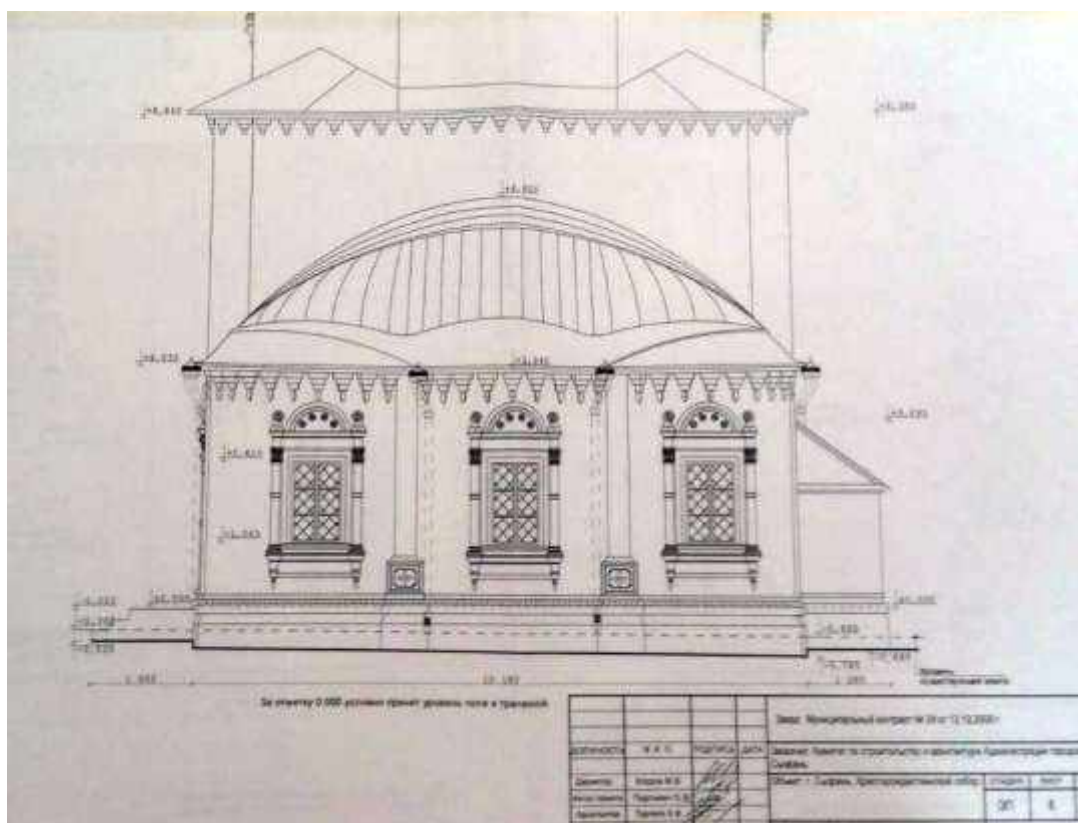


Рис. П 3.9. Рисунок и чертеж Церкви Феодоровской иконы Божией Матери (г. Сызрань).

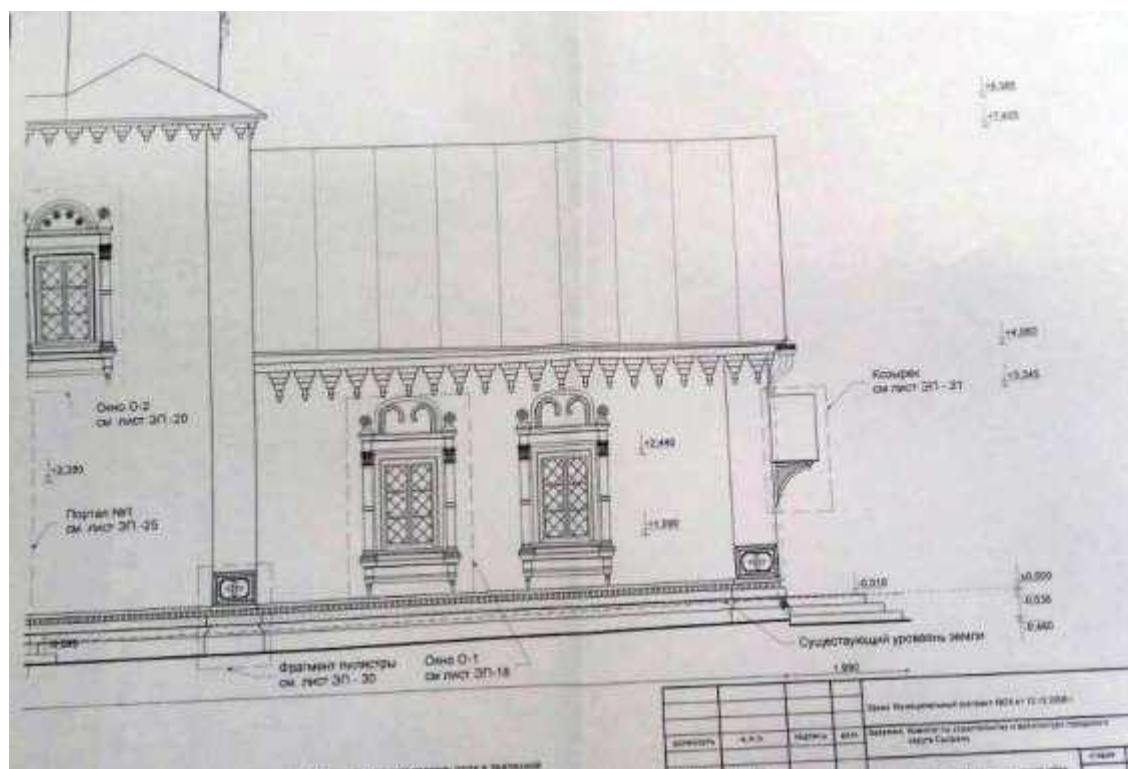
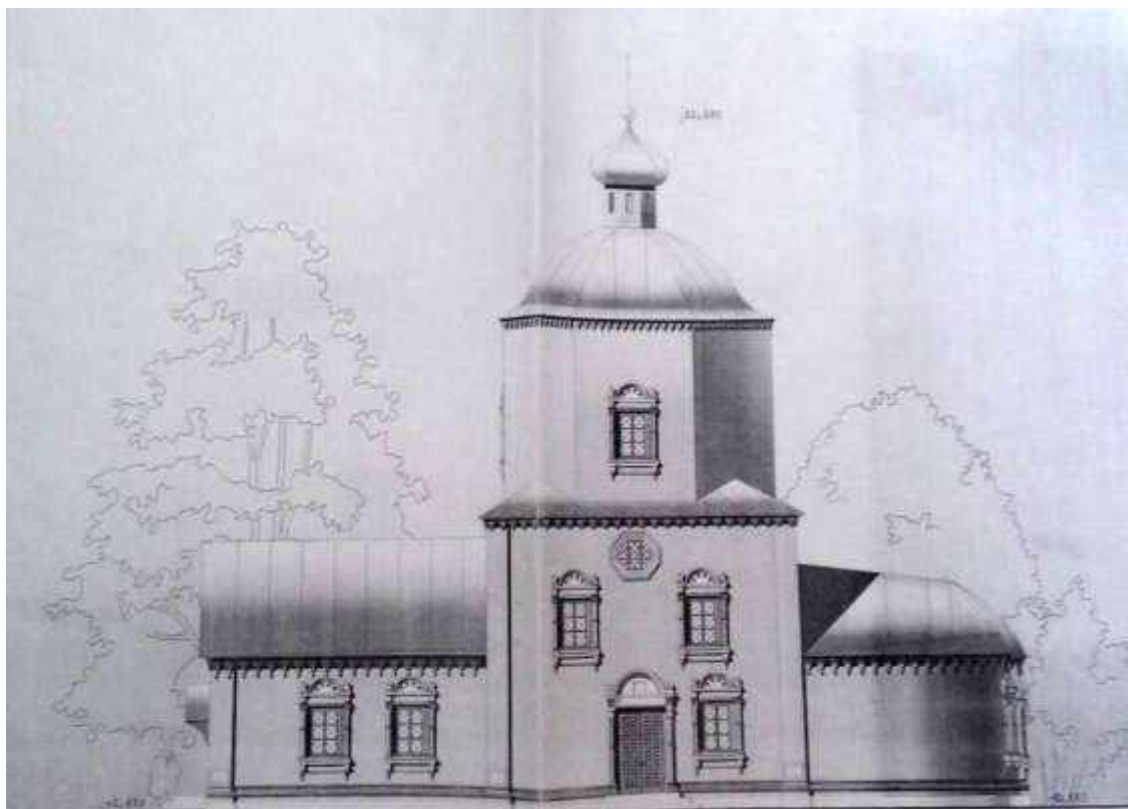


Рис. П 3.10. Рисунок и чертеж Христорождественского собора (г. Сызрань).

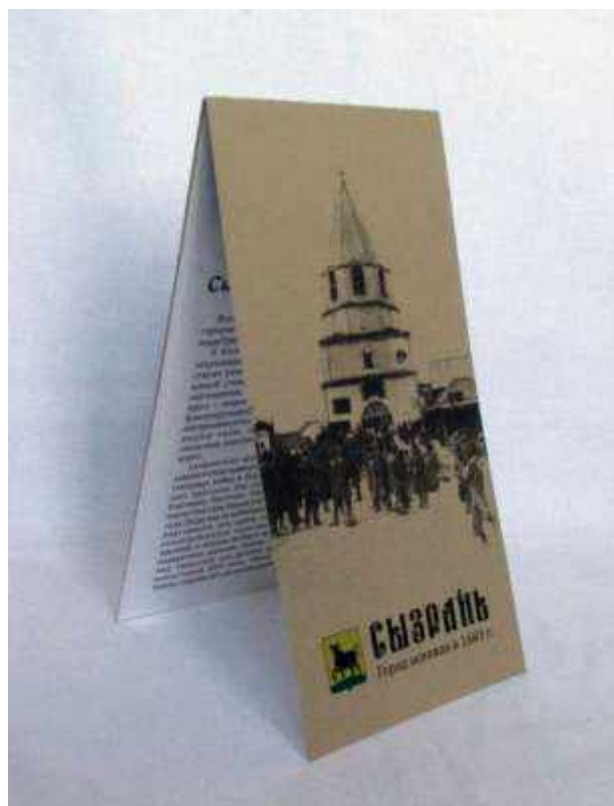
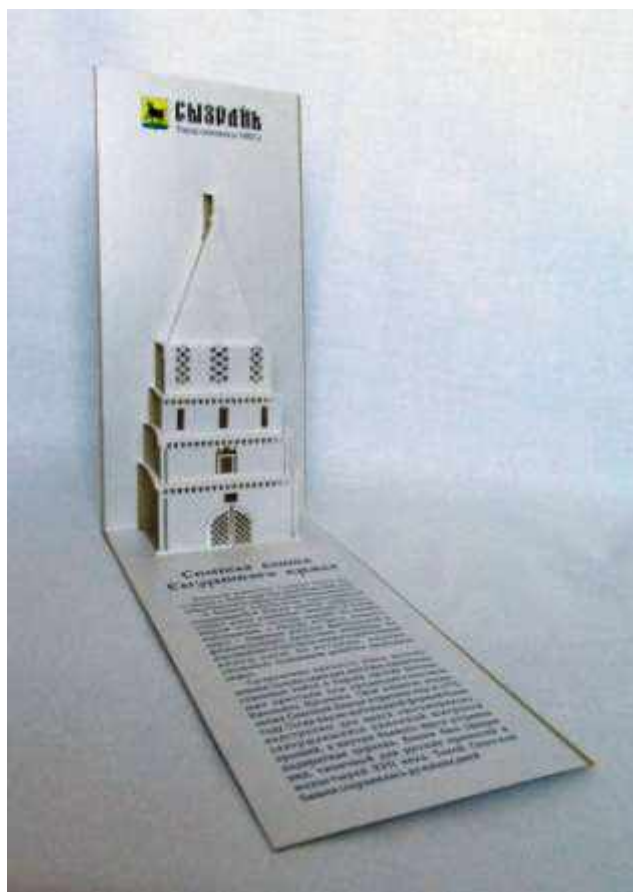


Рис. П 3.11. Туристическая открытка с объемно-пространственным изображением Сызранского кремля.

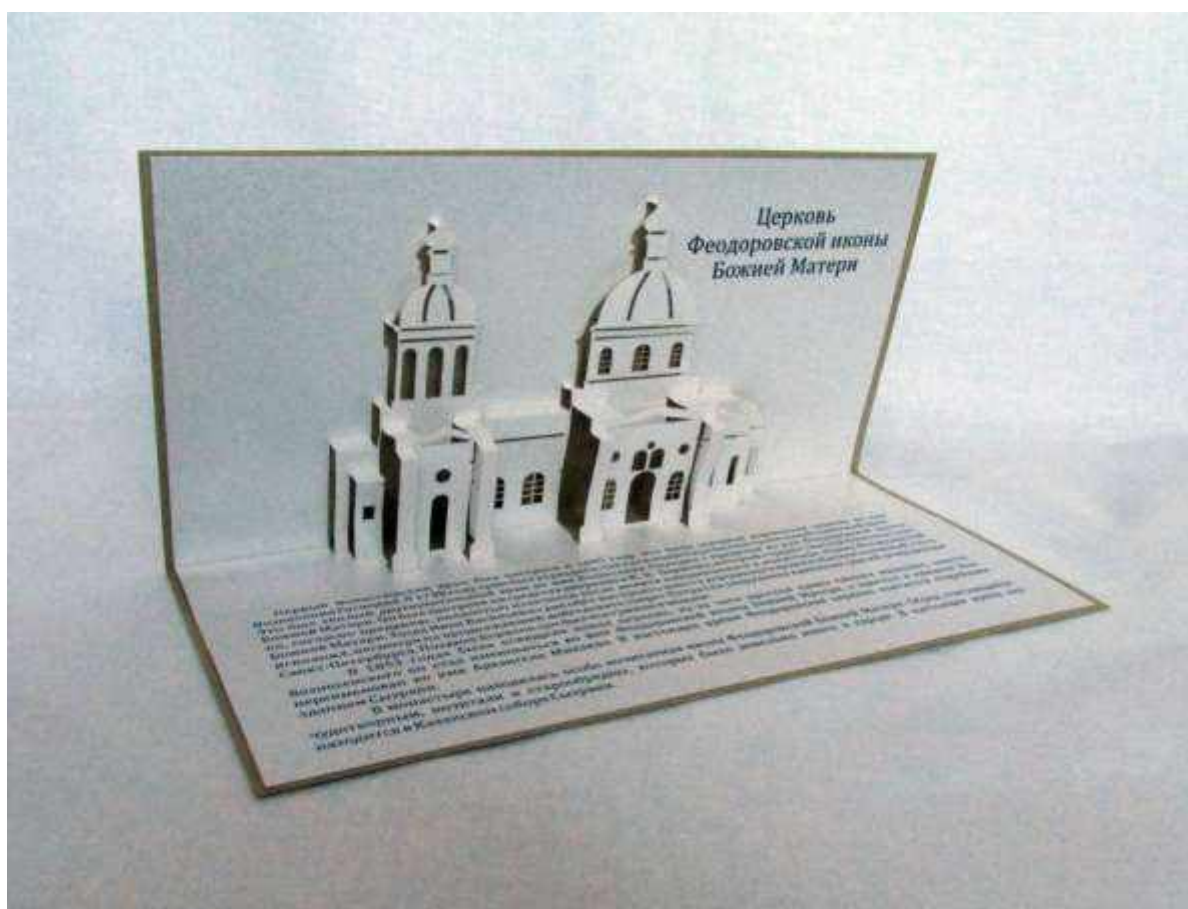


Рис. П 3.12. Туристическая открытка с объемно-пространственным изображением Церкви Феодоровской иконы Божией Матери.



Рис. П 3.13. Туристическая открытка с объемно-пространственным изображением Христорождественского собора.



Рис. П 3.14. Туристические открытки с объемно-пространственным изображением архитектурных объектов г. Сызрани.



Рис. П 3.15. Особняк купца С.А. Стерлядкина (г. Сызрань).



Рис. П 3.16. Дом купца П. В. Ревякина (г. Сызрань).



Рис. П 3.17. Дом купца А.А. Сыромятникова (г. Сызрань).

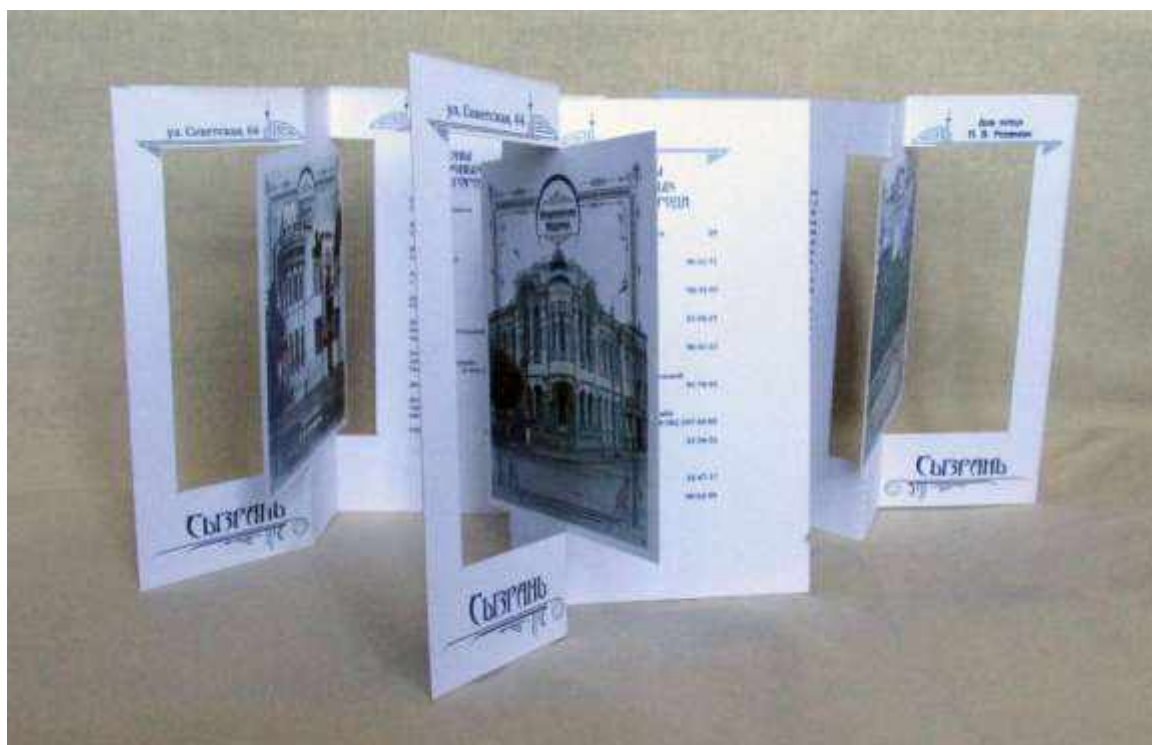


Рис. П 3. 18. Полифункциональные туристические открытки г. Сызрани на основе динамической трансформации плоскости.

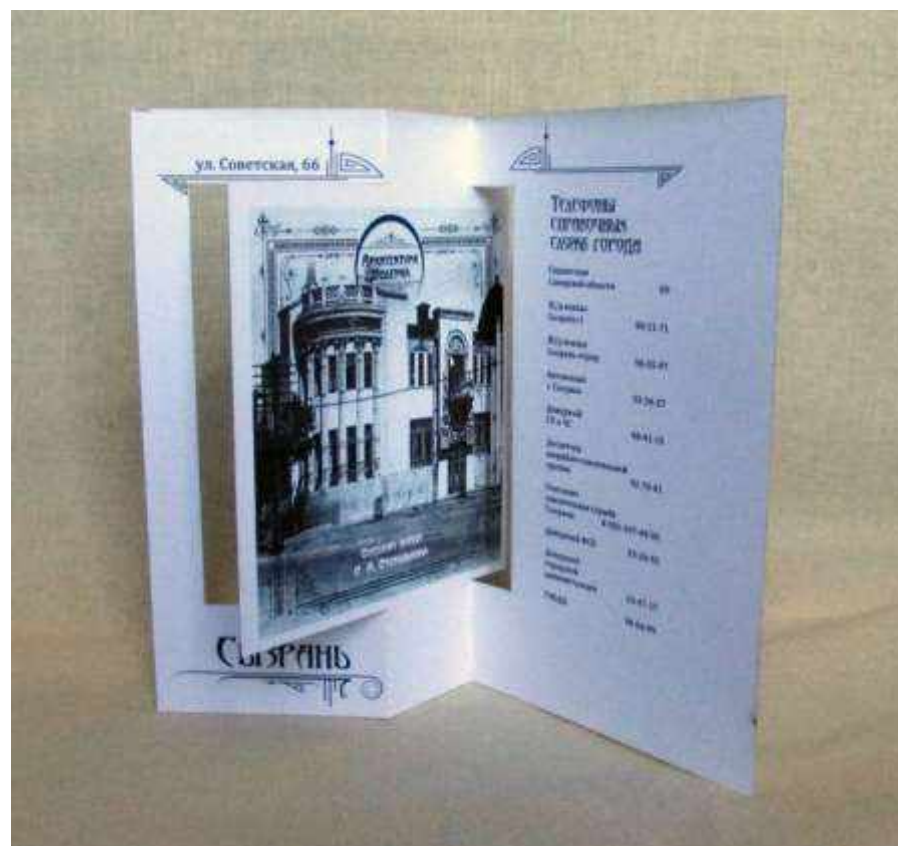
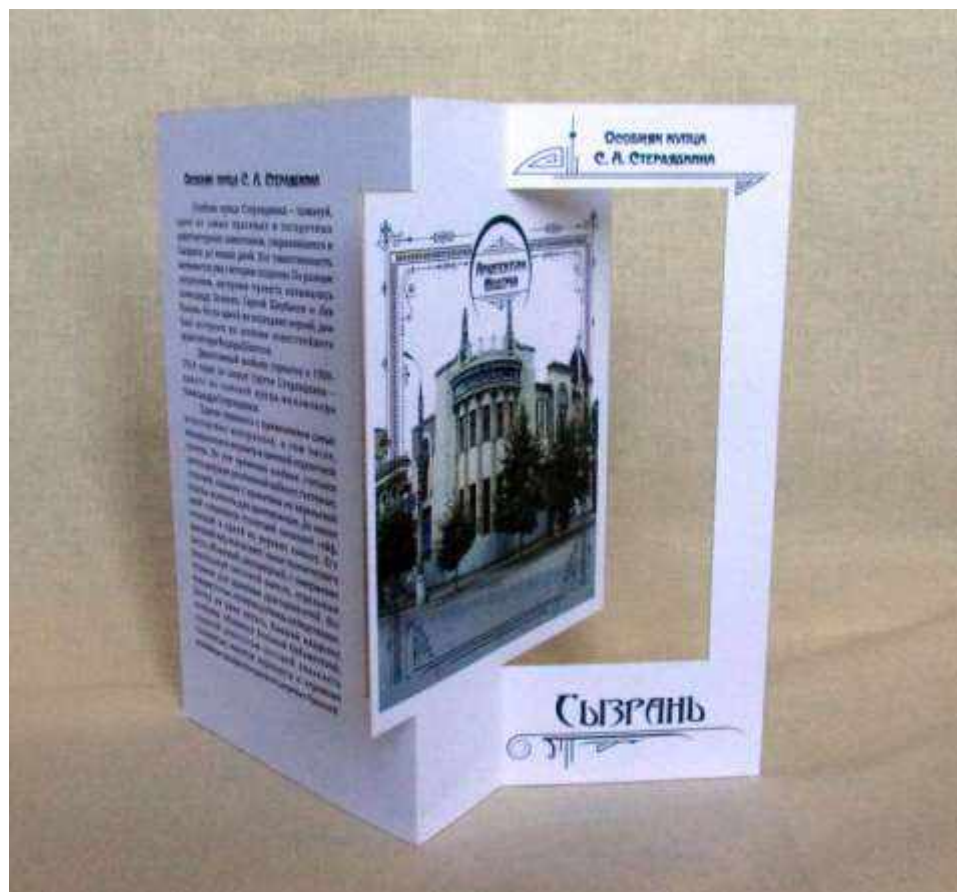


Рис. П 3. 19. Полифункциональные туристические открытки с изображением особняка купца С.А. Стерлядкина.

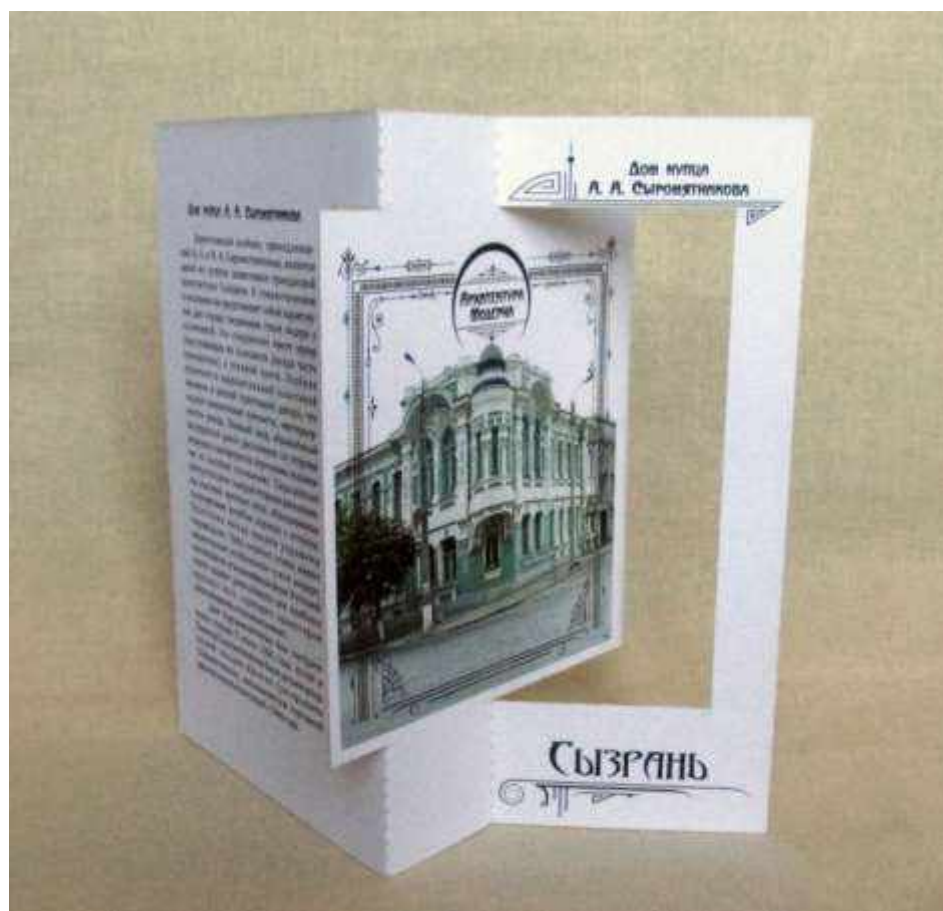


Рис. П 3. 21. Полифункциональные туристические открытки с изображением дома купца А.А. Сыромятникова.



Рис. П 2.22. Летящая нимфа – рельефное изображение женской фигуры в усадьбе Курлиных (г. Самара).



Рис.П 3.23. Памятник Самарскому пивовару.



Рис. П 3.24. Скульптура «Дама с ракеткой» (г. Самара).

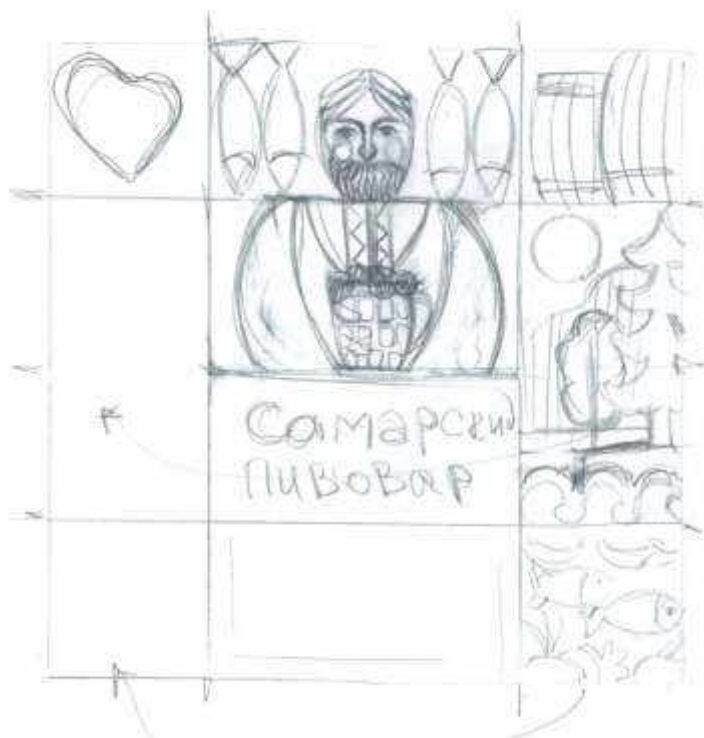
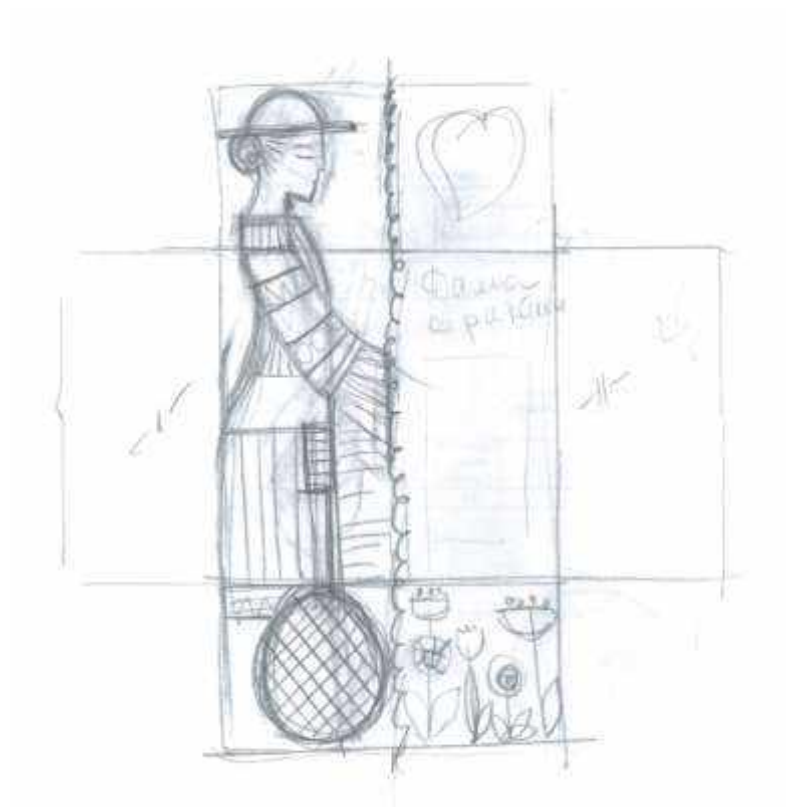


Рис. П 3.25. Карандашные эскизы открытки с самарскими образами.



Карандашные эскизы открытки с самарскими образами.
(Продолжение рис. П 3.25)



Рис. П 3.26. Открытка с самарскими образами с замкнутым циклом трансформации.



Открытка с самарскими образами с замкнутым циклом трансформации.
(Продолжение рис. П 3.26)



Рис. П 3.27. Ароматизированная поздравительная открытка компании KFC.

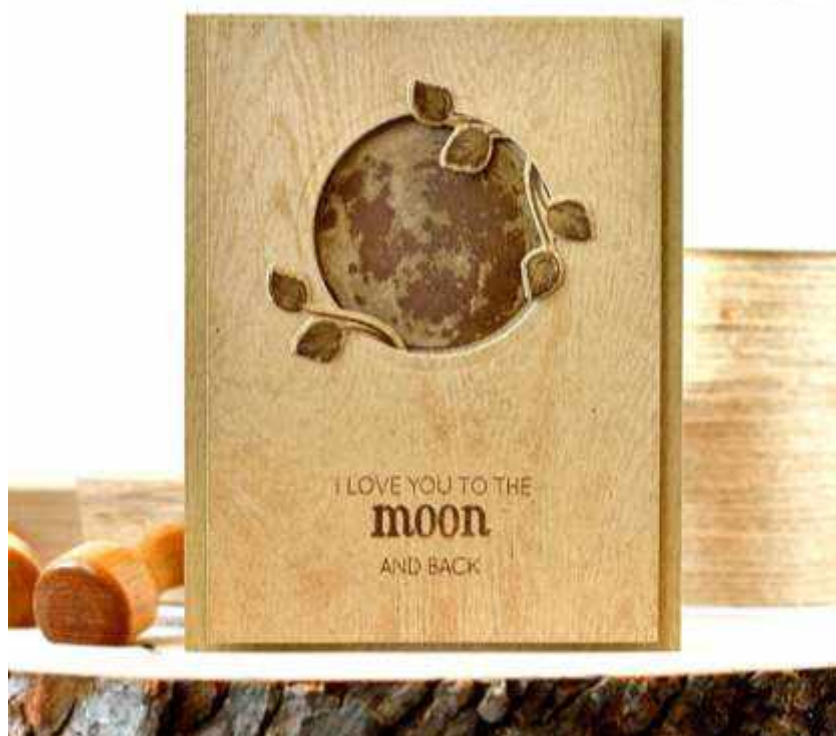


Рис. П 3.28. Деревянная открытка.



Рис. П 3.29. «Живая открытка» - поздравительная открытка с семенами растений для выращивания.



Рис. П 3.30. Съедобная открытка.



Рис. П 3.31. Электронная бумага.



446001, г. Сызрань
Самарской обл.
ул. Советская, 87
тел. (8464) 98-54-08
тел./факс 98-54-40
E-mail: reklama-syzran@mail.ru
http://reklama-syzran.com

ИНН 6325019943 Р/с 40702810554050100760
в Сызранском отделении 113 Поволжский Банк
ОАО "Сбербанк России" г. Самара
БИК 043601607 К/с 30101810200000000607

«УТВЕРЖДАЮ»
Директор ООО «Реклама»
Новикова Светлана Викторовна
16 марта 2018 г.

АКТ о внедрении результатов диссертационной работы Агафоновой Ангелины Викторовны «Дизайн туристической открытки на основе динамического формообразования»

Комиссия ООО «Реклама» в составе директора Новиковой С. В. и главного бухгалтера Журкиной О. А. составили настоящий акт о том, что результаты диссертационной работы Агафоновой Ангелины Викторовны «Дизайн туристической открытки на основе динамического формообразования» были успешно опробированы и внедрены в производство ООО «Реклама».

Использование представленный в диссертации рекомендаций позволило расширить ассортимент выпускаемых туристических открыток, разнообразить их дизайн, оптимизировать технологический процесс производства. Следует отметить, что данный подход актуален в сфере производства не только туристических, но и поздравительных открыток в целом.

Состав комиссии:

Директор ООО «Реклама»

Главный бухгалтер ООО «Реклама»



Новикова С. В.

Журкина О. А.

Рис. П 3.32. Акт о внедрении результатов диссертационной работы.