



На правах рукописи

Могаддаси Мохаммадхоссейн Хассан

**АКТУАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ
В РАЗВИТИИ ДИЗАЙНА СПОРТИВНОЙ ОБУВИ**

Специальность 17.00.06 – Техническая эстетика и дизайн

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата искусствоведения

Москва – 2022

Работа выполнена на кафедре «Дизайн среды» Института дизайна Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)» (ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина»)

Научный руководитель: **Назаров Юрий Владимирович**
доктор искусствоведения, профессор кафедры «Дизайн среды»
ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», г. Москва

Официальные
оппоненты: **Ившин Константин Сергеевич**
Доктор технических наук, профессор, заведующий кафедрой
«Дизайн» ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный
университет», г. Ижевск

Михайлова Александрина Сергеевна
кандидат искусствоведения, доцент кафедры дизайна ФГБОУ ВО
«Казанский государственный архитектурно-строительный
университет», г. Казань

Ведущая организация: **ФГБОУ ВО «Московская государственная художественно-промышленная академия им. С.Г. Строганова»**, г. Москва

Защита состоится «22» сентября 2022 г. в 10-00 на заседании диссертационного совета Д 212.144.05, созданного на базе ФГБОУ ВО «РГУ им. А. Н. Косыгина», по адресу: 119071, г. Москва, ул. Малая Калужская д. 1.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ФГБОУ ВО «РГУ им. А. Н. Косыгина» и на официальном сайте www.kosygin-rgu.ru.

Автореферат разослан _____

Ученый секретарь
диссертационного совета,
д-р техн. наук, доцент



Новиков
Александр Николаевич

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования

В наше время многие профессиональные сферы сближаются и пересекаются. Подобная тенденция наметилась во взаимоотношениях большого спорта и модной индустрии, интересы которых во многом схожи. Спортивная мода стала своего рода символом современного образа жизни, особо значимым феноменом повседневной и досуговой массовой культуры. В течение всего XX века отмечалась особая востребованность спортивного костюма в повседневной жизни, что стало одной из основных причин его возросшей популярности, позволившей ему превратиться в существенный фактор, активно влияющий на формирование современной моды в одежде.

Стремление общества к здоровому и активному образу жизни способствовало росту потребления спортивной экипировки и спортивной обуви, в частности. Анализ, проводимый маркетологами, показывает, что в настоящее время значительная часть спортивной одежды и обуви не используется напрямую для профессиональных занятий спортом¹. По оценкам специалистов, к концу 1990-х годов непосредственно для занятий спортом служило менее одной из пяти проданных пар спортивной обуви². То есть меньше двадцати процентов потребителей использовали спортивную обувь напрямую, для спортивных нужд. Исходя из данного факта, становится очевидным, что популярность спортивной обуви есть не что иное, как дань потребителей её функциональности и комфорту. Также для пользователей существенно наличие в спортивной обуви семиотических ассоциаций, формирующих мотивацию и эстетические предпочтения у большинства покупателей. Влияние данного тренда выразилось в том, что спортивная обувь стала «неотъемлемой частью повседневной жизни», и даже «иконический статус сникера стал индикатором некоторых социальных движений»³.

Вторая половина XX века во всем мире стала эпохой стремительного внедрения в социальную сферу научно-технических инноваций. Также этот период отмечен значительными социокультурными изменениями, произошедшими в образе жизни людей. В последние десятилетия всё заметнее становится взаимосвязь между спортивной обувью, дизайном и современной модой. Одной из причин возрастания интереса к спортивной обуви как многозначному артефакту стало исчезновение разграничений между спортом, модой, функциональностью и эстетикой. Это явление проявилось закономерно, поскольку спортивная обувь не только представляет собой «функциональный объект, но и непосредственно связана с вопросами вкуса и моды»⁴. Спортивная обувь в представлении большинства потребителей является объектом массовых стилистических предпочтений и воспринимается как одна из важнейших составляющих модного гардероба.

Спортивная обувь сегодня стала мостом, соединяющим большой спорт и мир моды. На пути к этой метаморфозе отмечалась эволюция разных по форме, цвету, стилистике и текстуре моделей, демонстрировавшая укрепшую стратегию идентификации выдающихся спортивных брендов. Следовательно, на этом временном отрезке спортивная обувь никогда не рассматривалась как статичная субстанция. Данный вид продукции менялся в соответствии со сменой массовых предпочтений, с заменой используемых материалов, трансформацией функций и ростом производственных возможностей.

¹ Гугелев А.В., Чистякова С.В. Конкуренция на рынке производителей спортивной обуви // Базис. 2017. № 1(1). С. 10-15.

² Vanderbilt T. The sneaker book: anatomy of an industry and an icon. New York: New Press, 1998. P. 52.

³ Gill A. Sneakers. In H. Clark & D.E. Brody (Eds.), Design studies: a reader (English ed., pp. 516-520). Oxford: Berg. 2009. P. 516.

⁴ Riello G. A foot in the past: consumers, producers and footwear in the long eighteenth century. Oxford: Oxford University Press, 2006. P. 11.

Особое внимание, уделяемое в данной работе изучению тенденций и динамики развития художественно проектирования спортивной обуви, связано с тем, что дизайн в качестве важнейшего инструмента рыночной конкуренции одновременно отражает смену функциональных и психологических запросов потребителей. На дизайн оказывает влияние культура общества, образ жизни и функциональные запросы пользователей. Процесс идентификации и выбор ведущими компаниями-производителями индивидуальных бизнес-стратегий, а также творческие установки самих дизайнеров прямо оказывают воздействие на характер потребительских предпочтений. Таким образом, столь динамичное творческое направление, как дизайн спортивной обуви, можно рассматривать как сложный мультикритериальный процесс, связанный с влиянием различных факторов, в числе которых экономика, культура, эстетика, мода, эргономика, технология производства и т.д. Поскольку указанные факторы действуют диахронно, для их рассмотрения в данной работе был выбран историко-хронологический подход.

Анализ исследований, связанных с данной областью, демонстрирует их чрезмерную разнообразность. Иначе говоря, существующие научные работы можно уподобить рассеянными на холсте пятнам, в совокупности не создающим целостной картины. Однако следует отметить, что в обозримом прошлом предпринимались многократные попытки изучить тенденции художественного проектирования спортивной обуви, но большинство из них постигло фиаско, в результате библиографического поиска не удалось обнаружить даже краткой монографии, раскрывающей историю дизайн-разработок этого вида промышленных изделий. Отсюда большое значение в исследовании имеет системная фактография рассматриваемых явлений, и заявленная тема диссертационной работы в определенной степени предполагает восполнить образовавшийся пробел в современной науке о дизайне спортивной одежды.

Состояние изученности вопроса

Сегодня ощутим недостаток научных исследований, содержащих достоверную классификацию актуальных дизайнерских трендов. Их наличие помогло бы художникам-проектировщикам наметить верную траекторию в выборе дизайн-стратегии и в поиске привлекательного для массового потребителя облика продукта при разработке спортивной обуви. Данный вид изделий считается, с одной стороны, *промышленным, функционально-техническим* объектом, продуктом продвинутых технологий, а, с другой стороны, заметным элементом современной спортивной моды, частью повседневной одежды, творческим итогом *проектно-художественной* деятельности. Указанная многосторонность и комплексность данного объекта предусматривает междисциплинарный подход к его изучению.

При анализе злободневных тенденций, отмеченных в дизайне спортивной обуви, потребовалось знакомство с теоретическими трудами, пересекающимися с разнообразными научными направлениями. Отсюда, массив изученной отечественной и зарубежной научно-технической литературы условно можно разделить *на три больших группы*:

К первой относятся *историко-феноменологические* исследования, обладающие комплексным характером, в том числе связанные с темой «спорт и мода». В них отразилась *социо-культурная динамика*, свойственная на современном этапе развитию данного продукта. Междисциплинарная проблематика, всесторонне раскрывающая региональные особенности эволюции изучаемого объекта, содержится в различных культурологических трудах: по потребительской культуре – (Е. Шове, П. Беттс, Б. Риегер), по современной молодёжной культуре (Т. Росе, Т. Полемус, К. Монтайн), по социо-экономическому феномену «сникер-культуры» (Т. Вандербилт, А. Гилл), а также по таким коррелируемым явлениям, как «спортивная мода и уличный стиль» (Й. Хорне, П.Ц. Варнер, Ц. Бревард, Й. Ловерсон). Ещё одна группа научных трудов посвящена истории спортивной обуви и факторам, влияющим на эволюцию данного продукта в контексте социальных и технологических изменений. Здесь выделяются работы по истории профессионального спорта известных авторов: Б.Г. Радера, Й.

Сугдена, А. Томлинсона, Г. Орвелла и Г. Пацкера, концентрирующихся на роли атлетических ассоциаций и значимых соревнований в развитии спортивной экипировки.

В ряде исследований уделяется особое внимание генезису крупных спортивных компаний-производителей (А. Аамидор, С. Перейра, Й.Б. Страссер, Л. Бецклунд, Р.Н. Петерс, Д. Вогел), являющихся признанными лидерами на глобальном рынке спортивной обуви. Также представляет интерес знакомство с путями развития синтетических материалов (Й. Лоадман, Ц.Ф. Филлипс), в них искусственный каучук предстает основным материалом, изменившим методику конструирования и способы изготовления спортивной обуви. Сюда же следует отнести работы историков и искусствоведов, посвященные генезису моды и трансформации костюма в XX веке (Ц. Хибберт и А. Хибберт, Т.В. Козлова и Е.В. Ильичева). В них освещаются вопросы формирования и развития некоторых направлений современного костюма – в частности спортивной и повседневной одежды. Кроме того в этих трудах с помощью скрупулёзно подобранных иллюстраций дается описание силуэтов, пропорций, колористики, формы и стилистических особенностей этого распространенного вида одежды.

Наряду с увеличением объема научной литературы, затрагивающей вопросы развития спортивной экипировки, в последние годы возрастает интерес широкого круга потребителей к истории спортивной обуви и её месту в массовой культуре. С конца 1990-х годов в некоторых печатных изданиях и журнальных статьях регулярно отслеживаются важнейшие дизайнерские разработки и излагаются факты истории ведущих спортивных брендов (М. Кардона, Б. Гарциа, Р. Джексон).

Информация, почерпнутая в рекламных изданиях конкурирующих компаний-производителей, также оказалась полезной для данного исследования. Многие крупные изготовители спортивной обуви осознали значимость ключевых этапов собственной истории и опубликовали несколько годовых отчётов и специальных исследований, представив их как пример бесценного практического маркетингового опыта. Некоторые ведущие компании-производители регулярно размещают интересные публикации на своих веб-сайтах, предоставляя к ним неограниченный доступ посетителей.

Свидетельства признания особой культуры эксплуатации спортивной обуви можно обнаружить не только в печатных источниках, но и в таких документальных фильмах, как: «Дикий стиль» (Wild Style, 1983), представляющий собой существенную часть истории молодёжной культуры США 80-х годов XX века; в ленте «Парни на скейтах» (Dogtown and Z-Boys, 2001), раскрывающей увлечение скейтбордингом в 1970-х; в кино-новелле «Удар, ещё удар» (Just For Kicks, 2005), где в хронологическом порядке показан расцвет сникер-культуры в США в период с 1970-х по 1990-е годы. Также стоит упомянуть музыкальную драму «Бит-стрит» (Beat Street, 1984) – танцевальный фильм, в котором рассказывается о «хип-хоп» культуре, брейк-дансе и увлечении граффити в Нью-Йорке начала 1980-х годов.

Вторая группа источников связана с вопросами *эргономики и конструирования* обуви для спорта. К ней относится технико-конструктивное направление исследований, рассматривающее основные этапы создания функциональной структуры изделия и характеризующее функциональные задачи каждой из составных частей спортивной обуви (М. Небо). Этой же группе принадлежит инженерно-моделирующее направление, раскрывающее методические принципы проектирования и изготовления колодок, а также объясняющее выбор конструкций верха и низа типовых кроссовок (И.И. Половников, О.В. Фарниева); биомеханическое направление, изучающее методы оценки уровня безопасности спортивной обуви с ортопедической и травматической позиций в системе «обувь – стопа – грунт» (М. Шортен); эргономическое направление, представляющее последние достижения в данной научно-проектной сфере (М. Ческин, С. Прибут, Д. Ричи и др.).

Третья обширная группа источников сфокусирована на исследованиях отечественных и зарубежных авторов по *истории, философии, и методологии дизайн-проектирования*. В данном контексте дизайн представлен как проектная деятельность, интегрирующая в единое целое художественно-конструкторские аспекты (в т.ч. предметно-пространственный,

образно-композиционный, эмоционально-эстетический, утилитарно-инструментальный, идентификационный и т. д.). В данных работах были обозначены стилистические тенденции в дизайн-продукте и дан прогноз развития спортивной обуви в обозримом будущем. Научные труды этой группы, принадлежащие отечественным авторам и зарубежным учёным, затрагивали историко-теоретические особенности развития художественного конструирования изделий. Среди этой группы исследователей: В.Ф. Рунге, С.М. Михайлов, А.Н. Лаврентьев, В.Л. Глазычев, С.О. Хан-Магомедов, В.Р. Аронов, В.Т. Шимко, Ю.В. Назаров, В.Ф. Сидоренко, Э. Демпси, Л. Бхаскаран, Т. Хауффе, Б.Е. Бюрдек и П. Дормер). Проектные методы художественного моделирования, рассматриваемого как фундамент процесса формообразования одежды и обуви, раскрыты в исследованиях Т.В. Козловой, Г.М. Гусейнова, Г.П. Дудниковой). О теоретико-методических основах стилообразования дизайн-объектов в XX веке и метамарфозах современных стилистических писали: Т.В. Козлова, В.Ю. Медведев, Г.И. Петушкова и Д.Ю. Ермилова. О методах стилизации в технике и методологии дизайн-проектирования рассказывается в работах отечественных и зарубежных авторов: Ю.С. Сомова, Дж. К. Джонса, Э. Тьялве и П.Х. Хилла. О понятии «эргодизайн» как человекоориентированной концепции проектирования и о значении связанной с ней методики эмоционального дизайн-проектирования упоминается в исследованиях И.И. Мирсаяповой, Л.Д. Чайновой, Т.Г. Богатыревой, П.В. Ёрдан, А.Г. Хо, и К.В. Сиу). Философские концепции, посвященные происхождению и эволюции дизайн-объектов, содержатся в трудах М.В. Плотниковой, М.А. Коськова, В.О. Пигулевского, П.П. Вербеек, Р. Верганти). Методический анализ трендов, отмеченных в проектной культуре, содержится в работах Х. Вейлгаард). Футурологическим концепциям и теоретико-прогностическим подходам в сфере материальной культуры посвящены исследования А.В. Турчина, М.А. Батина и Э. Тоффлера.

Также ряд авторов уделяет основное внимание методикам брендинга и разработке фирменного стиля, в их трудах излагаются многосторонние подходы к айдентике в ее разнообразных аспектах: общетеоретическом – Н. Клейн, Й.М. Балмер, Е.Р. Грей; стратегическом – П. Цилло, Г. Верона, Й.Х. Хертенстеин, М.Б. Платт, Ц. ДелльЕра, Р.Верганти; семиотическом – Р. Монё, Т.М. Карялаинен, Й. Колко; рекламно-коммуникативном – Р.Ю. Овчинникова и А.А. Веретено.

Как правило, во многих научных публикациях по дизайну остаются в стороне вопросы, раскрывающие значение основных терминологических понятий. Этот недостаток свойственен некоторым специализированным отечественным и зарубежным энциклопедиям по дизайну, среди них: «Краткая энциклопедия дизайна»; сборник «Основные термины дизайна: краткий справочник-словарь», «Энциклопедия дизайна, концепции, материалы», «Design dictionary: perspectives on design terminology» и «Feet and footwear: a cultural encyclopedia» и т.д.

Итак, вопросы, связанные с исследованием особенностей спортивной обуви, раскрываются в монографиях, затрагивающих пути развития потребительской культуры и спорта, молодёжных суб-культур, брендинга, истории дизайна и философии стиля. Из приведенного перечня становится очевидно, что для полного понимания вопросов становления и развития индустрии спортивной обуви следует внимательно изучить все стороны данного явления и рассмотреть их под разным углом зрения. Данная работа – это первый опыт научного исследования по художественному проектированию спортивной обуви в междисциплинарном контексте, сконцентрированная на наиболее характерных тенденциях, отмеченных в развитии формообразования данного дизайнерского объекта.

Объект исследования – разнообразные виды спортивной обуви, их место в истории проектно-художественной культуры, а также тенденции развития данного дизайнерского изделия на современном этапе.

Предмет исследования – принципы, стратегии, методы и приёмы художественно-конструкторского формообразования, используемые при создании спортивной обуви.

Цель работы – создание научной базы, обосновывающей выбор основных направлений в развитии дизайна спортивной обуви, способствующей построению её типологии и определению дизайн-стратегий проектирования данного вида дизайн-продукции.

Задачи исследования:

1. Проследить генезис и развитие спортивной обуви в историко-культурном контексте XX века.
2. Проанализировать тенденции в дизайне спортивной обуви под углом зрения развития её функционально-эстетических решений.
3. Разработать теоретико-методическое обоснование для выбора стратегий художественного проектирования спортивной обуви в контексте современной проектной культуры.

Временные границы исследования

Первые исследования в этой области дизайна спортивной экипировки относятся к концу XIX века, когда на Западе стали использовать специальную обувь с резиновой подошвой. В последние десятилетия XIX века и в начале XX века производство данного продукта шло сдержанными темпами. Подлинная популярность спортивной обуви выпала на время социально-культурных изменений в повседневной и спортивной одежде, произошедших после Второй мировой войны. Следовательно, исследование охватывает диапазон с конца XIX века до завершения первого двадцатилетия XXI века.

Гипотеза исследования

В исследовании выдвинуто предположение, что со второй половины XX века, наряду с изменениями в стиле жизни и потребностях пользователей, заметно улучшается качество и возрастает количество производимой промышленным способом спортивной обуви. В свою очередь, данная тенденция привела в дизайне к развитию новых процессов, позволивших расширить ассортимент спортивной обуви и придать ей позитивные отличия в конструкции, стилистике, функциональности и т.д. В работе делается допущение, что эти процессы связаны с улучшением эргономических функций изделий, а также с удачными стилистическими инновациями. Творческие достижения ведущих дизайнеров современности, с одной стороны, и развитие индустриальных дизайн-стратегий основных производителей спортивной обуви, с другой, способствовали положительному изменению облика спортивной обуви. В исследование даётся прогноз, что в будущем синергетическое воздействие обоих факторов приведет к формированию новых талантливых дизайнерских произведений в этом виде художественного проектирования.

Методы исследования

Методологическую основу исследования составили: общетеоретический, мультифакторный, сравнительный, системно-исторический, эмпирико-эвристический, художественно-стилистический и образно-метафорический подходы. При анализе облика спортивной обуви использовался *морфологический метод*. Синхронно на этом этапе применялись *историко-хронологический*, *феноменологический*, и *типологический методы*, а также *метод визуального наблюдения*. *Искусствоведческий* и *стилистический методы* использовались в процессе анализа конкретных образцов спортивной обуви. Исследование опирается на научные определения семиотических особенностей спортивной обуви, на отбор, обобщение и оценку наиболее характерных примеров изделий. Сбор информации для определения характерных черт спортивных брендов реализовывался *методом случайного отбора*. При рассмотрении стилистических трендов спортивной обуви и определении её типологических особенностей использовались *индуктивный* и *дедуктивный методологические подходы*. Исследование стратегического позиционирования для каждого из ведущих спортивных брендов производилось *методом анализа силовых полей*. Применяемые при выявлении вероятных тенденций перспективного развития дизайна спортивной обуви *сценарный метод* и *метод векторного анализа* позволили гипотетически обрисовать облик будущих изделий.

Научная новизна исследования

Научная новизна данного исследования состоит:

- в определении спортивной обуви как объекта дизайнерского творчества в социокультурном плане и в междисциплинарном аспекте;
- в выявлении механизма формирования стилистики спортивной обуви как специфического вида интернациональной моды, проявляющегося во множестве артефактов;
- в анализе факторов, определяющих характер развития дизайна спортивной обуви в условиях жесткой конкурентной борьбы корпоративных стилей с учетом тенденций спортивной моды;
- в демонстрации значимости спорта в образе жизни современных потребителей как динамичного социального явления, способствующего созданию множества инновационных моделей спортивной обуви;
- в изучении спортивной обуви как символа молодежной культуры, неотъемлемого атрибута повседневной одежды и феномена спортивной моды, являющегося показателем уровня эстетических, технологических достижений и дизайнерского творчества;
- в создании типологии ведущих стратегий пластического формообразования и актуальных стилистических приёмов, используемых выдающимися мировыми дизайнерами в проектах спортивной обуви;
- в составлении уникальной картины, демонстрирующей единство фирменных и авторских методик стилизации, применяемых известными дизайнерами и мировыми брендами при совместной разработке спортивной обуви;
- в анализе фирменного позиционирования лидирующих брендов-производителей, осуществленном благодаря проведенной систематизации и типологизации стилистических разновидностей спортивной обуви.

Основные положения, выносимые на защиту:

1. Результаты научного анализа истоков происхождения и этапов эволюции спортивной обуви, проведенного в феноменологическом, социокультурном, технологическом, и художественно-стилистическом контекстах;
2. Итоги теоретической оценки положительного влияния молодежных субкультур на трансформацию облика спортивной обуви;
3. Систематизация и типологизация стилевых тенденций, отмеченных в дизайне спортивной обуви, выполненная на основе образно-метафорического подхода по различным параметрам (характеры, приемы, типы) и с помощью разноплановых методик (авторской и фирменной) стилизации;
4. Теоретико-методическое обоснование выбора дизайн-стратегий в проектировании спортивной обуви на основе позиционирования спортивных брендов;
5. Результаты применения научно-обоснованной методики прогнозирования и классификации перспективных направлений в дизайне спортивной обуви, ориентированных на различные потребительские сегменты.

Практическая значимость исследования состоит:

- в расширении границ научного знания, затрагивающего совершенствование форм репрезентации спортивной моды, особенно в области спортивной обуви, касающегося способов повышения её конкурентоспособности, обеспечивающего надежное прогнозирование основных тенденций стилистического развития данной группы изделий;
- в возможности получения результатов исследования, пригодных для использования в повседневной практике проектирования и производства спортивной обуви;
- в методе оптимизации процесса разработки дизайн-концепций, используемых при создании новаторских образцов спортивной обуви и способных вывести данный вид изделий на высокий инновационный уровень;
- в использовании материалов данного исследования в научной и образовательной деятельности, а также при создании учебных пособий, методической литературы, учебных

программ по истории моды, брендингу спортивной обуви и современному предметному дизайну, а также для спецкурсов, ориентированных на подготовку и переподготовку проектировщиков, стилистов и дизайнеров обуви и одежды;

– в уникальном способе ознакомления специалистов разных областей, в т.ч. искусствоведов, философов, культурологов, экономистов, дизайн-проектировщиков и предпринимателей с наследием в области дизайна спортивной обуви, а также в методе прогнозирования и стимулирования интереса к общетеоретическим и научно-практическим изысканиям в сфере современной материальной культуры.

Достоверность результатов исследования

Научная достоверность результатов исследования подтверждается опорой на фундаментальные научные работы, методологической обоснованностью и выверенным подходом к изучению выбранного объекта, широким охватом эмпирического материала, разносторонним апробированием результатов работы на научных конференциях, публикациях в специализированных журналах и на учебных лекциях и практических занятиях со студентами вузов.

Апробация и внедрение результатов исследования

Основные положения исследования и результаты работы обсуждались на научных конференциях и на заседаниях кафедры «Дизайн среды» РГУ им. А.Н. Косыгина, на IV Научном форуме дизайнеров (г. Москва, 2013); на VI Научной конференции иранских студентов, обучающихся в РФ (г. Москва, 2013); на XI Международной конференции «Ассоциации Глобальных Исследований» (г. Манчестер, Великобритания, 2012). Также результаты исследования были использованы в учебном процессе кафедры «Промышленный дизайн» Семнанского государственного университета (Иран, г. Семнан) в качестве учебно-методических материалов по дисциплинам: «История дизайна», «Теоретические основы дизайна», «Дизайн-проектирование промышленных изделий», разработанных под руководством и при участии М.Х. Могоддаси в 2014-2018 годах.

Основные положения диссертационной работы опубликованы в 12 печатных работах, 6 из которых – в реферируемых изданиях ВАК РФ.

Структура и объем диссертационной работы

Диссертационная работа изложена на 256 страницах машинописного текста, состоит из введения, трёх глав, выводов по главам, общих выводов по диссертации, библиографии и приложений.

Работа содержит 5 таблицы и 49 рисунков. Библиография включает 179 наименований на русском и иностранных языках.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обоснована актуальность темы, обозначены цели и задачи исследования, отражены научная новизна, теоретическая и практическая значимость работы.

В главе I «Генезис спортивной обуви в историко-культурном контексте XX века» проведён анализ основных направлений и факторов развития спортивной обуви в XX веке.

В параграфе 1.1. «Спортивная обувь: понятия и типы» рассматриваются виды спортивной обуви и базовые термины данного дизайн-продукта, создается их общая типология, а также выделяется основной тип, рассматриваемый в настоящем исследовании.

Спортивная обувь — это общее понятие, относящееся к широкому спектру изделий. По функциональности спортивная обувь характеризуется двумя основными показателями: первый – это обувь, предназначенная для занятий спортом и профессиональной деятельности; второй – это обувь спортивного стиля, предназначенная для повседневных занятий или активного отдыха, используемая любителями для физкультуры, тренировок, фитнеса и т.п.

С целью оценки влияния спортивных требований на внешний вид изделий были собраны и классифицированы различные модели спортивной обуви, предназначенные для особых видов спорта, а также была создана типология спортивной обуви. По внешним признакам сформировались семь групп различных видов спортивной обуви. Было

установлено, что две группы по сравнению с другими видами обладают наибольшей адаптивностью к требованиям, связанным с повседневной деятельностью.

«Сникеры» или т.н. «кроссовки» как общие термины для обозначения непрофессиональных и повседневных видов спортивной обуви могут использоваться для обеих групп, а сами по себе термины свидетельствуют о популярности и широком употреблении данного вида продукции. Этот подход практически совпадает с концепцией, являвшейся предметом научного содержания работы.

В параграфе **1.2. «Спортивная мода начала XX века, возникновение обуви для спорта и отдыха»** изучается спортивная мода начала XX века и анализируется ее взаимосвязь с современной обувью для спорта и активного отдыха.

В начале XX века дизайн и качество, обретенные спортивной обувью благодаря её использованию в спортивных соревнованиях, трансформировались в общедоступную моду на изделия данного типа. При этом спортивная обувь начала пониматься как один из модных элементов современного костюма, и такое понимание сохранилось до наших дней.

Развитие спортивной обуви в этот период находилось в зависимости от того, какие виды спорта были особенно популярны у широких слоёв потребителей. В буржуазных условиях, в сочетании с бессистемным развитием предприятий занятия спортом олицетворяли моральные ценности, состоявшие в концепции «респектабельности» викторианской эпохи⁵. Первые виды спорта, культивируемые в начале XX века, вызвали среди состоятельных потребителей потребность в производстве собственно спортивной обуви для тенниса и гольфа. В дальнейшем, с появлением баскетбола, необходимой спортивной экипировкой для представителей среднего класса стали «сникеры».

На методы производства, разнообразие моделей и облик спортивной обуви в XX веке большое влияние оказало развитие резиновой промышленности, поскольку вначале крупнейшие резиновые компании производили сникеры, отличительной чертой которых стала литая резиновая подошва.

В параграфе **1.3. «Развитие спортивной обуви под влиянием популяризации физической культуры в XX веке»** рассматривается феномен популярности физического воспитания и оценивается его влияние на востребованность спортивной обуви, сопоставляются истоки двух выдающихся производственных парадигм (немецкой и американской).

Развитие массового спорта и популярность активного отдыха среди населения развитых государств стали наиболее важными социокультурными факторами увеличения спроса на спортивную обувь в XX столетии. Кроме того, эта тенденция побудила ведущие спортивные бренды сосредоточиться на таких аспектах развития отрасли, как расширение ассортимента спортивной обуви, повышение ее привлекательности, увеличение ее производства и снижение производственных затрат.

Рост профессионализма в спорте повысил спрос на разработку функциональных параметров кроссовок на международных соревнованиях. Соответственно, крупные производители спортивной обуви сконцентрировались на конкуренции в таких областях, как повышение производительности, снижение веса обуви, улучшение амортизации подошвы, использование новых материалов и разработка оригинальных конструкций изделий.

Немецкая производственная парадигма диктовала необходимость создания спортивной обуви для хорошей физической подготовки населения, которое могло быть вовлечено в будущий военный конфликт⁶, то есть позиционировалась адресация спортивной обуви тем, кто хочет быть сильным и здоровым. В послевоенный период произошли изменения:

⁵ Lowerson J. Sport and the English middle classes, 1870-1914. Manchester: Manchester University Press, 1993. P. 259-265.

⁶ Orwell G., Packer G. Facing unpleasant facts: narrative essays (1st Mariner Books ed.). Boston: Mariner Books, 2009. P. 193-197.

концепция «спорт для всех» расширила рамки популярности спортивной обуви у населения. Американская производственная стратегия состояла в поддержке популярности спортивной обуви за счёт пропаганды американского образа жизни, за счёт того, что спортивные костюмы и обувь носили блистательные звёзды Голливуда⁷. Провозглашалась идея, что спортивная обувь предназначена для всех, кто стремится быть успешным.

В параграфе **1.4. «Роль современных молодежных субкультур в развитии стилистики спортивной обуви»** обсуждается влияние молодежных субкультур последних десятилетий XX века на рост популярности спортивной обуви, рассматривается воздействие субкультур «хип-хоп» и «скейтбординг» на рост повседневного использования сникеров.

На развитие спортивной обуви во второй половине XX века повлияло использование спортивной одежды в гардеробе представителей современных молодежных субкультур. Скейтбординг и хип-хоп сыграли более заметную роль, чем другие молодежные субкультуры, в росте популярности кроссовок среди юных потребителей. В частности, скейтбординг оказал сильное воздействие на дизайнерские тенденции в проектировании спортивной обуви, начиная с 1960-х вплоть до середины 1980-х годов⁸, а стиль одежды и обуви хип-хопа с его виртуозностью, изобретательностью, неожиданностью остаётся объектом для подражания и у современных представителей поп-культуры. Это связано с тем, что функциональные потребности, соответствующие физической активности родственных субкультур, были целиком удовлетворены модной спортивной обувью.

К концу XX века обувь спортивного типа стала неотъемлемым элементом повседневной одежды. Сотрудничество звёзд спорта (таких как олимпийские чемпионы и обладатели кубков мира), популярных исполнителей и медиа-персон (таких как хип-хоп-исполнители) с крупными компаниями-производителями для продвижения новых моделей обуви позволило кроссовкам завоевать любительский рынок. Это обстоятельство оказало значительное влияние на структуру потребления спортивной обуви и возросшую популярность спортивного стиля в повседневном костюме. Более того, в последнее время сникеры выступают в качестве элемента подиумных коллекций, созданных рядом ведущих стилистов. В условиях жесткой конкуренции производители спортивной одежды инвестировали в создание ряда кинофильмов для косвенной рекламы некоторых новых линий продукции.

Процесс формирования и эволюции облика спортивной обуви находится в прямой зависимости от ряда социальных, экономических, культурных и технологических событий XX столетия. В связи с этим спортивную обувь можно рассматривать как яркий пример современного артефакта.

С историко-культурной точки зрения можно выделить три основных этапа, характеризующих потребление спортивной обуви: 1) появление нового типа обуви как современного явления, возникшего одновременно с созданием одежды для спорта и отдыха, часто используемой состоятельными клиентами; 2) превращение спортивной обуви в утилитарный атрибут, созданный для профессионального спорта с целью победы на ответственных соревнованиях. Она впервые используется в баскетболе и футболе, а через некоторое время появляется и в других видах спорта; 3) приобретение кроссовками популярности и превращение их в повседневное изделие, чаще используемое в массовом любительском спорте (особенно беге и фитнесе), чем в профессиональной среде. Одновременно с возникновением молодежных субкультур (особенно хип-хопа и скейтбординга) сникеры становятся неотъемлемым элементом повседневной одежды.

В главе II «Тенденции в дизайне спортивной обуви. Функционально-эстетические решения» был осуществлен анализ дизайнерских тенденций, отмеченных в функционально-эстетических решениях спортивной обуви.

⁷ Pereira S. Trainers. Oxford: Fitway, 2004. P. 39.

⁸ Brooke M. The concrete wave: the history of skateboarding. Toronto: Warwick Pub, 1999. P. 17-74.

В параграфе **2.1. «Функционально-эстетическое единство в дизайне спортивной обуви»** изучается функционально-эстетическое единство, достижение которого является ключевым требованием в процессе разработки спортивной обуви.

Привлекательный внешний вид продукции является одним из важнейших рыночных факторов, способствующих популярности ведущих брендов, поэтому известные дизайнеры своим творчеством последовательно формируют товарные предпочтения потребителей, особенно в молодежной среде. Производители спортивной обуви, применяя чисто спортивно-технические показатели, используя лучшие технологии, параллельно обращают пристальное внимание на имидж изделий, выбирая для тиражирования лучшие модели.

Дизайн спортивной обуви сегодня стал настолько актуален, что разработчики стремятся чутко улавливать разнообразные запросы современного потребителя. Разброс этих требований обуславливаются различием мнений о художественно-эстетических характеристиках обуви, а также указывает на неоднозначное понимание пользователями взаимосвязи формы и функции в изделиях данной группы.

Эстетическая ценность дизайнерского произведения классифицируется как «особое значение объекта, возникающее в процессе контакта с ним человека в ситуации эстетического восприятия и переживания, носит объективный характер, но лишь в той мере, в какой эстетическая оценка объекта совпадает с общепринятыми эстетическими нормами»⁹. Показатели свойств спортивной обуви соединяются в уникальную систему, где функция соответствует форме, а форма обеспечивает функцию. Существование спортивной обуви как прикладного объекта является причиной того, что ее функции определяют в диалектической взаимосвязи стилистику, конструкцию и характер декоративных элементов изделий.

В параграфе **2.2. «Эволюция функциональных инноваций и эрго-дизайна спортивной обуви»** центральной задачей исследования становится наглядная демонстрация инноваций в эргодизайне спортивной обуви.

Сущность эргодизайна спортивной обуви может пониматься двояко: с позиции эмоционально-эргономических требований и с позиции инновационных технологий. Эти области взаимосвязаны, так как в широком понимании дизайн спортивной обуви, с одной стороны, реализуется через современные технологии как естественный результат научно-технической, исследовательской деятельности, а с другой стороны, всегда осуществляется при учете функциональных требований к изделиям. К примеру, инновации в материаловедении, в производственных процессах, в социально-экономических отношениях и в образе жизни людей становятся более важными детерминантами современных направлений в эргодизайне спортивной обуви¹⁰.

Использование целенаправленной проектной деятельности позволяет рассматривать спортивную обувь в качестве сбалансированной системы, где все элементы подчиняются дизайн-концепции, функциям и социальной роли объекта.

Существуют определённые виды технических инноваций (цифровизация, внедрение систем «умная обувь» и программы «компьютерный тренер»), которые влияют на развитие функционально-эргономических аспектов в дизайне спортивной обуви.

Художественный уровень объемно-пространственной структуры спортивной обуви складывается из ряда существенных композиционных свойств, главные из которых – целостность и пропорциональная упорядоченность. Слагаемые эстетических качеств спортивной обуви во многом определяются совершенством функциональных характеристик и балансом факторов системы «обувь – человек – среда».

⁹ Азрикан Д.А., Антонов Р.О. Основные термины дизайна. Краткий справочник-словарь. М: ВНИИТЭ, 1988. С. 51.

¹⁰ Shorten M. Biomechanically driven developments in sports shoe technology: the example of tuned air. Paper presented at the Proceedings of the 4th Symposium on Footwear Biomechanics, Canmore, Canada, 1999.

Эволюция спортивной обуви происходила в три этапа, соответствующих трём технологическим поколениям: 1) 1917–1970-е гг. – «примитивные сникеры»; 2) 1970–2000-е гг. – «спортивный бум»; 3) с 2000 г. по настоящее время – «умные кроссовки».

Инновации чаще всего направлены на совершенствование эргономических показателей обуви при движении спортсмена: большинство проектных решений предназначено для выполнения двух основных функций – амортизации подошвы и подгонки изделия по стопе. Смена технологий и повышение эргономических качеств изделий являются важнейшими факторами, оказывающими существенное влияние на развитие и совершенствование морфологии спортивной обуви.

Анализ эволюции спортивной обуви позволяет прогнозировать развитие инноваций в эргодизайне будущего поколения спортивной обуви по следующим векторам:

– будущее поколение спортивной обуви будет связано с учётом влияния эмоциональных факторов комфорта наряду с биомеханическими и физиологическими аспектами;

– компании, производящие спортивную обувь, сосредоточатся на повышении качества поддержки и улучшении стабильного положения стопы, на оптимизации уровня воздухопроницаемости материалов. При этом будут использоваться интеллектуальные средства, наноструктуры, а также синтетические ткани, учитывающие требования экодизайна;

– устройство «виртуальный тренер», работающее на основе микроэлектроники, ускорит внедрение системы «носимый компьютер», связанной с социально-информационными сетями; этот параметр будет считаться важной составляющей конкурентоспособности производителей спортивной обуви;

– тенденция массовой консьюмеризации спортивной обуви поддерживается стремлением эргодизайна к выработке наиболее персонализированных эргохарактеристик и направлена на прямую адаптацию обуви к разнообразным потребностям спортсменов, специализирующихся в различных видах спорта.

В главе III «Теоретико-методическое обоснование тенденций дизайна спортивной обуви» предпринята попытка периодизации доминирующих стилистических парадигм, сменявшихся в дизайне спортивной обуви, а также были выявлены мегатренды, охватившие массовое производство данной продукции.

В параграфе 3.1. «Художественно-стилистические особенности спортивной обуви (макротенденции)» изучается влияние современных дизайнерских парадигм на формирование художественно-стилистических направлений в разработке спортивной обуви.

Стилистические позиции художников и критиков, занимающихся историей и теорией дизайна, составляют три группы: «хронологическую» (в соответствии с временной последовательностью), «парадигматическую» (в зависимости от таких парадигм, как классицизм, модернизм, постмодернизм, индустриализм, постиндустриализм и т.д.) и «смешанную». «Смешанная» группа обладает наиболее оптимальной методической основой для изучения тенденций, господствующих в дизайне спортивной обуви.

Выделяются три этапа (три парадигмы), определяющие развитие современного художественного проектирования: «Модернизм», «От модернизма к постмодернизму», «Постмодернизм». В стилистике спортивной обуви выделяются два отдельных параметра:

- Спортивная обувь *классического типа*, сформировавшаяся под влиянием мегатрендов первого и второго этапов.

- Спортивная обувь *актуального типа*, сложившаяся под влиянием мегатрендов третьего этапа.

В параграфе 3.2. «Построение типологии спортивной обуви (образно-метафорический подход)» представлена стилистическая типология изделий, которая облегчает прогнозирование дизайнерских стратегий при проектировании спортивной обуви.

На основе образно-метафорического подхода, использованного при методическом анализе дизайна спортивной обуви, выделяются три стилистических приема:

«Ностальгический», «Технологичный» и «Органический». Кроме того, существуют пять стилистических типов: «Ретро» и «Поп» (в рамках ностальгического приёма), «Техно» и «Футуро» (как проявления технологического приёма) и «Био» (соответствующий органическому приёму).

В параграфе 3.3. **«Актуальные дизайн-стратегии спортивной обуви. Айдентика ведущих брендов и стилистическое разнообразие в произведениях ведущих дизайнеров»** рассматривается процесс формирования дизайн-стратегии спортивной обуви как с точки зрения стилевого разнообразия, так и под углом исследования различных методов формирования идентичности продукции, используемых ведущими брендами.

Дизайн-стратегия представляет собой долгосрочный план, сконцентрированный на развитии проектов и на технологиях их продвижения для достижения коммерческих целей¹¹. Дизайн-стратегия играет роль управляющего механизма в организации проектной деятельности и охватывает не только процесс создания самого изделия, но и все экономические и технологические компоненты, связанные с этой процедурой. Имидж идентичности в дизайне является интерфейсом, расположенным между дизайн-стратегией и стилизацией.

Ведущие бренды спортивной обуви обеспечивают стилевую идентичность одновременно двумя способами: с помощью разработки «фирменного стиля» (подход, выражающий аспекты идентичности бренда и ограниченный рамками корпоративных ценностей) и через использование «авторского стиля» (подход, формирующийся на основе дизайнерского творчества и заключающийся в уникальном творческом методе автора).

Для изучения «фирменного стиля» были рассмотрены бренды компаний Nike, Adidas, Puma, Reebok и Converse. В них отчетливо прослеживается тесная связь между визуальными ценностями фирменного стиля, смыслами, заключенными в рекламных носителях, и индивидуальными особенностями бренда. Это подтверждает, что одной из причин признания данных брендов ведущими на рынке спортивной обуви является успешная реализация ими практических и коммерческих задач.

Для определения ценностей «авторского стиля», который представлен творчеством ведущих дизайнеров, сотрудничающих с основными брендами спортивной обуви, в сопоставлении с типологией стилей были выделены идейно-философские и стилистико-визуальные особенности, преобладающие в эталонных образцах изделий. Поиск дизайнером стилистической идентичности является базовой процедурой, обеспечивающей оригинальный облик продукта. В последние годы проектировщики стремятся к идентичности разрабатываемых брендов, абстрагируясь от трендов других производителей¹².

Дизайнер выступает как медиатор образа идентичности в проектной культуре. В социокультурном контексте смысл этой характеристики состоит в признании проектировщика «дизайн-медиумом, благодаря которому материализуются и реализуются социальные и коммерческие явления»¹³.

В параграфе 3.4. **«Становление дизайн-стратегий в проектировании спортивной обуви. Прогнозирование перспектив развития данной области»** предпринята попытка спрогнозировать перспективы развития дизайна спортивной обуви.

Дизайнерские тенденции, отмеченные в изделиях каждого из ведущих брендов спортивной обуви, могут быть сведены в единую систему, основанную на научной методологии и отображающую область деятельности каждого бренда. Проводя анализ позиционирования ведущих спортивных брендов с помощью определения *силовых полей*¹⁴, в

¹¹ Kolko J. Well-Designed: How to Use Empathy to Create Products People Love. Harvard: Business Press, 2014. P. 14.

¹² Magner E. (2008). The Death Of Trends: Part I. Retrieved from <http://jcreport.com/the-death-of-trends-part-i/>.

¹³ Shove E. The design of everyday life. Oxford: Berg, 2007. P. 122.

¹⁴ Анализ силовых полей (англ.: Force-field analysis) — инструмент для определения методов изменения той или иной ситуации в теории менеджмента (Wikipedia).

рамках выбранной квадрупольной схемы можно понять роль индивидуальных дизайнерских концепций. Используя этот подход в данном исследовании, удалось позиционировать стратегические характеристики ведущих брендов спортивной обуви, проявившиеся в условиях конкуренции (рисунок 1). В любой части поля, между дизайнерской позицией, соответствующими брендами и характеристиками изделий устанавливается многообразное взаимодействие.

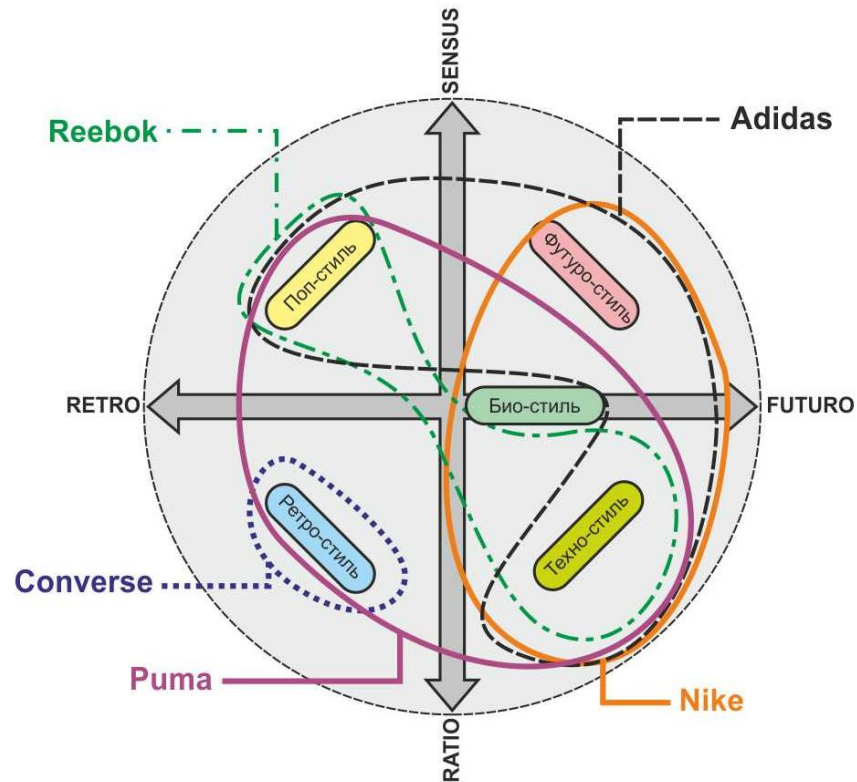


Рисунок 1 – Позиционирование дизайнерско-стилистического подхода и айдентики ведущих брендов – лидеров рынка спортивной обуви.¹⁵

На основе модельного разнообразия образцов дизайна, отвечающего возможностям рынка кроссовок, выделяются две основные модели, характеризующие дизайнерские стратегии ведущих брендов: «Включающая» и «Эксклюзивная».

Модель дизайн-стратегии «Включающая» соответствует запросам различных потребительских групп, использующих спортивную обувь. Данная модель следует за уровнем конкурентоспособности в области дизайна через совершенствование художественной составляющей. Поэтому данная дизайн-стратегия привлекает внимание спортивных брендов.

Модель дизайн-стратегии «Эксклюзивная» рассматривается как противоположная концепции дизайн-стратегии «Включающая», с ее помощью конкуренция на рынке осуществляется за счет акцентирования только одной из дизайнерских позиций. Бренды, обычно использующие «Эксклюзивную» стратегию, связывают идентичность и репутацию своего бренда со своей основной специализацией и прошлым производственным опытом.

В итоге осуществлена попытка прогноза перспективных мегатрендов, способных повлиять на дизайн спортивной обуви в будущем. Обобщая результаты данной части исследования, можно констатировать, что основные мегатренды проявляются в следующих показателях:

¹⁵ Репродукция схемы, выполненной по методике квадрупольного анализа Коськовым М.А. (Коськов М.А. Предметный мир культуры — СПб.: СПб ГУ, 2004. С. 320.)

- снижение использования углеводов в производстве спортивной обуви и одежды и разработка природных и экологически чистых нанополимеров;
- развитие тяги к минималистическим ценностям за счет большей экономии материала, снижения веса и упрощения конструкции спортивной обуви;
- привлечение внимания к возобновляемым материалам и энергоресурсам, используемым в производстве спортивной обуви для компенсации последствий глобального потепления;
- повышение конкурентоспособности мировых брендов за счёт укрепления социальной ответственности перед потребителями спортивной обуви (например, высокие показатели по безопасности, здоровью и гигиене);
- значительное сокращение жизненного цикла спортивной обуви за счет сокращения периода технологических изменений, повышения качества изделий и учёта возросших требований пользователей спортивной обуви;
- стремление потребителей спортивной обуви к индивидуальному выбору дизайна изделий через решение уникальных стилистических задач;
- разработка подходов к модульному дизайну спортивной обуви для совершенствования гибкости и повышения уровня модификации изделий, а также для увеличения количества заменяемых компонентов;
- повышение внимания дизайнеров, производителей и потребителей к DIY-решениям, используемым в процессах дизайн-проектирования, производства и сервиса продукции;
- большая персонализация и кастомизация спортивной обуви как с технико-функциональной, так и эмоционально-эстетической точки зрения;
- разработка технологий индивидуального производства для увеличения числа персональных заказов, разработанных с учетом антропометрии потребителя и с расширением возможности выбора эксклюзивных материалов и конструкций (например, использование 3D-принтеров, производящих различные компоненты обуви из специальных материалов);
- уделение особого внимания невизуальным аспектам, обеспечивающим эстетические функции спортивной обуви (например, запахам, звукам и тактильным ощущениям), а также придание значения визуально-динамическим характеристикам для углубления эмоциональной связи с потребителями спортивной обуви;
- повышение интеллектуального уровня спортивной обуви за счет интеграции различных сетевых возможностей и применения цифровых гаджетов (таких как мониторинг состояния здоровья, управление фитнесом, использование средств безопасности и борьбы с терроризмом, составление отчетов по локации через геоинформационные системы (GIS), предсказание прогнозов погоды, разработка решений для интернета вещей (IoT), подключение к социальным сетям, специализирующимся на спорте, бизнесе, сервисе и т.д.), подключение к другим технологиям смарт-вивера, а также адаптация к различным системам беспроводной связи (например, Bluetooth, WiFi, WiMax, 5G и т.д.);
- расширение партнерства с малым и средним бизнесом, а также со стартапами и глобальными корпорациями для расширения разнообразия суббрендов в области производства спортивных товаров и для создания новых гибридных изделий, расширяющих охват различных сегментов рынка спортивной одежды и обуви;
- разработка стратегий локального ко-брендинга через признание этноцентрических культур и эстетических вкусов и их воплощение в фольк-дизайне спортивной обуви с целью расширения влияния мировых брендов на уникальную айдентику различных социальных групп, проживающих в периферийных и малонаселенных регионах;
- уделение большего внимания эмоционально-художественным ценностям, содержащимся в оригинальных местных артефактах (фольклор), с целью привязки новых дизайнерских решений к известным художественным явлениям в глобальном, региональном и местном масштабе;

- изменение отношения дизайнеров обуви к авангардным и инновационным решениям через влияние функциональных элементов, содержащихся в других продуктах (например, использование трикотажной структуры в конструкции обуви; стереотипирование механизмов подвески (магнитной, гидравлической, пневматической и т.д.) для совершенствования амортизации обуви в пяточной и носочной частях;

- использование средств искусственного интеллекта (ИИ) и светотехники для развития коммуникационных связей спортивной обуви.

Определив соответствие предмета данного исследования – спортивной обуви, с предложенной теоретической моделью, можно распределить тенденции развития дизайна данной группы изделий по двум осям групп функций. Основа такого разделения состоит в биполярной сущности артефакта, построенной на взаимоотношениях между двумя факторами:–формой и функцией. В прогнозируемой перспективе позиционируется три основных сегмента потребителей: «профессиональный», «повседневный», «элегантный». В основу данного разделения заложена теоретическая гипотеза, опирающаяся на две функции спортивной обуви: «инструментальную» и «эмоциональную» (рисунок 2).

Предсказаны три фундаментальные (доминирующие) тенденции развития спортивной обуви в будущем:

Направление А – связь развития обуви с большим профессиональным спортом, основные цели которого заключаются в обеспечении обувью высокого уровня функциональности, производительности, структурной устойчивости, применении инновационных технологий и новых материалов. Ценности, доминирующие в разработке изделия, принадлежащего данному направлению, весьма рациональны и утилитарны.

Направление Б – сбалансированное развитие спортивной обуви, ориентация на запросы повседневного сегмента пользователей. Это направление соответствует различным группам потребителей обуви, которая может быть предназначена для массового и непрофессионального спорта, для спортивного образа жизни, для повседневной носки. Это главный сегмент потребительского рынка как сегодня, так и в будущем, поскольку он связан с наиболее широким кругом потребителей спортивной обуви.

Предсказаны три фундаментальные (доминирующие) тенденции развития спортивной обуви в будущем:

Направление А – связь развития обуви с большим профессиональным спортом, основные цели которого заключаются в обеспечении обувью высокого уровня функциональности, производительности, структурной устойчивости, применении инновационных технологий и новых материалов. Ценности, доминирующие в разработке изделия, принадлежащего данному направлению, весьма рациональны и утилитарны.

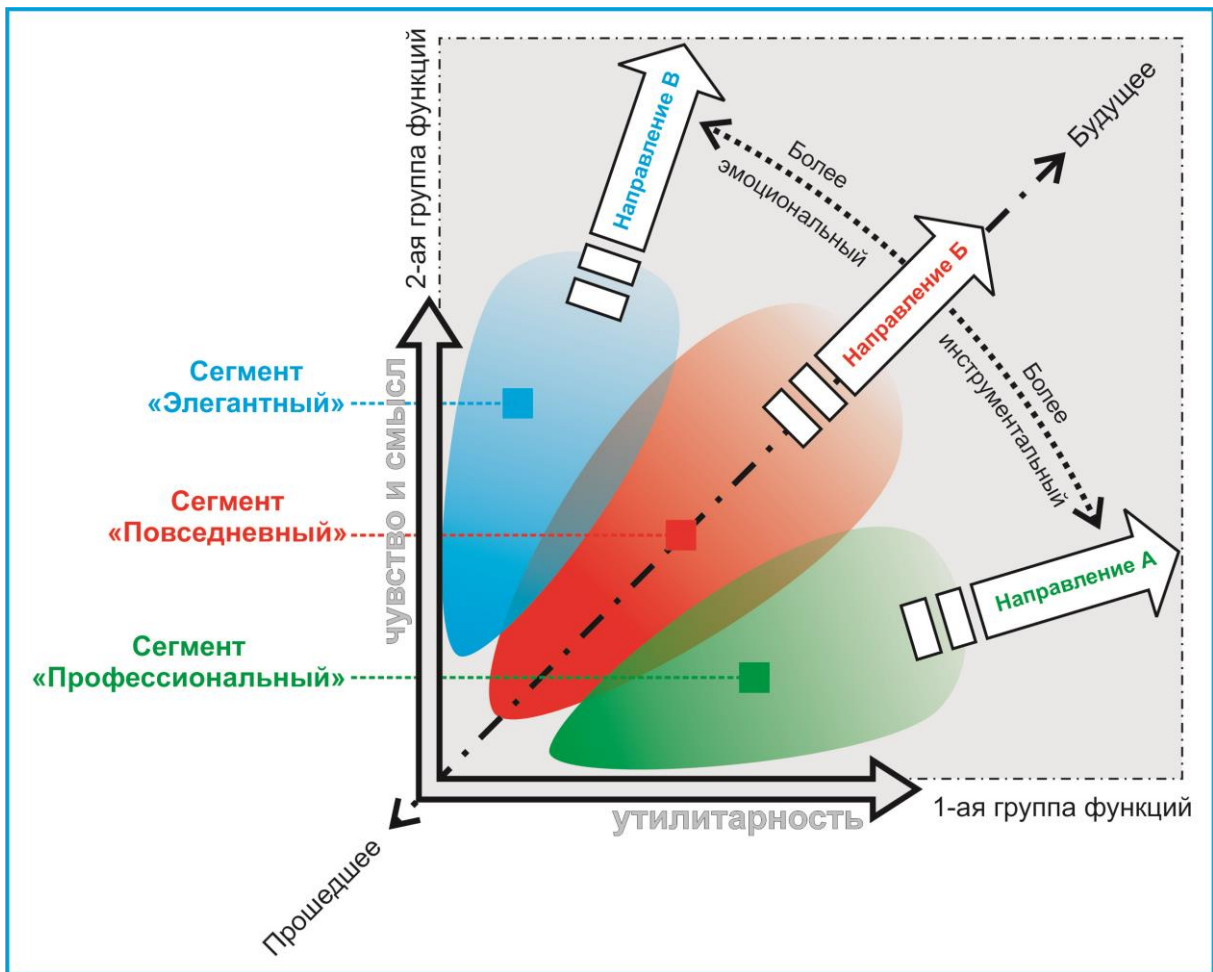


Рисунок 2 – Прогноз основных направлений в развитии дизайна спортивной обуви на основе анализа потребительских сегментов.

Направление Б – сбалансированное развитие спортивной обуви, ориентация на запросы повседневного сегмента пользователей. Это направление соответствует различным группам потребителей обуви, которая может быть предназначена для массового и непрофессионального спорта, для спортивного образа жизни, для повседневной носки. Это главный сегмент потребительского рынка как сегодня, так и в будущем, поскольку он связан с наиболее широким кругом потребителей спортивной обуви.

Направление В – разработка спортивной обуви, которая, без преувеличения, является более художественным объектом, чем утилитарным. Наиболее соответствующими группами пользователей, нацеленными на данный сегмент, являются фэшн-звезды, художники, стилисты, танцоры, вокалисты, исполнители популярной музыки, а также сникер-хеды.

В общих выводах подводятся итоги работы, формулируются основные результаты исследования и намечаются его перспективы.

Спортивная обувь представляет собой многофункциональный и многоаспектный объект, развивающийся в контексте современной проектной культуры. Со второй половины XX века спортивная обувь выполняет различные культурно-потребительские роли в процессе социальной трансформации современного общества, занимает уникальное место в ходе научно-технического прогресса, являясь драйвером дизайнерских новшеств в ряду других элементов современного гардероба.

Существует значимая взаимосвязь между методами идентификации ведущих брендов спортивной обуви (лидеров рынка) и стилевыми тенденциями ведущих дизайнеров, что

позволяет охарактеризовать специфические ориентации и индивидуальные направления каждого бренда с точки зрения собственной дизайн-стратегии.

Дизайн-стратегии, используемые ведущими производителями спортивной обуви, показывают, что большинство микротенденций тесно связано с краткосрочными стилистическими предпочтениями пользователей. Разнообразие стилистических подходов реализуются посредством цепочки «концептуализация – воплощение – материализация» с упором на сотрудничество ведущих дизайнеров как основной творческой составляющей процесса проектирования.

Данное исследование подтвердило основную рабочую гипотезу о том, что дизайн современной спортивной обуви постоянно изменяется и находится в состоянии непрерывного и ускоряющегося развития. Непрерывающийся процесс дизайн-проектирования практически является функцией различных мегатрендов, отражающихся в облике новых изделий. Этот эволюционный процесс заметно отличается уровнем дизайнерских ценностей и качеством инновационных разработок. Таким образом, по отношению к основным характеристикам современной материальной культуры спортивная обувь является одним из наиболее комплексных объектов дизайна. Этот вид дизайн-продуктов может использоваться как аналог при разработке новых художественно-конструкторских проектов, должен изучаться в качестве практического примера при анализе социальных аспектов образа жизни, применяться при составлении дизайнерских стратегий и быть полезным в поиске приемов стилизации облика других товаров массового потребления.

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ И ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ РАБОТЫ

1. Настоящая диссертация позволила создать научную базу для ряда исследований, посвященных закономерностям художественно-проектного формообразования спортивной обуви, а также расширила область изучения тенденций совершенствования данного вида дизайн-продукции. Спортивная обувь рассматривалась как многофункциональный и многоаспектный объект, развивающийся в контексте современной материальной культуры. Данная сфера со второй половины XX века выполняла различную культурно-просветительскую роль в процессе социальной трансформации современного общества. С другой стороны, спортивная обувь занимает уникальное место в ходе научно-технического прогресса, являясь драйвером дизайнерских новшеств в ряду других элементов современного гардероба. В основе методологии данного исследования лежит использование ретроспективных подходов, которые в конечном итоге завершаются прогнозированием перспектив развития изучаемого продукта. В ходе работы путем анализа эволюционных закономерностей были вскрыты неизвестные характеристики выявленного феномена: современная спортивная обувь сначала была изучена на макро-, а затем и на микроуровне. Вслед за этим футурологические прогнозы, ориентированные на предмет исследования, позволили выявить, проанализировать и представить наиболее вероятные сценарии развития дизайна обуви в будущем.

2. В результате глубоких искусствоведческих исследований были выявлены основные факторы, влияющие на формирование внешнего облика современной спортивной обуви. На основе результатов этих исследований были определены и представлены периоды эволюции дизайн-продукта, охарактеризованные с историко-культурной, феноменологической, утилитарно-технологической и художественно-стилистической точек зрения. Эти исследования позволили утверждать, что с момента появления спортивной обуви до настоящего времени три основных группы обстоятельств привели к фундаментальным изменениям в процессе разработки дизайна изделий: первая категория – это социокультурные факторы, определяющие ориентацию образа жизни потребителей и устанавливающие различные требования пользователей. Вторая категория – это конструктивно-технологические и утилитарные параметры дизайна изделий, влияние которых наглядно проявляется на разных этапах разработки эргономических свойств продукта. Третья категория – это факторы,

влияющие на художественно-стилистическую ориентацию и затрагивающие вопросы разнообразия стилистико-типологических приемов и способов идентификации продукта. В итоге было установлено, что сочетание всех факторов способствовало формированию различных типов стратегий дизайна спортивной обуви.

3. Применение разнообразных подходов в процессе диалектического анализа взаимодействия системы «форма-функция» в образцах спортивной обуви практически подтвердило наличие двусторонних связей между этими векторами. Таким образом, с одной стороны, было установлено наличие целенаправленной координации между функционально-эстетическими элементами различных концептуальных художественных моделей. С другой стороны, адаптация работ ведущих исследователей в области истории и теории дизайна к различным функциям обуви подтвердила, что изменение пропорций между основными функционально-эстетическими векторами развития спортивной обуви способствует разнообразию дизайнерских позиций, а также стимулирует эволюцию методов формообразования, влияющих на разнообразие дизайнерских стратегий.

4. Использование научных методов, в том числе «метода аналогий», позволило выявить и описать схему концептуальных ориентаций и построить основы дизайнерско-стилистической типологии спортивной обуви, формирующейся в рамках «образно-метафорического» подхода. Ведущие дизайн-критики считают, что в построении морфологии современной спортивной обуви стилистические методы и художественные типы можно соединить с помощью методов классификации и эмпирического исследования образцов и в дальнейшем представить в виде согласованной и документированной научной структуры. Данную структуру можно использовать в качестве наглядного материала в образовательной деятельности. Также практические результаты исследования могут быть реализованы в дизайн-проектировании в виде теоретико-методического материала.

5. На основе всестороннего анализа художественно-творческой деятельности были сопоставлены методы формообразования известных дизайнеров, сотрудничавших с ведущими брендами. Кроме того в единой методической структуре классификации и во взаимосвязи между техниками и методами стилистической идентификации были проанализированы наиболее известные творческие достижения проектировщиков. Также было доказано, что существует значимая взаимосвязь между методами идентификации ведущих брендов спортивной обуви (лидеров рынка) и стилистическими предпочтениями ведущих дизайнеров, что позволило охарактеризовать специфические ориентации и индивидуальные направления каждого бренда с точки зрения собственной дизайн-стратегии.

6. Для изучения динамики стилистических изменений спортивной обуви в данном исследовании использовались как макро, так и микро подходы. С одной стороны, историко-феноменологические исследования, признание эволюционных закономерностей и анализ мегарендов, влияющих на дизайн спортивной обуви, предоставили возможность для изучения макро ориентаций и холистических концепций, связанных с данной тематикой. А, с другой стороны, удалось показать, что типология стилистики спортивной обуви во многом зависит от микротенденций, формирующихся в ответ на различные запросы потребителей. Благодаря выявлению дизайн-стратегий, используемых ведущими производителями спортивной обуви, удалось доказать, что большинство микротенденций тесно связано с краткосрочными стилистическими предпочтениями пользователей. То есть, данные тренды интегрируются параллельно с разработкой собственных стратегий и фирменным стилем брендов, чем одновременно стимулируют стилистическое и морфологическое разнообразие дизайн-продуктов. Таким образом, обобщая результаты исследования, можно сделать вывод, что данные тенденции рассматриваются как своеобразные мосты, соединяющие пользователей с производителями. А разнообразие стилистических подходов реализуются посредством цепочки «концептуализация-воплощение-материализация» с упором на сотрудничество ведущих дизайнеров как творческой составляющей процесса проектирования.

7. Данное исследование подтвердило основную гипотезу о том, что дизайн современной спортивной обуви постоянно изменяется и находится в состоянии непрерывного и ускоряющегося развития. Этот непрекращающийся процесс дизайн-проектирования практически является функцией различных мегатрендов, отражающихся в облике новых изделий. Этот эволюционный процесс заметно отличается уровнем дизайнерских ценностей и качеством инновационных творений. Таким образом, по отношению к основным характеристикам современной материальной культуры спортивная обувь является одним из наиболее комплексных объектов дизайна. Этот вид дизайн-продуктов может использоваться как аналог при разработке новых художественно-конструкторских проектов, изучаться в качестве практического примера при анализе социальных аспектов образа жизни, применяться при составлении дизайнерских стратегий и быть полезным в поиске приемов стилизации других товаров массового потребления.

**Основные положения диссертации отражены
в следующих публикациях:**

Статьи в изданиях, рекомендованных ВАК при Минобрнауки России:

1. Могаддаси, М.Х. Влияние инновационных технологий на развитие эргодизайна спортивной обуви [Текст] / М.Х. Могаддаси, Ю.В. Назаров // Дизайн и технологии. – 2013. – № 37 (79). – С. 12-22.

2. Могаддаси, М.Х. Дизайн спортивной обуви как функционально-эстетический комплекс [Текст] / М.Х. Могаддаси, Ю.В. Назаров // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2014. – № 1 (39). – С. 154-157.

3. Могаддаси, М.Х. Построение типологии спортивной обуви (образно-метафорический подход) [Текст] / М.Х. Могаддаси, Ю.В. Назаров // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА. – 2021. – № 2-2. – С. 286-293.

4. Могаддаси, М.Х. Принципы формирования айдентики ведущих брендов спортивной обуви [Текст] / М.Х. Могаддаси, Ю.В. Назаров // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА. – 2021. – № 2-2. – С. 294-303.

5. Могаддаси, М.Х. Анализ стилистики в работах современных дизайнеров спортивной обуви [Текст] / М.Х. Могаддаси, Ю.В. Назаров // Дизайн и технологии. – 2021. – № 83 (125).

6. Могаддаси, М.Х. художественно-стилистические особенности спортивной обуви. Макротенденции. [Текст] / М.Х. Могаддаси, Ю.В. Назаров // Дизайн и технологии. – 2022. – № 89 (131). – С. 23-27.

Статьи в прочих изданиях:

7. Moghaddasi, M. Emblematic Sneakers: Participation of Sport, Fashion Design and Culture in Creating Contemporary Popular Icons [Text] // 11th International Conference of Global Studies Association: Abstracts' book of the conference, 5-7 July 2012. – Manchester: Manchester Metropolitan University (UK), 2012.

8. Могаддаси, М.Х. A contemporary look at sport shoe: collaboration of fashion designers and sport industries [Текст] / М.Х. Могаддаси, Ю.В. Назаров // Молодой ученый. – 2013. – № 11 (58). – С.798-800.

9. Могаддаси, М.Х. Дизайн современной спортивной обуви: к соединению функциональности и эстетичности [Текст] / М.Х. Могаддаси, Ю.В. Назаров // IV Научный форум дизайнеров (в рамках международной олимпиады дизайна): Сборник материалов конф., 9 апреля 2013. – М.: Союз дизайнеров, МГУДТ, 2013.

10. Moghaddasi, M.H. Design for the Third Millennium: A Review of High-tech Trends in the Development of Contemporary Sport Footwear [Text] / M.H. Moghaddasi, Y. Nazarov // 6th

scientific conference of the Iranian students in the Russian Federation: Abstracts' book of the conference, 2 March 2013. – Moscow: The Union of Islamic Student Associations in Europe, Russian State University of Humanities, 2013.

11. Могаддаси, М.Х. Влияние резиновой промышленности на формирование современного облика спортивной обуви (конец IX – начале XX веков) [Текст] / М.Х. Могаддаси // Гуманитарные научные исследования. – 2015. – № 4-1 (44). – С. 11-14.

12. Moghaddasi, M.H. Sports Shoe for Everyday Activities: The Transformation in Consumption Patterns of Sports Fashion in the Late Nineteenth and Early Twentieth Centuries [Text] M.H. Moghaddasi, A. Moghaddasi // Tercio Creciente. – 2022. – № 21. – P. 71-79.

МОГАДДАСИ МОХАММАДХОССЕЙН ХАССАН

**АКТУАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В РАЗВИТИИ ДИЗАЙНА
СПОРТИВНОЙ ОБУВИ**

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание
ученой степени кандидата искусствоведения
Специальность 17.00.06 – «Техническая эстетика и дизайн»

Бумага офсетная. Печать цифровая Усл.-печ. – 1,5 п. л.

Тираж 80 экз. Заказ № _____

Редакционно-издательский отдел ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 117997, г. Москва,
ул. Садовническая, д. 33, стр. 1.

Тел./факс: +7 495 9553304, e-mail: riomgudt@mail.ru.

Отпечатано в РИО ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина»