

РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМ. А.Н.КОСЫГИНА
(ТЕХНОЛОГИИ. ДИЗАЙН. ИСКУССТВО)



**ВСЕРОССИЙСКИЙ ФОРУМ
МОЛОДЫХ ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ
«Дизайн и искусство – стратегия
проектной культуры XXI века»
ДИСК - 2019**

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
ВСЕРОССИЙСКОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ
ЧАСТЬ 2

МОСКВА - 2019

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
им. А.Н. КОСЫГИНА
(ТЕХНОЛОГИИ. ДИЗАЙН. ИСКУССТВО)»**

**Всероссийский форум молодых исследователей
«Дизайн и искусство –
стратегия проектной культуры XXI века»**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
Всероссийской
научно-практической конференции
«ДИСК-2019»**

Часть 2

МОСКВА

УДК 378:001:891

ББК 74.58:72

В 85

В 85 Всероссийская научно-практическая конференция «ДИСК-2019»: сборник материалов Часть 2. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2019. – 300 с.

ISBN 978-5-87055-833-2

Сборник составлен по материалам Всероссийской научно-практической конференции «ДИСК-2019», состоявшейся 19-21 ноября 2019 г. в рамках Всероссийского форума молодых исследователей «Дизайн и искусство – стратегия проектной культуры XXI века» в Российском государственном университете им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), г. Москва.

Ответственность за аутентичность и точность цитат, имен, названий и иных сведений, а также за соблюдение законов об интеллектуальной собственности несут авторы публикуемых материалов. Материалы публикуются в авторской редакции.

УДК 378:001:891

ББК 74.58:72

Редакционная коллегия

Кашеев О.В., проректор по научной работе; Оленева О.С., доцент; Гуторова Н.В., начальник ОНИР; Рыбаулина И.В., заведующая кафедрой; Волкодаева И.Б., заведующая кафедрой.

Научное издание

ISBN 978-5-87055-832-2 © Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», 2019

© Коллектив авторов, 2019

СОДЕРЖАНИЕ

ЕГОРОВА Я.Е., ТРЕТЬЯКОВА С.В., АЛИБЕКОВА М.И. АКСЕССУАРЫ КОНСТРУКТИВИЗМА	10
ЕРОХИНА Е.А. ИСКУССТВО БАТИКА	13
ЕФАНОВА М.А., СТРИЖАК А.В. ФРОТТАЖИ МАКСА ЭРНСТА ...	16
ЖУРАВЛЁВА С.С., ЗАДВОРНАЯ С.Т. СТАНОВЛЕНИЕ ПРОМЫШЛЕННОГО ДИЗАЙНА И ЕГО ПУТИ РАЗВИТИЯ В НАШИ ДНИ	19
ЖУРАВЛЁВА С.С. ТВОРЧЕСТВО ЭКТОРА ГИМАРА	22
ЗАБОЛОТСКАЯ Д.А., КОВАЛЕВА О.В. РУЧНАЯ РАБОТА КАК ОСНОВА БИЗНЕС-МОДЕЛИ СОВРЕМЕННОГО МОДНОГО ПРОИЗВОДСТВА	25
ЗАБОРСКАЯ Е.А., ДОБРЯКОВА О.П. ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНАЯ ЭКЛЕКТИКА В СОВРЕМЕННОЙ МОДЕ.....	28
ЗАВЬЯЛОВА Е.К. ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОСТРАНСТВЕННОЙ СРЕДЫ КАМПУСА ВЫСШЕГО УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ	30
ЗАКИРОВА Л.С., ЧУЛКОВА Э.Н. ИНЖИНИРИНГ В ОБЛАСТИ РЕСУРСОСБЕРЕЖЕНИЯ НАТУРАЛЬНОГО МЕХА	33
ЗАХАРОВ Р.А. СПЕЦИФИКА СОВРЕМЕННЫХ ТЕНДЕНЦИЙ ДЕКОРАТИВНО-ПРИКЛАДНОГО ИСКУССТВА	36
ЗЕЛЕНОВА Ю.И., БЕЛГОРОДСКИЙ В.С., КОРОБЦЕВА Н.А. ПРИМЕНЕНИЕ КРУЖЕВНЫХ ПОЛОТЕН В КОЛЛЕКЦИЯХ ОДЕЖДЫ ИНКЛЮЗИВНОГО ДИЗАЙНА.....	39
ЗИЛЬБЕР А.С. ТЕГИ КАК СПОСОБ ЗАЯВИТЬ О СЕБЕ: ПРОШЛОЕ И СОВРЕМЕННОСТЬ	42
ИБРАГИМОВА А.А. ФЮМАЖ И ЕГО РАЗВИТИЕ В СЮРРЕАЛИЗМЕ.....	44
ИВАНОВА Д.К., КУЛИКОВА М.К. ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ РОСПИСИ ПО ДЕРЕВУ В СОВРЕМЕННОМ ДЕКОРАТИВНО- ПРИКЛАДНОМ ИСКУССТВЕ	47

ИВАЩИШИНА А.С., ГЕТМАНЦЕВА В.В. РАЗРАБОТКА МЕТОДИКИ РАСЧЕТА ПРИБАВКИ НА ПАКЕТ В ИЗДЕЛИЯХ СПЕЦИАЛЬНОГО НАЗНАЧЕНИЯ	50
ИЛЬИНСКАЯ Л.А., ГЕТМАНЦЕВА В.В. АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ АДДИТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СФЕРЕ МОДЫ.....	52
КАЗАРЕЗОВ А.А., ВАСИН Ф.В. СОЗДАНИЕ МОБИЛЬНОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРИЛОЖЕНИЯ КАК СПОСОБ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА.....	55
КАЛАШНИКОВА Д.В., ПЕТУШКОВА Г.И. ТЕНДЕНЦИИ АВАНГАРДА В СОВРЕМЕННОМ ДИЗАЙНЕ КОСТЮМА И АКСЕССУАРОВ	58
КАЛИСТРАТОВА К.С. ВЛИЯНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ СОВРЕМЕННОГО СОЦИУМА НА ФОРМИРОВАНИЕ СРЕДЫ ПУБЛИЧНЫХ ГОРОДСКИХ ПРОСТРАНСТВ	61
КАМАШЕВА А.Г., ФИРСОВА Ю.Ю. КОНСТРУКТИВИЗМ: ВЗГЛЯД ЧЕРЕЗ 100 ЛЕТ – СОВРЕМЕННО, СТИЛЬНО, ПЕРСПЕКТИВНО ...	64
КАПИТАНОВА А.Д., КОВТУН А.В. ЛЕНИНГРАДСКИЙ МЮЗИК-ХОЛЛ: ЕГО ВОЗНИКНОВЕНИЕ И ПЕРИОД РАБОТЫ М.С. ГОДЕНКО	67
КАРПОВА О.А., МЫСКОВА О.В. СОЗДАНИЕ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ КАФЕДРЫ ПРОМЫШЛЕННОГО ДИЗАЙНА	69
КАРТУЗОВА Е.Д., ФИРСОВА Ю.Ю., КОЛТАШОВА Л.Ю. ПОИСК ОБЪЕМНО-ПРОСТРАНСТВЕННОЙ СТРУКТУРЫ КОСТЮМА НА ОСНОВЕ БУРЯТСКИХ ОРНАМЕНТАЛЬНЫХ МОТИВОВ.....	72
КАРТУЗОВА Е.Д., ТРЕТЬЯКОВА С.В., КОЛТАШОВА Л.Ю. ЭТНИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ – ПРОЦЕСС ПРОЕКТИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННОГО ГОЛОВНОГО УБОРА ИЗ НАТУРАЛЬНОГО МЕХА.....	75
КИРСАНОВА П.Д., ПРОКОШЕВА М.М. КОНСТРУКТИВИЗМ В XXI ВЕКЕ	78
КИРСАНОВА П.Д., СТРИЖАК А.В. РАСТИТЕЛЬНЫЕ ОРНАМЕНТЫ AP- НУВО	82

КИСЕЛЕВА А.Ю. К ВОПРОСУ ПРЕЕМСТВЕННОСТИ И НОВАТОРСТВА В ТВОРЧЕСТВЕ СОВРЕМЕННЫХ УЗБЕКСКИХ ЗЕРГЕРОВ	85
КЛИЦУК Е.И., ПУШКАРЕВ А.Г. ИНТЕРАКТИВНАЯ КНИГА – БУДУЩЕЕ ПОЛИГРАФИИ.....	89
МАТВЕЕВА А.С., КОВАЛЕВА А.К., КОРЖОВ Е.Г. ПРОБЛЕМЫ ДЕТСКОГО ПРОТЕЗИРОВАНИЯ ВЕРХНИХ КОНЕЧНОСТЕЙ	93
КОЖУХОВА Е.В. ГРАНИЦЫ И ВОЗМОЖНОСТИ ТИПОГРАФИКИ	97
КОЗЛОВА А.С. СТИЛЬ КОНСТРУКТИВИЗМ В КОСТЮМЕ: ТОГДА И СЕЙЧАС	99
КОКОВИНА М.В., СМИРНОВА Л.П. ИССЛЕДОВАНИЕ УСПЕШНОГО КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОГО БРЕНДА ДЛЯ СОЗДАНИЯ КОЛЛЕКЦИИ, ОСНОВАННОЙ НА НАУЧНОЙ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ БАЗЕ, ОПЫТНОМ ПРОЕКТИРОВАНИИ И ПРАКТИЧЕСКОМ ПРИМЕНЕНИИ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ДИЗАЙНЕ ИЗДЕЛИЙ	107
КОЛЕСНИКОВА О.В., КУЛИКОВА М.К. ИСТОРИЯ ПРОИСХОЖДЕНИЯ КУКОЛ-МАРОТТЕ В ДЕКОРАТИВНО-ПРИКЛАДНОМ ИСКУССТВЕ	110
КОНСТАНТИНОВА В.Д., ТРЕТЬЯКОВА А.Е. ПРИРОДНЫЕ КРАСИТЕЛИ В РУССКОМ НАРОДНОМ ТЕКСТИЛЕ	114
КОСОЛАПОВА А.Ю., ТИМОХОВИЧ А.Н. РАЗРАБОТКА КРЕАТИВНЫХ РЕШЕНИЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ГРАФИЧЕСКИХ ЭЛЕМЕНТОВ ДЛЯ БРЕНДА KUSMI TEA	120
КОТЕЛЬНИКОВА С.С., КОРНЕЕВ А.А. АРТ-ОБЪЕКТЫ В ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЕ	123
КОШЕЛЕВА В.А. ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ В ДИЗАЙНЕ МОЛОДЕЖНОЙ КУЛЬТУРНО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОЙ СРЕДЫ	126
КРАЙНЯЯ Я.В., СПЕКТОР Г.З., ЛЫСЕНКО И.Н. ДИЗАЙН СРЕДЫ КАК СПОСОБ РЕШЕНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ ПРОМЫШЛЕННЫХ ГОРОДОВ УРАЛЬСКОГО РЕГИОНА РОССИИ	130

КРАСНОПЕВЦЕВА К.С. ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ ТЕОРИИ ИНТЕРАКТИВНОЙ ИНФОГРАФИКИ	134
КРОВЯКОВА М.В., ТРЕТЬЯКОВА С.В., КОЛТАШОВА Л.Ю. АКССУАРЫ ИЗ ТЕРМОПЛАСТИКА: ТЕНДЕНЦИЯ СОВРЕМЕННОСТИ	138
КРОХМАЛЬ А.С., ДЕМБИЧ Н.Д. ПРЕДМЕТНО-ПРОСТРАНСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ИСТОРИЧЕСКИХ УСАДЬБ В УСЛОВИЯХ РЕКОНСТРУКЦИИ	141
КРЫЛОВА С.В., ПИЩИНСКАЯ О.В. ОСОБЕННОСТИ ДИЗАЙНА СЦЕНИЧЕСКОЙ ОДЕЖДЫ	147
КУЗНЕЦОВА Е.Е., ДЕРГИЛЁВА Е.Н. ХУДОЖЕСТВЕННАЯ ФОТОГРАФИЯ В ПОПУЛЯРИЗАЦИИ ЭКО-УПАКОВКИ.....	156
КУЗЬМИН А.Г., ФИРСОВ А.В. МЕТОДИКА ЦИФРОВОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ АКССУАРОВ С ПРИМЕНЕНИЕМ ПОСЛОЙНОЙ 3D-ПЕЧАТИ	159
КУРБАНМУРАДОВА А.Ч., ЗЫРИНА М.А., КРУТАЛЕВИЧ С.Ю. ПРИНЦИПЫ РЕВИТАЛИЗАЦИИ ЗАБРОШЕННЫХ ТЕРРИТОРИЙ В КОНТЕКСТЕ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ.....	165
АЛИ КЫЗЫ КУРМАНЖАН, РОГОЖИНА Ю.В. О ПРОБЛЕМАХ ПРОЕКТИРОВАНИЯ И ДИЗАЙНА ОДЕЖДЫ ДЛЯ НЕВЫСОКИХ ЖЕНЩИН	169
ЛАКИЗЕНКО Е.Д., МАКАРОВА Т.Л. БИОНИЧЕСКИЕ ОБРАЗЫ В СОВРЕМЕННОМ ДИЗАЙНЕ КОСТЮМА	172
ЛЕВАНОВА Е.А., ЗАТИНЩИКОВА А.Н. ПРОШЛОЕ СССР: ПРОМЫШЛЕННЫЙ ДИЗАЙН ИЛИ ХУДОЖЕСТВЕННОЕ КОНСТРУИРОВАНИЕ	175
ЛЕОНОВА О.А., ГРЯЗЕВА И.В. РАЗРАБОТКА КОНЦЕПЦИИ ОБУВНОГО БРЕНДА	179
ЛЕОНТЬЕВА К.С., ШУШЛЯКОВА Е.А. ВИТРАЖ В ПРОСТРАНСТВЕННОЙ СРЕДЕ. ДИЗАЙН, ИЗГТОВЛЕНИЕ И ЭСТЕТИКА	182
ЛИХАЧЕВА М.А., СПЕКТОР Г.З., ЗАЕВА-БУРДОНСКАЯ Е.А. ОСОБЕННОСТИ РЕАБИЛИТАЦИИ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ФОНА	

ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ СРЕДСТВАМИ СРЕДОВЫХ ОБЪЕКТОВ С ЮМОРИСТИЧЕСКИМ КОНТЕКСТОМ	186
ЛОСКУТНИКОВА П.А. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МОДНОЙ ИЛЛЮСТРАЦИИ ДЛЯ РЕКЛАМЫ И PR БРЕНДОВ ОДЕЖДЫ	191
ЛОШАНКОВА В.А. РОЛЬ АВТОМАТИЗАЦИИ В РАЗВИТИИ ВЕБ-ДИЗАЙНА.....	193
ЛУГОВСКАЯ Д.Д. ИССЛЕДОВАНИЕ КНИГИ ХУДОЖНИКА КАК МУЛЬТИИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО ФЕНОМЕНА	197
ЛЫКОВА К.Ю., БУГРОВСКАЯ А.С. ПРИМЕНЕНИЕ ОПТИЧЕСКИХ ЭФФЕКТОВ В СОВРЕМЕННОМ СТУДИЙНОМ СТЕКЛОДЕЛИИ	203
ЛЫСЕНКО Д.Л. ПОСУДА И ВАЗЫ В СТИЛЕ АР-НУВО	206
ЛЮТКИНА А.С., ЗЫРИНА М.А. АНАЛИЗ РАЗЛИЧНЫХ СЦЕНАРИЕВ ОСВЕЩЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ ПРОСТРАНСТВ В ГОРОДСКОЙ СРЕДЕ	209
МАЙБОРОДА М.А., СТРИЖАК А.В. СРЕДСТВА ГАРМОНИЗАЦИИ В ГРАФИКЕ НА ОСНОВЕ БИОНИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА	212
МАКАРОВА О.В., ДОБРЯКОВА О.П. СОВРЕМЕННОСТЬ И ЦИКЛИЧНОСТЬ В МОДНОМ ДИЗАЙНЕ	215
МАНИЧЕВА Е.В., ГУСОВА Д.Т. ФЕНОМЕН ТРАНСФОРМАЦИИ В ЮВЕЛИРНОМ ДИЗАЙНЕ	218
МАСЛОВ М.М. ГЕРАЛЬДИКА В КОНТЕКСТЕ ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ АЙДЕНТИКИ И КОММУНИКАТИВНОГО ДИЗАЙНА НА ПРИМЕРЕ ПРИДНЕСТРОВЬЯ.....	221
МАСЛОВА А.Н. ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА АКТИВИЗАЦИЮ ТВОРЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА УЧАЩИХСЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ	228
МАТАЕВА Д.Х., ВАДЕЕВА М.О. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭЛЕМЕНТОВ ТРАДИЦИОННОГО МУСУЛЬМАНСКОГО КОСТЮМА В СПОРТИВНОЙ ОДЕЖДЕ	232
МАТВЕЕВА М.М., ЛОБАНОВ Н.А. НЕЙРОЭСТЕТИКА – КАК МОЗГ ВОСПРИНИМАЕТ ИСКУССТВО.....	235
МАХИНЯ Е.В., КОРОБЦЕВА Н.А. ОДЕЖДА КАК АРТЕФАКТ	240

МАЦНЕВА А.И., СИНИЦКАЯ Д.М., ЗАДВОРНАЯ С.Т. ПЯТНО И ЛИНИЯ: СОВРЕМЕННЫЙ ДИЗАЙН ГЛАЗАМИ ОСОБЕННЫХ ДЕТЕЙ	243
МАЯКОВА Е.Д. ТВОРЧЕСКИЙ ПУТЬ М.С. ГОДЕНКО	246
МЕРИНОВА Д.С., КОВТУН А.В. М.С. ГОДЕНКО – ХОРЕОГРАФ-НОВАТОР НАРОДНОГО СЦЕНИЧЕСКОГО ТАНЦА НА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СЦЕНЕ	254
МИРЗОЯН К.А. ГРАФИКА Г.А. ЩЕТИНИНА: ГЕНЕЗИС И УНИКАЛЬНОСТЬ ТВОРЧЕСТВА.....	257
МИРОНОВА В.М. ПЛАГИАТ И ХУДОЖЕСТВЕННОЕ ЗАИМСТВОВАНИЕ В МОДЕ: КАК ВДОХНОВЛЯТЬСЯ БЕЗНАКАЗАННО.....	262
МИРОШНИЧЕНКО Е.С., ДЕМБИЧ Н.Д. ЛАНДШАФТНЫЙ ДИЗАЙН КАК ОДИН ИЗ ГЛАВНЫХ ФАКТОРОВ ЭКОЛОГИИ ГОРОДА.....	265
МОВЧАНОВА И.З. АНАЛИЗ ГЕНДЕРНЫХ МАРКЕРОВ В СОВРЕМЕННОЙ МОДЕ	273
МОЛОТКОВА Д.А., КОВАЛЕВА О.В. ФАКТУРА КАК ОПРЕДЕЛЯЮЩИЙ ФАКТОР В СОЗДАНИИ КОНЦЕПЦИИ БРЕНДА	276
МОНЧИНСКАЯ А.О., ДРЫНКИНА И.П. СОВРЕМЕННЫЕ ВИДЫ СПОРТИВНЫХ НАПОЛЬНЫХ ПОКРЫТИЙ	278
МОСБАХ Л.А. ИЗДЕЛИЯ ИЗ СТЕКЛА В СТИЛЕ АР-НУВО.....	285
МОШКИНА А.В., МОРОЗОВА Е.В., КУЗНЕЦОВА А.Н. ОБРАЗ АРХИТЕКТУРНЫХ СООРУЖЕНИЙ СТАЛИНСКОЙ ЭПОХИ И ИХ РЕШЕНИЕ В СОВРЕМЕННОМ ТЕКСТИЛЕ.....	288
МУТИК А.А., БУЦЕРОВА О.В. РОЛЬ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА В РАБОТЕ ПРИРОДООХРАННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ	293

УДК 7:687.01

**Егорова Я.Е., Третьякова С.В., Алибекова М.И. АКСЕССУАРЫ
КОНСТРУКТИВИЗМА**

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Конструктивизм – авангардистское направление в изобразительном искусстве, архитектуре, фотографии и декоративно-прикладном искусстве, расцвет и существование которого пришлось на период 1920-1930-х годов в СССР. Характеризуя это направление, следует отметить строгость, геометризм, лаконичность форм и монолитность внешнего облика дизайн-объектов, разработанных в этом стиле. Стиль «конструктивизм» при внешней кажущейся простоте можно охарактеризовать как стиль, построенный на сочетании смелых линий, контрастных локальных цветов, геометрии ритмично переплетающихся строгих контуров фигур.

Костюм эпохи конструктивизма также лаконичен по форме и цветовому решению, эта тенденция сохранилась и в аксессуарах и дополнениях к костюму. Следует сразу отметить, что в виду специфики костюм периода 1920-1930 гг. в сравнении с предшествующими эпохами был достаточно беден аксессуарами и излишествами. Можно сказать, что конструктивизм был антимодой, с отказом от декоративных элементов костюма в пользу функциональных и для этого существовало несколько веских причин.

Во-первых, сложная обстановка в еще только зарождающемся деле производства одежды: нехватка материалов, рабочих рук. После разрушительных революций и войны при проектировании одежды, прежде всего, ставилась задача удобства в работе, ее эргономичность и утилитарность. Отсюда и свободные и прямые силуэты, и рабочие комбинезоны, не сковывающие движений и удобные в носке. Разумеется, головные уборы и аксессуары также должны были поддерживать идею удобства и функционализма.

Во-вторых, сама идеология конструктивизма отрицала наличие аксессуаров или декора, ведь главным направлением было стремление к чистоте и простоте не только формы костюма, но и составляющих ансамбля. Стремление к украшательству, особенно чрезмерному, считалось проявлением буржуазности, пережитком прошлого, новому зарождающемуся советскому государству нужна была не только идеология, символы, лидеры, но и новый человек, который мыслить иначе и, разумеется, иначе одевается.

Среди главных и знаковых женских головных уборов конструктивизма можно назвать головной платок, косынку. Платок играл важную роль во многих традиционных костюмах, в частности, в русском костюме. Поэтому неудивительно, что в период революций, перелома в

стране именно платок завоевал главное место среди головных уборов. Это своеобразное обращение к корням, к истокам, с тем чтобы возродить давние исконные традиции во имя будущего своей страны.

Красный платок – знамя революции – был отличительным головным убором революционерок. Руководители партийных организаций носили грубые мужские кожаные куртки в сочетании с прямой юбкой и сапогами и повязывали на голову платок. Это аскетичное и смелое сочетание стало своеобразным отличительным знаком, символом революционного времени. Носили платки уже не в традиционной манере, узлом вперед, а завязывали узел на затылке. Символичный красный цвет, который в русском костюме был одним из основных и олицетворял плодородие и богатство теперь еще и был цвет знамени большевиков и приобрел уже другое значение, став атрибутом новой советской власти. Платок одновременно был и функциональным головным убором: собирал волосы, чтобы они не мешали в работе, и был логическим завершением для подчеркнуто рабочего, неженственного образа.

Известны также проекты в области головных уборов художников-конструктивистов. В основном это были проекты головных уборов для театральных костюмов, а также шляпки и головные уборы европейского стиля начала XX века. Так, например, модельер Н. Ламанова к моделям платьев предлагает аккуратные шляпки шапочки, обычно круглой формы, плотно прилегающей к верхней части головы, с неброским орнаментом или декором. Такие шапочки и косынки были модны в 1920-е гг., Ламанова же привнесла в них самобытность, украшая их русскими старинными орнаментированными вставками, нередко подлинными.

В эскизах Л. Поповой можно увидеть широкополые шляпы, украшенные меховым помпоном, гармонирующими со свободными моделями платьев навыпуск, с поясом, завязанным на бант. В эскизах театральных костюмов можно увидеть и фантазийные головные уборы геометричных форм, с использованием нестандартных материалов, а также кепки и панамы. Кроме того, художникам конструктивистам принадлежат проекты агитационных платков: бывшие однотонными красными платки в начале 1920-х гг. стали орнаментировать символикой новой власти, изображать на них портреты вождей и видных деятелей, таким образом, окончательно укрепившись в роли символа не только революции и бунта, но и нового государства, эпохи.

Однако с введения в 1921 году новой экономической политики отношение к одежде и головным уборам поменялось. Нэпманши одевались ярко и броско и имели в своем обиходе большое число головных уборов и аксессуаров: шляпки, сумочки, украшения. Популярной была модель шляпки-клош, получившей свое название из-за сходства с формой колокольчика («cloche» в переводе с фр. – колокол), создательницей

которой была французская модистка и дизайнер одежды Каролин Ребу (см. рис. 1). Шляпки-клош обычно делались из фетра, украшались лентами, бантами или цветами. Носили их в сочетании с модными короткими прическами, уложенными в локоны, низко надвинув на лоб; клош плотно облегал голову. Европейская мода начала XX века таким образом получила распространение в России.



Рисунок 1 – Л. Брик и Э. Триоле

В 1926 году в номере «Женского журнала» были опубликованы инструкции по самостоятельному изготовлению шляпки-клош, а также берета, которой стал альтернативой платку. И если клош был прерогативой модных дам эпохи нэпа, то берет как раз носили представительницы рабочего класса, что стало своеобразным отличительным знаком для них.

Для коллекции женской одежды был разработан модельный ряд головных уборов в стилистике конструктивизма 1920-1930 гг. Линейка включает в себя шляпы базовых форм этого периода, а также фантазийные головные уборы геометричных форм. За базовую основу формы была взята форма берета, так как в исследуемом периоде наряду с простыми формами головных уборов также была достаточно распространена, кроме того, берет, в геометрическом представлении являющий собой тело вращения дает большие возможности для моделирования фантазийных форм.

Для апробации в материале была выбрана модель берета геометричной формы, состоящим из деталей в виде треугольников и прямоугольников (см. рис. 2).



Рисунок 2 – Апробация модели берета в материале

Полученная модель берета в разрезе имеет форму восьмиугольника (см. рис. 3а), которая может трансформироваться за счет подвижной формы вставок в форме прямоугольников. На околыше берета есть два небольших козырька, которые также могут трансформироваться в «ушки» берета.

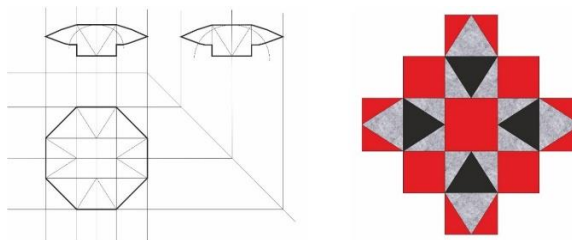


Рисунок 3 – а) конструкция берета; б) развертка берета

Цветовое решение берета также может трансформироваться: изготовленный опытный образец построен на графике черного, красного и серого цветов, однако в композицию могут быть введены и другие дополнительные цвета, а также заменены основные. Интересен также вариант художественного решения берета, построен на одном цвете, где графика линий достигается путем введение контрастных отстрочек деталей.

Список использованных источников:

1. Стриженова Т.К. Из истории советского костюма: Учебное издание. – М.: Советский художник, 1972. – 112 с.: ил.
2. Бартлетт Д. FashionEast. Призрак, бродивший по Восточной Европе. Пер с англ. Е. Кардаш. – М.: Новое литературное обозрение, 2011. – 360 с.: ил.
3. Блюмин М. Платок как знамя революции // Теория моды. 2017. № 45. С. 127-141.
4. Егорова Я.Е., Алибекова М.И. Орнамент как связующий элемент материала и формы в костюме // Международная научная студенческая конференция «ИНТЕКС-2019». 2019 г. Часть 1. С.70-74

© Егорова Я.Е., Третьякова С.В., Алибекова М.И., 2019

УДК 745.5+677.027.42

Ерохина Е.А. ИСКУССТВО БАТИКА

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Декоративно-прикладное искусство – раздел декоративного искусства. Это создание художественных изделий, имеющих утилитарное назначение. Произведения декоративно-прикладного искусства должны отвечать нескольким требованиям. Они эстетичны, служат для оформления быта. К таким предметам относится одежда, ткани, ковры, мебель, фарфор и другие изделия [4, с. 10].

Появилось декоративно-прикладное искусство еще на ранних стадиях развития человечества, и на протяжении многих веков являлось важнейшей отраслью жизни людей, так как это необходимые предметы повседневного быта.

Один из самых популярных материалов в декоративно-прикладном искусстве это, конечно же, ткань. Сначала это были доступные всем натуральные волокна, такие как хлопок и лен, так же использовали шерсть и шёлк. В дальнейшем на смену этому пришли дешевые и доступные синтетические ткани.

Основные виды декоративно-прикладного искусства, в которых используют волокна, это валяние (используют натуральную шерсть), вышивание (искусство украшать разнообразными узорами ткани), вязание, шитье (возникло еще в каменном веке, создание на материале стежков и швов), ткачество, батик и многие другие [2, с. 7].

Особое внимание следует уделить ткани и работе с ней. Батик – это наиболее популярный вид декоративно-прикладного искусства, это роспись на ткани. Само слово батик имеет индонезийские корни. «Ба» – хлопчатобумажная ткань, а «тик» – точка или капля. Родиной техники принято считать Юго-Восточную Азию, искусство батика существует уже более двух тысяч лет. Расписывать ткани люди начали практически одновременно с тем, как появилось ткачество. При производстве полотен люди стремились разнообразить и обогатить цветовую гамму. Поэтому люди начали придумывать различные способы ручного нанесения краски на ткань [1, с. 5].

На батике чаще всего создают орнаментальный рисунок, различного рода узоры и геометрические формы, некоторые художники изображают стилизованные зарисовки, сделанные с натуры – натюрморты, пейзажи и даже портреты. Главная задача – подействовать на зрителя эмоционально, передать на куске ткани те эмоции и эмоциональную нагрузку, которую хотел передать и чувствовал автор, создавая свой шедевр. Для придания такой выразительности используют специальные приемы, например, выделение главной детали на батике, или же наоборот равновесие в композиции. Самый важный прием, это, конечно же, цвет. Цвет показывает настроение работы. Условно цвет делят на холодный и теплый, это сильно влияет на пространственное восприятие [2, с. 30-52].

Есть несколько видов росписи батика – холодная, горячая и свободная роспись. Отличаются они техникой нанесения краски на ткань. Горячая роспись носит свое название из-за воска, который при работе должен находиться в горячем состоянии. После работы воск удаляется с поверхности ткани. Такая роспись применяется в основном для хлопчатобумажной или синтетической ткани. Для более нежных тканей, таких как шёлк, используют холодную роспись, чтобы не испортить материал. Свободная роспись, носит свое название, так как не имеет строгих канонов и позволяет художнику полностью показывать свою особенность и создавать свой уникальный стиль [4, с. 63].

Так же одна из видов батика это узелковый батик, или как его называют в Японии шибори, так называют складной батик. Так же он носит название «бандан» или в индийском варианте «тайдай». Это самая простая из техник и встречается у народов по всему миру. Его появление датируют шесть – восьмью веками. При окрашивании ткань перевязывают определенным образом, при помощи резиной и нитей. Ткань окрашивают и удаляют нити [1, с. 59-61].

Первые красители, используемые для батика, были только природного происхождения. Цветовая гамма была совершенно не разнообразна, в основном это были коричневые оттенки, от светлых до темных. Этот пигмент добывался вручную из коры дуба или грецкого ореха. Так же были красные (из корня марены), желтые и зеленые (из разных лишайников). Одним из самых дорогих растительных красителей считался индиго – синий цвет. Синтетические красители появились и стали активно использоваться только в девятнадцатом веке [3, с. 96].

Изначальные для батика использовали только натуральные материалы – хлопковые, льняные, шелковые и намного реже шерстяные ткани. В современности их место активно начали занимать более дешевые синтетические ткани. При выборе материала художники должны учитывать, что вид переплетения и плотность материала влияют не только на сам процесс работы с тканью, но и на внешний вид готового изделия. Роспись на ткани средней или высокой плотности будут смотреться ярче, чем на тонкой. Сатиновое переплетение волокон, характерное для атласных тканей, намного сильнее позволяет красителю растекаться, рисунок появляется намного менее четким [4, с. 24].

Основным инструментом для батика это, конечно же, краска, а также кисти, ватные палочки и валики. Некоторые художники используют в своих работах баллончики для распыления краски и штампы. Выбор остальных материалов напрямую зависит от техники нанесения, это может быть чантинг – специальная лейка для расправления воска, либо специальный инструмент для нанесения воска, способный поддерживать его постоянную температуру. Роспись, чаще всего, производится на раме, когда ткань находится в удобном натянутом состоянии. Материал фиксируется на рамке при помощи крючков или кнопок [3, с. 82].

Список использованных источников:

1. Искусство батика. – М.: «АСТ», 2001.
2. Дворкина И. А. Батик. Горячий. Холодный. Узелковый. – 2-е изд. доп., 2008. – М.: «Радуга», 2002.
3. Гильман Р. А. Художественная роспись тканей. – «Владос», 2004.
4. Погадаев, Виктор. Магия батика. – «Восточная коллекция», 2002.

© Ерохина Е.А., 2019

УДК 75.02:7.035.93

Ефанова М.А., Стрижак А.В. **ФРОТТАЖИ МАКСА ЭРНСТА**

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Существует множество способов изображения рисунков на плоскости, одним из таких способов является фроттаж. Фроттаж (от фр. *frotter* – «натирать») – это техника перевода на бумагу текстуры какой-либо рельефной поверхности. Художник, писавший в направлении сюрреализма, Макс Эрнст изобрёл этот способ рисования в 1925 году.

Официальной «датой рождения» техники фроттажа художник назвал 10 августа 1925 г., когда он стал экспериментировать с ней, добившись пассивного состояния создателя, «сведя к минимуму активную часть того, кого мы до сих пор называем автором» [3]. Вошедший в мировую историю искусства как создатель не одной, а сразу нескольких техник получения изображения на плоскости, а также талантливый мастер коллажа Макс Эрнст искал спонтанный, моментальный вид письма, он хотел, чтобы картина появлялась словно из случайной комбинации фоновых линий и форм. Трёхмерный предмет в своей плоской проекции приобрел новые качества, новые свойства, новые значения. Бумага помещалась на листья деревьев, кусочки ткани, неотёсанную древесину, паркет и прочие создающие текстуру поверхности, а затем натиралась грифелем или углём для проявления рисунка, отражающего объёмные части соответствующего материала. Случайное натирание черным свинцом листа бумаги, упавшего на древесный пол в трактире, привело художника к мысли о создании метафорических «монтажей из фроттажей». Художник пробовал соединять отдельные рисунки незаметными швами, тем самым подчёркивая сюрреализм, фантастичность своих работ. Эрнст писал: «Я был поражен неожиданным обострением собственных визионерских способностей и тем, как, будто в кошмарной галлюцинации, разноречивые образы сменяли друг друга перед моим взором с яркостью и стремительностью, присущей обыкновенно лишь обрывкам любовного бреда <...> Для меня совершенно очевидно, что рисунки, полученные с применением этой техники, проходя через целую серию самопроизвольных толкований и преобразований – так, видимо, зарождаются видения, предшествующие сну, – все больше отдаляются от природы того материала, который я использовал – испытывал! – в своей работе (например, дерева), и являют нам в итоге образы абсолютно неожиданной точности, способные, возможно, выявить саму причину наваждения или хотя бы создать ее подобие» [3]. Макс Эрнст много экспериментировал со своей новоизобретённой техникой, в 1925 году в сумме он создал около 100 фроттажей, а в 1926 тридцать четыре его работы были отобраны и изданы под заголовком «Естественная история» или «Природная история».

Произведения Эрнста отличаются таинственностью и непредсказуемой образностью, расшифровка которой подчас превращается в кропотливую и увлекательную интеллектуальную работу. Используемые для штриховки объекты формируются в предметы, которые аналогичны существующим материям. Следовательно, фроттаж подразумевает определенный предел в разнообразии смыслов работ, трактовка бессознательных образов упирается в отсутствие свободы их интерпретации, что происходит вследствие использования сформировавшегося множества ассоциативных цепочек.

Создавая фон для своих произведений методом фроттажа, Эрнст использовал естественные фактуры, перевоплощая их в необычные ландшафтные композиции, напоминающие вулканическую лаву, сплетённые древесные корни или поверхность водоёма. А затем художник добавлял в свои пейзажи фантастических обитателей: фей, дриад, нимф, птиц и насекомых, выглядящих так, будто они вышли из параллельных миров.

От попыток изобразить текстуру вещей на холсте Эрнст переходит к сюрреалистичным образам и сюжетам. Картины «Рыбристый лес» (1927), «Лес и голубое солнце» (1927), «Стена перед солнцем» (ок. 1931) являются воплощением одной из любимых Эрнстом тем – темы леса. Не менее знаковый для Эрнста мотив птицы прочитывается в таких работах как «Руки на птицах» (1925), «Клетка и птицы» (1924) и «Лабиринт» (1924). Темы сексуальности и ниспровержения моральных устоев, ставшие визитной карточкой сюрреализма, читаются в нескольких произведениях художника, среди которых «Прекрасная садовница» (ок. 1921-1922), «Без названия (Тень)» (1923), «Две девушки в изящных позах» (1924) и «Осмотр лошади» (ок. 1923-1924) [3].

Рассматривая творчество Макса Эрнста, основоположник одной из ветвей психологии Карл Густав Юнг описывает опыты сюрреалистов, которые художник проводил на основе теории Леонардо да Винчи, связанных с образами, возникающими в сознании, когда художник смотрит на не имеющие формы пятна. Кроме того, исследователь описывает процесс создания фроттажей, а именно его способы преобразования образов из бессознательного в физический контекст, с чем художнику помогают медитации и галлюцинации. Юнг приходит к заключению, что порывы Макса Эрнста обнаружить скрытую суть предметов, его методы соединения случайностей – черта романтизма XIX века, когда художники во всем видели продолжение природы.

Одной из наиболее известных серий работ, созданных художником, считается ранее упомянутая «Естественная история». Она представляет собой собрание рисунков, выпущенное в 1926 году в издательстве Жанны Бюше, состоящее из 34 произведений. Эрнст дал своим работам

следующие названия: «Случайный взгляд», «Маленькие столики вокруг земли», «Удары хлыста или нити лавы», «Молнии младше четырнадцати лет», «Привычки листьев», «Происхождение часов», «Колесо света» и т.д. Каждая из работ создается путем взаимодействия фактуры и штриховки, которые сочетаются так, что в совокупности возникает контраст, основывающийся на противоречивости используемых образов и созданных форм. «Естественная история» – это настоящее соединение искусства изображения и естественной истории: комплекс образов, возникших в результате исследования животного, растительного мира и горных пород. Мир «Естественной истории» – уникален, он противопоставляется научной модели. Названия не дают никаких подсказок, а предисловие Ханса Арпа – совсем таким не кажется, оно представляется нам потоком сознания, настраивающим нас на погружение в фантастический мир. Здесь стихийный поток образов, по мнению автора, воссоздает естественное, спонтанное формирование окружающего мира. Фроттаж стал выражением сюрреалистического принципа «психического автоматизма». В «Естественной истории» Эрнст также использовал ранее упомянутый принцип «монтажа», по которому в его произведениях соединялись, например, столики в кафе с земным пространством, так и появились картины «Бритьё стен», «Шаль с цветами из инея» и другие.

Фроттаж «Обычай листьев» (1926 г.) – это некое соединение использованного объекта и штриховки, которая словно соединяет уже готовую форму с художественным пространством, таким образом, фактура применяемых материалов, а именно – листьев и деревянного среза, внедряется в художественное пространство листа и становится совершенно отделенной от предметности формой. Сочетание оттисков прожилок листьев и волокон деревянной породы составляет двухмерное изображение с целостной художественной системой, так формируется пространственное решение, в котором сочетаются перенесенные образы. Также с помощью самых разнообразных и трудно сочетаемых материалов в данной серии работ появляются образы, которые вряд ли можно четко себе представить, как точное перенесение заштрихованного объекта – лист «Колесо света» (1926 г.) включает в себя изображение глаза, и данную структуру и фактуру рисунка достаточно трудно распознать, так как автор применил необычные, непривычные случайному зрителю природные материалы. Самый последний графический лист «Ева, единственная, кто с нами остался» (1926 г.) – представляет собой фигуру женщины, она повернута к зрителю спиной, именно она представляет из себя кульминацию всего цикла, и соответственно его логическое завершение, так формируется космологическая система, в которой основной доминантой является человеческий элемент, как венец природы. Применяемые образы

животного, растительного и человеческого начал в данном цикле представлены отдельно друг от друга, они не вступают в конфронтацию.

Список использованных источников:

1. Бишофф У. Макс Эрнст (1891-1976). Живопись, и не только. – М. – 2005. – с. 96
2. Реброва Н. Творчество Макса Эрнста в контексте теории сюрреализма. – 2017.
3. Шик Ида Александровна «Удары хлыста или нити лавы». Макс Эрнст в Эрмитаже // Новое искусствознание. 2019. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/udary-hlysta-ili-niti-lavy-maks-ernst-v-ermitazhe> (дата обращения: 01.11.2019).
4. Макс Эрнст: Картины и биография [Электронный ресурс] // Виртуальный музей живописи Арт Планета SmallBay, 2019. URL: <http://smallbay.ru/ernst.html> (дата обращения: 13.10.2019)
5. Вихневич Ю. Сюрреализм без Дали: коллажи, фроттажи и граттажи Макса Эрнста [Электронный ресурс] // Арт-Холст – блог о картинах, 2019. URL: <https://art-holst.com.ua/max-ernst> (дата обращения: 13.10.2019)
6. Что представляет из себя техника фроттаж? [Электронный ресурс] // fb.ru, 2019. URL: <https://fb.ru/article/189804/frottaj> (дата обращения: 13.10.19)
7. Макс Эрнст. Парижские годы. [Электронный ресурс] // Сайт Государственного Эрмитажа, 2019. URL: https://www.hermitagemuseum.org/wps/portal/hermitage/what-s-on/temp_exh/2019/maxernst (дата обращения: 13.10.2019)

© Ефанова М.А., Стрижак А.В., 2019

УДК 658.512.2

Журавлёва С.С., Задворная С.Т. СТАНОВЛЕНИЕ ПРОМЫШЛЕННОГО ДИЗАЙНА И ЕГО ПУТИ РАЗВИТИЯ В НАШИ ДНИ

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Сейчас сложно представить наш мир без дизайна, ведь дизайн окружает нас повсюду. Дизайн зародился в эпоху промышленной революции, когда производилось огромное количество новых товаров, которым требовалось создать привлекательный внешний вид для успешной продажи на рынке. Предметом нашего исследования является промышленный дизайн. Термин «промышленный дизайн» появился в 1919 г. благодаря Вальтеру Гропиусу, который в том же году основал Баухаус. Данная школа оказала огромное влияние на дизайн по всему миру [4].

Баухаус – школа дизайна и архитектуры. В стенах этого учебного заведения сформировались принципы дизайна и проектирования, а также такие черты дизайна, как тиражирование, функциональность и доступность, которыми пользуются по сей день. Студенты Баухауса занимались и промышленным дизайном. В преподавательском составе Баухауса числился и Василий Кандинский. Чуть позже похожее на Баухаус учебное заведение открылось и в России – ВХУТЕМАС. Важную роль в становлении дизайна XX века сыграл конструктивизм. Конструктивизм подчиняется логике конструкций, функциональности. Вдохновением для конструктивизма служили достижения в сфере техники. Это направление нашло отклик и в мебели и бытовой технике. Конструктивизм перенаправил искусство в народ, придал ему функциональность [8]. Большую роль в становлении дизайна сыграл Казимир Малевич. Его черный квадрат – это начало нового художественного алфавита, толчок к возникновению дизайна. Возникает понятие о цветоформе, на которой сейчас строится любое пространство, а, следовательно, и весь дизайн.

Одной из первых легенд промышленного дизайна был Раймонд Лоуи, американский дизайнер и проектировщик. Отличительной чертой работ Лоуи являются обтекаемые формы, именно его творчество сформировало целое направление – «обтекаемый дизайн». Одним из немногих предметов дизайна, появлением которого мы обязаны Раймонду Лоуи, является культовая упаковка Coca-Cola и фирменный холодильник с автоматами. С 1930 года дизайнер работал в компании Hupp Motor Company, занимающуюся автомобилями, этот момент считается «началом индустриального дизайна как признанной специальности» и одним из первых случаев, когда компания прибегла к помощи дизайнера. Благодаря Раймонду Лоуи [7], жизнь всех классов американского общества обрела новые краски, он затронул все сферы жизни: от рекламы до транспорта. Характерный «обтекаемый дизайн» Лоуи послужил вдохновением для форм современных скоростных поездов и автомобилей, а еще для серии 50-х годов кухонной техники компании Smeg – волнистые изгибы и яркие цвета предметов коллекции сочетаются с передовыми технологиями.

Доступность, функциональность и эстетика – этими критериями руководствуются многие современные дизайнеры и архитекторы [6]. «Меньше – лучше» – принцип, который мы понимаем уже почти интуитивно, который стал особенно известен, благодаря Дитеру Рамсу [4]. Дитер Рамс – промышленный дизайнер из Германии, начавший свою карьеру в пятидесятых. Он известен как идейный вдохновитель фирм Braun и Vitsoe, а также как создатель 10 Принципов Дизайна, сформировавших целые поколения дизайнеров по всему миру и вдохновляющих людей по сей день. Принцип Рамса «Меньше, но лучше» идет из учения Ульмской школы, которая образовалась в 1953 году в

качестве последователя Баухауса. Дитер считает, что дизайн должен решать проблемы, а не создавать новые [1]. В составе Braun Дитер привнес множество новшеств в предметный дизайн, например, выделить цветом кнопки калькулятора, создал прозрачную крышку на проигрывателе для пластинок (проигрыватель SK4 – культовый предмет дизайна, символ целой эпохи), стал использовать пластиковые детали корпуса и модульные системы в технике [1]. Не стоит забывать, что в первую очередь дизайн создается для человека, следовательно, должен быть удобен и ненавязчив, но его эстетическая составляющая не менее важна. Дизайн Дитера Рамса, даже по прошествии пятидесяти лет остается актуальным. Последователем Дитера Рамса признает себя британский дизайнер Джонатан Айв, главный дизайнер Apple [3]. И это легко заметить, например, карманное радио Braun T3 своим простым дизайном и функциональностью вдохновило Apple на дизайн их первого iPod, Джонатан Айв называет Дитера Рамса своим вдохновителем и примером для подражания. И это лишь один из множества примеров. Сам Дитер высказывается об этом: «Имитация – высшее проявление уважения».

Не менее значимой фигурой в промышленном дизайне XX века, является Алвар Аалто – финский архитектор, дизайнер. Для промышленного дизайна особо важен его проект туберкулезного санатория в Паймио. В этом проекте все продуманно до мелочей: формы, цвета. Отдельное внимание нужно уделить мебели. Например, кресло Paimio разработано так, что у сидящего в нем человека максимально раскрываются легкие. Мебель, созданная для санатория, оказалась настолько удачной, что стала выпускаться массово. Чуть позже появился и знаменитый табурет Stool 60. Этот табурет – одна из наиболее часто подделываемых мебельных моделей [5]. Дизайн Аалто многим может показаться знакомым, можно провести прямую аналогию между его мебельным дизайном и эстетикой мебели Джаспера Моррисона и мебели ИКЕА: органичные материалы, качественный текстиль, минимум декора и внимание к деталям.

Школу Баухауз, Дитера Рамса и Алвара Аалто, Раймонда Лоуи объединяет стремление сделать жизнь человека удобнее и красивее, все трое следовали таким принципам, как: удобство, простота и качество. Наследие этих великих промышленных дизайнеров – это не просто история. Их творчество и принципы находят отражение в современном дизайне, подталкивая изобретателей и дизайнеров на создание новых шедевров.

Как будет развиваться промышленный дизайн в будущем и что определяет рамки его развития? Дизайн плотно окружает человека, он на каждом шагу, таким образом, возникает вопрос о совместимости человека и природы, ведь чем стремительнее развивается производство и дизайн,

тем больше появляется отходов. Стоит задуматься об этом. Одним из первых дизайнеров, задавшихся вопросом о том, что мы делаем с нашей планетой, был Дитер Рамс [1]. Дитер Рамс – человек, который чувствует и ценит природу, он убежден – нет никакого будущего с таким избытком вещей. За последние несколько лет наблюдается тенденция переосмысления потребления, уже многие компании переосмыслили свою философию в пользу экологии. На данном этапе развития, экология и органичность определяют пути развития дизайна в будущем. Важно, чтобы эти качества объединялись с функциональностью, технологичностью и красотой создаваемого объекта, только тогда будут все шансы на создание успешного и продаваемого предмета дизайна, способного стать ориентиром для миллионов людей по всему миру.

Список использованных источников:

1. Документальный фильм «Rams» (2019 г.), <https://vimeo.com/ondemand/ramsfilm>
2. Интернет-журнал Losko, статья «Принципы дизайна от несравненного Дитера Рамса», <https://losko.ru/design-rules-of-dieter>
3. Интернет-журнал Интерьер + Дизайн, статья «Дитер Рамс: легенда промдизайна XX века», <https://www.interior.ru/design/name/484-diter-rams-legenda-promdizajna-xx-veka.html>
4. Интернет-журнал Losko, статья «Баухаус. История самого смелого учебного заведения XX века», <https://losko.ru/bauhaus-history/>
5. Интернет-журнал Интерьер + Дизайн, статья «Алвар Аалто: самый известный финский архитектор», <https://www.interior.ru/design/name/1180-alvar-aalto-samyj-izvestnyj-finskij-arkhitektor.html>
6. Авторская программа «Мост над Бездной», серия «Казимир Малевич» (2012 г.), https://tvkultura.ru/video/show/brand_id/32766/episode_id/175393/video_id/175393/
7. Сайт Mekintosh, статья «Раймонд Лоуи: человек, который создал все», <https://mekintosh.wordpress.com/2013/11/11/раймонд-лоуи-человек-который-создал-в>
8. Н.А. Ковешникова «Дизайн: история и теория», Омега-Л, 2009
© Журавлёва С.С., Задворная С.Т., 2019

УДК 7.04

Журавлёва С.С. ТВОРЧЕСТВО ЭКТОРА ГИМАРА

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

В конце XIX века появился стиль Ар-Нуво. Дословно название стиля переводится как «новое искусство». Стиль впервые был упомянут в конце девятнадцатого века и оставался востребованным до Первой Мировой

войны. Особенности Ар-Нуво является стремление к природным и плавным формам и орнаментальной живописи. Название стиля означает в дословном переводе «новое искусство». В разных странах у стиля были разные названия: в Австрии – Весна 1900, в Италии – стиль Либерти, а во Франции – стиль Метро. Основоположником и создателем так называемого «стиля метро» является Эктор Гимар, французский архитектор и дизайнер.

На становление стиля, ставшего визитной карточкой Гимара, повлияла его встреча с Виктором Орта и поездка в Бельгию, где его вдохновил дом Тасселя, построенный Ортой, который является первым архитектурным сооружением, выполненным в стиле Ар-Нуво. В архитектуре Гимара заметны природные черты, свойственные стилю Ар-Нуво: где-то создатель улавливает силуэты костей, а где-то – извивающиеся стебли растений. Гимар, как и Антонио Гауди, считал, именно природа формирует наш мир и стремление человека к прекрасному. Архитектура должна соответствовать этим требованиям. По мнению многих архитекторов эпохи Ар-Нуво архитектура должна сочетаться с дизайном, поэтому теперь архитекторы проектировали помимо дизайна дома, еще и предметы интерьера, а то и целые комнаты. В дизайне интерьеров и дизайне мебели использовались разные виды органической жизни: кожа рептилий, соты, крылья.

В 1898 г. Гимару заказали проект станций Парижского метрополитена, которые строились с 1898 по 1904 г. Именно этот проект стал первым случаем создания художественного оформления для транспортной структуры, а также проект метрополитена стал самой известной работой архитектора. В этом проекте Гимар работал с цветным стеклом, эмалью и металлом, в то время он показал всему миру, каким уточненным и пластичным может быть металл, изогнутый в виде стеблей растений и причудливых стилизованных насекомых и других представителей фауны. Уже в начале XX века в Париже было установлено 88 входов и выходов из метрополитена, которые являются лицом города и всего стиля в целом. Первый выход Гимара (вариант с крышей) был смонтирован в Париже 10 января 1902 года. Несмотря на то, что уже в начале двадцатого века стиль Ар-Нуво начинает выходить из моды, вплоть до 1908 года строительство наземных павильонов остается среди главных работ Эктора Гимара. Проект Парижского метрополитена поражает людей до сих пор и вдохновляет архитекторов и дизайнеров на создание новых шедевров.

Гимар удивительно продуктивен, за 15 лет он создал еще множество других прекрасных архитектурных построек, предметов мебели и декора.

Одной из характерных черт архитектуры и интерьеров Гимара являются элементы ковки, которые впоследствии все больше и больше

использовались в архитектуре в стиле Ар-Нуво. Так, «Кастель Беранже», постройку, принесшую Гимару славу, украшают кованые ворота и ставни. Строительство доходного дома началось в 1894 году, когда фирменный стиль Гимара уже практически сформировался. Прямые линии решеток преобразуются в извивающиеся растения и ветки деревьев, становясь единым целым с убранством всего здания. По указанию заказчика, дом должен был выйти недорогим. Гимар с успехом справился со всеми задачами. Интересно то, что все элементы внешнего и внутреннего убранства выполнены самим Эктором Гимаром: воздушные балконы, кованые перила лестниц, элегантные мозаики, причудливых форм дверные ручки и растительные рисунки обоев. Без внимания не остается и интерьер доходного дома. Все здесь выполнено в одной гамме с фасадом самого здания. Кованые решетки с растительными орнаментами обрамляют лестницы, а роспись стен с повторяющимися плавными изгибами подчеркивает арки дверных проемов.

Нельзя не сказать о мебели, созданной Эктором Гимаром, как и его архитектурные постройки, она выполнена в стиле Ар-Нуво и сочетает в себе поразительную утонченность, удобство и органичность. Например, шкаф 1899 года является потрясающим образцом мебели эпохи Ар-Нуво: изогнутые плавные линии, повторяющие изгибы тела человека, резьба с мотивами растений и металлические ручки, напоминающие лепестки цветов, натуральные материалы высокого качества. Также одним из ярких примеров мебели Эктора Гимара является табурет 1900 года: утонченные вертикальные линии, изящные изгибы, зеленая кожаная и бархатная обивка. Всё в этих предметах мебели дышит любовью к природе и безупречной внимательностью автора к мелочам.

Творчество Эктора Гимара затронуло множество сфер, начиная с украшений и заканчивая архитектурой, а также повлияло на многих других художников и архитекторов, даже в то время, когда стиль Ар-Нуво уже сдавал свои позиции, например Сальвадор Дали однажды написал: «На ужасных улицах, съедаемых со всех сторон коррозией реальности ансамбли «Гимара» предстают перед нами как символ духовной стойкости». Предметы, спроектированные Гимаром, до сих пор пользуются спросом и являются объектами коллекционирования многих музеев мира.

Список использованных источников:

1. Статья Ключевые особенности стиля «ар-нуво»: обзор основных представителей – 2015 – 27 июля [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.livemaster.ru/topic/1326311-klyuchevye-osobennosti-stilya-ar-nuvo-obzor-osnovnyh-predstavitelej/>

2. Статья Европейский модерн: Париж – «стиль Гмара»– 2016 – 24 ноября [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mif-meduza.ru/2016/11/24/европейский-модерн-париж-стиль-гимар/>

3. Ар-нуво. Причудливый стиль Гимара – 2017 – 27 января [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://interior.lv/ru/brinumaina-gimara-pasaule>

4. F. Lanier Graham. HECTORGUIMARD. 1970.- 4 с./ глава “Introduction”[Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.moma.org/documents/moma_catalogue_1788_300299026.pdf

© Журавлёва С.С., 2019

УДК 5.07

Заболотская Д.А., Ковалева О.В. **РУЧНАЯ РАБОТА КАК ОСНОВА БИЗНЕС-МОДЕЛИ СОВРЕМЕННОГО МОДНОГО ПРОИЗВОДСТВА**
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Модная индустрия на сегодняшний день представляет собой крупный сектор экономики, основой которого является производство и сбыт модной продукции. Он характеризуется высокой конкуренцией, стремительностью всех процессов, а также подверженностью влиянием многих факторов (геополитическая обстановка, глобальная дигитализация, повсеместное внедрение современных технологий, лидерование азиатских стран в сфере производства товаров).

На Российском рынке одежды огромная доля приходится на импорт (текстиля, одежды и обуви в России в 2018 году было произведено на 430,9 млрд. рублей, а импортировано – на 962 млрд. рублей) [1]. В стране работает огромное количество фабрик, но существует принципиальная разница в организации производства товаров модных брендов в Европе и в РФ. Руководство данных фабрик не сотрудничает с талантливыми дизайнерами, предпочитая производить продукцию низшего ценового сегмента для региональных рынков. Модные бренды производят свои коллекции небольшими партиями собственными силами или по средствам частных заказов на швейных фабриках.

В настоящее время основным покупателям модных товаров является поколение миллениалов, тех, кто родился в период 1980-2000 гг. [2]. Это поколение сформировало свои идеалы и жизненную философию отличную от философии их родителей (поколения X). Миллениалы также становятся производителями, что означает совершенно новые подходы к производству товаров. В индустрии все больше внимания захватывают такие категории как, мобильность, оригинальность и экологичность (польза для здоровья, социальная ответственность). Поколение Y в два раза чаще выбирают молодых и современных дизайнеров, в четыре раза

реже пользуются услугами больших компаний, зато в три раза чаще обращают внимание на инновационные и современные бренды [3].

Представители более молодого поколения Z, также как их предшественники Y, предпочитают бренды, разделяющие их ценности, и избегают остальных. 9 из 10 представителей поколения Z верят, что бренды в состоянии решать проблемы окружающей среды и социальной сферы. Поэтому молодые потребители чаще связывают свои убеждения покупательскими привычками [3]. Небольшие локальные бренды – именно у них молодое поколение готово покупать одежду.

Особое внимание необходимо уделить возрастающему с каждым годом проценту онлайн-продаж, например, в России количество онлайн-заказов выросло на 27% с 46,4 млн. заявок в 2016 г до 63 млн. в 2017 г.; объем выручки – на 23% с 128,4 млрд. руб. до 166,7 млрд. руб. [4].

Социальные сети дают возможность быстро развиваться молодым брендам, создавая конкуренцию на рынке. Миллениалам для принятия решения о покупке необходима мощная коммуникация. Они склонны отдавать предпочтение продукции тех компаний, которые соответствуют их взглядам и интересам [5]. Социальные сети позволяют покупателю увидеть не рекламу, а грамотно составленный контент, из которого покупатель узнает о процессе создания вещи, ее уникальности, экологичности и других отличительных особенностях модного бренда.

Запросам представителей поколения Y отвечает один из развивающихся трендов в модной индустрии – это возвращение интереса к ручной работе. Многие начинающие дизайнеры подчеркивают, что создают одежду сами или небольшой командой, что вызывает еще большее внимание со стороны покупателей. Зачастую это вынужденная мера – не имея большого капитала для создания собственного крупного производства, но обладая творческим потенциалом и желанием создавать моду, бренду приходится производить малые партии или единичные экземпляры.

У производства, основанного на ручном труде одного или нескольких мастеров, есть как положительные, так и отрицательные моменты. При малых объемах пошива есть возможность контролировать качество каждой единицы продукции на высоком уровне, соблюдать индивидуальный подход к клиенту, использовать уникальные ручные техники. В то же время такой бизнес трудно масштабировать, и в следствии прибыль ограничена.

Приобретая вещь ручной работы, покупатель стремится получить не только качество, но и историю. Эта история ремесленных традиций и технологий, а также сама идея, которую автор вложил в концепцию изделия. Такая одежда призвана не только удовлетворять утилитарные и эстетические функции, она «живет» со своим носителем.

Стоит обратить внимание на экологический аспект – малое производство позволяет производить меньшее количество текстильного мусора (меньше брака при небольших темпах отшива изделий, возможность более экономичной раскладки при крое, переработка остатков в эксклюзивные единичные экземпляры). Такой подход лежит в основе «устойчивой моды» (sustainable fashion – культурное явление, которое подразумевает ответственное использование природных ресурсов в долгосрочной перспективе и бережное отношение к природе и людям).

Однако, что такая модель производства подходит для изготовления товаров только определенных сегментов индустрии (одежда, украшения, аксессуары). Производство обуви или высокотехнологичной одежды (спецодежды) требует дорогостоящего оборудования, а также использования сложных процессов, что невозможно без высоких затрат.

Подводя итог, можно сказать, что в настоящее время интерес к модным товарам ручной работы возрастает. Это связано с мировыми тенденциями и запросами потребителей нового поколения. Бренды, чье производство основано на ручном труде самого дизайнера или команды мастеров, начинают уверенно конкурировать с масс-маркетом и крупными именитыми домами мод, занимая свое место в модной индустрии.

Список использованных источников:

1. «Тяжелое импортозамещение легкой промышленности» (исследование «НИ»), 24.07.19 Точный адрес статьи URL: <https://newizv.ru/article/tilda/24-07-2019/issledovanie-ni-tyazhelyaya-dolya-legkoj-promyshlennosti>

2. Ю. Карпова «Автор бестселлера о миллениалах – о том, как выжить в эпоху поколения Y», 21.08.18 Точный адрес статьи URL: <https://style.rbc.ru/people/5b76f3209a79472a6ab7b5cc>

3. И. Сметанкина «Рынок моды в 2019 году: взгляд The Business of Fashion и McKinsey & Company», 18.04.19 Точный адрес статьи URL: <https://www.be-in.ru/photo/38999-elena-kamaj-o-kulture-marketov-v-rossii/>

4. Седых И. А. Индустрия моды. 2019 год, [Электронный ресурс] // НИУ ВШЭ 06.03.19 URL: <https://dcenter.hse.ru/data/2019/06/03/1495959454/Индустрия%20моды-2019.pdf>

5. Micah Solomon «For Small Business Week: All About Millennial Consumers And Millennial-Friendly Customer Experiences», 03.03.18 Точный адрес статьи URL: <https://www.forbes.com/sites/micahsolomon/2018/05/03/for-small-business-week-all-about-millennial-consumers-and-millennial-friendly-customer-experiences/#5c7a58ef2f91>

© Заболотская Д.А., Ковалева О.В., 2019

УДК 7.05

Заборская Е.А., Добрякова О.П. **ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНАЯ ЭКЛЕКТИКА В СОВРЕМЕННОЙ МОДЕ**

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Легко, оглядываясь назад, дать определение многим процессам и явлениям, которые уже заняли свое стабильное и понятное место в мировой культуре. В противовес этому нельзя сказать с полной уверенностью, какое значение для будущих поколений имеет происходящее сейчас и как это описать коротко и энциклопедически точно. Наилучший способ дифференцировать периоды истории – соотносить эпоху со всеми включенными в нее элементами. Например, одним словом «ампир» можно описать и архитектурные, и литературные, и бытовые особенности. Но как обозначить тенденции сегодняшнего дня? Почему заявленная тема должна быть затронута сейчас и звучит именно таким образом?

Эклектика возникла в XIX веке (хотя периодически она проявляла себя, начиная с эпохи Древнего Рима) и подразумевала объединение нескольких стилей в один; подвергалась критике среди искусствоведов с связи с некой эфемерностью, что считалось несерьезным, недолговечным, практически несуществующим. Можно сказать, баловство, но поистине эклектика выражает многообразие мысли творца и его способность применить нестандартный подход в любой отрасли проектирования.

Полистилизм (синоним эклектики) возникает там, где стандартные решения устарели и изжили себя. Каким образом это происходит (или уже произошло) в сфере создания костюма? Когда время гранд-стилей, каждый из которых длился десятилетиями, даже веками, остановившись на модерне, закончилось, наступила очередь постмодерна и индустрии моды, нацеленной на успешную реализацию производимой продукции. Ключевыми фигурами этого процесса было найдено идеальное решение – выделение групп потребителей, объединенных по признакам стиля. Присвоенное данному явлению название «вторая волна моды» в 2019 году в Интернете найти возможным уже не представляется, но факт остается фактом – впервые в масштабах человечества, выше сферы мелких промыслов внимание привлекается к индивидуальности носителя. Бренды окупают себя самоидентификацией и утверждением среди конкретных покупателей: авангардных (Maison Martin Margiela, Comme des Garçons, Vivienne Westwood), романтических (Dior, Delpozo, Valentino, Giambattista Valli), любителей классики (Chanel, Hugo Boss, Paul Smith) или же спортивных (Nike, Adidas, Kappa). Каждое десятилетие привносит в эту систему издержки жизни общества – перемены в парадигме социальных ценностей, изменение системы неравенства, субкультуры и музыкальные

течения, искусство как способ самовыражения, незаменимый пока в постиндустриальном обществе профессиональный дресс-код и т.д. Происходит процесс глобализации. С момента начала и по сей день одним из важнейших принципов является признание разнообразия во всех аспектах жизни общества. Наступает этап, когда четырех стилей становится мало для передачи полноты многообразия характеров и индивидуальностей.

В XXI век человечество входит с пережитками, и по сей день не может забыть предыдущий опыт, воплощая его в модных коллекциях снова и снова. Но система лишается своей устойчивости день за днем.

Эклектика может быть применена не только к стилям, как было сказано ранее, но и к орнаменту, колориту, ассортименту материалов. Исторический костюм имеет потенциал для воплощения в современном, не только театральном, но и повседневном (пример – творчество бренда Jahnkou). Чтобы показать свою сущность, человеку не обязательно заниматься кастомизацией – огромную работу бренды проводят за него. Преимущественно к эклектичности обращаются молодые имена, не скованные грузом стереотипов и ответственности за статус, а также увядающей, но преданной клиентурой. Но это не исключает некоего апгрейда в деятельности брендов, указанных выше эталонами устойчивого прежде понимания о стиле.

Эклектика позволяет отнестись к костюму непредвзято – достать оттуда элементы и придать им новый смысл, например, одежда как основа выставки «Ткань процветания», и, наоборот, внедрить в костюм предметы из совершенно немодных сфер жизни, например, мода на авоськи и респираторы.

Эклектика может быть инструментом взаимодействия и интеграции различных социальных прослоек: людей разного возраста, гендера, семейного статуса, профессии, телосложения и т.д. (масс-маркеты имеют разделы для всех перечисленных категорий, модные шоу постепенно снимают с участников любые ограничения). Разделение людей по материальному признаку больше актуальным не является.

Почему эклектику XXI века можно назвать экспериментальной? Причина кроется в том, что результат столь многообразных манипуляций не может быть доподлинно известен заранее.

Можно подвести итог. Признание существования некой абстракции и умение жить и творить внутри нее приводят к гармонии, открывают новые горизонты. Поэтому эклектичность – один из наиболее универсальных инструментов в работе современного художника-модельера, для которого комбинирование подходов к конструкции, иллюстрации и стилизации предоставляет действительно глобальные перспективы.

Список использованных источников:

1. Васильева Ж. В., «Влияние процессов глобализации на fashion-индустрию», Московский педагогический государственный университет, 2013
2. Власов В. Г. Эkleктика, эkleктичность, эkleктическое мышление. – Новый энциклопедический словарь изобразительного искусства: В 10 т. – СПб.: Азбука-Классика, 2010
3. Попова В., «Тренд сезона: новая эkleктика», ELLE №08 2016
4. Trendsquare bureau, «Lifestyle trend report 2020-2021», Москва, 2019
© Заборская Е.А., Добрякова О.П., 2019

УДК 721.05

Завьялова Е.К. ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОСТРАНСТВЕННОЙ СРЕДЫ КАМПУСА ВЫСШЕГО УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Высшие учебные заведения представляют собой центры формирования высококвалифицированных специалистов, в которых нуждается современная российская экономика. Однако существует тенденция несоответствия образовательной среды отечественных ВУЗов мировому уровню архитектурной среды, современным технологическим и функциональным требованиям. На сегодняшний день, не каждый университет стремится создать обособленное универсальное цельное пространство, которое будет обеспечивать уверенное развитие, нести в себе основные ценности и культуру конкретного учебного заведения. Проектирование кампусов, которые включают в себя не только образовательную среду, но и полноценную инфраструктуру, соответствующую универсальному студенческому городку – одна из основных проблем, которая стоит перед российской системой высшего образования.

Кампус – «Университетский городок, включающий, как правило, учебные помещения, научно-исследовательские институты, жилые помещения для студентов, библиотеки, аудитории, столовые и т.д. Иногда кампусом называют обособленную территорию, принадлежащую крупной компании» [1]. Если рассматривать мировой опыт, студенческие кампусы имеют очень развитую масштабную инфраструктуру. На их территории имеются не только постройки образовательного характера, но также и пространства, обеспечивающие полноценное комфортное существование и жизнедеятельность студентов. По сути, это кластерные комплексы, расположенные на обособленной территории или интегрируемые в часть городской среды, которая принадлежит одной организации, либо вузу,

передвижение по территории таких комплексов преимущественно пешеходное. Исходя из вышесказанного, следует сделать вывод, что кампус представляет собой многофункциональный комплекс, который может стать центром научного и культурного притяжения. Так, университет Temple, Филадельфия, является одним из самых молодых, однако он не отличается в развитии от передовых учебных заведений. Центральные здания с аудиториями находятся в одном месте, главный кампус представляет собой настоящий город с банками, магазинами, столовой, библиотекой, тремя спортивными центрами. Многие студенты занимаются на улице, чему способствует грамотное благоустройство и общедоступный wi-fi. Также на территории функционирует студенческий центр, который включает в себя всевозможные виды отдыха и развлечений для проживающих.

Кампус Венского экономического университета представляет собой масштабную территорию с комплексом разнообразных зданий. Университетский кампус состоит из семи корпусов. Постройки имеют совершенно разные функции: 4 исследовательских института, библиотека права, проектные и семинарные аудитории, пекарня, офисы администрации, конференц-залы.

Федеральные университеты, которые создаются в России, призваны стать центрами инновационного развития. Однако для качественного функционирования данных центров необходимо понимание как технологических, так и предметно-пространственных принципов построения современных мировых кампусов [2].

На сегодняшний день, полноценно функционирующие с индивидуальной инфраструктурой и уникальной системой построения жизнедеятельности кампусы в России являются уникальным явлением. К таким можно отнести кампус Дальневосточного федерального университета, кампус Московской школы управления «Сколково», Казанский кампус «Иннополис». Однако многим отечественным ВУЗам все еще характерна безликость фасадов и типичная архитектура, морально устаревшая среда существования студентов, требующие модернизации средовые пространства, а также отсутствие современных материалов и применение инновационных технологий. Зачастую архитектура и среда не отражают уникальную интеллектуальную миссию университета, что ведет к визуальной идентичности большинства построек.

Современную среду для жизнедеятельности и обучения в кампусе студента можно представить в трех уровнях: частного (своей комнаты, лаборатории или личного кабинета в интернете), среднего (где учащийся может привлекать своих коллег) и общедоступной среды (будь то городская библиотека или социальная сеть) [3]. Продуманная пространственная организация имеет более важное значение для

полноценного и эффективного функционирования университетского кампуса, чем архитектурные и функциональные качества его отдельных объектов. Главная задача университетского здания – стимулировать взаимодействие людей. При проектировании учебных пространств высших учебных заведений, стоит задача создания оптимальных условий для развития и формирования молодых специалистов, в которую помимо непосредственно учебы входит и формирование личности, мировоззрения, создание условий для физического и культурного развития. При выборе композиционного решения кампуса перед проектировщиком встает задача создания целостной объемно-планировочной композиции комплекса, обобщение формы и пространства. Использование атриумной планировки помещений, горизонтальной композиции, компактного пространства, связи объемов позволяют добиться целостной организации всего комплекса. Обучение – это в большей степени групповая деятельность, социальный процесс. И физические пространства для обучения должны быть не формальными лекционными залами, но помещениями, специально оборудованными для командной работы [4]. На сегодняшний день, созданию и обустройству пространств для неформального обучения необходимо уделить соответствующее внимание, так как если система образования стремится к инновационному развитию, необходимо совершенствовать всю обучающую среду, не только предметно-пространственную, но и среду университетов в общегородском контексте.

Елена Булин-Соколова, руководитель управления по созданию образовательного комплекса «Сколково», акцентировала внимание на изменении приоритетов в образовании: «Мы хотим научить наших детей тому, как надо учиться, как работать в команде и как самостоятельно принимать решения. Но эти навыки требуют других пространств и другого отношения к оснащению этих пространств. Мы должны обеспечить их многофункциональными пространствами, где будут выделены различные зоны, где можно будет трансформировать мебель и даже стены. Все помещение должно быть архитектурно приспособлено для решения образовательных задач».

Становление человека как профессионала происходит в целостной образовательной среде того или иного образовательного учреждения. Усилия высшего образования направлены на создание условий, способствующих формированию разносторонней, социально активной, самостоятельной, творческой, компетентной личности профессионала. Образовательная среда является решающим фактором в развитии личности, студент своими действиями и поступками активизирует элементы среды и тем самым создает ее для себя.

Список использованных источников:

1. Л. П. Крысина «Толковый словарь иностранных слов». – М: Русский язык, 1998
2. Ю.В. Моторина, Н.А.Москвин - «Формирование пространства университетских кампусов с целью создания благоприятных условий»,с.5
3. Скопинцев, А.В., Гвоздь, Д.А. «Формирование системы визуальных коммуникаций в архитектурной среде университетских кампусов» Сборник материалов международной научно-практической конференции «Наука, образование, общество: тенденции и перспективы». – Москва: 2013. С. 64-65.
4. Зобова М.Г. Современные аспекты архитектурно-градостроительного проектирования университетских кампусов // Вестник ОГУ. 2015. №3 С.243–248.

© Завьялова Е.К., 2019

УДК 675.6.025.7

Закирова Л.С., Чулкова Э.Н. **ИНЖИНИРИНГ В ОБЛАСТИ РЕСУРСОБЕРЕЖЕНИЯ НАТУРАЛЬНОГО МЕХА**
Новосибирский технологический институт (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина

Стоящие перед легкой промышленностью задачи по модернизации производств определяют спрос на услуги по проектированию и созданию новых продуктов, совершенствованию технологий, расширению имеющихся мощностей.

Одним из вариантов совершенствования имеющихся технологий в настоящее время выступает инжиниринг. Он представляет собой совокупность интеллектуальных видов деятельности, творческую реализацию научных методов и принципов проектирования и разработки, как самих изделий, так и производственных процессов.

Проблемы комфортности, эстетичности одежды, гармоничного слияния человека с окружающей средой, создания новых форм и идей одежды стремится решить дизайн одежды. Комбинаторный дизайн одежды предлагает новые пути развития одежды в будущем.

Комбинаторные (вариантные) методы формообразования используются для выявления наибольшего разнообразия сочетаний ограниченного числа элементов. Комбинаторика предлагает новые приемы нахождения различных соединений (комбинаций), сочетаний, размещений из различных элементов в определенном порядке. Сложность целостной формы изделия, отвечающей множеству требований – функциональных, конструктивных, эстетических – затрудняет создание развитых комбинаторных систем «в чистом виде». При проектировании идея комбинаторики выступает лишь в качестве стимула – за основу

формообразования берутся те элементы формы, из которых можно создать комбинаторную систему.

В ряду идей программированного формообразования комбинаторика занимает одно из главных мест. Процесс создания комбинаторных систем может идти разными путями: совершенствование исходных элементов, чтобы получить ряд дискретных конструктивных или композиционных построений; поиск новых конструктивных построений на основе известных элементов и систем связей.

При поиске комбинаторного элемента решаются такие задачи как, неповторимость различных композиционных приемов, декоративная и эстетическая ценность. Декоративный комбинаторный элемент должен вписываться в любую структуру, быть составной частью композиции.

Наиболее перспективным для автоматизации видом комбинаторики является формальная комбинаторика – всевозможные операции по изменению морфологических качеств объекта (формы, конфигурации, размеров, расположения частей). К числу таких операций относятся:

- перестановки (размещение) частей или элементов целого;
- образование сочетаний элементов и их качеств;
- изменение количества элементов, образующих целое;
- изменение элементной базы (объемных и геометрических деталей);
- изменение материала, фактуры и цвета.

В настоящее время операции подбора и раскладки меховых элементов производятся на основе многократного визуального сравнения характеристик материала. В условиях применения шаблонного раскроя пушно-мехового полуфабриката в среднем процентном отношении до 30% от общей площади мехового покрова утилизируется, не найдя своего применения. Это приводит к тому, что из 10 шкур животных в среднем три единицы не используются в производстве, лишая производителя части дохода.

Исследована возможность использования комбинаторного метода для изделий из натурального меха и операций перестановки, размещения, сочетания материалов. Образцы жилетов, спроектированных из меха серебристо-черной лисицы в комбинации с различными материалами, представлены на рис. 1.



Рисунок 1 – Использование комбинаторного метода для изделий из натурального меха. Эскизы моделей жилетов

В НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина ведутся разработки технологий создания комбинированных полотен как полностью из мехового полуфабриката, так и при помощи его сочетаний с другими материалами, например сеткой; шерстяными (акриловыми) нитями; шнуром (рис. 2).



Рисунок 2 – Варианты получения полотен с меховыми элементами

Сложность конфекционирования пакета материалов ассортимента изделий обусловлена разнообразием пушно-мехового полуфабриката, отличающегося по строению и свойствам кожного и волосяного покрова. Для создания одежды из натурального меха заданного уровня необходимо в соответствии со стандартами подобрать правильный пакет материалов.

Первостепенная задача инжиниринга в области ресурсосбережения заключается в развитии технологической и промышленной базы предприятия путем внедрения инновационных процессов. Создание базы данных, основанной на вариационном предложении по замещению цельномеховых полотен их комбинированными аналогами, способствует сбережению ресурса, уменьшению отходов производства, а также расширению возможностей проектирования новых моделей верхней одежды за счет разнообразия дизайна внешнего вида.

Список использованных источников:

1. Петушкова Г.И., Грекова Т. Н., Петушкова Т.А. /Концепции инжиниринга в дизайне костюма: Психотипические особенности восприятия стилевых характеристик моды /URSS. 2019. 202 с. ISBN 978-5-9710-5296-8. Цветная печать.

2. Андросова, Г.М. Разработка ресурсосберегающей технологии проектирования меховых изделий на основе параметрического синтеза полотен из матричных элементов [Текст] / Г.М. Андросова. – Санкт-Петербург: –2012.

© Закирова Л.С, Чулкова Э.Н., 2019

УДК 7.067.6

Захаров Р.А. СПЕЦИФИКА СОВРЕМЕННЫХ ТЕНДЕНЦИЙ ДЕКОРАТИВНО-ПРИКЛАДНОГО ИСКУССТВА

Череповецкий государственный университет

В последнее время декоративно-прикладное искусство набирает популярность, но его содержание и форма стремительно изменяется, забывая главную основу – представление о гармонии. Обзор выставок показывает, что распространены промежуточные формы между декоративно-прикладным и станковым искусством – панно, гобелены, плафоны, декоративные скульптуры и прочие арт-объекты, которые не только составляют часть интерьерного и экстерьерного целого, дополняя его, но могут рассматриваться и отдельно, как самостоятельные художественные произведения, по сути, являются «творчеством» непрофессиональным.

Новый смысл закрепился за словом «искусство», он появился сравнительно недавно, поскольку в настоящее время творческая деятельность проявляется скорее в декоративном, чем в изобразительном «изящном» искусстве, отсюда и утвердился термин «творчество», иногда и «хандмейд» становится синонимом понятия «декоративно-прикладное искусство».

Так, многие авторы прибегают к эклектике, тиражированию, копированию, пренебрегают классикой и традициями, искажая образность и символизм, семантику, аналогию, используемую не одним поколением, нарушая тем самым традиции преемственности «искусства».

Рассмотрим современные представления о создании костюма. Костюм как явление декоративно-прикладного искусства должен соответствовать эстетическим требованиям, но просмотры показов «высокой моды» зачастую не отвечают представлениям о прекрасном, гармоничном.

Эти изменения связаны, во-первых, с одной из заметных особенностей XXI века, а именно, декоративно-прикладное искусство вошло в состав другого эстетического явления – в дизайн. Особенности выразительного языка этого феномена в том, что современный дизайн – это чрезвычайно синтетическая сфера реализации художественно-проектной мысли, где очень трудно отделить цвет от формы, плоскостную графику от объема, конструкцию от скульптурной пластики, предмет от среды и т.д. Все это многообразие форм проявления дизайна не распыляет его по различным областям человеческой деятельности, а наоборот, фокусирует на решении масштабных задач, связанных с организацией среды обитания человека на всех уровнях – от предметного насыщения частного интерьера до проектного формирования мегаполиса или даже до

структурирования глобальных этно-культурных и социально-политических общностей.

Во-вторых, для современной культуры декоративно-прикладное искусство как самостоятельное явление в основном существует, лишь находясь в тесной связи с узкими традициями русско-народного творчества, а именно поэтому к современным «рукодельным» арт-объектам, несвязанным с фольклорными традициями чаще всего не применяют термин «декоративно-прикладное» искусство. Значит подобные арт-объекты (например, костюм) живут по законам другого направления не столько декоративного искусства, но по законам дизайна. И рассматривают такие арт-объекты как феномены дизайнерского искусства, которые создаются с использованием выразительных средств дизайна. Это утверждение позволяет превратить любое явление в феномен современного искусства, современного творчества.

Рассмотрим основную родственную и противоположную специфику законов и эстетических принципов в дизайне и в декоративно-прикладном искусстве, которые позволят удерживать два этих направления в русле эстетической гармонии.

Произведения декоративно-прикладного искусства имеют главные отличительные признаки: они отвечают следующим требованиям: во-первых, устоявшимся классическим эстетическим, категориям (прекрасное, героическое, комическое), а также более сложным архаичным символическим, обрядовым назначениям. Поскольку, декоративно-прикладное искусство – это один из древнейших видов искусства и в течение многих веков оно развивалось в народной среде в русле народных художественных ремесел, то его отличительной особенностью является не только фольклорная (народная культура местного значения), но и этническая – более широкая специфика. Таким образом, обширный пласт традиций народов мира служит источником для декоративно-прикладного искусства. С древнейших времен людям во всех уголках Земли свойственно было стремление к красоте в окружающем его предметном мире, постепенно, утратив свое первоначальное сакральное значение, символы перестали нести магическую информацию, а стали просто украшать утилитарную вещь. Однако, пользуясь выразительным языком народного искусства, понимая ассоциативный ряд, дизайнер также способен создавать культурно смысловые объекты, которые понимаются не только автором, но и читаются зрителем.

Искусство должно вызывать умные эмоции, но зачастую современное творчество, не только вызывает позитивные чувства, но провоцирует, а иногда и сталкивает культурные традиции, навязывая искаженное мнение, вульгарные вкусы. Принципы дизайна подчинены не столько законам искусства, эстетики, сколько веяниям моды. Тенденции

моды, связаны с субкультурой улиц и деклассированных элементов, а современное искусство (инсталляции, перформанс) в современном обществе создают свои арт-объекты по принципам эпатажа, что негативно сказывается не только на эстетическом уровне произведений такого творчества, но и формирует искаженные эстетические вкусы современной молодежи.

Поэтому происходит утрата ценностей декоративно-прикладного искусства, и искусства в целом, так как многие начинающие художники прикладники и дизайнеры в погоне за оригинальностью ориентируются на низкопробные образцы.

Одной из основных причин также является профессиональная подготовка кадров в сфере образования, с каждым годом снижается число мест в высших учебных заведениях по подготовке специалистов декоративно-прикладного искусства. На смену этому направлению в университетах и институтах пришли современные, новые специальности, не связанные с изучением традиций декоративно-прикладного искусства. Существующий большой дефицит специалистов по прикладному искусству как на начальных стадиях образования в школах, в художественных школах и студиях, так в системе профессионального обучения приводит к утрате большого пласта культуры и подмене культурных ценностей. Необходимо менять отношение как к декоративно-прикладному искусству и сохранению традиций народного творчества в целом. Одним из способов, привлечения внимания к проблемам забвения декоративно-прикладного искусства, является использование традиционных техник в современных формах и с применением современных технологий. К примеру, использование традиционной вышивки и кружева или старинной набойки на ткани в современной молодежной моде. В предметах интерьера использование классических предметов с применением световых технологий, при этом качество исполнения должно быть не только на высоком уровне, но и предметы должны вписываться в интерьер гармонично.

Важным путем решения сложившейся проблемы может стать также обучение Дизайну на основе декоративно-прикладного искусства – это позволит осуществлять профессиональный поиск нового образа мира и разработать его концепции на основе эстетической рефлексии дизайнера. Только человеку присуща способность анализировать эстетический опыт и моделировать социально-культурный мир, опираясь на традиции, как на единство объективной реальности и субъективно переживаемых человеком ценностей. В этом, по существу, и состоит смысл декоративно-прикладного искусства и метод дизайна.

© Захаров Р.А., 2019

УДК 745:687.1

Зеленова Ю.И., Белгородский В.С., Коробцева Н.А. ПРИМЕНЕНИЕ КРУЖЕВНЫХ ПОЛОТЕН В КОЛЛЕКЦИЯХ ОДЕЖДЫ ИНКЛЮЗИВНОГО ДИЗАЙНА

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

На сегодняшний день все более актуальной становится проблема интеграции людей с ограниченными возможностями, имеющих статус инвалидов, в общество здоровых людей и их равноправное участие в социально-бытовой деятельности. Средством социализации является, в первую очередь, костюм, влияющий на психоэмоциональную составляющую комфорта для людей в статусе инвалидов.

Для данной аудитории «особых» потребителей существует ряд определенных факторов проектирования костюмов на базе авторского импрессионного подхода к инклюзивному дизайну проф. Коробцевой Н.А. [1]. Особую роль в инклюзивном дизайне занимает использование кружевных полотен и кружевных деталей, что является одновременно визуально-эстетической терапией и современным стилеобразующим элементом костюма.

Врожденные или приобретенные ограничения физического здоровья человека не являются ограничителем его общественной жизни. Стильная одежда для лиц с инвалидностью также необходима для прогулок, по случаю посещения выставок и театров, разнообразных светских мероприятий, индивидуальных празднеств (день рождения, свидания, свадьбы), работы и т.п.

Для создания специальных комплектов повседневной и нарядной одежды представляет интерес группа лиц: 1) с физическим ограничением – мобильности и нарушения моторных функций организма [2]; 2) с ограничением когнитивных функций – ДЦП [3]; 3) с ограничением по зрению – слабовидящие, незрячие (слепота) [4].

Композиционные приемы, которые необходимо применять в разработке инклюзивного дизайна одежды для уравнивания фигуры человека с различной группой инвалидности – контраст, нюанс, масштабность, асимметрия. Перечисленные приемы могут выступать акцентами в костюме инклюзивного дизайна – композиционными центрами, которые имеют функцию притяжения или перетягивания внимания в механизме человеческого восприятия.

Акцентировка деталей, цвета, рисунка ткани и форм в модном костюме для лиц с различной группой инвалидности:

1. Группе лиц с ограничением мобильности необходимо расставлять акценты на верхней части корпуса и голове:

а) нюансы в виде необычных аксессуаров – брошей, бус, контрастных поясов, головных уборов (шляпки и шапочки), объемных причесок и яркого макияжа;

б) при проектировании одежды использовать контраст объемов, к примеру, объемный воротник или рукава, большие верхние карманы фантазийной формы, крупный головной убор, а также и цветовой контраст;

в) принтованные ткани по принципу симметрии и асимметрии также будут уместны, вне зависимости это ткань с динамическим или статическим орнаментом.

2. Группе лиц с ДЦП необходимо расставлять акценты на верхней части корпуса и голове:

а) нюансы в виде аксессуаров (как для группы лиц с ограничением передвижения);

б) при проектировании одежды также можно использовать контраст объемов или разномасштабность деталей костюма и цветовой контраст;

в) принтованные ткани по принципу симметрии и асимметрии.

3. Группе лиц с ослабленным зрением и слепотой необходимо расставлять акценты на средней части корпуса и голове: а) нюансы в виде аксессуаров (как и у первых двух групп); б) при проектировании одежды использовать небольшой контраст объемов и цветовой контраст; в) возможно использование принтованных тканей.

Кружево, как и инклюзивный дизайн, имеет в своей основе парадигму универсальности – «для всех». Поэтому этот благородный и модный материал способен не только украсить монотонный костюм, но и является прекрасным средством арт-терапии. Кружево как один из вариантов адаптации людей-инвалидов считается идеальным вариантом за счет успокаивающего воздействия на психику человека «перезвона» коклюшек и требующего большого внимания в своей работе, что способствует отвлечению от навязчивых мыслей, проблем, неудач.

Виды применения кружев в особой моде:

1. Для людей с ограничением мобильности кружева могут быть использованы: 1) в виде деталей как акцент на верхнюю часть корпуса – плечевой пояс, руки, шея, голова – повседневная одежда, деловая, нарядная, вечерняя, спортивная эклектика; 2) в виде полотен – нарядная, вечерняя одежда.

2. Для людей с синдромом ДЦП кружева могут быть использованы: 1) в виде асимметричных деталей – повседневная одежда, деловая, вечерняя, спортивная эклектика; 2) в виде полотен – повседневная одежда, нарядная, вечерняя одежда.

3. Для людей с ослабленным зрением и слепотой кружева могут быть использованы: 1) в виде деталей как акцент на среднюю часть корпуса –

плечевой пояс, руки, бедра – повседневная одежда, деловая, нарядная, вечерняя, спортивная эклектика;2) в виде полотен – повседневная одежда, нарядная, вечерняя одежда.

Создание кружева ручным способом дает прекрасный коррекционный эффект, благодаря развитию мелкой моторики пальцев, мысленному счету и внимательному наблюдению за процессом работы. Задействуются сенсорные раздражители рук – смена ощущений в руках железного, деревянного или костяного крючка и толщины нити дает новые эмоциональные переживания, отличные от других, следовательно, новый опыт и желание его повторить [5].

Особенностью кружевного изделия в отличие от тканей является чередование густого переплетения с разреженным. Это тот принцип природной гармонии, который позитивно воспринимается человеком. Особенно важным фактором это является для людей-инвалидов, для которых важно получить имидж «человека, положительно воспринимаемого обществом» и кружево должно стать в своем роде источником этих изменений. Его воздействие на осязание и слух (коклюшечное кружево) и сосредоточенное ожидание результата во время процесса сотворения кружевного изделия являются лучшим средством психологической разрядки и социальной адаптации.

Список использованных источников:

1. Коробцева, Н.А. Проектирование одежды: импрессионный подход. Монография. - М.: 2001. - с.160. с ил.

2. Козлова, Е.В. Разработка метода проектирования конструкций швейных изделий для людей, находящихся в инвалидном кресле, с учетом положения «сидя» / Е.В. Козлова // Журнал Техничко-технологические проблемы сервиса / Выпуск № 2 (24) / 2013.

3. Крюкова, Н.А. Медицинские аспекты ДЦП и их влияние на проектирование одежды / Н.А. Крюкова, Е.Е. Скачкова, Н.С. Нестеренко // Сборник статей VIII Международной научно-практической конференции «Наука и творчество: взгляд молодых профессионалов». - Тольятти: ПВГУС, 2014.

4. Харлова, О.Н. Особенности проектирования одежды для детей инвалидов с учетом двигательных отклонений / О.Н. Харлова, Е.Г. Панферова // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета / Выпуск № 67 / 2011 (03).

5. Волкова, В.М. Этнические традиции и формообразование одежды как средство социально-бытовой адаптации инвалидов / дисс. на соискание уч. степ. канд. истор.Наук, Спб, 1996 – 277 с.

© Зеленова Ю.И., Белгородский В.С., Коробцева Н.А., 2019

УДК 67.03

Зильбер А.С. ТЕГИ КАК СПОСОБ ЗАЯВИТЬ О СЕБЕ: ПРОШЛОЕ И СОВРЕМЕННОСТЬ

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Теггинг (англ. пометать) – одно из наиболее популярных направлений в граффити-искусстве. Оно представляет собой быстрое нанесение надписи (тега) на какую-либо поверхность. Зачастую, художника, занимающегося теггингом, называют «Теггером», вместо обобщённого для граффити-художников термина «Райтер».

В современном виде теги получили своё развитие в конце шестидесятых – начале семидесятых годов прошлого века. Первооснователем современного теггинга стал один из членов банды «Savage Skulls» под псевдонимом Julio 204, чьё настоящее имя до сих пор неизвестно [1, 4]. Именно ему, вдохновлённому успехами своей банды, пришла идея пометать их зоны влияния, дабы все знали, кому принадлежит контроль на территории. В последствии, множество банд как восточного, так и западного побережья приняли у себя эту идею. Вершущки банд искали среди своих членов креативных людей, способных разработать тег, выделяющийся среди остальных, после создания которого его начинали наносить на соответствующие территории. Если территория переходила под контроль другой группировки, то тег не закрашивали в привычном понимании, а наносили новый поверх старого, что указывало на превосходство влияния новой банды над старой. Подобная практика существует и по сей день, а благодаря данным тегам в интернете сейчас можно найти множество исторических карт, на которых выделены зоны влияния конкретных банд в Америке в те или иные годы.

Однако, идея Julio послужила развитию теггинга только в криминальной среде, тогда как более широкому распространению данного движения поспособствовал теггер с ником Таки 183. С 1970 по 1971 год Таки работал курьером и доставлял еду по всему Нью-Йорку. Во время своей работы ему пришла идея ставить свой тег на всех станциях метро, на которых он высаживался и на всех местах, куда он доставлял заказы. К июлю 1971 года он оставил в Нью-Йорке более двух тысяч своих тегов, после чего в газете «Нью-Йорк Таймс» появилась статья с заголовком ««Таки 183» Spawns Pen Pals». Данная статья повлияла как на мировое сообщество райтеров, так и, в частности, на подростков Нью-Йорка, которые начали массово придумывать свои собственные теги и «украшать» ими все возможные стены города. Сам же Таки в интервью признался, что несмотря на то, что он стал первым теггером, о котором написали в газете, что принесло ему славу, а его делу – популярность, он вдохновлялся именно идеей Julio и его метками [2, 4].

Теги в контексте граффити-искусства. Мнение опытных граффити-художников по отношению к тегам очень сильно разнятся: одни считают теги основополагающей частью культуры стрит-арта и тем, с чего стоит начинать любому новичку, другие же считают их низшей частью данной культуры, либо лишь подписью к настоящей работе. Однако по их общему мнению по тегу автора несомненно можно определить основной стиль его работ, его основное направление, а также профессионализм художника. В граффити любого стиля при наличии усидчивости очень просто спрятать недостатки опытности за большим количеством краски, искусственными тенями и так далее, тогда как после написания тега сразу станет заметно, насколько автор следит за компоновкой букв и за их динамикой. Поэтому после написания тега опытный теггер или райтер может указать новичку на его недостатки и посоветовать, к чему именно нужно стремиться. Профессионал может создавать свой тег и совершенствовать его написание годами, поскольку тег на улице, как и рисунки в целом – это «лицо» художника, то, каким его запомнят [3, 4].

Профессиональные теггеры, а также художники, утверждают, что теггинг очень близок к каллиграфии, что в действительности является таковым – множество теггеров создают свои уникальные шрифты, а также используют шрифты, существующие уже многие годы (например, готические или шрифты в стиле модерн). Также, в отличие от привычной каллиграфии, теги необходимо наносить не только красиво и качественно, но и достаточно быстро, поэтому при создании тега начинающие теггеры изучают так называемую Технику Единой Линии – когда весь тег пишется либо полностью слитно, либо, если разделения в теге есть, то рука всё равно не стоит на месте. В теге могут использоваться не только буквы и цифры, но и всевозможные изображения и геометрические фигуры. Добавление фигур имеет большое влияние на непосвящённого человека, так как тег с фигурами запоминается гораздо сильнее.

В классическом представлении теги создают с помощью художественных несмываемых маркеров, либо с помощью баллончиков с краской. Однако этими вариантами всё не ограничивается. Для большей выразительности опытные теггеры используют вместо маркеров мягкие губки для мытья посуды или тубики из-под обувного крема, а вместо баллончиков используются компактные садовые опрыскиватели. Краски профессионалы также создают сами, а не покупают готовые в магазине. Рецепт подобных красок хранится их создателем в строжайшем секрете и не разглашается даже ученикам.

В настоящее время теги получили широкое распространение не только на территории США, но и по всему миру. Отношение к подобному искусству остаётся не самым лучшим и по сей день. Не стоит забывать, что для большинства людей теги, в отличие от традиционной каллиграфии

представляют из себя не какое-то искусство, а простую «городскую грязь», как в России, так и в большей части Европы. Также, в подобном искусстве разбирается очень ограниченный круг людей, поэтому профессионализм выполнения тега оценивается не всегда объективно. Поскольку написанием тегов занимаются в большинстве своём не профессионалы, а подростки-самоучки, большинство тегов, которые можно увидеть в городах, не представляют какой-либо художественной ценности, поскольку такие художники просто хотят заявить о себе, а не учиться красивому письму в течение продолжительного времени.

Большинство городов России и Европы имеют на своих улицах огромное количество тегов всевозможного качества, и если в России с подобными способами заявить о себе отчасти борются, то в Европе эта борьба уже давно остановилась, поскольку властями большинства стран была признана бесполезной [4].

В заключение можно сказать, что, несмотря на то, что в большинстве своём теги воспринимаются обществом как вандализм и уродование букв, теги как направление творчества всё ещё развивается: придумываются новые шрифты, новые стили и концепции, формируются команды профессионалов и воспитывается новое поколение художников. Однако, как и любое искусство, оно требует усидчивости и постоянных практик, через которые, к сожалению, хотят проходить далеко не все.

Список использованных источников:

1. Википедия. Теггинг [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Теггинг>
2. Википедия. ТАКИ_183 [Электронный ресурс] Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/ТАКИ_183
3. Grafflife. Всё об уличном искусстве [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.youtube.com/channel/UCbBWPnrsPU-gtYJ8niMJQ6A>
4. Граффити. Уроки рисования. (Стрит арт) [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://vk.com/portretaginsk>

© Зильбер А.С., 2019

УДК 7.037.5

Ибрагимова А.А. ФЮМАЖ И ЕГО РАЗВИТИЕ В СЮРРЕАЛИЗМЕ

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн Искусство)

Фюмаж – одна из техник сюрреализма, особенностью которой является получение изображения при помощи копоти свечи или керосиновой лампы на обрывке бумаги или холсте. Дословно с французского фюмаж переводиться как окуривание или копчение.

Первые изображения в подобной технике смогли создать первобытные люди тысячи лет назад, оставившие после себя всемирно

известные образцы наскальной живописи. Известно, что в изображении лошади на стене в пещере Ласко во Франции, 17000 лет до н.э., использовались не только минеральные пигменты, но и сажа от дыма.

В современном искусстве технику фюмажа первым применил австрийский художник-сюрреалист Вольфганг Паален. В 1930-е гг. он начинает использовать огонь подобно краске. Первое изображение Паалена, созданное свечой «Fumage» (рис. 1), было представлено в 1936 году на Международной сюрреалистической выставке в Лондоне. Эта же техника и сохранилась до наших дней. Также на основе техники фюмаж Вольфганг Паален создает свое собственное направление («Spaciales»).

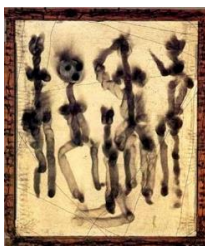


Рисунок 1 – Паален «Fumage», 1936 г.

Принципы техники реди-мейд так же лежат в основании фюмажа. Такой метод предполагает преобразование автором некоторых объектов, изначально созданных не с художественными целями, в собственное произведение. Впоследствии фюмаж был использован испанским художником-сюрреалистом Сальвадором Дали. Дали, как и Паален, использовал фюмажное изображение в качестве основы, покрываемой затем красками. Таким образом, художник создавал необычные мотивы и формы для своих произведений.

Ярким представителем техники фюмаж можно назвать современного канадского художника-сюрреалиста Стивена Спазука.

Нетрадиционная техника часто приводила его к непредсказуемым результатам. Спазук утверждает, что огонь может использоваться как разрушительная, так и конструктивная сила.

Для работы художник использует простые инструменты: зажигалку, кисти и перья, которыми впоследствии из сажи формирует форму и свет. При этом акриловыми красками дорисовываются лишь небольшие цветные элементы. Также Стивен Спазук занимается созданием огромных портретов знаменитостей из десятков картонных дощечек, покрытых узорами сажи.

В большинстве случаев использование данной технике приводит к непредсказуемым результатам, так как контролировать процесс работы огнем практически невозможно. Поэтому художник может только продумать общее направление и тему своего будущего полотна, искать образы уже в получившихся абстрактных формах и дополнять их светлыми штрихами, остальные действия будут зависеть от свечи. Благодаря необычному способу нанесения изображений, картины

выглядят, окутанными дымкой. Поэтому интерес вызывают не только сами работы, но и техника исполнения.

Сохранить хрупкое искусство тоже было большой проблемой, однако методом проб и ошибок Спазук нашел средство. Он распыляет на картины лак при помощи спрея на определенном расстоянии.

Стивен Спазук вдохновлялся произведениями сюрреалистов, рисовал акрилом, маслом, карандашом, в 80-х увлекся аэрографией и всевозможными коллажами.

Когда художник освоил некоторые методы работы с необычными материалами, он продолжил экспериментировать. Он начал использовать оттиски, как на картинах с птицами, которые создавались с помощью простого пера. Художник стремится показать через свои произведения волнующие его фрагменты вещей, событий, людей или же метафору современной жизни и того, как мы воспринимаем вещи через наши чувства и наши умы.

С помощью серий своих картин, одна из которых изображает птиц в соседстве с различными техногенными устройствами, предназначенными для уничтожения насекомых, Стивен Спазук выражает беспокойство за хрупкость и ненадежность всех живых организмов, населяющих нашу биосферу. Исследуя тему взаимоотношений человечества с природой, художник напоминает, что по мере роста человеческого населения и его попыток загрязнения окружающей среды, некоторые виды животных начинают исчезать, а попытки овладения всё больших ресурсов истребляет нашу планету. Именно поэтому Спазук в своем творчестве демонстрирует истребление всего живого, используя технику фюмажа, и возникающие при этом необычные дымчатые линии, которые покрывают пространство всего полотна.

Создавая свои картины, Стивен Спазук держит бумагу над огнем, чтобы собрать сажу, с которой он будет дальше работать. После того, как на бумаге появляется черная копоть, происходит выбор будущего рисунка путем проб различных инструментов – например, птичьего пера. Плавно очищая от копоти отдельные участки, Стивен придает изображению удивительную глубину и выразительность. Таким образом, художник смог применить необычные свойства огня в искусстве.

Список использованных источников:

1. Иван Мосин. Мировое искусство. Сюрреализм: история движения в биографиях художников. Изд. Кристалл, 2006 г.

2. Картины сажей и огнем. Творчество Стивена Спазука <https://kulturologia.ru/blogs/050212/16092/>

3. Вольфганг Паале. Жизнь и творчество <https://allpainters.ru/paalen-volfgang.html>

© Ибрагимова А.А., 2019

УДК 745.51

Иванова Д.К., Куликова М.К. ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ РОСПИСИ ПО ДЕРЕВУ В СОВРЕМЕННОМ ДЕКОРАТИВНО-ПРИКЛАДНОМ ИСКУССТВЕ

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Русское народное творчество – это одно из ярких проявлений русской культуры, огромный отдел художественного творчества, обращенный на производство изделий, сочетающих утилитарную и художественную функции. Сегодня народные промыслы входят в состав декоративно-прикладного искусства. Изделия декоративно-прикладного творчества соответствуют множеству характеристикам, имеют эстетическую ценность, характерную художественную образность, обладают важным историко-культурным значением, а также предназначаются для оформления быта и интерьера. В литературе второй половины XX века появилась классификация отраслей декоративно-прикладного искусства по нескольким признакам: по материалу (металл, керамика, текстиль, дерево), по технике выполнения (резьба, роспись, вышивка, набойка, литьё, чеканка, и т.д.) и по функциональным признакам применения предмета (мебель, игрушки). Декоративная роспись по дереву имеет многовековую историю. Роспись деревянных поверхностей появилась тогда, когда возникла живопись – более 30 тысяч лет назад. Человек старался украсить предметы быта и стены своего жилища с целью привнести в жизнь красоту и запечатлеть совершающиеся с ним события. Дерево всегда являлось самым доступным для отделки материалом – и именно роспись по дереву формировало изобразительное искусство и человеческую культуру. Роспись по дереву имеет несколько направлений: традиционную и авторскую (живописную). Традиционное направление формировалась в своей основе в деревнях на своей исторической родине. Она отличается простотой, лаконичностью и сходством с народными корнями. Изделия с авторской росписью выполнялись обыкновенно в городах мастерами-художниками. Такие работы выделяются своим изяществом, убедительностью, профессионализмом и авторским прочтением традиций. Имеется достаточно много видов росписи по дереву, различных традиционных техник и школ. Среди них мезенская роспись, хохлома, городецкая роспись, гжель, роспись Северной Двины, Федоскинская роспись, прикамская роспись, палех, жостовская роспись и др. Из ремесленного вида искусства в художественные многочисленные виды росписей по дереву перешли в середине XX века. На данный момент все разнообразие росписей изучают в художественных школах, а также в школах с углубленным изучением изобразительного искусства. Всевозможные виды техник, применяемых в росписи, характеризуются

своим не превзойдённым и уникальным орнаментом, который исторически формировался в ногу со временем и эволюцией красок и материалов. Роспись по дереву включает в себя как традиционные орнаментальные мотивы, так и современные, стилизованные, используемые в дизайне. Эти росписи актуальны и не забыты даже, спустя более ста лет. Почти в каждом доме есть что-то из народного прикладного искусства: ложки хохломской росписи или доска, выполненная в стиле мезенской росписи, а может быть целое блюдо. Декоративная роспись широко применяется в различных сферах мебельного производства, а также при декорировании посуды, музыкальных инструментов и игрушек. Широко применяют роспись по дереву акриловыми красками, гуашью, масляными и анилиновыми красильными веществами.

Особый интерес представляет традиционная техника хохломской росписи по дереву. Для хохломы характерна оригинальная технология покраски дерева в золотой цвет без использования золота. Деревянные предметы грунтовались раствором глины, пропитывались олифой и порошком олова, по слою которого реализовывался растительный рисунок в свободной кистевой манере письма, далее покрывались лаком из льняного масла и нагревались при большой температуре. Дорогая цена привозимого олова длительное время затормаживала производство хохломской продукции, ведь только очень богатый покупатель мог достать олово для мастеров. Основные цвета, обуславливающие характер и узнаваемость хохломы – это красный и чёрный, но для оживления узора применяются коричневые, зелёные и желтые цвета. Растительный орнамент в хохломских изделиях глубоко связан с древними традициями живописи на Руси. Различные виды орнаментов имеют свои наименования: «травка» – узор из крупных и мелких травинок; «кудрина» – листья и цветы в виде золотых завитков на красном или чёрном фоне. Применяют художники и нетрудные орнаменты, например, «крап», который наносят штампиком. При воплощении мотивов «ягодка» или «цветок» обычно применяют округлые «штапки» из свернутой ткани. Широко используются два традиционных метода росписи – «верховая» и «под фон». «Верховая» роспись осуществляется плавными мазками на металлизированную поверхность, образуя легкий, искусный узор. «Фоновая» роспись исполняется на черном или цветном фоне, золотым цветом. Роспись выполняется вручную, таким образом, чтобы рисунок нигде не повторялся.

В современном мире техника хохломы по-прежнему привлекает множество художников декоративно-прикладного искусства. Хохломская роспись не теряет своей популярности, также благодаря этномотивам. Наряду с общеизвестными центрами хохломской росписи появилось большое количество новых производств, предлагающих изделия

выполненные «под золото». Роспись по дереву не теряет своей актуальности, её мотивы широко используются не только в сфере декоративно-прикладного искусства, но и в моде, и в других сферах. Мотивы хохломской росписи можно увидеть не только на деревянных изделиях, но и на других различных поверхностях. Например, известная «кудрина» часто изображается с помощью художественной вышивки и применяется в одежде, и в интерьере. Прямым доказательством этого является модные показы таких модельеров, как Вячеслав Зайцев, Анастасия Романцева, Ульяна Сергеенко и многих других. Денис Симачев также известен благодаря активному использованию хохломской росписи в своих коллекциях. Он разработал оригинальный дизайн для коммуникатора iPhone, а также серию дизайнерского оборудования в сфере производства холодильников.

Подводя итог всему выше сказанному, можно сделать вывод, что в современном мире роспись по дереву стала очень востребованной в связи с возрастающим интересом молодых дизайнеров к художественным традициям и опыту народа, а также к сохранению исторической памяти. Хорошо известные мотивы растительных орнаментов, применяемых в различных росписях, со временем были стилизованы и превратились во что-то более новое, идущее в ногу со временем. Благодаря всему этому, роспись по дереву находит широкое применение в различных областях искусства в современном мире.

Список использованных источников:

1. Кошаев В.Б. «Декоративно-прикладное искусство. Понятия. Этапы развития. Учебное пособие для вузов». – Владос, 2014 С. 12-15.
2. Соколова М.С. Художественная роспись по дереву. – М., 1999.
3. Бардина Р.А. Изделия народных художественных промыслов и сувениры. – М.: Высшая школа, 2007.
4. Махмутова Х.И. Роспись по дереву. – М.: Просвещение, 2004.
5. Орловский Э.И. Изделия народных художественных промыслов. – Л.: Лениздат, 2008.
6. Гладырев С. Декоративная роспись по дереву. / <https://homius.ru/rospis-po-derevu.html> – Интернет-ресурс.
7. Традиционная технология хохломской росписи по дереву. / <https://www.culture.ru/objects/2872/tradicionnaya-tekhnologiya-khokhlomskoi-rospisi-po-derevu> – Интернет-ресурс.
8. Декоративно-прикладное искусство. / <https://babytwins.ru/kartinki-dekorativno-prikladnoe-iskusstvo/> – Интернет-ресурс.

© Иванова Д.К., Куликова М.К., 2019

УДК 687.021

Иващишина А.С., Гетманцева В.В. РАЗРАБОТКА МЕТОДИКИ РАСЧЕТА ПРИБАВКИ НА ПАКЕТ В ИЗДЕЛИЯХ СПЕЦИАЛЬНОГО НАЗНАЧЕНИЯ

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

В данной статье были определены основные уровни расчета общей прибавки для изделия специального назначения, была разработана и визуализирована методика для расчета общей прибавки на примере изделия с использованием средств индивидуальной защиты.

Одним из эффективных направлений развития одежды специального назначения является разработка предельно эффективных, эргономичных, лёгких и огнестойких комплектов для защиты от осколков снарядов внутри и вне бронетехники.

По данным специалистов Министерства Обороны РФ основной осколочный поток снарядов приходится на объекты малой величины (1-2 г), защиту от которых обеспечивает комплект индивидуальной защиты, снабженный баллистическим защитным слоем пакета материалов.

Ввиду уменьшения степени эргономичности и пластичности пакета материалов за счёт внедрения специализированного баллистического слоя, а также учитывая соответствие предельно допустимым нормам по силуэтным прибавкам, процесс разработки конструкции, касаясь значений прибавок, предельно отличается от типовых рекомендаций [1, с. 4-8].

С целью разработки наиболее эргономичного комплекта ведется разработка методики расчета общей силуэтной прибавки для одежды специального назначения на основе данных, полученных с основных уровней, на которых были произведены плоскостные сечения.

В качестве основных были выбраны наиболее подвижные участки тела, к которым относятся ширина спины, ширина на уровне глубины проймы, ширина по линии талии, ширина по линии бёдер, ширина рукава на линии обхвата плеча, локтя.

Так как костюм защищает 95% тела, то баллистический защитный слой располагается практически по всей поверхности тела, на местах активных динамических сгибаний/скручиваний вставляются специальные накладки.

Для анализа был разработан технический рисунок предполагаемого изделия для исследования (рис. 1). В качестве базового размера взят 176/104/94.



Рисунок 1 – Технический эскиз исследуемого изделия.

Затем были сделаны сечения фигуры в соответствии с основными уровнями расчета прибавки (рис. 2).

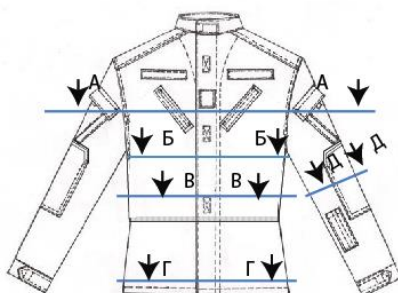


Рисунок 2 – Положение сечений для методики расчета прибавки.

Для сечений Б-Б, В-В, Г-Г были выполнены проекции и расчет прибавок (рис. 3).

$P_{общ} = P_c + P_{п}$. Примем $P_c/2$ максимальным и равным 16,2 см.

Математическая модель: $P_{общ}i/2 = [Длина\ внешней\ дуги\ для\ полу\ обхвата] - [Длина\ дуги\ i-го\ обхвата]$.

$$P_{г/2} = 75,202 - 52,233 = 22,969\text{см}$$

$$P_{т/2} = 67,682 - 47,01 = 20,672\text{см}$$

$$P_{б/2} = 69,697 - 48,0 = 21,697\text{см}$$

Данные расчеты являются предварительным результатами при $P_c \rightarrow \max^*$



Рисунок 3 – Проекция сечения Б-Б, В-В, Г-Г.

Список использованных источников:

- ГОСТ 24871-81 Костюмы специальные для военнослужащих. Технические условия;
- А.И.Мартынова, Е.Г. Андреева. Конструктивное моделирование одежды.

© Иващишина А.С., Гетманцева В.В., 2019

УДК 687

Ильинская Л.А., Гетманцева В.В. АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ АДДИТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СФЕРЕ МОДЫ

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

В современности 3D-печать становится все более актуальным направлением в индустрии моды. Все чаще и чаще можно встретит аддитивные технологии на подиумах по всему миру [1]. Эта технология позволяет создавать ни на что не похожие дизайны и изделия, тут нет границ, только лишь фантазия. Большинство дизайнеров полюбили 3D-печать благодаря свободе, которую она им предлагает. В нашем мире технологии создаются и развиваются с невероятной скоростью, так что, если сегодня нет инструментов для воплощения идеи в жизнь, не факт, что уже завтра не появятся необходимые инновации [2]. Таким образом аддитивные технологии предоставляют нам обширный выбор, ведь одну и ту же технологию можно применить различным образом, что и делают дизайнеры по всему миру.

Одним из наиболее интересных и ярких решений в 3D-дизайне был показ на Нью-Йоркской неделе моды 2019. Благодаря коллаборации компании Stratasys и модельеров ThreeASFOUR и Travis Fitch родилась необычная коллекция под названием «Chro-Morpho». Инновационность данных изделий в том, что 3D-печать производилась непосредственно на ткани, полимеры добавлялись прямо на кусочки кроя. Stratasys объясняет, что технология прямой 3D-печати предлагает беспрецедентную гибкость и целостность, предоставляя дизайнерам инструмент для создания современной, функциональной одежды. По словам компании, она также является ключом к раскрытию коммерческой жизнеспособности 3D-печати в индустрии моды [3].

Разработкой данного направления также занимается инновационный дизайнер Iris van Herpen, она одна из первых, кто почувствовал актуальность и растущий интерес общества к данному направлению моды. Художница смогла открыть новые горизонты, разрабатывая дизайн с поразительными характеристиками. Ее часто называют пионером в использовании 3D-печати в качестве метода изготовления одежды. Первый экземпляр 3D-печати в ее работе датируется 2010 годом, когда она разработала верхнюю 3D-модель «Кристаллизация», напечатанную из белого полиамида. На показах высокой моды в рамках Paris Fashion Week 2019 она дебютировала со своей новой коллекцией скульптурной моды в Musee des Beaux-Arts. Под названием «Shift Souls» в ассортименте представлены так называемые ювелирные украшения на лица «Cellchemy», которые были напечатаны на 3D-принтере в сотрудничестве с Технологическим университетом Делфта (TU Delft). Украшения

«Cellchemy» были разработаны путем трехмерного сканирования лица каждой модели. Эти данные сканирования были использованы для определения формы, пропорций и контуров граней лица. Конечным результатом является серия кружевоподобных масок, созданных многокомпонентным 3D-принтером с высоким разрешением [4]. В 2018 году на парижской Неделе моды Haute Couture 3D-печать широко использовалась в ее коллекции «Ludi Naturae» (Nature Play) (рис.1), линия, подчеркивающая грациозные, пышные формы [5]. Коллекция разработана в сотрудничестве с исследователями из TU Delft. При создании коллекции использованы аддитивные технологии, лазерная резка, а также процесс «энтропии» (соединение майларовой полиэфир с кожей и жидкой тканью).



Рисунок 1 – Платье из коллекции «Ludi Naturae» [5]

В 2018 году модный дом Balenciaga вводит инновации в мир традиционного пошива, каким мы его знаем. Чтобы оптимизировать посадку их курток, креативный директор Balenciaga Демна Гвасалия в цифровой форме адаптировала свою коллекцию с помощью 3D-сканов, которые он сделал для тел моделей. В результате на изделиях есть только два шва: сбоку и в области проймы. После печати отсканированных 3D-форм предметы одежды были отлиты с использованием легкой пены (рис. 2). Готовые куртки были изготовлены путем склеивания материалов, таких как твид и бархат с пеной [6].



Рисунок 2 – Пальто из коллекции Balenciaga [6]

Еще одно интересное исследование было проведено модельером Mingjing Lin Tsai-Chun Huang и исследователями из лондонского Королевского колледжа искусств. Они объединились с польской компанией SLS для того, чтобы использовать технологии 3D в динамике. 3D-печатные ткани, сделанные на Sinterit LISA и использующие термопластичный полиуретан (рис. 3), были объединены с традиционно плиссированными тканями [7].



Рисунок 3 – Изделие с применением термопластичного полиуретана из коллекции Mingjing Lin Tsai-Chun Huang [7]

Результаты проведенного анализа показывают, что интерес к технологии 3D-печати все более активен, а внедрение метода печати в процесс производства одежды остается актуальным [8]. Технология печати расширяет ассортимент используемых материалов, позволяя варьировать свойствами используемых материалов для создания нужной формы и необходимого эффекта [9]. Но, несмотря на активное продвижение напечатанных изделий в мире высокой моды, вопрос внедрения аддитивных технологий в производство одежды остается открытым и требует новых научных разработок.

Список использованных источников:

1. Шахматова Ю.Д., Гетманцева В.В., Андреева Е. Г. Использование аддитивных технологий в производстве одежды // Инновационное развитие легкой и текстильной промышленности (ИНТЕКС-2018): сборник материалов Всероссийской научной студенческой конференции, Витебск, 21-22 ноября 2018 г./УО «ВГТУ». -Витебск, 2018. -С. 239-242

2. Новоселова А.В., Гетманцева В.В. Анализ способов внедрения аддитивных технологий в швейную промышленность//В сб.: Научные исследования и разработки в области дизайна. Материалы Всероссийской научно-практической конференции. Кострома, 2019. С. 146-149.

3. Коллекция «Chro-Morpho» URL:[https:// 3dprintingindustry.com/news/ stratasys-3d-prints-directly-onto-clothing-for-threeasfour-collection-at-new-york-fashion-week-161705/](https://3dprintingindustry.com/news/stratasys-3d-prints-directly-onto-clothing-for-threeasfour-collection-at-new-york-fashion-week-161705/) Дата использования 26.09.2019

4. Дизайнер Iris van Herpen [Электронный источник] URL:<https://3dprintingindustry.com/news/iris-van-herpen-3d-printed-face-jewellery-expresses-hybridity-at-paris-fashion-week-2019-147926/> Дата использования: 26.09.2019

5. Дизайнер Iris van Herpen [Электронный источник] URL: [https:// 3dprintingindustry.com /news/iris-van-herpens-couture-3d-printing-stars-paris-fashion-week-2018-127822/](https://3dprintingindustry.com/news/iris-van-herpens-couture-3d-printing-stars-paris-fashion-week-2018-127822/) Дата использования: 26.09.2019

6. Balenciaga [Электронный источник] URL: [https:// 3dprintingindustry.com/news/balenciaga-3d-printing-fashion-130162/](https://3dprintingindustry.com/news/balenciaga-3d-printing-fashion-130162/) Дата использования: 26.09.2019

7. Модельер Mingjing Lin Tsai-Chun Huang [Электронный источник] URL:<https://3dprintingindustry.com/news/interview-3d-printed-fashion-designer-researcher-mingjing-lin-125912/> Дата использования: 26.09.2019

8. Шахматова Ю. Д., Гетманцева В.В Дизайн-проект женского платья с применением технологии 3D печати //Материалы Всероссийской науч.-практич. конф. «ДИСК-2017». Часть 1. -М.: Изд-во РГУ им. А. Н. Косыгина, 2017. -33 с.

9. Шахматова Ю.Д., Гетманцева В.В., Андреева Е.Г. Трехмерное проектирование как инновационный метод в легкой промышленности.//В кн.: Инновации молодежной науки Материалы Всероссийской научной конференции молодых ученых. 2018. С. 308-309.

© Ильинская Л.А., Гетманцева В.В., 2019

УДК 712

Казарезов А.А., Васин Ф.В. СОЗДАНИЕ МОБИЛЬНОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРИЛОЖЕНИЯ КАК СПОСОБ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Активно развивающаяся сфера регионального туризма играет большую роль для социально-экономического развития Российской Федерации. Необходимость построения качественной сферы отечественного туризма влечет за собой модернизацию системы оказания и продвижения сервисных услуг. В мире современных технологий, где все большее количество людей отказывается от живого общения в пользу смартфона, а самым главным человеческим ресурсом по праву считается время, на первый план выходит разработка качественных и удобных мобильных приложений. По данным отчета App Annie, посвященного состоянию мирового рынка мобильных приложений, за 2018 год мобильные приложения по всему миру были загружены 194 миллиарда раз – на 35% больше, чем в 2016-м. Траты пользователей, связанные с покупками программ, увеличились на 75% – до \$101 миллиарда [3].

На фоне возрастающей информатизации и компьютеризации туристских процессов, создания различных приложений в виде мобильных гидов для путешественников, приходится констатировать довольно слабую насыщенность указанного рынка России. В условиях конкуренции между внутренним и туризмом за границу необходимо создание нового качественного продукта, наиболее полно отвечающего требованиям туристов и способного привлечь их именно в регионы страны, которые имеют большой туристический потенциал, но малоизвестный жителям другой части страны.

Существующие на рынке мобильные экскурсионные приложения в сфере туризма можно разделить на следующие группы:

приложения, позволяющие забронировать отели или другие виды жилья, такие как Hotellook, Booking;

приложения, позволяющие купить билеты по выгодной цене, такие как Aviasales, Scyscanner;

приложения для поиска попутчиков, такие как BlaBlaCar;

приложения, для аренды автомобилей, например, Sixt;

приложения-карты, позволяющие прокладывать маршрут, такие как Googlemaps, Яндекс.карты;

приложения-переводчики, такие как Google-переводчик;

приложения-аудиогиды – TravelMe.

Последнее можно отнести к относительно новым направлениям на рынке приложений для туристов, однако стоит отметить, что данное приложение в силу его специфики подойдет только людям, путешествующим в одиночку.

Приложения-карты, одни из самых популярных среди туристов, с одной стороны, очень удобны за счет своей навигации, однако они не предлагают туристу ни интересных мест для посещения, ни маршрутов, позволяющих лучше узнать город.

С точки зрения автора необходимо разработать приложение с интересными и актуальными маршрутами, которые позволят погрузиться в атмосферу города, региона и узнать его историю и даже за короткий срок увидеть все интересующие достопримечательности. Приложение, которое будет стимулировать молодежь, увлекающуюся туризмом, посещать чаще регионы России. Указанное приложение должно быть в первую очередь ориентировано на возрастную группу от 16 до 29 лет, ведь именно она по данным информационного ресурса в сфере государственной автоматизации является самой активной категорией пользователей. Большая часть из них (82%) регулярно использует мобильный Интернет на смартфонах. Другие возрастные группы отличаются намного меньшей активностью [4].

Особенно важным фактором является привлечение туристов в регионы, так малоизвестные большинству российских путешественников. Алтай – это край с многовековой историей и уникальной природой. Сохранить её для современников и потомков одна из наиболее важных задач, стоящих перед руководством края. Создание мобильного приложения с разработанными маршрутами, призванного информировать не только туристов, но и жителей региона о важнейших вехах истории Алтая, уникальных маршрутах, сделало бы пребывание в нем более увлекательным. Не нужно забывать и о развитии и поддержании любви жителей к родному краю. Именно, поэтому мобильное приложение должно сочетать в себе не только интерактивность, информативность и доступность, но и профессиональный контент, который позволит погрузиться в путешествие и оставит незабываемые ощущения с помощью использования этого ресурса [2, с. 391].

Существует ряд приложений, созданных для определенных территорий, таких как: «Туризм в Новгородской области», «Я люблю Владимир», «Golden Ring Gate», Клуб Путешественник, «Узнай Москву», «Мимоход». Эти приложения хорошо справляются с ознакомительной частью рассказа о своей стране, но при их создании не были учтены интересы самой большой аудитории этих приложений – молодежи. У таких мест как Ярославль, Москва, Санкт-Петербург есть история и большой культурный код, за которым люди не перестанут ездить, это их особенность, однако для увеличения их аудитории и роста потока туристов нужно модернизировать маршруты, показывать атмосферу нового города и старого, чтобы молодежь понимала контраст и ей было интересно изучать историю и свою родину. На сегодняшний день с точки зрения оформления и содержания такие приложения представляют собой скорее краткий справочник по музеям, что требует изменений. Автору представляется необходимым, взяв за основу указанные программные продукты, создать приложение, посвящённое таким регионам как Сибирь и Алтайский край, модернизировав его под интересы молодежи.

Анализ роли информационных технологий показывает, что создание такого приложения позволит не только привлечь молодежь в регионы, но и превратить туристическую отрасль в доходную часть экономики страны путем создания качественного продукта, способного конкурировать с зарубежными аналогами. Кроме того, оно позволит увеличить туристический потенциал регионов, а также привлечь внимание к проблеме сохранения культурно-исторических объектов, и повысить уровень занятости населения.

Как отмечают исследователи, несмотря на повсеместное развитие информационных систем, данные технологии в российской бизнес-среде имеют статус «развивающихся» или «догоняющих», в то время как в мировой практике информационные инструменты давно являются неотъемлемой частью успешного и эффективного ведения бизнес-процессов туристических проектов всех уровней [1, с. 370]. Проведенный анализ показывает, что информационные системы играют важную роль при разработке проектов перспективного планирования развития туризма в регионе. Проведённый сравнительный анализ зарубежных и отечественных приложений в сфере регионального туризма позволяет говорить, что наши аналоги в части UI-дизайна уступают. В связи с чем актуальность исследований и работы в области дизайна мобильных приложений и сервисов актуальна.

Таким образом, можно сделать вывод, что мобильные приложения являются тем инструментом, который является одним из базовых факторов, влияющих положительно на динамику развития индустрии регионального туризма в России. Использование передовых

инновационных технологий обладает большим потенциалом в части оптимизации времени туриста и разнообразия выбора необходимого туристского продукта для путешественников, что в конечном итоге способствует развитию не только внутреннего и внешнего туризма, но и региона в целом.

Список использованных источников:

1. Косьяненко М. А. Разработка мобильного приложения "Туристический гид по городу Томск и Томской области" / М. А. Косьяненко, С. Л. Миньков // Инноватика - 2018 : сборник материалов XIV Международной школы-конференции студентов, аспирантов и молодых ученых, 26-27 апреля 2018 г., г. Томск, Россия. Томск, 2018. С. 368-371.

2. Сундукова Т.О. Геймификация как инновационная технология в туристическом маркетинге/ Т.О. Сундукова// Менеджмент и маркетинг: теория и практика: сборник научных статей. ответственный редактор: Е.А. Ильина. Чебоксары, 2018. С. 390-395.

3. Отчет App Annie, посвященный состоянию мирового рынка мобильных приложений, за 2018 год // Информационный ресурс в сфере государственной автоматизации [Электронный ресурс].URL: <https://www.appannie.com/en/go/state-of-mobile-2019/>(дата обращения 20.10.2019).

4. Управление Интернетом // Информационный ресурс в сфере государственной автоматизации [Электронный ресурс]. URL: www.d-russia.ru (дата обращения 20.10.2019).

© Казарезов А.А., Васин Ф.В., 2019

УДК 687.01

Калашникова Д.В., Петушкова Г.И. ТЕНДЕНЦИИ АВАНГАРДА В СОВРЕМЕННОМ ДИЗАЙНЕ КОСТЮМА И АКСЕССУАРОВ

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Влияние одежды как социального и знакового показателя многократно усиливается, что заставляет искать новые концепции формообразования в дизайне костюма и аксессуаров. Одной из таких концепций является авангардный стиль, получивший мощное развитие в течение последнего десятилетия.

Несмотря на яркий расцвет отечественного авангардного стиля в живописи начала XX века, отечественные научные труды об авангардном костюме фактически отсутствуют. Основная причина этого явления – не востребованность авангардного костюма в социалистическом обществе, нацеленном на коллективизм, а также политика государства, жестко регулирующая стандарты допустимого внешнего вида граждан. В связи

этим развитие авангардного костюма в странах СНГ до недавнего времени было ограничено.

За последние десятилетия культурная жизнь в России претерпела кардинальные изменения, а современная художественная практика во всех сферах жизни (телевизионной, театральной и других) приобрела эпатажные интонации, и стала неотделима от проявлений авангардного стиля. Отсутствие железного занавеса позволило производить культурный обмен с западными странами, в том числе перенимать их опыт в дизайне костюма и одновременно воскрешать отечественные авангардные наработки 20-ых годов XX века. В начале XXI века авангардный костюм окончательно становится атрибутом социальной элиты.

Новые отправные точки в изучении социокультурных форм современного костюма вынуждают расширить проблемное поле изучения такими аспектами как тело, телесность и личностные характеристики каждого отдельно взятого человека. Внешность подчиняется личности и выступает как объект для трансформаций. Пирсинг, стайлинг, шрамирование, татуаж, клеймирование и другие модификации тела становятся всё более частым явлением, которое привлекает внимание зарубежных и отечественных исследователей. Сознательная эпатажность, протест или даже экстремизм – отличительные черты актуального авангардного костюма. Как отмечает В.В. Бычков [2], в последние 20 лет отчётливо обозначился интерес человека к патологическому и деструктивному искусству, который проявился в эстетизации безобразного в формах костюма XXI века.

Современный авангардный стиль – симбиоз традиционных визуальных средств выразительности (цвет, форма и др.) и нетрадиционного подхода к ним, заимствованного из различных культур (примером могут служить татуаж и пирсинг, широко распространенные в африканских племенах). Так же возможно включение инновационных технологий (смещения авангарда и футуризма), литературных образов, в том числе и мифологических и мощных нуминозных переживаний. Такое количество различных вариаций объясняет, почему авангардный костюм до сих пор практически не изучен.

Авангардный стиль может выступать чутким индикатором изменений в социокультурной жизни. Подчеркнутая агрессия костюмных форм, маргинальность и разрушение традиционных представлений общества о красоте и гармонии обозначают окончательную сепарацию человека от общества. Костюм выступает в качестве защиты личности, ориентированной на самоутверждение и протест. «Я» дизайнера становится ключевым и затрагивает не только процесс создания костюма, но также и его подачу на подиуме, превращая показ коллекций в шоу. Эмансипация женщин и общая тенденция к стиранию социокультурных

различий между полами, в свою очередь, приводит к стилевым смещениям мужского и женского и развитию стиля «унисекс».

Таблица 1. Архетипы стилистических решений современного авангарда в обуви.

Название модели	Автор	Год создания	Фотография	Предполагаемый источник вдохновения
Птицы				
Nibiru	Iskren Lozanov	2015		
Warrior	Niki Jessup	2015		 К. Малевич
Duck shoe	Costa Magarakis	2016		

При проведении исследования выявлены следующие характерные черты современных авангардных тенденций при создании коллекций обуви:

1. Преобладание формы над содержанием.
2. Использование специфических материалов.
3. Подчеркнутая геометричность.
4. Сочетания контрастных элементов.
5. Повтор частей в целом, а целого – в частях.
6. Трансляция живописных течений преимущественно начала XX века.
7. Стилизацией антропоморфных, зооморфных и природных форм и образов.
8. Тяготение к эстетике субкультурных объединений.

Список использованных источников:

1. Петушкова Г.И., Трансформативное формообразование в дизайне костюма. Теоретические и экспериментальные основы, Учебник, М., ЛЕНАНД, 2015г.
2. Бычков В. Искусство XX века в эстетическом ракурсе // Искусствознание. 2002. - № 2. - С. 506-507.
3. Бельдюшкин Д. Авангард // Harper's BAZAAR, май-июнь 1999. с.

4. Дудникова Г.П. История костюма. Ростов н/Д: Феникс, 2001.-416 с.
5. Затулий А.И. Поп-культура и ее отражение в искусстве костюма // Гуманитарные науки: научно-теоретические и логико-методологические аспекты: Мат. научно-прак. конф. Комсомольск-на-Амуре: ГОУВПО "КНАГТУ", 2002. - С. 95-98
6. Кавелиус А. Татуировки, боди-арт, пирсинг / А.Кавелиус, С.Вуилли-мет; Пер. с нем. Н.Панкратовой. -М.: АСТ: Астрель, 2001.- 112 с.
7. Которн Н. История моды в XX веке / Пер. с англ. Л.Кныша. – М.: "Тривиум" при участии "Эгмонт Россия Лтд.", 1998. 176 с.
8. Сайт Dissercat [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.dissercat.com/content/kostyum-v-sotsiokulturnom-kontekste-avangarda>

© Калашникова Д.В, Петушкова Г.И., 2019

УДК 712+721.012

Калистратова К.С. **ВЛИЯНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ СОВРЕМЕННОГО СОЦИУМА НА ФОРМИРОВАНИЕ СРЕДЫ ПУБЛИЧНЫХ ГОРОДСКИХ ПРОСТРАНСТВ**

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Задача дизайнера и архитектора при формировании среды публичных городских пространств не только учитывать законы ее формирования, но и предугадывать комфортность ее использования. Исходя из этого, при проектировании используются два подхода. Первый, «профессиональный» базируется на законах и нормах организации пространства вокруг человека. Второй же, «потребительский» и опирается уже в большей степени на восприятие и чувства людей, которые будут находиться в пространстве и использовать его.

Современный социум развивается стремительно быстро, и с каждым новым поколением его потребности растут. Еще недавно человек не знал, что такое Интернет, сейчас же в каждом доме стоит свой персональный компьютер или ноутбук с выходом в сеть. Сложно представить, что когда-то телефон был тяжелым аппаратом, а теперь смартфоны являются неотъемлемой частью нашей жизни, упрощающей ее. Из-за растущего темпа жизни у людей появилась потребность в увеличении количества кафе и ресторанов, где, можно поесть и не тратить время на готовку, а выполнить работу или же провести встречу. Это привело к появлению ресторанных двориков и целых улиц с заведениями на любой вкус.

У человека появляется потребность в комфорте, пространстве, где можно общаться с другими людьми и совмещать несколько дел одновременно. Но также учитывается и желание людей провести время

наедине с собой, в тишине, что привело к появлению «тихих» зон в открытых городских пространствах, отдельных залов для взрослых. В торговых центрах, кафе и ресторанах создаются отдельные залы для детей, комнаты для игр. А в парках, скверах и площадях выделяется отдельная зона для детей разных возрастных категорий.

И если раньше продуктовый рынок и рынок одежды представляли собой больше палаточную улицу, расположенную в хаотичном порядке, то сейчас это большие торговые центры со своей структурой и системой навигации, что ускоряет процесс покупок, оставляя больше личного, свободного времени.

Формируются общественные пространства разного формата. Это и парки культуры и отдыха, которые одновременно включают в себя зоны массово-зрелищных мероприятий, зоны тихого отдыха, зоны культурно-просветительских мероприятий, спортивные зоны и зоны для отдыха и игр с детьми. И ревитализация промышленных зон в новые культурные арт-кластеры. «Арт-кластер – это культурное и бизнес объединение, расположенное на территории бывшей промышленной зоны, которое объединяет выставочное пространство, шоурум, театральную или киноплощадку, аудитории для семинаров, фуд-корты и прочие подобные элементы. Кластер представляет собой единое целое, и каждая часть должна работать на общую идею, а организации и структуры функционировать в рамках стратегии и стилистики» [2, с. 60].

«Явления, происходящие в преобразовании современных городов, обладают двумя основными характеристиками: главенствующую роль приобретает внешний вид зданий: упор делается на общий образ фасада, на цвет и декоративность; возрастает спрос на пространства, которые способны быть гибкими. Постсовременная инфраструктура стремится к многофункциональности. Ее основные элементы – междисциплинарные коммуникационные площадки, одновременно выступающие как культурные рынки: творческие кластеры и центры во вновь построенных или реконструированных зданиях, особенно промышленного назначения» [3, с. 176]. Городские улицы сегодня используются не только для прогулки, но и как часть выставочного пространства. В небольших скверах и парках появляются зоны, где можно заняться спортом, прослушать лекцию или же поучаствовать в мастер-классе. А станции метро сейчас выполняют не только функцию перемещения, но и устраивают познавательные экскурсии, выставки.

В связи с увеличением частоты поднимания вопроса сохранения окружающей среды, появляются технологии накопления энергии, к которым относятся и активно используются солнечные батареи. Поэтому при формировании пространства двора в жилом районе все чаще стали

использовать фонари, которые днем накапливают солнечную энергию, а вечером освещают дороги и проезды.

«Средовые потребности способны трансформироваться. Изменение происходит в содержании и степени актуализации средовой потребности под влиянием субъективных или объективных факторов. Естественно, что с изменением содержания потребности меняется характер удовлетворяющей ее архитектурной среды. Однако, существует и обратный процесс взаимодействия средовых потребностей и окружения: попадая в незнакомую ему обстановку, человек постепенно адаптируется, и его потребности находят новые предметы удовлетворения, соответственно меняют свое содержание» [1, с. 5]. Так, если раньше были небольшие парки и скверы, в которых можно было только гулять, то сейчас общественное пространство становится более функциональным, где можно и зарядить телефон, и выйти в интернет, и провести массовые встречи и зимой посидеть на теплой лавочке.

Благодаря развитию технологий и внедрению их в массы у современного человека появилась потребность находиться постоянно в «online» и если раньше гаджеты не давали возможности постоянного использования и требовали частого заряда, то сейчас крупные компании решают эту проблему за счет увеличения емкости аккумуляторов. Однако не всегда его хватает, в связи с чем стали появляться так называемые «умные скамейки» и стойки с USB портами для зарядки гаджетов.

При реконструкции парковых зон и благоустройстве дворов стали учитывать эту потребность и использовать столбы с раздачей Wi-Fi, USB портами.

Имея возможность общения в социальных сетях и снижении потребности в живом общении, при нахождении в публичном месте, человек стал все меньше подходить к другим людям и спрашивать дорогу и чаще обращается к стойкам визуальной информации, которые могут проложить точный маршрут от точки А до точки Б, при этом помогая людям лучше ориентироваться в пространстве. Эти стойки находятся теперь в каждом торговом центре и на каждом этаже, что ускоряет процесс поиска нужного магазина. Так же придя за покупками, можно не тратить время на запуск приложения в смартфоне, или звонок в службы такси, а подойти к стойке у выходов и вызвать машину.

Таким образом, в связи с изменением сознания человека и его восприятия окружающей среды публичные городские пространства приобретают как функциональную, так и эстетическую составляющую. Дизайнеры и архитекторы работают не только по законам формирования среды, но и включают в нее потребности современного человека в использовании сети интернет и зарядке, учитывают его беспокойство об окружающей среде и внедряют новые технологии. Если раньше

пространство могло выполнять одну функцию, то сейчас это многофункциональные технологичные места, в которые хочется все чаще возвращаться.

Список использованных источников:

1. «Влияние потребностей человека на организацию архитектурной среды» Жилина Юлия Николаевна 2003г.

2. Федотова Н. Креативный кластер в контексте социокультурных проблем региона // Всероссийская научно-практическая конференция «Социокультурное пространство современной России: вызовы XXI века»: материалы науч. конференц. 30 апреля 2013 г. // Книжный дом «Либроком».- 2013. – С. 59–68.

3. «Проблемы формирования кластеров» Буренина И.В., Овчинникова А. А. 2010г.

4. «Классификация публичных пространств в современной городской культуре» Антонова А.А. 2017г.

© Калистратова К.С., 2019

УДК 721.011

Камашева А.Г., Фирсова Ю.Ю. КОНСТРУКТИВИЗМ: ВЗГЛЯД ЧЕРЕЗ 100 ЛЕТ – СОВРЕМЕННО, СТИЛЬНО, ПЕРСПЕКТИВНО

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Сегодня при таком изобилии товаров, в особенности изделий легкой промышленности, многие люди все чаще задумываются об осознанном потреблении, о влиянии перепроизводства на окружающую среду, о полезности купленных вещей, а также о необычном дизайне. Всем этим критериям отвечает – конструктивизм. И спустя сто лет он снова наращивает обороты своей популярности во всех сферах дизайна.

Конструктивизм – единственный стиль 20 века, придуманный в России. Яркий, мимолетный и такой самобытный, он как комета пролетел в начале прошлого столетия, но не остался забытым [6]. В.В. Маяковский писал о нем: «Впервые не из Франции, а из России прилетело новое слово искусства – конструктивизм» [7, с. 1].

Он зародился в 1920-х годах, когда Советская страна начала восстанавливаться после революций и гражданской войны. Жизнь в стране резко менялась и развивалась: росли города и промышленность. И как в следствие всех глобальных изменений находились свои сторонники и те, кто не разделял идеи правления, и перемены вызывали много противоречий [7, с. 1]. Поэтому конструктивизм должен был помогать власти избежать конфликтов с народом и направить его в нужном направлении. Это было искусство, цель которого была повлиять на человека. То есть оно должно быть громким броским, но в то же время

понятным и близким народу. От искусства люди должны получать идеологический заряд [6, с. 6].

«Новое искусство должно было стать производственным искусством, которое бы создало нового, гармоничного человека, пользующегося удобными вещами, живущем в благоустроенном городе. Им казалось, что пролетариат отвергнет все «бесполезные» предметы, в том числе и произведения искусства, что ему будут необходимы только полезные вещи» [5, с. 65]. Поэтому главными принципами конструктивизма стали строгость, геометрия, лаконичность, монолитность.

Как писал Б. Арбатов в своей книге «На путях к пролетарскому искусству»: «пролетарии, взяв власть в свои руки, будут не изображать красивое тело, а воспитывать настоящего живого гармоничного человека; не рисовать лес, а выращивать парки и сады; не украшать стены механически подвешенными картинами, а окрашивать эти стены; не фотографировать в красках изящные костюмы, а производить их в мастерской» [4, с. 3].

В.В. Маяковский описал конструктивизм так: «Искусство должно служить производству, а производство народу. То есть мы должны творить полезные вещи» [6, с. 1]. Поэтому многие художники-конструктивисты увлекались трансформирующимися элементами в любой сфере дизайна. Они проектировали различные складные, трансформирующиеся и многофункциональные изделия. Одним из мастеров таких приемов является Александр Родченко.

Александр Родченко – живописец, скульптор, график, фотограф, педагог, дизайнер – один из родоначальников конструктивизма и производственного искусства [1, с. 94]. Он родился в Санкт-Петербурге в 1891 году в семье театрального бутафора. Поэтому с детства оказался вовлечен в мир искусства. В 1901 году семья переехала в Казань. В 1914 он оканчивает Казанскую художественную школу и в том же году знакомится со своей будущей женой, ученицей той же школы Варварой Степановой. В конце 1915 года Родченко вслед за Степановой переезжает в Москву и обучается в Строгановском училище [1, с. 94].

С 1917-1921 г. он участвовал на 10 государственных выставках, ежегодно выставляя от 30 до 60 работ. В 1920 становится преподавателем ВХУТЕМАСА. Ведет дисциплины: графика и конструирование [1, с. 95].

Развивая идею о новом искусстве, вдохновленном наукой и техникой, он впервые использует «нехудожественные» инструменты – циркуль, линейку, валик. это четко можно увидеть в картине черное на черном. Данная работы была ответом на известный «Белый квадрат» К. Малевича [3, с. 22].

Но больше всего А. Родченко известен во всем мире как непревзойденный фотограф, абсолютный новатор в этом искусстве.

Фотография стала преобразованием старой и созданием новой системы визуального представления.

В начале 20-го века фотография – это гораздо больше, чем просто отражение действительности. У нее была четкая цель, отвечающая укладу того времени. Фотография была стратегией, ярким призывом, отсюда ведущую роль стали играть плакаты, печатные издания с мотивами агитации [8, с. 1]. Чтобы это сделать, на первое место в фотографии выходят технические возможности кадра, которые достигаются с помощью оптики и механики аппарата. Актуален был также поиск нетрадиционной печати фотографии. Она создавалась с помощью коллажа, необычных эффектов и фотомонтажа.

Одним из первых в Советском Союзе Родченко осознает потенциал фотомонтажа в качестве нового вида искусства и начинает экспериментировать с этой техникой в области иллюстрации и агитации. Преимущество фотомонтажа перед живописью и фотографией очевидно: благодаря отсутствию отвлекающих элементов лаконичный коллаж становится самым ярким и точным способом невербальной передачи информации [2, с.37].

Для создания своих работ он использует два основных приема, но делает их ярче, преувеличивает, гиперболизирует. Первый прием – это ракурсы. Для Родченко фотография – способ донести обществу новые идеи. В эпоху самолетов и небоскребов это новое искусство должно научить видеть со всех сторон и показать привычные объекты с неожиданных точек зрения. Родченко особенно интересуют ракурсы «сверху вниз» и «снизу-вверх» [2, с. 38].

Второй прием называется диагональ. Еще в живописи Родченко выявил линию в качестве основы любого изображения: «Линия есть первое и последнее, как в живописи, так и во всякой конструкции вообще». Именно линия станет основным конструктивным элементом в его дальнейшем творчестве – фотомонтаже, архитектуре и, конечно же, фотографии. Чаще всего Родченко будет использовать диагональ, так как, помимо конструктивной нагрузки, она также несет в себе необходимую динамику; уравновешенная статичная композиция – это еще один анахронизм, против которого он будет активно бороться [2, с. 38].

Таким образом, работы Александра Родченко и не только его фотографии, а также в целом эпоха конструктивизма могут послужить богатым источником инспирации для промышленной или авторской коллекции. Его принципы, как и принципы русского авангарда перекликаются с тенденциями сегодняшними. Живя в информационную эпоху, в преддверие эпохи технической, актуальность конструктивизма сложно переоценить. Это искусство, которое тесно связано с наукой. И сейчас мы постоянно видим данный синтез. Потребителю мало статичного

произведения, он требует динамики, трансформации и изменений от продукта, а этого можно добиться благодаря использованию научных достижений в области современных технологий.

О связи конструктивизма чаще всего говорят на примере архитектуры. Борис Бернаскони, руководитель собственного архитектурного бюро считает, что «в современной архитектуре весь мир использует исключительно принципы конструктивизма, новых принципов с тех пор не придумали» [7 с. 1]. Дарья Парамонова, куратор спецпроектов института «Стрелка», считает приемы конструктивизма особенно актуальными, так как они опережали технологию. Главным критерием данного направления, как и сегодня был функционализм [7, с. 1].

Текстильной промышленности идеи конструктивизма очень близки. Например, через использование умных тканей, конструкций-трансформеров или необычной декоративной и функциональной отделки материала. Данные изделия будут сегодня актуальными.

Список использованных источников:

1. Н. С. Сложеникина «Основные этапы истории российского и зарубежного дизайна» - М.: ФЛИНТА: Наука, 2013. – 368 с.
2. Родченко А. «Революция в фотографии». М., 2008. Каталог. – 224 с., ил.
3. «Александр Родченко. Фотография – искусство» М. Издательская программа «Интерроса», 2006, 480 с., ил.
4. Б. Арбатов. «На путях к пролетарскому искусству», 1922 год
5. Алексей Ган «Конструктивизм». – Тверь: Тверское издательство, 1922. – 70 с.
6. Наталия Козлова «Авангард-театр-мода». Каталог экспозиции. М., Северный паломник, 2019. -184 с., ил.
7. Памятники архитектуры 20-х годов в Москве. Конструктивизм. – [Электронный источник] - <http://constructivism.tilda.ws/>
8. Журнал Арзамас. «Александр Родченко: краткий путеводитель по жизни и творчеству». – [Электронный источник] - <https://arzamas.academy/mag/385-rodchenko>

© Камашева А.Г., Фирсова Ю.Ю., 2019

УДК 78.08

Капитанова А.Д., Ковтун А.В. **ЛЕНИНГРАДСКИЙ МЮЗИК-ХОЛЛ: ЕГО ВОЗНИКНОВЕНИЕ И ПЕРИОД РАБОТЫ М.С. ГОДЕНКО**
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Первый Ленинградский Мюзик-Холл, созданный в 1928 году, обрел широкую популярность благодаря сотрудничеству И.О. Дунаевского и «Теа-джаза» Л. Утесова. С 1929 года Дунаевский стал музыкальным

руководителем и главным дирижером Мюзик-Холла. Большим успехом у публики пользовались веселые спектакли «Условно убитый» (пьеса В. Воеводина и Е. Рысса, музыка Д. Шостаковича, режиссер Н. Петров, дирижер И. Дунаевский), «Одиссея» (пьеса Н. Эрдмана и В. Масса, режиссер Н. Смолин, музыка И. Дунаевского), представление «Джаз на повороте» (музыка И. Дунаевского), джаз-комедия «Музыкальный магазин» (сценарий Н. Эрдмана и В. Масса, аранжировка И. Дунаевского), эстрадно-цирковой спектакль «Небесные ласточки» и другие.

В 1937 году Ленинградский Мюзик-Холл был закрыт как носитель буржуазного искусства [1].

В 1966 году в Ленинграде открылся второй по счету Ленинградский Мюзик-Холл. Он функционировал под художественным руководством Ильи Яковлевича Рахлина, а главным балетмейстером был приглашен Михаил Семенович Годенко, который на то время являлся художественным руководителем и главным балетмейстером Красноярского государственного ансамбля танца Сибири (ныне – Красноярский государственный академический ансамбль танца Сибири имени М.С. Годенко).

В период своей творческой деятельности в качестве главного балетмейстера в Ленинградском Мюзик-холле Михаилом Семеновичем были поставлены такие номера, как «Вологодские кружевницы», «Северное сияние», «Новгородские ложечники», «Колокола» [2]. Об этих постановках говорили, что они являются одними из лучших номеров мюзик-холла:

«Однако вот смогли же постановщики (тот же М. Годенко) проявить вкус, и выдумку, и талант в русской теме «Вологодские кружевницы», «Новгородские ложечники», «Северное сияние», которые относятся к лучшим номерам мюзик-холла» – писала газета «Смена» [3].

В 1967 году Ленинградский государственный театр Мюзик-Холл показал публике свой первый спектакль – ревю «Нет тебя прекрасней» (авторы О. Левицкий и Рахлин, композитор С. Пожлаков, худ. Мандель, балетмейстеры М. Годенко, И. Вельский, немецкие хореографы Г. Вальтер и В. Шуман, в главной роли эстонская танцовщица и синтетическая актриса Улле Улла).

Номера, поставленные Михаилом Семеновичем, отличались оригинальностью замысла и четкой драматургией, которую он перенес в свой ансамбль после ухода из Мюзик-Холла: «Присущ мастеру-постановщику и еще один хореографический «уклон», который в зарубежных газетах иногда называли «спортивным», «гимнастическим», а в отечественной прессе – то «эстрадным», то мюзик-холлом. Последнее связано и с тем, что некоторое время Годенко работал в Ленинградском мюзик-холле И. Рахлина и поставил там несколько номеров. Поэтому в

Красноярском ансамбле танца Сибири появлялись то «Летка-енка», то «Регулировщицы», выпадающие из традиционной народной хореографии и по форме, и по характеру» [4].

Проработал Михаил Семенович в Ленинградском Мюзик-холле сравнительно недолго. Как рассказывает Людмила Владимировна Мовчан, бывшая ведущая солистка ансамбля Сибири, Годенко вовремя понял, что там он всего лишь главный балетмейстер, а в Красноярске – художественный руководитель. Наверное, именно работая с Ильёй Рахлиным, он что-то понял и создал собственную стилизацию народного танца, возвратился в Красноярск вместе с несколькими молодыми танцорами из мюзик-холла и начал делать новую программу [5].

Список использованных источников:

1. <http://www.musichallspb.ru/history>
2. Балет. Энциклопедия, СЭ, 1981
3. Л. Герасимова. Нет тебя прекрасней. /Л. Герасимова //Смена. 1968, ноябрь, №996
4. Владимир Замышляев//Сто знаменитых красноярцев. ИД «Издательские проекты», Красноярское книжное издательство, 2003 г.
5. http://www.krasrab.com/archive/2009/05/06/11/view_article

© Капитанова А.Д., Ковтун А.В., 2019

УДК 7.05

Карпова О.А., Мыскова О.В. СОЗДАНИЕ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ КАФЕДРЫ ПРОМЫШЛЕННОГО ДИЗАЙНА

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

В данной статье рассматривается структура создания фирменного стиля кафедры «Промышленный дизайн». Определены теоретические аспекты, элементы фирменного стиля. Проанализирован метод создания уникального образа кафедры.

Отличительной чертой нынешнего образования является огромный выбор образовательных услуг, а также высокий уровень конкуренции как со стороны государственных, так и негосударственных образовательных учреждений [4]. Для образовательного учреждения, как и для любой организации, уникальный имидж позволит оказать эмоционально-психологическое воздействие на будущих студентов с целью популяризации, рекламы и приобретения авторитета.

Совокупность приемов, обеспечивающих единый образ всем изделиям фирмы и мероприятиям, улучшающих восприятие и запоминаемость потребителем не только товаров фирмы, но и всей ее деятельности, а также позволяющих противопоставлять свои товары и

услуги товарам и предложениям конкурентов, формируют фирменный стиль [1, с. 67].

Основными элементами фирменного стиля, обеспечивающими узнаваемость и индивидуальность бренда, являются фирменный знак, цвет и логотип. Логотип – шрифтовое начертание бренда/организации. В совокупности с фирменным знаком логотип образует фирменный блок.

Фирменный стиль и прежде всего логотип нужен кафедре промышленного дизайна в качестве одного из инструментов формирования устойчивой визуальной среды, который может являться одним из маркетинговых инструментов в условиях конкуренции между учебными заведениями, чтобы посредством индивидуальности выделиться, стать узнаваемым и хорошо запоминаемым среди других кафедр и ВУЗов в целом.

Проанализировав разнообразные методы создания фирменного стиля, был выделен и рассмотрен такой метод, как дизайн-мышление для лучшего восприятия и решения задач (Design Thinking). «Дизайн-мышление – метод разработки продуктов, сервисов и услуг, ориентированных на пользователя». Чтобы найти решение по созданию фирменного стиля кафедры необходимо, согласно методу дизайн-мышления, провести 6 основных стадий: эмпатия, фокусировка, генерация идей, выбор идеи, прототипирование, тестирование [2].

1. Фирменный стиль кафедры служит в качестве саморекламы для всех, кто участвует в деятельности кафедры «Промышленный дизайн», в том числе для абитуриентов. В связи с этим, необходимо понимать, для кого создается данный проект. Представить себя на месте другого человека и понять его чувства, идеи и поступки помогает такой этап дизайн-мышления, как эмпатия.

2. При создании любого проекта перед исполнителем встает тот или иной вопрос, который в данном случае звучит так – «Как создать уникальный и узнаваемый фирменный стиль кафедры промышленного дизайна?» Чтобы найти ответ на возникший вопрос необходимо сфокусироваться. Данный этап фокусировки помогает определить суть проблемы для дальнейшего его решения.

3. После определения проблемы необходимо найти решение. Переход из одного этапа в другой можно описать, как генерация идей, происходящая в результате соединения сознания и подсознания путем эскизирования, конспектирования, добавления ограничений или рассмотрение несвязных идей. Благодаря генерации идей для фирменного стиля кафедры путем эскизирования получены разнообразные варианты начертаний логотипа и фирменного блока в целом.

4. Последующим этапом считается выбор идеи. Множество идей могут быть подходящими, но чтобы сделать правильный выбор

необходимо сформулировать критерии отбора, проголосовать с коллегами и заказчиками о более понравившейся идее, создать прототип [3]. Студентам и преподавателям кафедры «Промышленный дизайн» были предоставлены варианты начертания фирменного блока кафедры. В результате голосования выбраны несколько лучших вариантов, один из которых получил большее количество положительных голосов. В данном случае такой вариант представлен в виде настольного светильника синего цвета с дублирующим форму контуром и шрифтовым начертанием кафедры «Промышленный дизайн» (см. рис. 1).



Рисунок 1.

5. Создание прототипов происходит от простых к более сложным. Каждый прототип, в данном случае вариант фирменного стиля, должен пройти тестирование, прежде чем перейти к созданию более сложного прототипа. Прототипирование служит для проверки, «работает» ли данный фирменный стиль на целевую аудиторию, достигается ли эффект узнаваемости и читаемости. Вариант логотипа со светильником и начертанием кафедры путем прототипирования подвергся ряду изменений, которые усовершенствовали его. Фирменный блок стал более запоминающимся и легко читаемым (см. рис. 2).



Рисунок 2.

Таким образом, создавая фирменный стиль согласно методу дизайн-мышления, мы получаем индивидуальный образ кафедры, соответствующий требованиям заказчика и образу в целом. Этапы дизайн-мышления помогли реализовать и развить идею фирменного знака и логотипа кафедры, обеспечивающего узнаваемость кафедры.

Исследование показало, что фирменный стиль, созданный при помощи метода дизайн-мышления, позволяет целевой аудитории с легкостью идентифицировать индивидуальный образ кафедры среди

многих других и выступает, в том числе, как маркетинговый инструмент, значительно повышающий уровень эффективности рекламы кафедры.

Список использованных источников:

1. Добробабенко Н.С. «Фирменный стиль: принципы разработки».- М: Инфра-М., 2003 - с. 67

2. Дизайн-мышление. Гайд по процессу. [Электронный ресурс]// <http://tilda.education/courses/web-design/designthinking/>

3. Филосовский энциклопедический словарь, 2010.

4. Шамонов П.А. «Повышение конкурентоспособности высшего учебного заведения // Маркетинг в России и за рубежом.» №1, 2011. – С.82

© Карпова О.А., Мыскова О.В., 2019

УДК 74.01/09

Картузова Е.Д., Фирсова Ю.Ю., Колташова Л.Ю. ПОИСК ОБЪЕМНО-ПРОСТРАНСТВЕННОЙ СТРУКТУРЫ КОСТЮМА НА ОСНОВЕ БУРЯТСКИХ ОРНАМЕНТАЛЬНЫХ МОТИВОВ

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

На каждом этапе развития культуры общество формировало свою архитектурную среду. Формообразующие средства «отбирались», оказывались общими, подобными. Поэтому решение архитектурных и эстетических задач в настоящее время ведется не за счет дополнительного декорирования формы, а за счет красоты конструкции формы, ее отдельных узлов и деталей.

Рассмотрение костюма как объемно-пространственной структуры, позволяет обнаружить действие общих законов формообразования, по которым человек создает весь предметный мир и костюм как его часть, объясняет стилевое единство предметов искусственной среды ушедших эпох и позволяет найти стилевое единство в решении современной среды. Структура костюма отражает наиболее устойчивые, стабильные связи элементов костюма. Изменение мобильных связей происходит под воздействием внешних факторов и, в частности, действия моды [1].

В комбинаторных построениях объемно-пространственной структуры геометрические элементы, сопрягаясь друг с другом, образуют нечто целое, гармоничное, представляющее определенную связную композицию. Общность всех участвующих элементов, их сочетание создает гармоничную композицию, конструкцию [1].

На первоначальном этапе были рассмотрены бурятские узоры и орнаменты с целью выделения в них основных композиционных принципов построения: статику, динамику, подобие, ритм, нюанс.

Круг (дугуй хээ – олицетворяет диск солнца, а также движение и бесконечность, его часто изображают на оружии, талисманах и семейных

(родовых печатях). Круг – основа бурятского орнамента и главная фигура не только в костюме, но и в быте – юрта. Круг также можно сложить, получив четверть круга. Построение орнаментальных композиций бурятского орнамента чаще всего имеют симметричную и зеркальную структуру. Наиболее распространенные мотивы: розетка, спираль, крест.

Квадрат, связанный с символикой числа 4, воплощает идею равновесия и упорядоченности Космоса, идею совершенства, является символом земной силы, основательности.

На следующем этапе работы была исследована взаимосвязь силуэтной формы костюма с конструктивными узлами, заимствованными из бурятского орнамента.

За основу была взята трапециевидная форма силуэта. При положении выделенных конструктивных узлов, изменялись пропорции, смещался композиционный центр модели костюма. Внутренние линии мягкие и округлые, отражают этническую геометрию орнамента бурят. Логический ряд из 10-11 моделей для каждого конструктивного узла. Модели из узора «Наран» демонстрируют как изменяется образ костюма в связи с перемещением главного смыслового элемента.

Отражение движения в моделях Четверть и узлы, которые взяты из композиционного принципа – Равновесие (четверть круга из свастики). Симметричное и ассиметричное распределение бурятского орнамента на трапециевидную форму силуэта дало новые оригинальные решения (рис. 1).

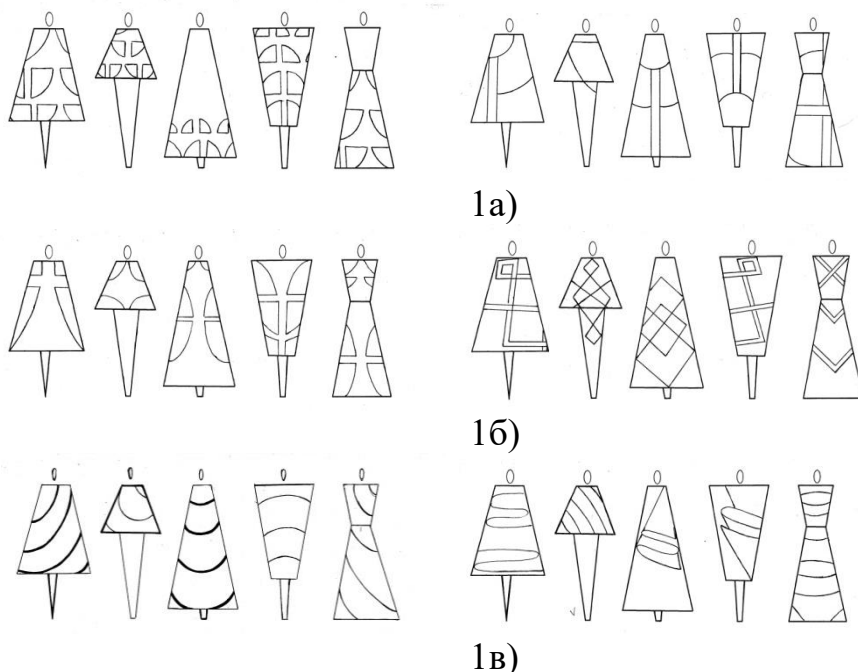


Рисунок 1 – а) Круг и подобие; б) Четверть и узлы; в) Раковины и бантики

Результатом работы над силуэтом и внутренним членением целой формы были отобраны три модели (рис. 2а). Пелерину носили монголы в древности и средневековье, была частью защитных доспехов знати [2]. Ее

разновидность сохранилась в культовом одеянии некоторых ритуалов, а также сценических костюмов современных монгольских артистов. Это хатуу дээл (старомонг.: *dala^yu gebel*) – вид «панциря из мягких материалов – войлока, кожи, ткани, из многих слоев материала, простеганных и проложенных металлом» [3].

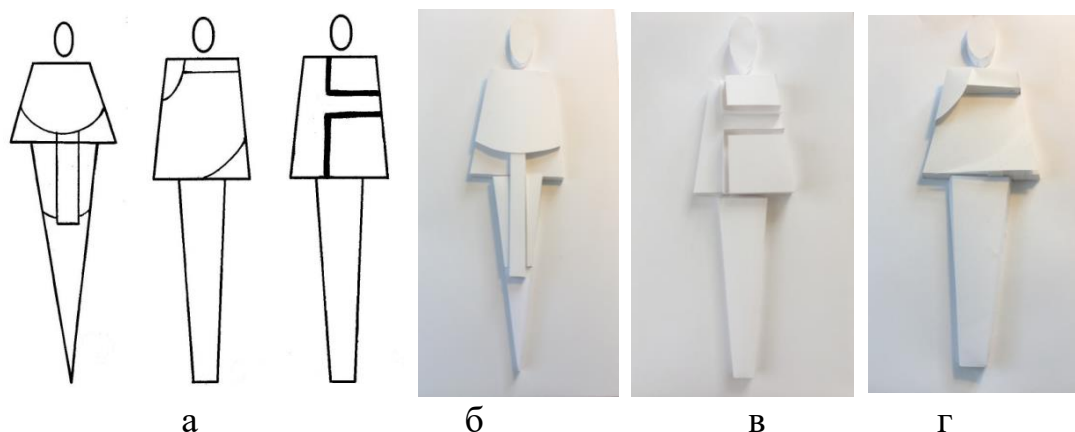


Рисунок 2 – Модельный ряд. Переход от плоского конструктивного решения (а) к объемному (б, в, г)

В первых двух моделях плечи акцентированы, возможна отделка мехом. Низ лаконичен и в пол, верх – курточка характерного трапециевидного силуэта «разрезана» на детали и собрана заново, но уже по современным правилам. Ассиметричная композиция, на второй модели совершенно постороннее плечо. Третья модель с четкими горизонтальными и вертикальными членениями. Работа с объемно-пространственной структурой и формой позволяет получить всевозможные варианты, что в дальнейшем облегчает работу дизайнера над поиском новых современных и неожиданных форм в костюме [4].

Список использованных источников:

1. Михайлов С.М. Кулеева Л.М. Основы дизайна : Учеб. Для вузов/ Под ред. С.М. Михайлова. 2-е издание, перераб. И доп.- М.:Союз дизайнеров России, 2002.- 240 с.:ил.

2. Сыртыпова С.Д. Внедрение эстетики монгольских кочевников в буддийское изобразительное искусство в эпоху Юань. РАН, Москва, Россия. 2017г.

3. Апанасенко М.А., Алибекова М.И. Взаимосвязь формы этнического костюма и орнамента в дизайн-проектировании современного костюма. Материалы Всероссийской научно-практической конференции. Кострома. Сборник «Научные исследования и разработки в области дизайна и технологий», 2019,С.12-15

4. Колташова Л.Ю. Исследование формообразования в архитектуре и костюме различных исторических эпох. В сборнике: «Актуальные проблемы гуманитарных наук в России и за рубежом». Сборник научных

трудов по итогам III Международной научно-практической конференции, 2017.С. 6-10.

© Картузова Е.Д., Фирсова Ю.Ю., Колташова Л.Ю., 2019

УДК 687.016

Картузова Е.Д., Третьякова С.В., Колташова Л.Ю. ЭТНИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ – ПРОЦЕСС ПРОЕКТИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННОГО ГОЛОВНОГО УБОРА ИЗ НАТУРАЛЬНОГО МЕХА

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

В национальном бурятском костюме переплелись культуры различных народов Сибири, Азии, Дальнего Востока. Особенности кроя костюма, его пропорции, манера ношения, характер отделки, все это подходило к ведению оседлого образа жизни. В результате чего, созданный веками бурятский костюм – это неповторимый стиль одежды из меха, шерсти, кожи и шелка. В костюме этого народа наиболее оригинальны по форме и декору головные уборы женщин.

На разнообразие бурятского головного убора не могли не повлиять климатические условия Байкальского региона: Забайкалье, Иркутская область, Тува – территории этих областей имеют суровые климатические условия: холодную малоснежную зиму, быстрое, жаркое и сухое лето с постоянными пыльными бурями и сильными ветрами. Уклад жизни народа диктовал свои обычаи, культурные ценности, поэтому головные уборы были разнообразными и соответствовали временам года, а также подразделялись на нарядные, будничные и возрастные.

Этнографические описания историков свидетельствуют об особом отношении бурят к ношению головного убора: непокрытая голова вызывает контакт с Небом [1]. Вместе с тем, народные приметы таковы: если шапка потеряется или сторит, то человека ожидают большие несчастья. Шапка – это оберег, хранилище, связанная с разумом и мыслями человека. Самым распространенным и почитаемым из всех головных уборов считался головной убор замужней женщины монголов – «бокка», «боктаг». Основанием головного убора является конусовидная или цилиндрическая трубка (рис. 1а, 1б). Слегка выдвинутая вперед трубка «боки» «напоминает гуся или утку», накрывалась фатой, а под «боку» надевалась шапочка, похожая на капор (рис. 1в).

В золотоордынское время конус шапки изготавливался из бересты. Только монгольские женщины из высшего сословия, имели право носить боку, о чем свидетельствуют найденные раскопки в Талеутском могильнике, где женщины из местного тюрко-самодийского населения становились женами пришлых мужчин-монголов, возглавивших

объединение местного населения, и получали право носить «боку». Право ношения «боки» или «боктаг» было только у самой высшей знати [2].



Рисунок 1 – а) Знатные тангутки. Фрагмент иконы из Харо-Хото, XII – первая половина XIII вв., Государственный Эрмитаж; б) Донатор. Фреска храма Г. Турфан, Синьцзян, КНР; в) шелковая шапочка для дополнительной фиксации бокки, XIII в., частная коллекция

Традиционная одежда бурят создавалась многими поколениями, отшлифовывалась временем. Изменения в костюмах и в аксессуарах возникали под влиянием политической и религиозной жизни, объединяясь, создавали неповторимый стиль одежды.

Буряты Забайкалья в XIX веке шили шапки с меховыми наушниками, подбитыми белой мерлушкой, каракулем, мехом рыси, соболя, норки и выдры. Шапки подбивали мехом. Летние шапки шили из синего шелка, околышек которой покрывали плисом, бархатом, мерлушкой [3]. К верхушке пришивали красную нить зала, имеющую наверху из серебра и коралла. По декоративному оформлению навершия головного убора можно было определить, к какому роду относится человек, его служебный ранг и статус [2].

У забайкальских бурят существует три типа шапок: юудэн малгай, хасабшатай, хасабч, шэгэбшэтэй малгай (зимняя шапка), тойробшо, тооробшо, шобогор, шобхо малгай (летняя шапка) [3].

Бурятский головной убор имеет свое символическое значение: синий цвет тульи символизирует Небо, 11 стеганых рядов тульи – это 11 бурятских родов. Ряды простеганы по вертикали, то шапка принадлежит либо ламе, либо мальчику, которого готовят в монастырь – дацан (рис. 2).



Рисунок 2 – а) Праздничная шапка Тойробшо, (летняя шапка западных бурят), б) дизайн головного убора, автор Каргузова Е.

Повседневные шапки степняков-забайкальцев, живущих рядом с монгольской границей, были пошиты с меховыми наушниками, меховым козырьком, такие шапки защищали бурят от степных бурь, сильных ветров. С горизантольной и вертикальной строчкой – хасабшатай, хасабч малгай [5].

Этнические мотивы в народном костюме всегда вдохновляют художников, а форму, декор и конструктивные особенности бурятского головного убора невозможно обойти стороной. Все это вдохновило на создание современного женского головного убора с использованием натурального меха [6]. Для придания формоустойчивости, наверхние продублировано трубкой из плотного пластика. Края околыша шапки не сшиты и не замкнуты по окату головы, создают дополнительное декоративное решение. Крой изделия продуман таким образом, что шапка может одеваться незамкнутым отворотом околыша вверх.

Одежда и головные уборы древних бурят всегда эстетически утонченные, богато декорированы различными материалами: тесьмой, лентами, вышивкой, бисером, кожей, мехом, шелком [7]. В разработанный головной убор решено было не вводить декоративные мотивы и орнаментальные украшения, так как ставилась задача сосредоточиться на форме и силуэте изделия. В шапке используется натуральный мех кролика, предварительно стриженный и тонированный, подобная технологическая обработка позволила получить современное уникальное изделие сложной конструктивной формы.

Список использованных источников:

1. Бадмаев А.А. Основные тенденции в развитии бурятской одежды в XVIII веке. Журнал «Археология, этнография и антропология Евразии», 2010г.
2. Хрипунов Н.В. Одежда знати Великой империи монголов в 1207-1266 гг.// Золотоордынская цивилизация. Сборник статей. Выпуск 5. – Казань: Институт истории им. Ш.Марджани АН РТ, 2012г. – С. 363-393.
3. Х.Н. Данжеева Технология пошива бурятской шапки. – Улан-Удэ: НоваПринт, 2018. – 104с., ил.
4. Бадмаев А.А. Кожевенное ремесло агинских бурят. ЭО, 1998г., №2.
5. Бадмаева Р.Д. Бурятский народный костюм. Академия Наук СССР. Сибирское отделение. Бурятский филиал. Институт общественных наук. Улан-Удэ. Бурятское книжное издательство. 1987г.
6. Каргузова Е.Д., Колташова Л.Ю. Народный бурятский орнамент как система знаков и символов, Сборник материалов всероссийской научно-практической конференции «Диск-2018», Часть-3, С.104-107.
7. Третьякова С.В., Колташова Л.Ю. Адаптация традиционных форм под развитие современных аксессуаров, Сборник статей Международной

научно-технической конференции «Дизайн, технологии и инновации в текстильной и легкой промышленности (Инновации-2018), Часть-4, стр.161-164.

© Картузова Е.Д., Колташова Л.Ю., Третьякова С.В., 2019

УДК 72.03

Кирсанова П.Д., Прокошева М.М. **КОНСТРУКТИВИЗМ В XXI ВЕКЕ**
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

ВХУТЕМАС стал отправной точкой развития дизайна на территории советской России. В следующем году первая школа, начавшая подготовку мастеров-художников для промышленного производства, образованная в 1920-м году [2], будет праздновать свое 100-летие. В связи с юбилеем Высших художественно-технических мастерских тема развития конструктивизма становится одной из самых актуальных на сегодняшний день.

Объективно-формальный метод обучения будущих инженеров-конструкторов вырабатывался практиками и идеологами конструктивизма: А. Родченко, А. Лавинским, Л. Лисицким, А. Весниным, Л. Поповой и другими [2].

Каждый сегодня может посмотреть на множество памятников данного направления в Москве, например, на здание Моссельпрома на Калашном переулке, дом 2/10, или на старый корпус нашего университета, РГУ им. А.Н. Косыгина, на Садовнической, дом 33. Еще больше памятников конструктивизма находится в Екатеринбурге. Всемирный фонд наследия ЮНЕСКО признал этот город архитектурным ансамблем-памятником конструктивизма. В городах Урала особое отношение к данному направлению, т.к. Уральская область (1923-1934 гг.) являлась экспериментальной площадкой по формированию авангардной архитектуры [3].

Конструктивизм как художественное направление зародился в советской России в 1920-1930 года XX века. Главным в эстетике предметов и зданий являлись простота и чистота конструкции. В вопросах формообразования конструктивисты главным образом уделяли внимание функционально-техническим и рационально-технологическим аспектам проектируемого объекта. Выделяют три основных эстетических принципа конструктивизма: целесообразность – предназначение для конкретной цели, утилитарность – получение пользы от готового объекта, функционализм – форма должна соответствовать функции и быть единой с ней [1].

Именно к этим принципам мы будем обращаться, рассматривая современную архитектуру и дизайн.

Сегодня конструктивизм привлекает своей четкостью, лаконичностью линий, оригинальностью композиционных и цветовых решений и, конечно, функционализмом.

Большой интерес к направлению появился у студентов художественных и архитектурных вузов, в частности, в УралГАХА. Они черпают вдохновение и создают курсовые проекты и дипломные работы, основываясь на идеях и приемах конструктивизма, и совмещая их с современными возможностями производства и строительства. Мы видим, что активно используются простые геометрические формы, ленточные остекления в сочетании с большими плоскостями фасадных панелей, объем функционально зонирован. Например, дипломный проект «Центр МЧС с научно-производственной базой в г. Екатеринбург» (студ. М. Дупина, рук. Т.Н. Ярковая) [3].

Нельзя не сказать об отказе от идеи дома – машины для жилья. Сейчас при проектировании главное внимание уделяется человеку и его комфорту, а также созданию гармоничной среды вместе с уже существующими постройками [4]. Это как раз и становится главной целью современных архитекторов. Сохраняется функционализм, но не радикальный. Сохраняется простота форм, это видно на примере новостроек ГК «ПИК», «Пионер» и других. Более свободно используются цвета, помогающие создать комфортную среду, разбавив серую застройку акцентными пятнами. Дополнительные элементы являются не просто декором, а несут в себе функциональную нагрузку, например, позволяют спрятать наружные блоки кондиционеров.

Гиперкуб в Сколково (главный архитектор Борис Бернаскони) – прекрасный пример переосмысления целесообразности, утилитарности и функционализма. Возможность появления нового взгляда на старые традиции дал технический прогресс вместе с большими возможностями в реализации проектов. Внутреннее пространство Гиперкуба может легко трансформироваться в зависимости от назначения здания, а бетонный экзоскаркас позволяет обновлять фасад [5]. Сам Бернаскони говорит о конструктивизме: «Актуальность конструктивизма сегодня сложно переоценить. В современной архитектуре весь мир использует исключительно принципы конструктивизма, новых принципов с тех пор не придумали» [6].

Использование принципов конструктивизма в современных реалиях обусловлено и экономически. Благодаря им исключается все ненужное, остается действительно только необходимое, а значит возможность появления лишних затрат минимальна. Всегда находится наиболее выгодное в производстве и использовании решение.

Конструктивизм также стремительно развивался в книгопечатании и плакатном искусстве. Он возникает в то время, когда на повестке дня была

революция, а агитация с помощью плакатов стала главным средством. Плакаты размещались во всех общественных местах: в клубах, школах, больницах, домах культуры и т.д. Впервые был использован системный подход, который был обусловлен многоэтапностью действий, что позволило создавать плакаты понятные широкому слою населения. Утилитаризм данного направления жестко противопоставляется роскоши, изяществу и утонченности.

Среди основных приемов конструктивистов были: использование крупного шрифта, больших контрастных форм и применение диагоналей и пересечений. Формы значительно упрощались, а цвета ограничивались, часто использовалась заливка. Особенностью конструктивистского направления стало обращение к фотографичному материалу в плакате, что придавало документальность и правдивость сюжета. Основоположниками конструктивизма в графике принято считать А. Родченко, Л. Лисицкого, А.Гана, Н. Сидельникова и других [8].

Поскольку цели у плаката или рекламного изображения остаются такими же, как и 100 лет назад – привлечь внимание случайного прохожего, громко заявить о проходящей акции, то использование принципов конструктивизма все так же актуально в наше время. Многие из подходов уже настолько вошли в обиход графических дизайнеров, что перестали ассоциироваться с данной эпохой: использование фотоизображений и геометрических форм, увеличение или уменьшение кегля, дробление текста.

Примером использования приемов конструктивизма в графическом дизайне может служить фирменный стиль, разработанный для московского музея современного искусства в 2011 году командой «ZOLOTOgroup». Логотип построен с помощью четкой геометрической сетки, а размер шрифта разнится от крупного, которым выделена аббревиатура, до мелкого, содержащего менее важную информацию.

С экономической точки зрения применение конструктивистских методов в графике выгодно. Печать полиграфической продукции в два-три цвета менее затратная, нежели печать широкоформатная. Процесс также гораздо упрощает использование несложных форм и крупных заливок [7].

Конструктивизм давно стал неотъемлемой частью в графическом дизайне. Сложившиеся традиции легко находят свое место и в 21 веке. Структурно-упорядоченные решения позволяют разграничивать информационные блоки, геометрические фигуры и линии помогают заострять внимание смотрящего на наиболее важной информации. Системность, иерархичность элементов, большие цветовые пятна, явно-выраженные контрасты объемов и шрифтов не перестают быть актуальными в графическом дизайне. Однако нельзя говорить об абсолютном использовании одних только конструктивистских приемов.

Как и все остальные течения, конструктивизм синтезировал с другими принципами и направлениями. С развитием технологий перед графическими дизайнерами появилось гораздо больше возможностей, которых не было во времена расцвета конструктивизма. На сегодняшний день создатели не ограничены цветами или формами, что позволяет создавать абсолютно любые графические произведения.

Конструктивизм давно стал неотъемлемой частью в графическом дизайне. Сложившиеся традиции легко находят свое место и в XXI веке. Они позволяют создать продукт, который будет цеплять своей краткостью и масштабностью взгляды людей, удивлять простой и ёмкостью образа.

Таким образом, спустя 100 лет изменилось отношение людей к жизни и к среде для жизни, поэтому сегодня традиции конструктивизма играют новыми красками. Сливаясь с различными течениями и направлениями, они становятся основополагающими в художественном и архитектурном проектировании.

Список использованных источников:

1. Пунанова Ю.С. Эстетические принципы советского конструктивизма // Культура и цивилизация. 2016 Том 6 № 5А. С. 141-150.

2. Козловский В.Д. ВХУТЕМАС как социокультурный феномен советской художественной культуры первой трети XX // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2014. № 3 (59). С. 232–236.

3. Смирнов Л. Н. Ярковая Т. Н. Конструктивизм сегодня – новое звучание старого стиля // Академический вестник УРАЛНИИПРОЕКТ РААСН. 2013 С. 39–43.

4. Архитектура новостроек Москвы // Е. Становая – 15 июня 2017 [Электронный ресурс] URL: <https://vsenovostroyki.ru/expert/12152/>

5. Сайт Бориса Бернаскони [Электронный ресурс] URL: <http://bernaskoni.com/projects/hypercubebuilding>

6. Конструктивизм // Г. Голикова, В. Елсукова, Д. Игнатов, А. Макаренко [Электронный ресурс] - URL: <http://constructivism.tilda.ws/>

7. Шутова А. С. Использование приемов конструктивизма в современном графическом дизайне // Академический вестник УРАЛНИИПРОЕКТ РААСН. 2014 С. 96-99.

8. Конструктивизм – 2015 [Электронный ресурс] – URL: <http://www.avangardism.ru/konstruktivizm.html>

© Кирсанова П.Д., Прокошева М.М., 2019

УДК 75.058:7.035.93

Кирсанова П.Д., Стрижак А.В. РАСТИТЕЛЬНЫЕ ОРНАМЕНТЫ АР-НУВО

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Ар-Нуво как художественный стиль зародился в конце 19 века. Он просуществовал всего 20-30 лет в отдельных странах, но до сих пор продолжает оказывать большое влияние на разные аспекты художественной жизни человечества. Предпосылками к зарождению стиля считают промышленную революцию прошлого века, которая заставляет передовых мыслителей 19 века (Р. Вагнер, Д. Рескин, У. Моррис и др.) переосмысливать роль искусства в жизни человеческого общества. Они формулируют концепцию нового художественного стиля, призванного привнести в жизнь общества что-то новое, эстетически прекрасное.

Художники, вдохновленные их произведениями, стремились создать нечто новое, находя красоту в плавных природных формах и растительных элементах. Так гобелен «Удар бича» (1895 г.) Германа Обриста изображает всего лишь единственную изогнутую ветвь растения, но именно она становится главным вдохновляющим образом для художников и архитекторов эпохи Ар-Нуво [2].

Большой резонанс получают изогнутые линии, напоминающие ветви и стебли растений. Активно начинает применяться такой прием, как асимметричность, что явно можно увидеть в фасадах зданий или оконных проемах. Витражное искусство и работа со стеклом вновь начинают приобретать популярность спустя десятилетия. Но самой главной и узнаваемой чертой стиля Ар-Нуво становятся растительные орнаменты.

Во время эпохи Ар-Нуво значительную роль играют орнаменты, их не всегда можно было трактовать однозначно, но нежные цветочные мотивы придавали интерьерам и отдельным предметам легкости и воздушности. Цветы стали областью пристального изучения для художников и архитекторов направления. Они начали работы с микроскопом, обнаруживая тонкие сетки строения отдельных лепестков, тем самым обогащая свой внутренний запас. Вода, морские животные, ракушки и раковины – все это послужило неисчерпаемым источником для вдохновения и создания пластичных форм.

Нередко можно было встретить орнаменты в виде животных, птиц и даже девушек. Художники стремились к максимальному упрощению, создавали свои произведения так, что их уместно было использовать в среде. Линии не были чересчур грубыми, сливаясь в единый орнамент, они выглядели гармонично и тонко [3].

Обилие орнаментов было повсюду: его можно было встретить, как и в изобразительном искусстве, так в архитектуре и предметном дизайне.

Практически невозможно было увидеть ни одной пустой поверхности, которую бы просто так обошли художники Ар-Нуво.

Одним из самых известных художников данного направления был Альфонс Муха, он стал первым, кто так умело соединил человеческую фигуру и орнамент. Все его работы отличаются неповторимым стилем. Фигуры искусно нарисованных женщин становятся визитной карточкой А. Мухи. Все они, чувственные и нежные, были написаны в теплом изысканном колорите. Но то, без чего Альфонс Муха не был бы художником стиля Ар-Нуво – это орнаментальная сетка, которая присутствует на каждом портрете, она искусно обрамляет фигуры дев, расставляет акценты и поддерживает общий цветовой замысел. Трудно назвать еще одного знатока, который был бы равным А. Мухе в создании орнаментов. Художник декоративно переосмыслил природную составляющую и изобрел собственный стилевой подход. Во всех своих картинах он сохраняет символизм, чувственность и мистицизм, и обнаженность женского тела в рамках приличия. Альфонс Муха создал сборник, который подразумевался, как учебное пособие для дизайнеров, где можно было найти таблицы орнаментов, примеры отдельных деталей предметов, а также целых комплектов посуды, мебели и ювелирных украшений в стиле Ар-Нуво [4].

Примечательно, что Ар-Нуво пусть и было последним высокохудожественным стилем, но художники не боялись использовать его везде. Павильон Карлсплац Отто Вагнера, открытый в 1899 году, служил целям железнодорожной станции, а позже и метро, но был сделан так утонченно, что его не отличить от музея или театра. Весь периметр фасада здания украшен орнаментальным рисунком подсолнуха золотистого цвета.

Отто Вагнер в то время становится одним из значимых архитекторов. Кроме павильона в общей сложности Вагнер строит более чем пятидесяти доходных жилых домов. Наибольшую известность получают два многоквартирных здания на Линке Винцайле. Одно из них было украшено золотыми орнаментами, второе же имело на фасаде причудливый флоральный узор [5].

Поскольку наибольшее развитие направление Ар-Нуво получает в Вене, художники и архитекторы создают объединение, получившее название Венский Сецессион. В него входили в общей сложности около пятидесяти человек, провозгласившие своим девизом: «Искусство – для времени, искусство должно быть свободно», под руководством и наставничеством О. Вагнера они создают целую эпоху, принципы, по которым мы узнаем Ар-Нуво сегодня.

Тут также примечательно рассмотреть само здание Венского Сецессиона. Служа обителью для художников и архитекторов, оно

выглядело ничуть не хуже, чем остальные здания, выполненные согласно веяниям эпохи. Оно было построено в 1899 году Й. Ольбрихом. В основе композиции сооружения лежит геометричность форм, которые смягчаются благодаря орнаменту, который опоясывает весь фасад постройки. Тонкий растительный орнамент состоит из мелких лепестков и стеблей, украшающих почти все свободное пространство. Главный акцент был сделан на вход в здание Сецессиона: сотни позолоченных лепестков, словно цветочный венок, обрамляют портал. То, что придает зданию уникальность и подчеркивает изящный художественный вкус – это пустотелый шар-купол, который завершает общую композицию, возвышаясь над входом. Он состоит более чем из трех тысяч лавровых листьев и семисот ягод.

Самой известной работой Отто Вагнера становится здание Почтовой Сберкассы, которое буквально потрясло общественность. Вагнер сумел обойти закостенелый консерватизм чиновников и создал лаконичную постройку, в которой не было ничего лишнего, а художественная составляющая соответствовала заданной функции. Мотивы Ар Нуво были применены в интерьерах, которые лаконично переходили в лестничные клетки здания. Впервые был использован алюминий для внутренней отделки и оборудования. Отто Вагнер делал эту работу в качестве государственного заказа под влиянием императора, но даже после открытия здания, правитель остался недоволен, а направление Ар Нуво стало постепенно забываться и стираться из истории, все больше отдавая предпочтение эклектике.

Ритм – главная составляющая в художественном и композиционном языке, незаконченность и произвольность движения и в следствие, возникающая асимметричность – все это было основой японского искусства, которое стало чуть ли не главным образом, служившим для вдохновения мастеров рассматриваемого направления. В эпоху Ар Нуво вновь раскрывается значимость орнаментов. Художники модернисты с их помощью воплощают философские идеи о единении человека с природой. Позаимствованные с Востока растительные мотивы приживаются в европейском искусстве уже в новом, более совершенном виде [6].

Список использованных источников:

1. Ивановская, В. И. Орнамент стиля модерн / В.И. Ивановская. - Изд. "В.Шевчук", 2007 – 191 с.
2. Ар нуво, либерти и модерн[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.casaricca.ru/journal/ar-nuvo-liberti-i-modern/>
3. Орнамент модерна[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://galamosaic.ru/ru/mediateka/detail.php?id=447>

4. Альфонс Муха – картины, иллюстрации и стиль модерн – 2019 – 4 апреля [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.liveinternet.ru/users/4468278/post452764103/>

5. Венский Сецессион – 2014 – 2 января [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://apshu.ru/venskij-secession/>

6. Модерн орнаменты и узоры стиле модерна. Орнамент в стиле модерн. Ар нуво, сецессион, югендштиль и восточная культура [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://chrome-effect.ru/gipsokarton/modern-ornamenty-i-uzory-stile-moderna-ornament-v-stile/>

© Кирсанова П.Д., Стрижак А.В., 2019

УДК 739.2

Киселева А.Ю. К ВОПРОСУ ПРЕЕМСТВЕННОСТИ И НОВАТОРСТВА В ТВОРЧЕСТВЕ СОВРЕМЕННЫХ УЗБЕКСКИХ ЗЕРГЕРОВ

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Искусство создания украшений из драгоценных металлов и камней передается ювелирами Узбекистана из поколения в поколение не одно столетие. Это искусство сохранило свою актуальность до наших дней и получило свое дальнейшее развитие в творчестве современных мастеров. Ювелирное искусство имеет повсеместное распространение и богатейшие традиции, уходящие в глубокую древность. Самые ранние ювелирные изделия, найденные на территории Узбекистана, относят к XII веку до нашей эры, когда еще не было ни Бухары, ни Ташкента, ни Самарканда.

Являясь одним из важных художественных дополнений к одежде, старинные ювелирные украшения органически связывались с формой и линиями этой одежды, гармонично сочетались с ней по цвету, форме и назначению, часто соединялись в одном изделии с другими материалами. Особо богатые по оформлению и разнообразные по формам были изделия, предназначенные для женского костюма, они многочисленными рядами украшали голову, лоб, виски, уши, косы, шею, грудь, плечи, пояс, запястья и пальцы рук женщины. Так, в головных украшениях, бытовавших в Южном Узбекистане, «зажиточные женщины украшали свои волосы накосником, представляющим собой бархатную или шелковую пластину, с нашитыми на нее серебряными бляшками, перламутровыми пуговицами и жемчугом, к которой пришивались шнуры с кистями на концах [1].

Весь набор украшений одевался молодыми женщинами в первые месяцы замужества, по праздникам или при приеме гостей. В обычные дни женщины носили простые серьги, кольца и браслеты. Ювелирные изделия входили и в ансамбль мужского костюма: заколки для чалмы жениха,

перстни с именной печатью, пояса с металлическими орнаментированными пряжками и накладками, инкрустированные камнями, ножи и сабли с узорчатыми рукоятками, даже сбруя и седло коня богатого мужчины украшались драгоценными камнями.

Для каждого центра ювелирного искусства Узбекистана, а ими были крупные ремесленные центры – Бухара, Ташкент, Хорезм, Самарканд, Коканд, Маргилан, Андижан, характерны свои особые формы изделий, используемый материал, орнамент, техника исполнения.

Мастера-заргары создавали изделия в основном из серебра, реже из золота, сочетая благородный металл с различными камнями: драгоценными сверкающими, такими, как рубин, изумруд, сапфир, полудрагоценными матовыми непрозрачными, яркими и сочными, такими, как жемчуг, бирюза, сердолик, дал, яшма, кораллы, а также с разноцветными блестящими стеклами, мастиковыми бусами и бисером, который стал широко применяться со второй половины XIX века.

Мастера-заргары создавали и простые украшения незамысловатых форм – перстни, серьги, браслеты, ожерелья из бусин, имевшие массовый характер, предназначенные для повседневной носки, и ювелирные изделия сложнейших форм, рисунков, выполненные с большим мастерством. При разработке изделий использовали разнообразные технические приемы традиционной обработки металла, издревле распространенные у местных заргаров: резьбу, ковку, литье, чеканку, гравировку, накладную и ажурную филигрань, тиснение. Искусно владели мастера и техникой зерни, золочения, инкрустации, чернения и эмалирования.

В женских ювелирных украшениях местных заргаров особую силу выразительности придает ритм форм и цветовых пятен, игра линий и плоскостей, подвижная система многочисленных подвесок. Большинство из них строились на органично найденном контрасте сочетании серебра с кораллами и бирюзой. Кораллы часто перемешивались с медальонами и подвесками разной формы. «Одним из самых старинных видов этого украшения считали джевак. Джевак состоял из пяти ниток кораллов, чередовавшихся с мелкими подвесочками, которые были полыми, сделанными из тонкой пластины позолоченного серебра. Более старым считалось налобное женское украшение, которое представляло собой полосу из соединенных друг с другом шарнирами квадратиков, сделанных из позолоченного серебра со вставками из бирюзы и кораллов» [2].

В ювелирном искусстве конца XIX – начала XX веков, можно проследить два направления. Одно, ориентируясь на вкусы зажиточных слоев общества и испытывая на себе влияние завозных изделий, приходит к, эклектике и вычурной помпезности. Другое, адресованное демократическим слоям населения городов и сел, было теснейшим

образом связано с традициями истинно народного искусства. Простые и лаконичные формы изделий дольше сохранили ценные художественные особенности, качества, сформировавшиеся в предшествующие эпохи, поэтому не случайно, что именно эти изделия почти без изменения бытуют в народе, находя спрос и сегодня.

Современные ювелирные изделия традиционных форм, выполненные узбекскими мастерами из благородных металлов, драгоценных и полудрагоценных камней, созданных в национальных традициях, сегодня пользуются большой популярностью не только в Узбекистане, но и во многих других странах. В Узбекистане сегодня редко можно встретить женщину без серег, браслетов, колец или бус.

Благодаря кропотливой и искусной работе мастеров, ювелирное искусство Узбекистана продолжает развиваться. Традиции предков, совмещенные с мастерством современных ювелиров, продолжают жить в разнообразных и неповторимых ювелирных украшениях.

С течением времени многие формы утратили свое значение, оставшись лишь музейным экспонатом. Современные украшения отличаются от старинных меньшими размерами, но сохраняют национальные материалы и формы. Сегодня в Узбекистане очень популярны бирюза, коралл, рубин, сердолик, перламутр и особенно жемчуг. Локальные особенности в ювелирных украшениях постепенно стираются – теперь решающее слово за модой, исходящей из столицы республики. Однако и теперь иногда можно проследить различия в работе отдельных районов. Так, мастера Ферганы славятся филигранью и зернью. Высоко ценятся бухарские серьги из позолоченного серебра с жемчугом или камнями, искусно имитированными под жемчуг и рубин.

В наше время ювелирные традиции Узбекистана возрождаются благодаря семьям мастеров, которые, несмотря на не очень высокий спрос на свою продукцию в советский период, продолжали работать. В ювелирных магазинах вновь можно увидеть золотые и серебряные изделия, выполненные в классическом стиле узбекской ювелирной школы. Мастера стали объединяться в союзы ремесленников, а их работы все чаще появляются на специализированных ювелирных выставках.

Одним из представителей, продолжающих традиции ювелирного искусства Узбекистана, является Мамур Рахманов – представитель знаменитой династии бухарских ювелиров Рахмановых.

Мамур Рахманов с детства обучался у знаменитого бухарского мастера Иззара Рузиева. Он освоил технику традиционных бухарских, ташкентских и наманганских ювелирных школ, поэтому может виртуозно менять приемы работы и стиль украшений. Украшения из золота и серебра от Мамура выполнены настолько искусно, что давно получают

восторженные возгласы от поклонников творчества Рахманова. Его работы узнаваемы и за рубежом.

Мамур использует в работе камни из Узбекистана, Индии и Афганистана. В Бухаре у него своя мастерская и магазин на торговой площадке Токи Заргарон («купол ювелиров»). Мастер – частый участник столичных (Ташкентских) творческих выставок и конкурсов, в рамках которых он знакомит широкую общественность со своими изделиями.

Творчество мастера отражает одну из тенденций развития современного ювелирного искусства Узбекистана, ориентированную на обращение к классическому наследию. Используя традиционные формы ювелирных изделий, отшлифованные в течение веков, мастер-ювелир бесконечно варьирует их, переосмысливает и обогащает.

Так, например, мастер виртуозно повторяет исторически сложившуюся и очень популярную в XIX веке форму серег «халка-и-Мухаммади». При их создании разнообразные бусины насаживали на нижний сегмент обруча и хорду, расположенную над ним. Сохранились представления, что подобная форма связана с формой оружия (лука). Многие серьги с такой же основой – кольцом с перемычкой, как серьги «халка-и-Мухаммади», снабжаются тремя, пятью или семью подвесками. Лунообразные формы серег издавна бытовали на территории Узбекистана и очевидно, возникли из височных подвесок – лунниц. Луна считалась у узбеков символом плодородия и одним из атрибутов богини-матери.

Мамур создает ювелирные изделия, используя древние сакральные традиции народов Азии.

Особой сакральной силой на территории Средней Азии наделялись птицы – фазан, петух, павлин, голубь. Птица в искусстве Средней Азии часто связана с образом богини-матери, а у ирано-тюркских народов был широко распространен символ женщины-птицы (Умай, или Хумаюн), символизирующей плодородие. Следы почитания птиц сохраняются и в амулетах-украшениях в виде более или менее реалистических изображений птиц, их частей (перья, когти), в орнаментике женских ювелирных изделий. Перья и когти птиц наделялись магическими свойствами, их прикрепляли к женским налобным и височным украшениям, к серьгам.

Все эти разнообразные мотивы можно наблюдать в предметах, искусно созданных руками ювелира Рахманова, в виде серебряных и золотых ювелирных украшений.

В его работах прослеживается стремление к насыщенному декоративному решению – традиционные композиции усложняются, появляются новые элементы, сознательно нарушаются правила ношения тех или иных изделий, что дает возможность дальнейшего развития пластического языка ювелирного искусства.

Интерес к уникальному стилю узбекских украшений с каждым годом все более возрастает, в том числе и за пределами страны. Ювелирное искусство Узбекистана – это богатая самобытная культура, которая начинает возрождаться, сохраняя знания и секреты мастерства, накопленные предками за тысячелетия.

Список использованных источников:

1. Бикжанова М. А. Одежда узбечек Ташкента XIX – начала XX в. // Костюм народов Средней Азии. Историко-этнографические очерки. М: Наука. 1979. с. 149-150.

2. Старостина О. В. Завязки и пуговицы в костюме оседлых народов Средней Азии // Исторический опыт – новые технологии. Материалы XIX Международной научной конференции. Спб.: СПбГУПТд. 2016. с. 493.

© Киселева А.Ю., 2019

УДК 67.03

Клицук Е.И., Пушкарев А.Г. ИНТЕРАКТИВНАЯ КНИГА – БУДУЩЕЕ ПОЛИГРАФИИ

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Актуальность данной темы обусловлена тенденцией возрастающего интереса к искусству книги. К сожалению, во второй половине XX – начале XXI века, в эпоху расцвета цифровых технологий, поддерживать интерес к книге и чтению становится все сложнее. Иллюстраторы, дизайнеры, издатели и даже скульпторы изобретают все новые способы для привлечения внимания к литературе и еще достаточно молодому в контексте истории мировой культуры феномену – книге художника.

Задачами данной работы является рассмотрение важных предпосылок для возникновения столь нестандартного направления в книжном искусстве, ознакомление с основными периодами его развития, особенностями и перспективами дальнейшего существования.

Для выполнения, озвученных мной выше, задач, требуется рассмотрение таких терминов, как «Книга», «Художественная книга», «Интерактивная книга». Результатом выполненной работы будет обнаружение четких границ между интерактивной книгой и книгой как арт-объектом.

Чтобы разобраться с тем, что же такое книга, в ее первоначальном виде, обратимся к определению российского искусствоведа, художественного критика, историка и теоретика изобразительного искусства Ю.Я. Герчука: Книга – это «относительно компактный, портативный и целостный предмет, вмещающий обширное письменное сообщение для длительного хранения, и достаточно удобный для многократного использования» [1, с. 6].

Сложнее дело обстоит с более узким понятием «книга художника». Несмотря на протяженную историю, а, может быть, именно по этой причине, данный термин в настоящее время имеет множество трактовок. Так, например, с одной стороны под «книгой художника» принято понимать чисто российский феномен, возникший под влиянием оригинальной французской «livre d'artiste» и английской «artist's book» 1960-х годов. С другой стороны – обобщенно произведение искусства, в котором автор самостоятельно прорабатывает помимо шрифтов и иллюстраций все прочие элементы книги. Для нее характерно изготовление в одном экземпляре или ограниченным тиражом, что одинаково свойственно зарубежной и отечественной «книге художника». Кроме того, данный термин зачастую обозначает творческий метод, подразумевающий книгу не только как пассивный объект, некое пространство для воплощения художественного замысла, но и как активный его инструмент. Иными словами – одновременно носитель идеи произведения и средство ее выражения. Именно в этой интерпретации термина «книга художника» кроется его тесная взаимосвязь с определением «интерактивной книги», которое в свою очередь также трактуется весьма вольно. Сейчас к интерактивной книге относят электронные издания, распространяемые через Интернет, с имитацией взаимодействия с героями произведения через официальные сайты, с анимированными иллюстрациями и даже встроенными мини-играми, если речь заходит о детской литературе. Распространены также так называемые «подвижные книги», в создании которых задействована настоящая «бумажная инженерия» [2, с. 1].

Мы обратимся именно к интерактивной книге, которую также называют «книгой в технике pop up», как к книге не привычной, а сложной, инженерной и высокохудожественной в своем воплощении. Так вот интерактивная книга в контексте бумажного носителя предполагает в той или иной степени совершение других действий с ней, помимо самого процесса чтения. Если сравнивать интерактивные с традиционными книгами, то можно сделать вывод, что интерактивные располагают большим набором рычагов влияния на зрителя и превращают его в соавтора, участника творческого процесса. Другими словами, читатель такой книги еще более интенсивно погружается в нее, тем самым становится настоящим героем сюжета книги.

Питер Мейсон Опи (британский исследователь и собиратель интерактивной книги) сказал: «Механические книги должны выглядеть как обычные. Их успех измеряется изобретательностью, с которой книжный формат скрывает не книжные характеристики».

Изначально книгами в технике pop up (в переводе с английского – «всплывать», «появляться») называли издания, созданные в результате

синтеза искусства инженера и художника. В этом случае изображения создаются с механизмами, благодаря которым при открывании книги или ее страницы изображения мгновенно выдвигаются вперед, вверх, вбок и приобретают объем, то есть герои сказки оживают. Однако в XX веке книгами поп-ап стали называть все книги со сложными конструкциями, и конструкции эти были самые разнообразные. Если говорить о вопросе целевой аудитории, то сначала это были исторические книги, немного позже – книги со сложной конструкцией были посвящены географии, астрономии, медицине. В конце XVIII века подобные книги стали изготавливать и для детей. На сегодняшний день самыми популярными является детские книги и коллекционные издания [3, с. 1].

Доподлинно неизвестно, кто изобрел сам принцип действия интерактивной механической книги, но первый известный в настоящее время пример книги, выходящей за пределы плоскости листа, был создан английским историком и художником Мэттью Пэрисом. Он впервые вклеил в книгу складную карту, где был отмечен путь паломников из Англии в Святую Землю и Иерусалим. Кроме того, он первым сконструировал из бумаги вращающиеся схемы, чтобы по ним определять даты переходящих церковных праздников. Немного позже книгу с подвижными элементами разработал Раймонд Луллий. История развлекательных интерактивных книг с подвижными элементами начинается примерно с середины XVIII века. На том этапе развития такие книги все еще характеризовались плоскими двухмерными иллюстрациями и организацией пространства листа, характерной для обычных печатных книг. Лидером в этой области становится Англия. В 1765 году лондонский книгоиздатель Роберт Соьер изобрел книжный стиль «lift-the-flap». Еще одним распространенным видом объемных книг становятся книги-тоннели. Книга представляла собой одну объемную сцену, выполненную на нескольких планах, которые можно было приближать или удалять, рассматривая через специальный глазок. В 1847 году в Лондоне была издана книга-туннель с тремя отверстиями для просмотра, а в 1851 году там же была издана книга-туннель с одним отверстием для просмотра под названием «Crystal Palace». В 1850 году лондонское издательство Dean & Son выпустило книгу, снабженную механизмами в виде бумажных полосок, приводящих в движение персонажей, а в 1856 году выпустило серию сказок и приключений под названием «New Scenic Books». Иллюстрации в книге были созданы таким образом, что при открывании книги вся сцена разворачивалась в пространстве. Таким образом, именно в XIX в. интерактивные книги стали по-настоящему объемными. Хотя методы крепления объемных элементов к развороту еще не были оптимальными, требовали большого количества ручного труда, – сам принцип организации сцен и подвижных элементов приобрел черты,

характерные для современной интерактивной трехмерной книги. На рубеже XIX-XX веков немецкий издатель Эрнст Нистер выпустил множество прекрасно иллюстрированных детских книг на различных языках. Объемные сцены в книгах использовали различные методы организации пространства, комбинируя их между собой. Первая мировая война сильно замедлила развитие книжного дела в Германии и мире в целом. Вновь интерес к этой области пробуждается в конце 1920-х годов, переносясь в Англию. Издатель детских книг Луи Жиро издает простые в изготовлении и, следовательно, экономичные раскладные книги. В 1930-е годы в Чикаго издательство Blue Ribbon Press большими тиражами издает детские интерактивные книги с подвижными элементами. В Европе развитие объемной книги связано с послевоенным временем. В 1950-е годы чешский художник и архитектор Войцех Кубашта разрабатывает множество прекрасно иллюстрированных детских книг с объемными сценами. В 60-е годы XX века вновь возникает интерес к объемной интерактивной книге не только для детей, но и для взрослых, причем область применения интерактивных и/или объемных бумажных конструкций расширяется, выходя за рамки книжной продукции. Например, продюсер из Чикаго, Вальдо Уолли Хант, начинает применять их при создании рекламы.

В 60-е годы XX века вновь возникает интерес к объемной интерактивной книге не только для детей, но и для взрослых, причем область применения интерактивных и/или объемных бумажных конструкций расширяется, выходя за рамки книжной продукции. Например, продюсер из Чикаго, Вальдо Уолли Хант, начинает применять их при создании рекламы [4, с. 26].

Таким образом, можно констатировать вывод, что в настоящее время объемная интерактивная книга продолжает активно развиваться, чему способствуют как развитие технологий (появление режущих плоттеров, 3D-печати, усовершенствование офсетной печати и технологий подклейки), так и характерная для современного общества тяга к уникальности, ручной работе, персонализации изделий. Интерактивная бумажная книга не является изобретением последних лет, она прошла долгий путь становления и развития в контексте общемировой культурной традиции. В процессе становления такие книги как носили научный, философский, образовательный характер, так и представляли собой развлекательные, игровые, детские издания. При этом научные издания предшествовали в историческом развитии развлекательным, однако в настоящий момент преобладают именно развлекательные. Изменения в развитии интерактивной книги были связаны как с изменениями в общественном сознании, экономической и социально-политической ситуации в мире, так и с изменениями в технологии производства таких

изданий. Следует отметить, что интерактивная книга прошла уникальную историю развития и активно развивается на сегодняшний день [4, с. 31].

Список использованных источников:

1. Ю.Я. Герчук. Советская книжная графика. Москва, 1986г.,128с.
2. <https://concepture.club/>Интерактивная книга
3. <https://readymag.com/>Книги поп-ап
4. Сбитнева Н. Ф., Величко Н. В. «История развития интерактивной бумажной книги», Харьковская государственная академия дизайна и искусств, 2017г.
5. Е.А.Ростовцев «История книжного дела». , СПб., Учеб. пособие. 2009. Ч.2. 115с.

© Клицук Е.И., Пушкарев А.Г., 2019

УДК 617.57-77

Матвеева А.С., Ковалева А.К., Коржов Е.Г. ПРОБЛЕМЫ ДЕТСКОГО ПРОТЕЗИРОВАНИЯ ВЕРХНИХ КОНЕЧНОСТЕЙ

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусства)

Мелкая моторика является одним из первых способов познания окружающего мира и взаимодействия с ним. Каждый из нас вспоминает, как играл с кубиками, впервые пробовал рисовать, кататься на велосипеде, учился плавать. Это неотъемлемая глобальная часть нашей повседневности, отражающаяся даже на нашей речи. Связь пальцевой моторики и речевой функции была подтверждена исследователями Института физиологии детей и подростков.

Инвалиды относятся к наиболее уязвимой группе в России. Их общее число превышает 13 миллионов, из них 700 тысяч – дети. Потому одной из глобальных и приоритетных задач государства считается уничтожение барьеров, мешающих реализации прав маломобильных людей. Нарушение функций и структур организма у детей не дают им полноценной физической активности и препятствуют нормализации социальной жизни. Лучшим решением «доступной среды» для ребенка с ампутацией или аплазией кисти (врождённое недоразвитие конечности) становится использование специальных устройств, в частности, протеза кисти. И несмотря на уровень развития технологий, многие аспекты в сфере детского протезирования остаются нерешенными. Необходимо также ввести систему оценок эффективности работы элементов протеза, что позволит оперативно их усовершенствовать.

Актуальность исследования обусловлена возрастающей потребностью в изменении устройств верхних конечностей, отсутствием прямых и малоэффективностью, дороговизной и устареванием имеющихся аналогов.

Целью данной работы является комплексное авторское исследование проблемы протезирования детей с ОВЗ верхних конечностей. Создание качественно новой стратегии проектирования протезов с учетом модификации функционала устройства для индивидуальных особенностей ребенка.

Объектом исследования является мальчик Матвей в возрасте 5 лет, с аплазией левой кисти.

Предметом исследования является механический (тяговый) протез верхней конечности и его составляющие: материалы и конструкции.

В мире существует четыре вида протезов верхних конечностей: косметические, механические (тяговые), бионические, которым отдается предпочтение в большей степени, специализированные для разных видов трудовой деятельности. На 2019 год рынок протезирования представлен следующими компаниями: самая известная компания – «RSL Steeper», Великобритания, и серия бионических протезов кисти «BeBionics», средняя стоимость составляет 2000000 руб.; «Ottoboc» – немецкий концерн, входящий в тройку лидеров, представляет линейку «MyoFacil2», стоимостью 600000 руб.; «Touch bionics», «i-Limb Quantum»; «MaxBionic, MeHandS» и др. На российском рынке выбор отечественных бионических протезов весьма ограничен. На данный момент такие изделия на постоянной основе производят только две российские компании – «Моторика» и MaxBionic [1].

Представленные аналоги в современном масштабе не сочетают в себе характеристики, не отличающиеся высокой функциональностью, долговечностью, широкими эстетическими характеристиками, гибкой индивидуальной настройкой и ценовой доступностью [5, с. 83]. В связи с этим наиболее результативным и безопасным решением становится использование именно механических протезов при реабилитации детей.

Проблема заключается в отсутствии аналогов протезов в России. По состоянию на 2019 год представлен активный (тяговый или механический) протез кисти и предплечья «Киби», компании «Моторика» (рис. 1). Протез состоит из двух основных частей – полуфабрикат (каркасные и активные элементы) и приемная гильза. Протез кисти включает следующие элементы: основной каркас, фаланги, кинематические элементы (тяги и шарниры). Приемная часть называется гильза и состоит из двух частей: одна фиксируется на предплечье, вторая плотно облегает существующую часть кисти (культия). Протез после предварительной сборки закрепляется на гильзе [6].

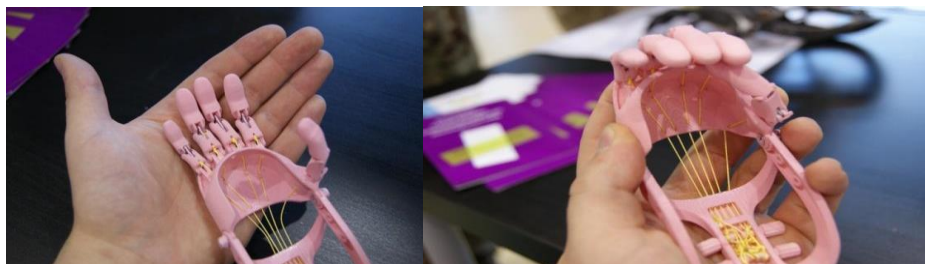


Рисунок 1 – Детский протез «Киби»

Функция хвата кисти в современном механическом протезе осуществляется за счет натяжения тросов, которые связаны с пальцами протеза и фиксируются на предплечье. Натяжение тросов происходит при сгибании локтевого или кистевого сустава. Регулируемая застежка и корпус протеза по размерам руки обеспечивают фиксацию протеза [6].

Несмотря на простоту использования и производства данный аналог обладает высоким потенциалом развития. Важным фактором проектирования улучшенной конструкции протеза является рост ребенка. Существующие конструкции не позволяют «расти» вместе с пользователем. Тросы контактируют напрямую с корпусом протеза, что приводит к истиранию каналов и быстрому выходу конструкции из работоспособного состояния. На поверхности пальцев, обращенных к ладони, отсутствуют накладки из мягких упругих материалов, способствующие лучшему сцеплению с поверхностью предметов. Функционал, обеспечивающий поворот в лучезапястном суставе в большинстве аналогичных устройств отсутствует.

Таким образом, целью работы является разработка доступного адаптивного устройства верхней конечности в составе с функциональным, сменным, модулями кисти и разнообразными креплениями. Разрабатываемое устройство будет состоять из взаимозаменяемых элементов размерного ряда, что позволит снизить расходы на производство, будет обладать расширенным набором движений, что позволит вести полноценный, активный образ жизни. В противовес производству протезов на бытовом 3D-принтере на стадии производства устройств будут применяться экологичные технологии горячего прессования и литья под давлением, что позволит обеспечить необходимую тиражность.

На данном этапе исследования составлен список материалов, осуществляется проверка гипотез для их сочетания. В первую очередь, варианты сочетания жестких полимерных элементов корпуса с тканевыми (к/с/н). Используются инновационные композитные материалы в сочетании с титаном и алюминием для изготовления корпуса и конструкции, отвечающие требованиям ГОСТ Р 56138-2014, ГОСТ 9.301-86. Наилучшее сочетание материалов на сегодняшний день: алюминий, титан, пластик и углеволокно (рис. 2).

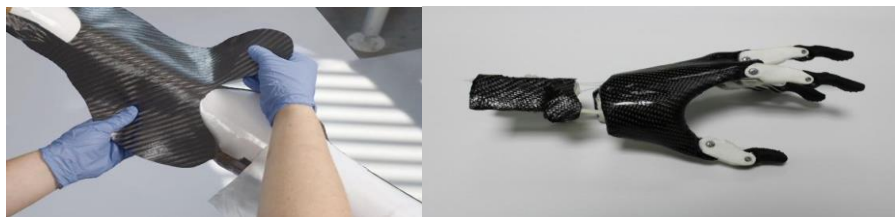


Рисунок 2 – Сочетание материалов в одном объекте

Таким образом, внешний вид корпуса напрямую зависит от окончательного выбора материалов. Для каркасной конструкции предпочтение было отдано гипоаллергенному, высокопрочному, легкому углеволокну и его сочетаниям.

Основные характеристики протеза: новый способ управления и настройки; устойчивость к внешним раздражителям; удобство крепления и гигиены; малый вес; вращение кисти; рельефность покрытия на пальцах.

Подводя итог, следует заметить, что исследования по замене материалов, методов производства, функционала и сопутствующих характеристик помогают определить лучшее будущее для отечественного протезирования. Особое внимание необходимо уделить исследованиям в области детской психологии, чтобы процессы восстановления и дальнейшего взаимодействия были просты и понятны юному пользователю. В связи с этим, разработка доступного адаптивного устройства верхней конечности является актуальной задачей, для решения которой необходимо применить научный подход.

Список использованных источников:

1. Бионические протезы рук, которые можно приобрести в России: [Электронный ресурс].URL: <https://www.orto-kosmos.ru> (дата обращения 25.10.2019)

2. «BeBionic. Technical information.», RSL Steeper : [Электронный ресурс].URL: <https://archive.ph/h2fNM> (дата обращения 21.10.2019)

3. ГОСТ 9550-81 (Пластмассы. Методы определения модуля упругости при растяжении, сжатии и изгибе).

4. Гастров Г. Конструирование литьевых форм в 130 примерах/ Э. Линднер, П.Унгер; под ред. А.П.Пантелеева, А.А.Пантелеева – СПб.: Профессия, 2006-336 с.

5. Коржов Е.Г., Голубчикова А.В., Мовшовичи П.М. Исследование механических характеристик антропоморфных протезов рук./ Дизайн и технологии. Москва: РГУ им. А.Н Косыгина 2019-82-83 с.

6. Механический (тяговый) протез пальцев:[Электронный ресурс].URL: <https://www.startbase.ru/products/36903/>(дата обращения 26.10.2019)

7. Неорганические полимеры: сборник переводов из иностранной периодической литературы / под ред. В. И. Спицина, И. Д. Колли. - Издательство иностранной литературы - Москва, 2014-470 с.

8. Петров В.Г., Замилацкий Ю.И., Буров Г.Н., Курдыбайло С.Ф. и др., Технология изготовления протезов верхних конечностей: Метод.пособие / Под. ред. Г.Н.Бурова.–СПб.:Гиппократ,2008-128с.

9. Статистика по детям инвалидам в РФ:[Электронный ресурс].URL: <https://sakuramed.ru/obshie-stati/statistika-po-detyam-invalidam-v-rf>(дата обращения 20.10.2019)

10. Сафин В.Н., Композиционные материалы [Текст лекций] - Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2010.

© Матвеева А.С., Ковалева А.К., Коржов Е.Г., 2019

УДК 74.01

Кожухова Е.В. ГРАНИЦЫ И ВОЗМОЖНОСТИ ТИПОГРАФИКИ

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Типографика является основным элементом графического дизайна. Шрифт используется для оформления письменной информации. Шрифт сейчас – это не только оформление книги, он окружает нас везде, но он также может быть основой для плаката, логотипа, айдентики, полиграфической продукции и существовать в цифровом мире. Типографика – средство коммуникации, средство общения между людьми, она может передавать не только информацию, но и отразить стиль, настроение, тематику.

История шрифта прошла долгий путь от рисунка к букве: пиктограмма – идеограмма – лигатура – иероглифы – буквы. С развитием письменности появилась каллиграфия. Задача была в том, чтобы фиксировать сохранять и передавать знания. Изначально шрифт был только рукописным и не отходили от канонов письма. Существует шрифтовой канон – устоявшаяся форма букв, выработанная веками. Латинская типографика достигла своего расцвета еще в XV веке, когда Иоганн Гутенберг создал книгу, напечатанную при помощи наборного шрифта, а не написанную вручную. Кириллический шрифт молод по сравнению с латиницей. Большие изменения он претерпел при реформе Петра I, когда вместо рукописного устава ввели шрифт антиква.

«Шрифт – это культурное наследие, сложившееся на протяжении веков, которое досталось нам...» [4, с10]. Однако это не значит, что в типографике нашего времени следует ориентироваться на прошлое и игнорировать технические достижения. Техническое развитие открывает новые возможности, дает свободу, уникальный голос. «Техника обязывает к новому мышлению, порождая новые формы – подлинное отражение нашего времени» [4, с.10]. В России созданием наборных шрифтов занимается компания Paratype. Функциональных наборных гарнитур сделано уже большое количество, эта одна из причин, по которой

дизайнеры все чаще обращаются к акциденции в шрифтах. Сейчас типографика может быть трёхмерной, экспериментальной, кинетической и акцидентной. В расцвете креативная и живая типографика. Шрифт может быть предметом искусства, когда в нем заключается удобочитаемость красота и выразительность [2, с. 9].

Кинетика заложена в самой типографике, в ее чтении, с помощью увеличения или уменьшения размера графемы, движения вправо, влево, вверх и вниз можно показать движение, а при помощи программы анимации Adobe After Effects или дополненной реальности можно получить необычные эффекты. Такие работы находят применение в рекламе, фильмах, выставках. Например, реклама мобильного оператора Yota с подвижной типографикой отражает последние тенденции.

В среде дизайнеров шрифту посвящаются масштабные конкурсы и мероприятия. Например, 36 Days of Type – это проект для дизайнеров, иллюстраторов и художников-графиков, в котором они могут выразить свое особое креативное толкование букв и цифр латинского алфавита. Конкурс длится 36 дней по одному дню на каждый элемент алфавита, где участникам предлагается написать букву или цифру. Открытый конкурс показывает, как одни и те же символы одновременно могут отображаться совершенно по-разному, с разных точек зрения. Проект стремится стать пространством для творчества вокруг типографии и ее бесконечных графических возможностей. Аналога такого конкурса с кириллическими буквами еще нет. Или международный фестиваль Turomania. Культурно-образовательный ежегодный проект, посвященный шрифту, типографике, каллиграфии, моушн-дизайну и диджитал-арту, на котором можно посетить выставку, лекции, мастер-классы, поучаствовать в видеоконкурсе. В центре внимания фестиваля – шрифт, буква, слово, язык, коммуникации. За каждым шрифтом стоит человек, сделавший его, поэтому обратимся к ярким фигурам этого направления.

Одним из представителей экспериментальной типографики является Юрий Гулитов. Его эксперименты с кириллицей, творческой каллиграфией, типографикой всегда непредсказуемы и находят свое применение чаще всего в плакатах. В его работах отражаются мировые тенденции и формируются актуальные течения визуальной культуры. Шрифт для Юрия Гулитова – это возможность по-новому посмотреть на язык коммуникации в графическом дизайне. Через пространство плаката дизайнер реализует неожиданные дерзкие идеи с помощью глубины и возможности шрифтового материала. Он проводит эксперименты с конструкцией и композицией шрифта. Как шрифт и плакат пересекаются друг с другом, влияют на всю творческую кухню и даже меняют мировоззрение.

Большой вклад в развитие типографики внёс Юрий Гордон – дизайнер, иллюстратор, шрифтовик, который создал более четырехсот шрифтов и написал несколько книг. Это «Книга про буквы от Аа до Яя», которая посвящена каждой букве кириллического алфавита и книга «Про мои буквы», в которой говорится обо всех работах художника. «Я художник, работающий с текстом», – так пишет про себя Юрий Гордон.

Будущее типографики многогранно. Типографика продолжает меняться и развиваться, появляются новые технологии и методы, появляются свобода и эксперимент. Сила воздействия шрифта неопределима. Типографика продолжает меняться вместе с миром вокруг нас.

Список использованных источников:

1. Юрий Гордон. Книга про буквы от Аа до Яя [Текст]: - Москва: Издательство Студии Артемия Лебедева, 2006. – 384 с. :ил.
2. Альберт Капр. Эстетика искусства шрифта [Текст]: - [пер. с нем. В. П. Милютина]. - Москва: Книга, 1979. – 123 с. :ил.
3. Статья «Будущее типографики: разговор с Гутенбергом» URL: <https://vk.com/@ilove.typography-buduschee-tipografiki-razgovor-s-gutenbergom> (дата обращения: 25.10.2019)
4. Эмиль Рудер. Типографика [Текст]: - Москва: Книга, 1982.– 288 с.
5. Сайт проекта 36 Days of Type URL: <http://www.36daysoftype.com/>(дата обращения: 25.10.2019)
6. Сайт Typomania URL: <https://typomania.ru/> (дата обращения: 25.10.2019)

© Кожухова Е.В., 2019

УДК 7.05

Козлова А.С. СТИЛЬ КОНСТРУКТИВИЗМ В КОСТЮМЕ: ТОГДА И СЕЙЧАС

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Конструктивизм – это советский авангардный стиль, появление и расцвет которого приходится на 20-е и 30-е годы XX века. Этот стиль родился в начале 1920-х в Советской России как русская версия господствовавшего в мировом дизайне направления функционализма, основным принципом которого в проектировании был девиз «форма следует функции». Советские деятели культуры переняли этот принцип, он стал основной опорой для концепции творчества дизайнеров, модельеров, архитекторов.

Основным отличием русской вариации функционализма от западной была очевидная социальная направленность – участие в построении «новой социалистической культуры». Октябрьская революция для большинства людей, в особенности, для деятелей искусства казалась

началом новой эпохи – эпохи «сознательного строительства». И искусство должно было идти в ногу с этой эпохой и иметь точный научный подход к проектированию. Б.И. Арватов, сотрудник Московского Пролеткульта, выдвинул следующую концепцию: «пролетарий должен стать и художником и производителем одновременно – конструктором вещей потребления». Идеи конструктивизма реализовывались в разных областях искусства – в живописи, полиграфии, в архитектуре, в поэзии, в рекламе, в театре и, безусловно, в дизайне костюма [1].

Что касается конструктивизма в костюме, то одними из первых причисляли себя к данному направлению Александр Родченко, Варвара Степанова и Алексей Ган, которые образовали «Первую рабочую группу конструктивистов» в 1920 году. Александр Родченко и Варвара Степанова активно продвигали идеи конструктивизма в области проектирования одежды вместе со своими единомышленниками А. Экстер, В. Татлиным, Л. Поповой и другими. В. Степанова в своем докладе в ИНХУКе (Институт художественной культуры), изложила новые принципы и методы проектирования одежды. Основным принцип – удобство и целесообразность, «костюм для какой-нибудь производственной функции». Мода считалась явлением буржуазным. Основным направлением в дизайне костюма стало проектирование рабочей функциональной одежды. Конструктивисты разделили одежду на две группы:

1. Прозодежда. Это одежда для работы.

2. Спецодежда. Это одежда для работы в особых условиях, например, спецодеждой являются костюмы пилота, пожарных, рабочих на химическом заводе и т.д., так как их костюм требует специфические требования и дополнительные аппараты.

В.С. Степанова еще выделила как отдельный вид костюмов спортивную одежду – массовую одежду для отдыха [2].

В основе кроя одежды лежали геометрические формы – прямоугольник, квадрат, круг, трапеция. В крое сочетались геометрические детали разного цвета. Говоря о цвете, стоит отметить, что была выработана определенная цветовая гамма – чистые основные цвета и с добавлением белого и черного цветов. К декору представители конструктивизма относились скептически, по их мнению, он был функционально не оправдан. Декоративную роль в одежде играли конструктивные линии, контрастные цвета, отделочные швы, застежки, карманы. Однако с течением времени отношение к декору было частично переосмыслено. В середине 1920-х для декора стал орнамент. Подобно костюму, он состоял из сочетания геометрических форм. Большинство орнаментов печаталось на хлопчатобумажных тканях. Большой вклад в искусство создания орнамента внесли художники В.Ф. Степанова и Л.С.

Попова. Анализируя работы В. Степановой и Л. Поповой, можно выявить такие особенности: в структуре орнамента лежат подобные геометрические формы; увеличенный масштаб рисунков; динамические эффекты за счет ритмичной организации орнамента; контраст форм и цветов.

Основные идеи конструктивизма и прозодежды были воплощены художниками на театральной сцене, а именно на сцене Театра имени Мейерхольда. Идея прозодежды реализовалась в качестве прозодежды актера. Например, Л. Попова сделала костюмы для спектакля «Великодушный рогоносец», В. Степанова – для спектакля «Смерть Тарелкина» (рис. 1), А. Родченко – к спектаклям «Клоп» и «Инга», А. Экстер – к спектаклям «Товарищ Хлыстаков», «Ромео и Джульетта» и кинофильму «Аэлита», поставленного по одноименной фантастической повести А.Н. Толстого. В. Татлин также создавал костюмы и декорации для спектаклей. В 1923 году он попробовал себя одновременно в качестве режиссера и сценографа постановки «Зангези» по повести своего друга Хлебникова. Художник разработал необычные костюмы и декорации, а впоследствии еще и сыграл в своем спектакле.



В 1930-е годы интерес к конструктивизму начал стихать, пришла новая эпоха советского дизайна со своими принципами и особенностями моделирования одежды.



Рисунок 2 – Коллекция MARY KATRANTZOU осень-зима 2018-2019

Однако в настоящее время интерес к конструктивизму среди деятелей искусства, а особенно среди дизайнеров одежды, возрастает. Современные модельеры дают свое новое оригинальное прочтение данного стиля, в чем мы можем убедиться, проанализировав коллекции современных дизайнеров. Например, в 2016 году элементы стиля использовало большое количество модных домов. У Atelier KiKaKa, Zuhair Murad, Jaqmes, VPL, Andrew Gn встречаются единичные изделия, а у

Kenzo, Avtandil и Longchamp – стилевые коллекции. Наиболее впечатляющая коллекция сезона в описываемом стиле – это коллекция Kenzo – широкий ассортимент, разные формы и силуэты, много декоративных деталей, разнообразие материалов и фактур, богатое цветовое решение, использование различных принтов. Идет плавное развитие от оливково-серой гаммы к сине-черной, а затем к красно-синей, и в конце сине-белой. Интересной конструкцией становится за счет ассиметричного комбинирования принтов, контрастных цветов и фактур на симметричных членениях. Приталенные силуэты переходят в более свободные. В 2017 году наиболее интересной коллекцией в данном стиле была коллекция американского дизайнера Tommy Hilfiger. Дизайнер соединил конструктивизм со стилем пэчворк, и коллекция получилась необычной и яркой. В ней много цветовых контрастов – в сочетаниях черного и белого с красным и желтым, ритмических контрастов – вертикальные полосы с горизонтальными полосами. Причем развитие происходит от наибольших контрастов к постепенному смягчению цветов и конструкций. Появляются летящие ткани и свободные силуэты. И конструктивные линии постепенно становятся все более частыми и переходят в детали пэчворка. В сезоне 2018 хочется отметить коллекцию Осень-Зима 2018-2019 бренда Mary Katrantzou (рис. 2). В коллекции этого бренда мы видим тенденцию использования конструктивизма и применение пэчворка, характерную для двух предыдущих сезонов. Однако меняются ткани. Предпочтение отдается трикотажным шерстяным полотнам, бархату, а надписи не печатаются, а вышиваются вручную. Также используются вставки из нарядных металлизированных тканей. Силуэты прилегающие, симметричная основная форма, внутри которой ассиметричные детали.

Таким образом, стиль претерпел большие изменения в сравнении с временами его зарождения. Сегодня его используют не в чистом виде, а в смешении с другими стилями. Цветовая гамма часто меняется, в зависимости от трендов сезона, неизменными остаются цветовые контрасты. В последние годы черный и белый цвет обязательно присутствуют в коллекциях данного стиля. Материалы меняются в зависимости от сезонности, назначения и актуальности. Геометрия форм чаще стала достигаться за счет декоративных линий и орнаментов, нежели за счет конструкции. Ассортимент коллекций зависит от предпочтений дизайнера [3].

В заключение, также хотелось бы упомянуть тот факт, что продолжателем идей конструктивизма от истоков до современности является наш университет, а именно факультет Институт Искусств. Этот факультет – результат развития научно-педагогической школы художественного проектирования текстильных изделий и костюма,

сформировавшийся в 1920-е годы двадцатого века в стенах первого отечественного художественно-технического вуза ВХУТЕМАС-ВХУТЕИИИ. Многие современные методики обучения института прямо опираются на авангардные поиски таких педагогов ВХУТЕМАСа-ВХУТЕИИИ, как В. Степанова, Л. Попова, А. Родченко, Л. Маяковская, В. Удальцова, А. Куприн.

Список использованных источников:

1. Хан-Магомедов С. О. Конструктивизм – концепция формообразования. – М.: Стройиздат, 2003.
2. Композиция костюма. Учеб. Пособие для студ. высш. учеб. заведений. Г.М. Гусейнов, В.В. Ермилова, Д.Ю.Ермилова и др. М., Изд.центр «Академия», 2003г.
3. Интернет-версия журнала VOGUE - www.vogue.ru

© Козлова А.С., 2019

УДК 745.522+746.1

Козырь Е.П., Уваров В.Д., Дембич Н.Д. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИСКУССТВА ТАПИССЕРИИ В ФОРМИРОВАНИИ СРЕДЫ ОБЩЕСТВЕННЫХ ПРОСТРАНСТВ

Российский государственный университет им А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Практика использования искусства таписсерии насчитывает многовековую историю, что делает ее одной из древнейших форм человеческих технологий. Понятие «таписсерия» включает в себя ткачество, вышивку, гобелены, художественные ткани, дизайн ковров и многое другое. Этот вид искусства пережил ренессанс за прошедшее столетие, поскольку художники раздвинули границы того, что можно считать таписсерией, а также того, как можно считать таписсерию искусством.

За многие века этот вид искусства претерпел колоссальные перемены. В XX веке происходит прорыв в настоящее. Научные разработки и прогресс диктуют новые правила для вдохновения и творчества. Современные архитектурные формы создают новые условия для создания и изобретения дизайнерских и художественных объектов. В это время искусство таписсерии приобретает новый облик, структуру и формы. Таписсерия выходит за пределы плоскостных поверхностей, XX век раскрывает этот вид искусства в новых формах и технологиях. Безусловно, изобретение новейших технических и технологических средств очень влияет на развитие всех видов искусства и культуры. Актуальные изобретения искусства таписсерии показываются на всемирно значимых биенале и выставках.

Сегодня под термином «таписсерия» понимают как настенный ковер, выполненный в традиционной технике гладкого ручного ткачества, когда нити основы не видны, так и экспериментальный художественный текстиль. Отличительная особенность современного гобелена – эстетически активная роль самого текстильного материала, многообразие техник ткачества. Рукотворность, фактурность, цветовая насыщенность гобелена придают ему сильный эмоциональный акцент в интерьере.

«Наряду с наскальными рисунками нити были одними из первых носителей смысла» [1]. Анни Альберс написал в ее каноническом 1965 году том «О плетении». Многие считают ее основоположницей текстильного искусства нового времени. Альберс посвятила свою книгу своим «великим учителям» – ткачам древнего Перу. «Альберс исследовала функциональные возможности таписсерии с акцентом и страстью; в 1930 году она разработала хлопковый и целлофановый занавес, который одновременно поглощал звук и отражал свет. В 1931 году она была назначена руководителем таписсерной мастерской и стала одной из первых женщин в «Баухаузе», которая взяла на себя руководящую роль. Через несколько лет после иммиграции в США в 1933 году она начала преподавать в колледже искусств, в Северной Каролине. Альберс прославилась благодаря таписсериям, которые она создавала для крупных компаний. Она также была первой женщиной-художницей, которая в 1949 году провела персональную выставку в Музее современного искусства в Нью-Йорке» [2].

С 1919 года, когда Вальтер Гропиус основал школу «Баухауз», в ткацких мастерских начали выпускать таписсерии с яркими, геометрическими рисунками. «Под влиянием книги Йоханнеса Иттена «Искусство цвета» создавались произведения таписсерии, актуальность созданных полотен по-прежнему высока. Иттен сам руководил созданием нового языка таписсерии» [3]. В ткацких мастерских работали и преподавали одни из самых знаменитых пионеров современного искусства: Василий Кандинский, Пауль Клее, Ласло Мохой-Надь, а так же женщины-художницы, которые преподавали, учились и делали с ними новаторские работы. Таписсеры, промышленные дизайнеры, фотографы и архитекторы, такие как Анни Альберс, Марианна Брандт и Гертруда Арндт, не только продвинули исторический союз искусства и функциональности школы; они также были необходимы, чтобы заложить основу для столетий инноваций в искусстве и дизайне, которые последуют за ними. Главной особенностью тканей Баухауза была их структурность: в них использовались нити различных характеристик, толщины и состава.

Женщины-художницы «Баухауза» внесли свой вклад в фундаментальную работу, обучение и инновации в школе в течение ее

относительно короткого существования, между 1919 и 1933 годами, и укрепили ее долговременное наследие.

«Текстильная мастерская была самым коммерчески успешным проектом Баухауса – от заказчиков не было отбоя. А курс, разработанный Иттенем, до сих пор служит основой начальной творческой подготовки в большинстве дизайнерских учебных заведений мира» [4].

Мастера школы Баухауза продолжают вдохновлять современным дизайном своих художественных таписсерий. Множество поклонников арт-школы используя примеры работ, наглядно показывают, как настоящее поколение воспользовалось заветами «великого и прекрасного» Баухауза.

Современные художники-таписсеры в эпоху цифровых технологий, также оказываются в диалоге с историческими личностями, такими как Альберс, которые сыграли важную роль в популяризации искусства таписсерии, а также с древними традициями, которые охватили весь земной шар.

В наши дни художники таписсеры желающие показать свои работы, находят все более восприимчивую аудиторию, а также новые пространства, отвечающие новому времени. Они используют гобелен для изучения политики и суровых реалий современного мира или для выяснения вопросов идентичности. Многие таписсеры уходят от классического медленного темпа плетения гобелена и прибегают к новым видам и способам, которые соответствуют ритму времени, в котором художник должен быть плодовитым, но никто не поменял бы сделанный вручную, уникальный подход. Автор многочисленных научных трудов Уваров В.Д. пишет о значении таписсерии в изобразительном искусстве:

«В течении последних десятилетий в процессе сложения выразительных средств художественного языка текстиля зафиксирован факт снижения прикладной роли таписсерии, которая зачастую приобретает ряд станковых и монументальных черт. На основании этого сделано заключение, что художественный текстиль следует рассматривать не только как один из родов прикладного искусства, а также как явление искусства изобразительного, существующее в станковых и монументальных формах» [5].

Эстетическое моделирование предметно-пространственной среды зависит от многочисленных факторов и критериев взаимоотношений архитектурных форм с объектом таписсерии. Пластическое и художественное решение архитектурного интерьера достигается синтезом искусств. Новейшие дизайнерские интерьеры способны включить в себя многообразие концептуальных решений. Моделирование пространства зависит от выбранных пластических и художественных приемов. Таписсерии прекрасно гармонируют с внутренними пространствами зданий, смотрятся стильно во внутренней отделке интерьеров, к тому же

они чудесно взаимодействуют с различными дизайнерскими стилями. Исследователь таписсерии Уваров В.Д. отмечает: «Связь текстиля с картиной – это особая связь, станковое понимание художественных задач неразрывно связано с материалом. В результате выделения присущих текстилю черт определены особенности художественного языка таписсерии. Наиболее существенным является то, что само ткачество является носителем образного содержания. Таписсьер создает материю, и эта деятельность совершенно другой природы, чем создание живописного произведения. Текстильное выражение темы достигается не стилизацией изобразительных форм, а самой системой ткачества, «поведением» и свойствами материала» [6].

Удивительным образом современные таписьеры вписывают свои произведения в пространственную среду. Она служит главным акцентом авторского решения пространства. Для формирования общественных интерьеров она становится неотъемлемым элементом дизайна, может как целиком, так и частично менять архитектурные формы. Взаимодействие таписсерии со средой можно увидеть на примере многочисленных выставок и биенале современного искусства. На которых можно проследить тонкую, неразрывную связь всех аспектов взаимодействия форм объекта таписсерии с пространственной средой.

Список использованных источников:

1. Анни Альберс. О плетении. Издательство Йельского университета. 2018г. С. 69–70.

2. Джудит Раум. Диагональ. URL <http://www.bauhaus-imaginista.org/articles/3426/diagonal-pointe-carre?0bbf55ceffc3073699d40c945ada9faf=c2ffb284c8137cabf8c61500fd51087> (дата обращения 25.02.19г.)

3. Уваров В.Д., Козырь Е.П. Мастерская таписсерии в Баухаузе. Баухауз и художественные школы эпохи авангарда: Материалы Международной научной конференции, 17-19 апреля 2019г. РАХ, НИИ РАХ, МГХПА, МАРХИ, НАД. – М.: МГХПА им. С.Г. Строганова, 2019 – С. 60-61.

4. Мэри Мейгс Этуотер. Изучение перуанских текстильных изделий Филиппа Эйнсворта. - Нью-Йорк: Макмиллан, 1951 г. С. 34-36.

5. Уваров В.Д. Широкое распространение и расцвет искусства таписсерии в Европе. Вестник Санкт-Петербургского государственного университета технологии и дизайна. Серия 2: Искусствоведение. Филологические науки. 2017. № 2. С. 53.

6. Уваров В.Д. Таписсерия как «модель» общих закономерностей развития мирового искусства. -М. Дизайн и технологии. 2017. № 59 (101) С. 22.

© Козырь Е.П. Уваров В.Д., Дембич Н.Д., 2019

УДК 687.01

Коковина М.В., Смирнова Л.П. ИССЛЕДОВАНИЕ УСПЕШНОГО КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОГО БРЕНДА ДЛЯ СОЗДАНИЯ КОЛЛЕКЦИИ, ОСНОВАННОЙ НА НАУЧНОЙ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ БАЗЕ, ОПЫТНОМ ПРОЕКТИРОВАНИИ И ПРАКТИЧЕСКОМ ПРИМЕНЕНИИ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ДИЗАЙНЕ ИЗДЕЛИЙ

Российский государственный университет им А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

При определении вектора создания собственного бренда необходимо подойти к созданию структуры, имея определенную научно-теоретическую и практическую базу для успешной разработки и внедрения на позицию рынка. Необходимо провести комплекс взаимосвязанных мероприятий для четкой систематизации аналитической информации и применения практических конструкторско-технологических навыков и инновационных технологий.

Начало исследования бренда-прототипа строится на двух базисных группах исследования: теоретическая система, практическое применение.

Всю информацию об исследовании можно классифицировать в схему, представляющую собой сложный взаимосвязанный комплекс, который способен обеспечить понимание подхода к исследованию и помочь с введением и применением данной информации в своих разработках.

Аналитика бренда – мощный пласт информации, включающий в себя: понятие сущности бренда и его ниши, положения его в мире, политика ведения деятельности (реклама, взаимодействие с другими структурами и людьми), отношение к экологии.

Практическая часть – конструкторские наработки, технологические исследования, инновационные преобразования.

Данные подпункты базовых групп систем информации делятся на временные промежутки: исторические факты и состояние бренда в настоящее время. Первая классификация позволяет отследить «эволюцию» «жизненных этапов» бренда, вторая необходима для осведомления о рынке, на котором базируется сегмент, и разработать свою стратегию собственной торговой марки и её принципиальное отличие («фишка бренда») от смежных компаний с подобным ассортиментом.

Таблица 1, представленная на рис. 1 – это схема последовательного изучения структуры, эффективно систематизирующей полученные знания, таблица 2 (рис. 1) представляет возможности применения полученной информации в целях создания более эффективного собственного сегмента и определения ниши.

Классификация успешного бренда позволяет определить нишу, четко аналитически продумать ассортимент исходя из уже полученных исследований, полученных практическим путём. Выгодная позиция в данном анализе заключается во многих факторах: во-первых, при создании ассортимента для бренда расходуется меньше экономических ресурсов при отсеке уже доказанных малоэффективных позиций. Во-вторых, время на создание коллекции сократится за счёт системы знаний. В-третьих, исследование позволит анализировать современную действительность и её влияние на тренды, что позволит составить вектор развития отрасли. В результате, комплекс мероприятий повысит процент успешности бренда на мировом рынке (рис. 1, таблица 1, 2).

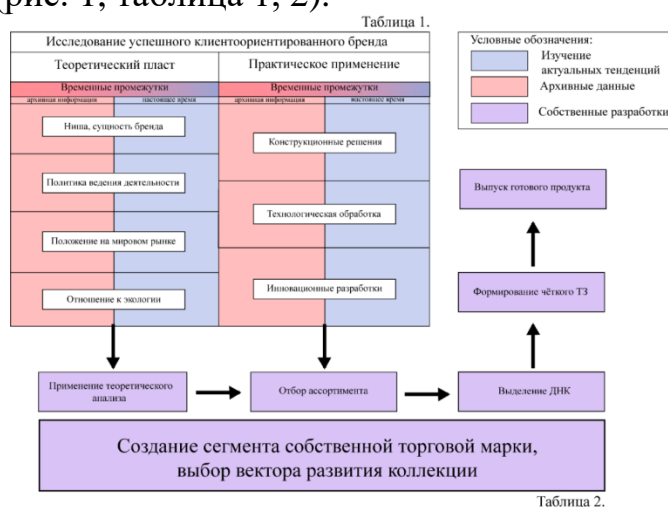


Рисунок 1.

Схема, представленная на рис.2 – частный пример исследования, основанный на информации, полученной при анализе конкретного бренда (в данном случае Moncler [1]) и возможность применения его разработок для выполнения ВКР и дальнейшем развитии собственной торговой марки.

После проведения аналитической работы по исследованию бренда, а также при анализе современных мировых тенденций (таких как влияние на экологию, сохранение традиций и т.д.), были выведены основные векторы развития собственного течения: выбор ниши, особенности, отличия, клиентоориентированность.

В научном проекте «Разработка системной модели экологического дизайна в модной индустрии», выполненного Н.С. Курилиной и Г.И. Петушковой представлена схема Эко-мышления в дизайне одежды, разработанная для выделения процессов формирования устойчивой моды и её взаимосвязи с окружающей средой [2]. Выбор направления экологического дизайна при проектировании коллекции был сделан не случайно. Ресурсо- и энергосбережение – важные факторы при создании коллекций. Ориентируясь на возможность внедрения капсульной линии в производство, необходимо учитывать объём продукции и воздействие его создания на окружающую среду, а также затраты при налаживании

швейного цикла. Поэтому для создания коллекции выбраны натуральные ткани с наименьшей технологической обработкой.

Исследование бренда Moncler			
Теоретический пласт		Практическое применение	
Временные промежутки		Временные промежутки	
архивная информация	настоящее время	архивная информация	настоящее время
<ul style="list-style-type: none"> - Спортивный инвентарь для альпинистов; - Ватные куртки для рабочих; - Экипировка для походов. 	<ul style="list-style-type: none"> - повседневная одежда; - apres-ski, smart; - стиль «спорт-шик»; - горнолыжная экипировка; - подиумные модели. 	<ul style="list-style-type: none"> - дутые куртки со съёмным капюшоном; - лыжная экипировка. 	<ul style="list-style-type: none"> - разная длина пуховиков от короткой куртки до пуховика до пола; - большой ассортиментный ряд моделей с вариациями капюшонов; - стёганные юбки и брюки; - жилеты и накидки.
<ul style="list-style-type: none"> - Коллаборации с известными спортсменами (Лионель Террай). 	<ul style="list-style-type: none"> - Коллаборации с другими дизайнерами, брендами, спортсменами знаменитостями. 	<ul style="list-style-type: none"> - Однослойная ватная более лёгкая куртка; - Применение кнопок вместо застёжек молний на пуховиках; - меховая отделка изделий; - Вставки из кожи; 	<ul style="list-style-type: none"> - множество съёмных функциональных деталей с вариативным применением; - нетрадиционные способы обработки подиумных коллекций;
<ul style="list-style-type: none"> - Официальный спонсор французской горнолыжной команды; 	<ul style="list-style-type: none"> - Покупка бренда предпринимателем Ремо Руффини; - Итальянский бренд; - Международная торговля. 	<ul style="list-style-type: none"> - простёгивание пуховых изделий; - лаковое покрытие верхнего материала. 	<ul style="list-style-type: none"> - микс перо-пухового Puffy наполнителя; - применение «зелёного» полиэфира волокна; - натуральные ткани и трикотажные полотна с водоотталкивающим покрытием.
<ul style="list-style-type: none"> - использование современных искусственных материалов, внедрение нейлона и полиэстера в производство. 	<ul style="list-style-type: none"> - пропаганда эко-мышления при производстве, транспортировке, продаже; - эко-ориентированность работников и потребителя. 		

Рисунок 2.

Одним из важнейших аспектов данной сферы выступает возможность переработки товара. Рециклинг – важная часть устойчивого дизайна, являющегося сферой экологического. Переработанные материалы, участвующие в создании коллекции – не только тренд современного дизайна, а также и наглядный пример вторичного использования различных материалов.

Связь с природой – важная тема данного направления. Этника, ремесленные традиции связаны с сохранением окружающей среды. Изучение национального костюма, для создания которого люди черпали вдохновение из природных мотивов, форм и «золотых» пропорций, позволяет быть ближе к натуральности и экологичности. Кроме того, натуральные дмотканые материалы, традиционные методы крашения, простой крой являются атрибутами устойчивого дизайна. Выполнение части изделий в традиционных техниках делает коллекцию не только уникальной, но и приближает её к культуре и природе.

Эргономика и бионика – важный пункт в концепте Эко-дизайна. Изучение природы через анатомию человека, строения людей через законы природы – основы данной науки. Бионика отвечает за создание гармоничного образа, функциональных конструктивных решений, новых эргономичных пропорций, инженерных решений. Поэтому источник инспирации для коллекции был сложен из системы природных элементов. Образно-ассоциативное проектирование позволяет подчеркнуть полезную визуальную пространственную информацию, что влияет на создание гармоничного образа [5].

После выбора вектора развития самого дизайна, проводилось исследование в области членения ассортиментной матрицы на группы, выделение сегмента верхней пуховой группы; систематика основных фасонов; анализ их успешности с точки зрения конструкционных функциональных элементов и технологической обработки; исследование пропорций и цветовых вариаций в зависимости от сезона, прогнозирование; применение инновационных технологий и возможность их воссоздания в мелкосерийном производстве.

В итоге, после завершения аналитической разработки, был получен теоретический продукт, представляющий собой проект авторской коллекции, с аргументированно-обоснованным выбором сегмента, покупателя, конструкций, цветового оформления, позиционирования. Данная теоретическая часть полностью подготовила продукт к практическому воплощению, превратив его в простой доступный способ взаимодействия дизайнера с представителями профессий, необходимых для воплощения проекта в жизнь. Коммуникация является одним из важнейших факторов для успешного достижения поставленных задач, что и позволяет достичь построенная система исследования успешного бренда историей.

Список исторических источников:

1. Электронный ресурс <https://www.moncler.com/ru/>
2. РАЗРАБОТКА СИСТЕМНОЙ МОДЕЛИ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА В МОДНОЙ ИНДУСТРИИ. асп. Н.С. Курилина, д-р иск., проф. Г.И. Петушкова, журнал Дизайн и технологии», выпуск 62 (104), 2017 год
3. Электронный ресурс <http://modadigest.com/moncler/>
4. Электронный ресурс <https://ru.wikipedia.org/wiki/Moncler>
5. Петушкова Г.И. Проектирование костюма [Текст]: Учебник для ВУ- Зов-М., издат. Центр. «Академия». Электронная версия 2014.
6. Петушкова Г.И. Трансформативное формообразование в дизайне костюма. [Текст]: - М.: ИИЦ МГУДТ, 2010

© Коковина М.В., Смирнова Л.П., 2019

УДК 7

Колесникова О.В., Куликова М.К. ИСТОРИЯ ПРОИСХОЖДЕНИЯ КУКОЛ-МАРОТТЕ В ДЕКОРАТИВНО-ПРИКЛАДНОМ ИСКУССТВЕ

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

В середине XIX века во Франции были замечены необыкновенные куколки – взамен ног у подобной куколки была древесная, или из слоновой кости палочка с маленькой коробкой взамен тела, и элегантной головкой. Пелерина, закрывающая музыкальную «укладку», была роскошно

украшена шёлком, узорами, золотой тесьмой. На краях пришивались колокольчики или бубенцы. Головки для антикварных кукол Marotte чаще всего изготавливались из неглазурованного фарфора, но позже появились также и целлулоидные (такие стоили гораздо дешевле). Эта странная игрушка была постоянной компанией для дам высшего общества XIX века в балльные сезоны. Их держали в руках и прибегали к их помощи тогда, когда представительница прекрасного пола хотела привлечь внимание кавалера. Когда куклу вращали, внутри заводился механизм, и играла мелодия. Называли эти безделушки на французский манер «Marotte», собственно, что означало – «болванка для шляпы», «шутовской жезл с гротескной фигуркой». Встречаются так же названия «Poupee folie» (сумасшедшая кукла), «Folly Head» (безрассудная голова), «Whirling Musical Doll» (вращающаяся музыкальная кукла), а в Германии – «Schwenker» (флюгер).

До XIII в. шуты несильно выделялись из массы гистрионов. Их изображения появляются на рубеже XIII-XIV вв., когда возникает мода иметь «дураков» при коронованных лицах и вельможах. В инициалах «D» к псалму 52 («Отказал безумец в сердце своем: нет Бога») библейский безумец, спорящий с царем Давидом, представлен в образе шута, характерном для конца XIII-XIV в. На остроконечном капюшоне весело звенели колокольчики и бубенчики (капюшон мог иметь как два, так три конца; это ассоциировалось с ослиными ушами и хвостом). Погремушка представляла собой надутый свиной пузырь с сушеным горохом («шут гороховый»), привязанный к короткой палочке. Временами безумец потрясает дубинкой, но уже в ходу типично шутовской аксессуар – марот (marotte – франц.). Это жезл (длина 30-40 см) с резным навершием – кукольной головкой смеющегося шута. На первый взгляд символизировавшая скипетр господина страны дураков, но годилась она и на то, чтобы шуту защищаться, если кто из-за острого словца захотел бы поколотить его. У французов дубинка-скипетр называлась marotte – данным словечком и сейчас именуют причуды взбалмошных людей. Этот жезл с навершием в виде резной головы смеющегося паяца был не просто «антискипетром» шута, но и его спутником, собеседником, партнером. Некоторые исследователи считают, что марот происходит от стилизованных идолов, которые изображали духов-покровителей рода. Смотрелись они приблизительно идентично – жезл со скульптурной головой на конце, и сходство, к примеру, фламандского марота и новгородского идола-домового поразительно. Дурацкие головки на палке использовались для высказывания критика или комментариев, которые не следовало высказывать непосредственно, а только чрезовещанием – таким же образом чрезовещатель использует куклу.

Маротте присутствовали в Европе всюду, где велись какие-либо массовые торжества, особенно во Франции, Италии и Германии. Их можно было повстречать как на маскарадах высшего света, так и на более демократичных Венецианских карнавалах. Дизайн игрушек менялся в соответствии с веяниями моды. История marotte начинается примерно в 1795 году. Первые куклы изготавливали из папье-маше или же из дерева, они, бывало, имели какие-то определенные черты лица, нередко – карикатуру известной личности, или же элементарно изображали шута (джокера). Колоритная одежда окантовывалась аппликацией из ткани или кружев и часто на зубчатые края пришивались бубенчики. Маротте брали на балы в качестве дополнения к костюму, при этом, дополнения весьма игривого характера. Дамы очень любили своего маленького помощника по флирту, и куколка начала меняться в лучшую сторону – ее наряды стали более яркими, того же стиля, что и наряд хозяйки, а лицо часто напоминало ее фаворита. Становление кукольной индустрии не оставило в стороне и маротте – они обзавелись фарфоровыми головками, а впоследствии изобретения прочного целлулоида в 1870 году – и целлулоидными.

Куколки, что были подороже, отличались; шелковый костюм расшивался кружевом, золотыми и серебряными нитями. Материал рукоятки – металл, дерево или слоновая кость – также влиял на цену. Но простые куколки-бубенчики оставались популярными. Некоторые рукоятки оканчивались свистком, назначение которого пока еще неясно. Головки выпускались также во французской столице, кукольной фабрикой Франсуа Готье (Francois Gaultier). А дамы схожи во все эпохи: как сегодня, когда каждая знаменитость на красной дорожке хочет выгодно отличаться от другой, так и тогда ни одна дама не хотела быть похожей на другую, быть одетой в похожее платье или иметь при себе похожую сумочку. То же самое относилось и к «мароттам». Семейная мануфактура получала порой самые курьезные заказы от парижских модниц вплоть до таких, где куколка обязана была быть инкрустирована бриллиантами. Арманд Марсель (производитель кукол) родился в Санкт-Петербурге, в семье немецкого архитектора. В Тюрингии он собственную компанию в 1885 она стала одной из ведущих в 1890-х. Куклы его фирмы хорошо известны, даже у детей Николая II они были в коллекции. Карманные куклы Mignonnette («крошка») высотой до 20 см с двигающимися частями тела тоже были проектом Арманда Марселя. Они были полностью фарфоровыми или с телами из композитного материала. К таким куклам прилагалось целое приданое. И из выкроек, напечатанных в особых журналах, можно было смастерить им мебель и одежду. Во второй половине 19 столетия бисквитный фарфор вытеснил из кукольной промышленности глазированный фарфор. Такой фарфор считается

лучшим материалом для изготовления кукольных голов. С 1880 года наступает новая эра немецкой игровой фарфоровой куклы. Устройство внутри тела куклы со временем совершенствуется. Во второй половине 18 века Пьер Жаке-Дроз, швейцарский часовщик, создал особенный образец музыкальной шкатулки – один из первых образцов. Прогресс в области изготовления музыкальных шкатулок двигался семимильными шагами, так как в те времена эта отрасль очень интересовала общественность.

Немного позже мастера стали украшать наверхие не только личиками, но и различными фигурками. Неизменными оставались лишь только маротте Джокер, Арлекин и другие персонажи. С конца XIX-начала XX вв. маротте постепенно стали забываться, и превратились в безделушки, а еще спустя какое-то время стали просто детскими игрушками. Мелодии музыкальных шкатулок маротте сменили колыбельные.

Сейчас маротте можно увидеть на венецианских карнавалах, частных антикварных салонах. Современные маротте, как и 300 лет назад – дорогое удовольствие. Все куклы изготавливаются вручную, используются дорогостоящие ткани (шелк, бархат, золотая тесьма, кружево) и натуральное дерево. Оригинальность и самобытность таких кукол превыше всего, поэтому повторение почти невозможно.

Появившись, казалось бы, из ниоткуда, на рубеже XIX-XX веков куклы-маротки завоевали популярность среди богатых слоев населения. Являясь предметом украшения, аксессуаром, они сохраняли за собой функционал и символику; как и каждая деталь костюма – в первую очередь подчеркивали статус владельца. Следует отметить, что эта эпоха отличалась увлеченностью древним (XIX век – расцвет Историзма). Проследив историю эволюции кукол-marotte, можно с уверенностью говорить об их связи с шутовским жезлом.

Список использованных источников:

1. Даркевич В.П. «Народная культура средневековья: светская праздничная жизнь в искусстве IX - XVI вв.» / 1998, №1, с. 140-146.

2. «Marotte», Журнал о старинных куклах <https://happydolls.livejournal.com/3298.html>.

3. «Эпоха масок. Полночь!» <https://beta.diary.ru/~decadancemaska/p190376807.htm?oam>.

4. С. Воробьев «Осторожно! Шут идет!» <https://alindomik.livejournal.com/5639441.html>.

5. «Игрушка на палочке- Marotte» <https://www.liveinternet.ru/users/rozmarinka/rubric/4138800/>.

© Колесникова О.В., Куликова М.К., 2019

УДК 7.03+7.025.4+677.027.422

Константинова В.Д., Третьякова А.Е. ПРИРОДНЫЕ КРАСИТЕЛИ В РУССКОМ НАРОДНОМ ТЕКСТИЛЕ

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Сегодня в век инноваций и IT-технологий неумолимо уходят все дальше в прошлое некоторые народные традиции, а вместе с ними забываются и когда-то существовавшие ремесла. Современная текстильная промышленность построена на искусственных химических красителях, более дешевых в производстве и простых в применении. Однако это оказывает крайне негативное влияние на окружающую среду. И потому сегодня есть смысл обратиться к историческому прошлому своей культуры, чтобы выявить более экологичные способы развития текстильной промышленности.

В России исключительно растительным сырьем пользовались до второй половины XIX века, т.е. до появления дешевых и простых в применении анилиновых красителей. Красильные растения – это растения, производящие и содержащие в своих отдельных частях (корнях, стеблях, листьях, цветах, плодах, семенах) и тканях (древесине, коре) красящие вещества, заключённые в пластидах или растворённые в клеточном соке. Красители обнаружены у многих тысяч видов растений. Однако для крашения и промышленного использования пригодны лишь растения с высоким содержанием красителей, дающих стойкое окрашивание. Причем, каждый материал имеет собственную структуру, степень пористости. От этого зависит способность красителя проникнуть внутрь волокна.

Материалы археологических раскопок позволяют нам судить обо всём разнообразии тканей, использовавшихся на Руси для пошива одежды. Прежде всего, это были шерстяные ткани, сотканые преимущественно из овечьей шерсти, и ткани из растительных волокон (льна, конопли), а также ткани смешанного типа. Наиболее распространены были ткани однотонные, сотканые из шерсти естественного белого, серого, коричневого или чёрного цвета, а также белёные и небелёные ткани растительного происхождения. Но встречался и окрашенный текстиль. Здесь следует заметить, что сырьё животного происхождения (т.е. шерсть) сильнее поглощало пигмент, чем волокна растений. Для окраски тканей использовались красители растительного и минерального происхождения. Чем ярче была ткань, тем больше красителя пошло на её изготовление, и тем выше была цена.

Среди древнерусского археологического текстиля XI-XIII веков примечательна значительная группа узорных тканей. Все они сохранили геометрические орнаменты, выполненные в технике броше, шерстью по шерсти. Причем большинство фрагментов имело синий цвет фона, а узор

был выполнен красной шерстью и растительной пряжей желтого цвета [1, с. 1].

Но стоит помнить, что натуральные красители были довольно нестойкие и требовали закрепления при помощи дубильных веществ. А некоторые растения, используемые в качестве сырья, уже содержали и дубильные, и красящие вещества. Иногда из различных частей одного растения извлекались разные цвета. Комбинируя красители, используя кислоту или щёлочь, можно добиться различных расцветок и густоты тона. В качестве закрепителей позднее применялись также оксиды хрома, железа, квасцы, некоторые виды солей.

Помимо однотонных тканей были широко распространены ткани клетчатые и полосатые. Окрашенные нити шли на изготовление пестряди – клетчатой ткани, из которой шили одежду – мужские рубахи и женские сарафаны. Основные цвета этой ткани традиционны для всего Русского Севера – красный, синий и белый, реже добавляли зеленый и желтый. Пестрядь была чрезвычайно разнообразна и по ритму составляющих узор клеток: мелких и крупных, простых и сложных.

Рассматривая более подробно цветовой ассортимент русского текстиля, можно заметить, что существовало всего два основных цвета – белый и красный. Широкое использование белого цвета связано не только с более простой технологией производства ткани (требовалась лишь отбелка, а иногда даже ею пренебрегали), но и с тем, что на Руси было распространено православие. Белый цвет – это символ чистоты, радости, обновления. Он говорит о том, что душа человека светла, очистилась от грехов и готова войти в Царство Небесное. Поэтому обряд крещения проходили всегда в белой рубашке [2].

Красный же цвет обозначает красоту, радость, любовь, полноту жизни. В традиционном русском костюме встречается до 33 оттенков этого цвета. Причем каждый из них имеет свое название – мясной, червчатый, червонный, багрецовый, кровавый, чермной, кумач и т.д. [3, с. 18-19]. Красный получался при обработке маренового корня, червеца (кошенили), красного железняка и некоторых сортов охры. Кроме того, использовались такие растения, как марь белая (лебеда), сабельник (пятилистник, серебряк), гречишник (раковые шейки), зверобой четырехгранный (для шерсти) [4, с. 94-104]. Но наиболее известный краситель – это марена, травянистое многолетнее растение средиземноморской флоры. Культура марены сосредоточилась в Крыму, некоторых южных губерниях и Закавказье. Разведение её оказалось прибыльным, чистый доход с десятины (то есть с 1,0925 га) за три года достигал более 500 рублей. Но дальнейшему успеху культуры марены помешало открытие в 1871 году искусственных ализариновых красок [5, с.34]. С этого времени марену сажали всё реже и реже, и к концу XIX – началу XX века культура её в

Российской империи сохранилась только около Баку, Дербента и Самарканда, и то в небольшом размере.

Красный и белый в текстиле сочетались с другими цветами. Для окрашивания нитей в желтый цвет применяли сафлор, барбарис, шафран, багульник, софору и молочай, а также кору яблони и шелуху лука. В качестве желтой (иногда красной) краски использовали шафран. Краска, именуемая шижгель, изготавливалась из сока крушины и мела. В XIX веке крестьяне Вологодской губернии делали желтую краску из отвара ольховой и березовой коры и золы, из отвара березовых или осиновых листьев, квасцов, золы ивового дерева [6]. Желтый цвет наряду с золотым был символом Солнца, энергии и достатка.

Зеленый цвет считался женским цветом, символом весны, молодости, энергии. Среди растений, распространенных на территории России, зеленый цвет дают багульник, плаун обоюдоострый, плаун булавидный, крапива двухдомная, вахта, пижма [4, с.94-104].

Синий символизировал небо, мужское начало. Самым используемым синим красителем была вайда – двухлетнее растение, встречающееся по берегам Дона, Сосны и Оки. Вайду использовали для производства синей краски, как дешевого заменителя более дорогого индиго[6]. Но наряду с ней могли использоваться василек (для шерсти), птичья гречиха и даже черника.

Черный цвет в символике узора и декоративно-прикладном творчестве символизировал землю. В текстиле черный представлял собой концентрированные растворы синих или коричневых красителей. Его получали из таких растений, как воронец, таволга вязолистная, зюзик, толокнянка, вайда. Для получения коричневого цвета использовали хну, кермек, грецкий орех и кору различных деревьев [7, с. 624].

Зеленые, черные и желтые нити чаще всего использовались в вышивке. Наряду с красителями здесь применяли и драгоценные металлы. Существовали нити сложного плетения с шелковой основой внутри. Их называли «золотными» (золото и серебро) или «мишурными» (позолоченные или посеребренные из меди, медно-цинкового сплава, олова, железа).

Таким образом, в текстильной русской промышленности вплоть до 19 века широко применялась природная сырьевая база и в масштабах производства она играла определяющую роль. Природные красители различались не только по цвету и оттенку, но и по содержанию дубильных веществ. В связи с этим различались технология и методы окрашивания. Окрашивали как ткани, так и отдельные нити, получая затем из них пестротканые материалы. При этом каждый цвет имел свое собственное восприятие, фольклорное значение. Это определило самобытность и

неповторимость русского народного костюма, который является сегодня одним из самых значимых памятников нашей национальной культуры.

Список использованных источников:

1. Романова О.В. Об одном типе древнерусских узорных тканей домонгольского времени // электронный ресурс: <https://www.academia.edu/1>. (дата обращения 21.10.2019)

2. Традиционные цвета русской национальной одежды и их значение // электронный ресурс: <https://kreshchenie.ru/articles/tradicionnye-cveta-russkoj-nacionalnoj-odezhdy/> (дата обращения 18.10.2019)

3. Исаенко Светлана Таусинный, червчатый, лазоревый... // Народное творчество, 1994, №3, с.18-19

4. Левашева В.П. Добывание и использование вспомогательных производственных материалов // сборник серии «Труды Государственного Исторического музея», «Очерки по истории русской деревни X-XIII вв. М.: 1959, с.94-104

5. Брокгауз Фридрих Арнольд ЛитМир – Электронная Библиотека Энциклопедический словарь (М) с.34 // электронный ресурс: <https://www.litmir.me/br/?b=4762&rp=34> (дата обращения 21.10.2019)

6. Григорьев А.В. История производства и применения красок на Руси // электронный ресурс: <http://natpigments.com/articles/proizvodstvo-i-primeneniye-krasok-na-rusi> (дата обращения 20.10.2019)

7. Сельскохозяйственная энциклопедия. Т. 2 (Ж - К) / Ред. коллегия: П.П. Лобанов и др./Издание третье, переработанное – М.: Государственное издательство сельскохозяйственной литературы, 1951, с. 624.

© Константинова В.Д., Третьякова А.Е., 2019

УДК 658.512.2

Коренкович В.М., Куртова К.Г. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОРГАНИЧЕСКИХ МАТЕРИАЛОВ В ДИЗАЙНЕ: БИОМОРФИЗМ

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Органический дизайн подразумевает под собой использование природных материалов. Характеризуется использованием натуральных материалов, фактур, а также схожестью с природными формами и структурами. Здесь, в отличие от обычных регулярных и прямых линий, естественные неровности материала приветствуются, благодаря чему каждая вещь приобретает свою уникальность. Природа всегда рядом с нами, и она вдохновила многих дизайнеров использовать в своих проектах природные материалы.

Природные материалы – приятные и создают уют. Актуальность их использования возрастает в условиях истощения ресурсов Земли. Поэтому сейчас, когда почти везде «каменные джунгли», огромные небоскребы,

частичка природы в доме всегда улучшит психологическое состояние человека. Эта тема затрагивает такие вопросы, как зарождение природного дизайна, расцвет биоморфизма в 20 веке, и то, как дизайнеры смогли правильно применить в своих работах природные материалы и мотивы. Целью данного исследования является изучение дизайнерских работ в стиле биоморфизма. Здесь важен творческий подход, способность восхищаться уникальными, элегантными природными формами или, наоборот, простыми, но в то же время тектоническими. Органический подход создает жизненное пространство. Он не ставит перед собой задачу создания абсолютно полной объемной композиции, выверенной во всех деталях и ракурсах. Самым значимым является не концептуальный характер идеи, не самоутверждение дизайнера, а создание максимально удобной, дружественной среды для человеческой жизни.

Основная концепция биоморфизма – имитация природных форм и преимущественное использование природных материалов. Он возник в стиле модерн в начале XX века.

Основоположителем этого направления стал Г.А. Барр в 1936 году. Он определил этот термин как состояние, основанное на классических формах предметов, т.е. созданных силой природы.

В 1950 годы появляется новое направление – бионика. Оно сочетает в себе кибернетику, биофизику, биохимию, космическую биологию. Ее основоположниками были Л.П. Крайзмер, Ю.С. Лебедев, В.П. Сочивко и другие.

Е.Н. Лазарев предложил объединить бионику, биоморфологию и биомеханику на базе общих объектов и сходных задач в биономику – науку о системном изучении принципов структурно-функциональной организации для использования в практической деятельности.

В конце XX века с развитием заинтересованности к фрактальности появляется ещё один термин – биоморф, который предложил К. Пикоувер для обозначения необычным образом построенных алгебраических фракталов, внешним видом напоминающих одноклеточных. Фракталы – это термин, означающий сложную геометрическую фигуру, обладающую свойством самоподобия, то есть составленную из нескольких частей, каждая из которых подобна всей фигуре целиком.

Позже появился термин «биоморфные структуры», который стал применяться в минералогии. Чуть позже это направление появилось и в искусстве.

Вплоть до 40-х годов биоморфизм был вытеснен, т.к. более популярными были Ар Деко и модернизм. Ведущим пропагандистом этого стиля был итальянский дизайнер Карло Моллино. Он экспериментировал над таким материалом, как дерево. Его творческая манера иногда

называлась туринским барокко. Его работы были выполнены из гнутой древесины и напоминали своим видом живых существ.

Потом ведущим материалом этого стиля стал пластик, т.к. появились новые технологии. На рис. 1 представлены работы Карло Моллино.



Рисунок 1 – Работы Карло Моллино

Первыми, кто сделали органическую мебель из пластика, были Ээро Сааринен, Чарльз и Рей Имз. Ээро Сааринен был директором Кранбрукской Академии художеств. Их работы были очень авторитетные, и поэтому многие дизайнеры по ним изучали биоморфные формы. Особенно всем была интересна мебель, имеющая асимметричность, закругленные очертания. Они больше всего ассоциировались с 50 годами. На рис. 2 представлена коллекция этой мебели и фотография с ее производства.

Что насчет архитектуры, сторонник идеи непрерывности архитектурного пространства, Райт предлагал подвести черту под традицией нарочитого выделения здания и его составных частей из окружающего мира. По его мнению, форма здания должна каждый раз вытекать из его специфического назначения и тех уникальных условий среды, в которых оно возводится и существует. Райт завоевал популярность благодаря созданию стиля «Дом Прерий». В практическом плане, спроектированные Райтом «дома прерий» служили естественным продолжением окружающей природной среды, подобно эволюционной форме естественных организмов. Этот стиль объединяет природу и здание.



Рисунок 2 – Органическая мебель из пластика

Таким образом, многие частные дома, расположенные на природной местности, оформляются в стиле биоморфизма. Но если дом был расположен в городе, то все стены, открывающие вид на «каменные джунгли», старались сделать глухими с узкими окнами, чтобы городская суэта не попадала в дом. В строительстве применялись традиционные материалы (камень, кирпич, дерево).

Можно сделать вывод, что популярными мотивами на данный момент являются растительные: вытянутые плавные линии, асимметричные формы, бутоны, ростки, почки, природные: волнообразные

линии; природные элементы, перетекающие друг в друга; мягкие, извилистые линии. Также можно сказать, что сейчас, особенно сейчас, когда наступает время технологий, нужно использовать природу в качестве вдохновения для дизайнерских работ, т.к. ее в больших городах не всегда много. Кроме этого, биоморфизм важен не только для дизайнера, но и для науки.

Список использованных источников:

1. Александров В.И. Человек и человечество в контексте современной и будущей жизни // Человек постсоветского пространства. Сборник материалов конференции. Выпуск 3 / Под ред. В.В. Парцвания. — СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2005. — С. 76–84.

2. Barr A. N. Tate Collection, Glossary: Biomorphie // Электронный ресурс. Режим доступа: // www.tate.org.uk, accessed 25 July 2008.

3. Крайзмер Л. П., Совичко В. П. Бионика. — М., 1968; Лебедев Ю. С. Архитектура и бионика. — М., 1977.

4. Лернер Э. Биомиметика в нанотехнологиях. // Электронный ресурс. Режим доступа: // 2004Nanotechnology News Network URL: <http://old.nanonewsnet.ru/index.php?module=pagesetter&func=viewpub&tid=9&pid=33>

5. Владимиров Ю. А. и др. Биофизика: Учебник. — М.: Наука, 1983. — 272с.

© Коренкович В.М., Куртова К.Г., 2019

УДК 659.125

Косолапова А.Ю., Тимохович А.Н. РАЗРАБОТКА КРЕАТИВНЫХ РЕШЕНИЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ГРАФИЧЕСКИХ ЭЛЕМЕНТОВ ДЛЯ БРЕНДА KUSMI TEA

Государственный университет управления

Чайный бренд Kusmi Tea был основан в 1867 году Кузмичевым Павлом Михайловичем в Санкт-Петербурге. Еще в дореволюционной России Кузмичев П.М. добился высоких результатов в чайном деле, поставлял чай для царского двора. Позднее в силу политических обстоятельств Кузмичев П.М. покинул Россию, эмигрировал в Париж, однако, продолжил свое дело.

Сейчас Kusmi Tea является одним из лидеров рынка чая премиум класса во Франции и во всем мире. Чай Kusmi Tea завоевал признание за счет отличного качества, широкой линейки вкусов, уникальных чайных рецептов: сбор разных видов чая производится на лучших плантациях мира; в качестве добавок к чаю используются натуральные добавки в виде трав, специй, фруктов и натуральных аромасел; данный бренд чая имеет уникальную историю и узнаваемый дизайн упаковок.

Kusmi Tea сравнительно недавно был представлен на российском рынке. Следует отметить, что российский рынок чая является достаточно большим, динамично развивающимся, все большее число чайных брендов премиального класса выходят на российский рынок и пользуются спросом у определенных сегментов целевой аудитории.

В настоящей статье остановимся на этапах и результатах разработки креативных решений для бренда Kusmi Tea с использованием графических элементов.

В основу разработки проектных решений для бренда Kusmi Tea была положена идея смешения. Во-первых, речь идет о смешении вкусов, которое позволяет представителям целевой аудитории получить новые вкусовые ощущения. Во-вторых, речь идет о смешении культур, не только русской и французской, но и культур других этносов, поскольку за счет этнического многообразия и культурного взаимопроникновения происходит смешение культурных ценностей [4, с. 137].

Среди двух основных типов креативных стратегий – рационалистической и эмоциональной – была выбрана стратегия второго типа, поскольку стояла задача воздействовать на эмоции потребителя через рекламное сообщение и рекламные образы. Разновидностью эмоциональной креативной стратегии является стратегия имиджа марки, которая рассчитана на психологическую дифференциацию потребителей [3, с. 74]. Суть данной стратегии заключается в установлении ассоциативной связи между рекламным образом и конкретным психологическим типом человека. То есть образ бренда, который создается в рекламе, переносится на типичного представителя целевой аудитории, создавая эмоциональную связь с брендом.

Для более четкой фокусировки рекламных сообщений выделим два поведенческих инсайта [2, с. 32]. Первый инсайт: молодая девушка в гражданском браке, с высшим образованием, владеет двумя иностранными языками, часто ездит в командировки, посещает светские мероприятия, любит путешествовать, следит за модными тенденциями, уже знакома с брендом Kusmi Tea, но не часто встречает его в российский торговой сети. Второй инсайт: молодая незамужняя девушка, студентка творческого вуза, активно пользуется социальными сетями, подрабатывает фотографией, любит животных, занимается саморазвитием, медитирует, имеет разные жизненные цели, не знакома с брендом Kusmi Tea.

Разработаем рекламные слоганы, соответствующие выделенным поведенческим инсайтам целевой аудитории [1, с. 49]. Слоган «Kusmi Tea – русский чай с французским шиком» акцентирует внимание на истории бренда, апеллируя к связи русской и французской культур. Слоган «Kusmi Tea – революция на чайном рынке» носит оценочный характер, позволяет подчеркнуть инновационность чайного бренда. Слоган «Kusmi Tea –

выбор сильных женщин» позволяет сегментировать целевую аудиторию, подчеркивает активную жизненную позицию представительниц целевой группы. Слоган «Не ищите женщину, ищите Kusmi Tea» содержит риторический прием, созвучен трюизму. Слоган «Совершенное удовольствие. Kusmi Tea» передает целевой аудитории положительные эмоции, которые могут быть перенесены с рекламного слогана непосредственно на рекламируемый бренд. Слоган «Красота смешения. Kusmi Tea» подчеркивает уникальный состав чая, который достигается за счет смешения ингредиентов. Последний слоган наиболее четко отражает потребности целевой аудитории: стремление к красоте, к совершенству, к разнообразию, к сочетанию разных видов деятельности.

На основе последнего слогана разработаем визуальные решения с использованием графических элементов (см. рис. 1). На скетчах изображены баночки Kusmi Tea со вкусом трех дополнительных ингредиентов (мандарин, бергамот и апельсин; карамель, цитрусовые, летние фрукты). Свежие фрукты и приправы изображены непосредственно над баночкой с чаем, тем самым представители целевой аудитории понимают, что именно натуральные ингредиенты входят в состав чая, то есть происходит смешение вкусов. Смешение вкусов отражено и в рекламном слогане.

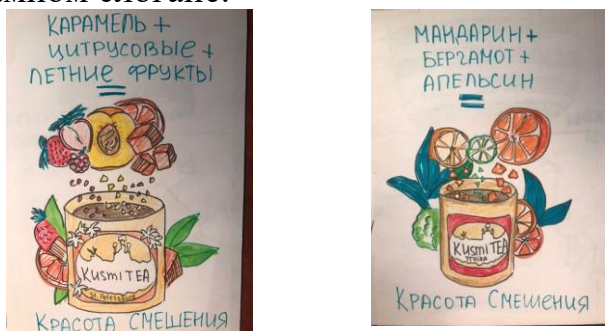


Рисунок 1 – Графические скетчи рекламной кампании Kusmi Tea

Доработаем визуализацию креативных решений для получения конечного рекламного продукта. В конечном рекламном продукте, выраженном в форме макета двух серийных рекламных сообщений, сохраним рекламную идею, но изменим композиционное решение, переместим слоган в верхнюю часть рекламного изображения (см. рис. 2).

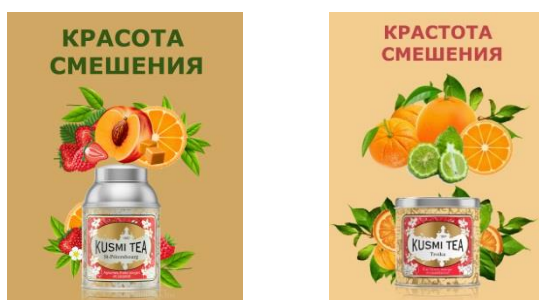


Рисунок 2 – Макет серийной рекламы для бренда Kusmi Tea

Сделаем вывод о том, что при разработке рекламных сообщений необходимо учитывать поведенческие инсайты целевой аудитории, особенности креативных стратегий, специфику восприятия рекламных слоганов, связь слогана с характеристиками бренда, визуальные и композиционные решения с точки зрения использования разных графических элементов.

Список использованных источников:

1. Назайкин А.Н. Копирайтинг. XXI век. Как создавать современные тексты. – М.: КДУ, 2017. – 316 с.

2. Пирогова Ю.К. Серийная реклама: стратегический подход к креативным решениям. Журнал «Реклама. Теория и практика», 2004, №1. – с. 26-40.

3. Тимохович А.Н. Креативное планирование рекламы. – М.: ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», 2018. – 110 с.

4. Филенко С.С. Теоретические аспекты вовлечения молодежи в потребление культурного продукта // Материалы Всероссийской научной конференции молодых исследователей «Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития (Вектор – 2018)». – М.: ФГБОУ ВО РГУ им. А.Н. Косыгина, 2018. – с. 137-139.

© Косолапова А.Ю., Тимохович А.Н., 2019

УДК 74.01/09

Котельникова С.С., Корнеев А.А. АРТ-ОБЪЕКТЫ В ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЕ

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Кризис постоянного изменения природы и общества в конце XX века привел к переосмыслению культурных ценностей, создал новый взгляд на природу и экологическую культуру. В научных сферах экологические проблемы решались в концептуальных, проблемных, «протестных» проектах и экономических, технологических, социологических, философских исследованиях. Ограничительные меры стали дополняться другими формами взаимодействия человека с окружающей средой, в том числе обращением к возможностям искусства, архитектуры, дизайна.

Дизайн становится масштабным явлением, входит во все процессы повседневности и как форма проектной культуры является ускорителем новых идей, концепций, технологий и методологий в различных сферах и областях материальной и духовной культуры современного общества.

Направления «зеленого» дизайна стали реакцией на экологический кризис. На дизайнерах лежит ответственность за пропаганду, убеждений защиты и бережного отношения к нашей планете через «зеленые» арт-объекты, так как качества предметно-пространственной среды,

воздействуют на людей, их физиологическое и психологическое состояние, формируют их потребительские установки, мировоззренческие и эстетические идеалы.

Цель экологического дизайна – создание оптимальных условий для удовлетворения человеческих потребностей без нарушения при этом равновесия окружающей среды. При этом принцип рационального природопользования 3R (reduce, reuse, recycle – «сокращать, повторно использовать, перерабатывать») является ведущим ориентиром.

Осмысление принципов экологического дизайна постоянно ведется практиками и теоретиками дизайна. Так, например, японский индустриальный дизайнер Ясутака Суге в 2002 г. обозначил свои концепции «дизайна с экологической составляющей» следующим образом: концепция «Экономия», которая пропагандирует идеи ресайклинга; концепция «Удаление», предполагающая учет свойств материалов при их утилизации, концепция «Простота» – отсечение ненужных элементов для получения в перспективе эстетически выверенных продуктов.

Принципы экологического дизайна и, соответственно, качества дизайн-объектов должны быть реализованы в каждом объекте дизайна как актуальные, логичные, экономичные и этичные. Эти принципы следуют и соответствуют «Законам экологии», которые сформулировал американский биолог и эколог Барри Коммонер в начале 70-х гг. XX в.: «Все связано со всем», «Все должно куда-то деваться», «Природа знает лучше», «Ничто не дается даром».

Любые объекты дизайна должны быть привлекательны, благоприятно воздействовать на психику человека, передавать ощущение естественности, восприниматься органично, вызывать положительные эмоции; предоставлять возможность творчества; стимулировать к экологическому образу жизни, выступать наглядным аргументом в пользу экологичного и экономичного потребления, формировать экологическое сознание.

Современная городская среда является пространством, максимально приспособленным для жизнедеятельности общества. О комфортном пребывании человека в городской среде говорит не только наличие зон отдыха, доступность необходимых услуг и сервиса, удобная планировка сети улиц, но и визуальный облик архитектуры, ландшафта, их гармоничное сочетание с природой. Наиболее выразительными компонентами в городской среде являются арт-объекты, при их проектировании ярко проявляются принципы экологического дизайна. Происходит совмещение экологического дизайна и арт-дизайна. Современный арт-объект воплощает в себе гармонию человека с окружающим миром и прежде всего с миром природы. Восстановление окружающей среды, устранение негативного воздействия на природу

посредством использования альтернативных ресурсов и энергии, а также нетоксичных, уже переработанных или предназначенных для переработки материалов – это одна из важных функций современных арт-объектов.

Созерцая арт-объект как художественную доминанту городского пространства, человек должен не только иметь возможность отдохнуть, изучить информацию о городе, но и получить эмоциональное воздействие. Объекты искусства, умеющие мотивировать, побуждать к размышлению, необходимы современному обществу.

Мировой опыт использования арт-объектов в городской среде имеет положительные примеры: J. Pernu, финский художник, который использует в своей работе естественные материалы. Художником создаются объекты, которые гармонично вписываются в ландшафт. Главная тема всех его скульптур – взаимное влияние людей и природы.

Н. Полицкий является выдающимся русским художником и скульптором, который также создает свои работы с использованием природных материалов. Необыкновенный стиль исполнения, оригинальность поражают зрителя при виде этих арт-объектов. Автор отражает в работах любовь к прекрасному в природе.

Работы J. Pernu и Н. Полицкого – это пример использования природных материалов в создании арт-объектов городской среды.

Китайский скульптор Ван Чжюань использует в своих работах совершенно другие материалы. Он создал в Пекине необычный арт-объект – гигантскую свалку мусора, уходящую в небо. На создание скульптуры ушли сотни пластиковых контейнеров различных размеров, а цель этой инсталляции – обратить внимание общественности на загрязнение окружающей среды. Именно городские мусорные свалки и уровень загрязнения окружающей среды в Пекине стали для китайского скульптора источником вдохновения.

Дизайнеры К. Каннонико и М. Касерес создали для Бостона (Массачусетс, США) фильтры для очистки воздуха, которые по внешнему виду напоминают деревья. Проект TREEPODS – искусственные деревья из материалов вторичной обработки, которые способны по принципу настоящих зеленых насаждений, удалять из воздуха углекислый газ и выделять кислород. Кроме этого, в дополнение к системе воздушной очистки деревья TREEPODS оснащены солнечными батареями. Энергия, производимая этими батареями, тратится на то, чтобы приводить в движение расположенные в основании этих удивительных деревьев качели. Таким образом, TREEPODS будут еще и любимым детским развлечением. Такая солнечная энергия будет расходоваться на освещение в темное время суток.

В современных условиях агрессивной и загрязненной городской среды, ее недостаточной комфортности в психологическом и духовном плане, экологическая направленность арт-объектов необходима.

Список использованных источников:

1. И.А. Бондаренко «Архитектурное наследство» Изд. ЛКИ, 2008.
2. Быстрова Т.Ю. Направления и проблемы развития «устойчивого» дизайн / Т.Ю. Быстрова // Академический вестник УралНИИпроект РААСН. – 2012. – № 1. – С. 96–101.
3. Андреа Палладио Четыре книги об архитектуре Изд. Архитектура-С, 2006

© Котельникова С.С., Корнеев А.А., 2019

УДК 67.03

Кошелева В.А. ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ В ДИЗАЙНЕ МОЛОДЕЖНОЙ КУЛЬТУРНО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОЙ СРЕДЫ

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Умение правильно использовать свое свободное время приобретает личностью в процессе самореализации, самовыражения, духовного роста и обновления.

Для молодого поколения проблема организованного досуга является достаточно острой, так как молодежь еще пока не владеет достаточным опытом в грамотной организации своего свободного времени, но при этом испытывает острую нужду в управлении им. Молодежный досуг – это сфера, где молодые люди получают возможность открыть для себя и освоить нужные формы поведения и ценностные ориентиры.

Отличительная особенность культурного развития молодых людей – существование различных видов культурно-развлекательной среды, основная цель которой удовлетворение главных культурных и досуговых потребностей общества [1].

Среда, в которой молодые люди проводят свое свободное время, в основном является развлекательной. Но сегодня, в эпоху стремительного развития дизайна и образовательной сферы, придумывается все больше мест, где можно было бы совместить развлекательный досуг - с культурно-образовательным. Как правило, весь спектр государственных форм развития развлечений и досуга молодежи сливается в общий массовый досуг всего населения региона, так как молодежный сегмент развлечений в регионе не столь развит для выделения его как отдельной категории. Тем не менее городские государственные объекты занимаются реализацией отдыха молодежи посредством организации экскурсий, проведением туристских мероприятий, спортивных походов, экспедиций и прочего.

По статистическим данным, самыми распространенными в проведении различных форм развлечений для молодежи являются негосударственные учреждения, и, как правило, это горнолыжные базы, спортивные клубы, центры активных развлечений, туристические компании и иные организации, которые занимаются организацией различного рода экскурсий, круизов, культурно-развлекательных мероприятий, осуществляют спортивно-развлекательный отдых, туры выходного дня, а также аренду помещений для отдыха и развлечений потенциальных потребителей. Опять же следует уточнить, что такие формы развлечений применимы как для всего населения, так и для молодежи как отдельной категории с учетом разработки и предоставления продукта, характерного для их досуга и развлечений [2].

Опрос в виде анкетирования проходил среди студентов 1-5 курсов в возрасте 17-22 лет. Из числа всех респондентов 41% составлял юношей и 59% девушек. Возраст респондентов варьировался следующим образом: 15% 17-летних, 16% 18-летних, 23% 19-летних, 17% 20-летних, 15% 21-летних, 14% 22-летних. В ходе исследования было выявлено, что большую ценность для молодежи представляют знания (23%), развлечения (22%) и успех (18%). Остальная часть респондентов (12%) предпочитают деньги и получение новых впечатлений. Лишь 6-7% респондентов выделяют ценностью популярность среди сверстников и признание окружающими как специалиста (рис. 1а). Из вышесказанного следует, что студенты большей ценностью на данный период времени видят поиск и усвоение новых знаний. Также респонденты выделяют развлечения как приятное времяпрепровождение в свободное от учебы время.

Исследование показало, что в среднем большим количеством свободного времени студенты располагают, как правило, в выходные дни. Количество свободного времени здесь варьируется от 2 до 4 часов (32%), и более 5 часов выделили 39% студентов. В будние дни студенты располагают меньшим количеством свободного времени. Таким образом, количество отведенного свободного времени, которым располагают студенты, зависит от времени, которое уходит на занятия в учебных заведениях. Менее 1 часа выделяют 39% студентов и от 1 до 2 часов – 29% респондентов.

Согласно частоте посещения развлекательных заведений, 29% студентов крайне редко это делают, возможно, это связано с нехваткой времени. Тем не менее, 24% посещают 1-2 раза в неделю. Каждую неделю посещает 21% респондентов, остальные 18% посещают развлекательные заведения с частотой в 1-2 раза в месяц. И вовсе не посещают всего лишь 8% студентов. Из этого следует, что основная часть студентов посещает развлекательные заведения. Это говорит о том, что молодежь стремится к

организованным развлечениям в зависимости от наличия свободного времени.

По всем культурно-развлекательным мероприятиям, которые проводятся в нашем городе, 54% респондентов стараются их посещать и 46% их вовсе не посещают. Далее было выяснено, что 54% респондентов посещают следующие культурно-развлекательные мероприятия: День города, концерты, спартакиады, фестивали, день молодежи, праздничные мероприятия на 1 мая и 9 мая, фестивали красок, различные выставки, марафоны, ярмарки, концерты звезд, спортивные мероприятия.

Те, кто не посещает такие мероприятия (46%), указали в числе причин нехватку времени (30%). Вместе с тем 27% опрошенных выделили отсутствие таких мероприятий, которые были бы им интересны, также 16% не устраивает сам формат проведения. Всего 12% выделили плохую рекламу и отдаленность места проведения. И лишь малая часть респондентов выделили незаинтересованность в таких мероприятиях, отсутствие денег, лень и прочее. Это все говорит о том, что не только время является ограничением в проведении свободного времени, но также и ряд других не менее важных причин. В их числе респонденты отмечали не достаточное количество свободного времени и отсутствие интересующих мероприятий (рис. 1б).

Определяя наиболее приемлемую обстановку в проведении развлечений, выяснилось, что оптимальной является небольшая компания (49%). В обществе большого скопления людей предпочитают проводить 24% респондентов. Всего 16% предпочитают одиночество. Наименьшая часть респондентов (11%) не против провести свободное время у компьютера или телевизора, нежели в обществе людей. Все это подчеркивает тот факт, что и современная молодежь в большей массе все же видит приемлемую обстановку в проведении развлечений в обществе людей, что немаловажно на сегодняшний день с наличием интенсивных интернет-коммуникаций в молодежной среде.

При выборе места отдыха большинство респондентов ориентируются в первую очередь на наличие уютной атмосферы (24%). Не менее важной является приемлемая стоимость (21%). Также здесь важен контингент посетителей и удобное местоположение. Остальные критерии пользуются меньшей значимостью при выборе места отдыха. Здесь количество респондентов варьируется от 1-10%. В целом основное, на что опираются респонденты при выборе места отдыха, это уют, цена и контингент посетителей (рис. 1в).

Разнообразие культурно-развлекательных заведений удовлетворяет 38% респондентов. Основная часть респондентов хотели бы большего разнообразия (45%). И лишь 17% не удовлетворены разнообразием подобных заведений. Это говорит о том, что молодежь в большей степени

хотела бы видеть такие культурно-развлекательные заведения, которые бы удовлетворяли их потребности и интересы в развлечениях.

Спортивно-оздоровительные формы в культурно-развлекательной деятельности интересуют 42% респондентов, активные формы привлекают 36% студентов. Анимационные мероприятия актуальны для 15% молодежи. Всего 7% студентов отдают предпочтения пассивным формам досуга.

Для того чтобы культурно-развлекательное мероприятие было популярным среди молодежи, оно должно в первую очередь соответствовать ее потребностям. Также, согласно современным запросам молодежи, здесь должны присутствовать информационные технологии. На сегодняшний день актуальным считается внедрение инноваций в досуг, поэтому они тоже рассматриваются как важный критерий во многих современных мероприятиях. Среди имеющегося разнообразия формата проведения мероприятий молодежь все же хочет видеть что-то новое. Важным критерием для молодежи является возможность принимать участие в разработке мероприятия. Вызывают интерес интерактивные и зарубежные методики, разработки и реализации мероприятия. Данная динамика позволяет определить наиболее важные критерии, которыми должно обладать культурно-развлекательное мероприятие.

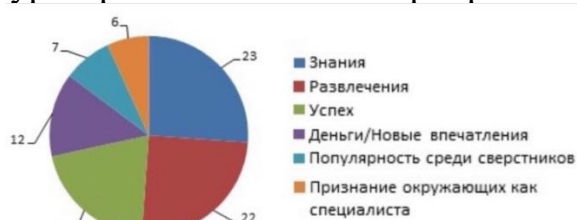


Рисунок 1. а Жизненные ценности современной молодежи

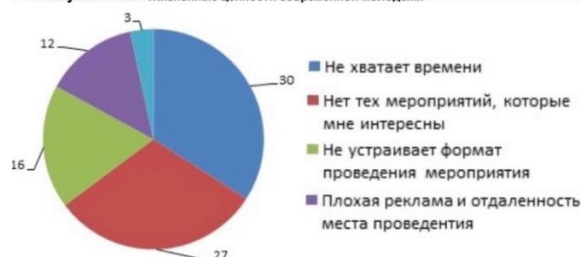


Рисунок 1. б Причины непосещения культурно-развлекательных мероприятий



Рисунок 1. в Критерии выбора места отдыха

В связи с этим, можно сделать вывод, что в дизайне среды должны образоваться некие тенденции для выполнения поставленных перед ним задач. Но это не должны быть тенденции, основанные на уже пройденном

опыте, а такие, которые будут идти не просто в ногу со временем, но и предвосхищать его.

Совершенно различные площадки могут служить базой для выполнения этих целей. От самых маленьких помещений – до парков культуры и отдыха. Последние – универсальный пример, ведь, обладая огромной площадью, они могут вмещать и объединять большое количество людей для организации культурно-развлекательной деятельности.

В парках, скверах, садах все более частым является предложение по проведению культурно-досуговой деятельности. Так, развлечения уже носят образовательный характер, направленный на получение новых знаний в развлекательной форме. Дизайн же в этом вопросе выполняет главнейшую функцию – организовывает это пространство, делает его комфортным, эргономичным и эстетически привлекательным.

© Кошелева В.А., 2019

УДК 711, 454

Крайняя Я.В., Спектор Г.З., Лысенко И.Н. ДИЗАЙН СРЕДЫ КАК СПОСОБ РЕШЕНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ ПРОМЫШЛЕННЫХ ГОРОДОВ УРАЛЬСКОГО РЕГИОНА РОССИИ

Московская государственная художественно-промышленная академия имени С.Г. Строганова

Во второй половине XX века антропогенное воздействие человечества на природу достигло катастрофических масштабов, что породило проблемы глобального характера, связанные с критическим уровнем загрязнения экосистемы планеты. Глобальные проблемы экологии внесены в список государственных приоритетов стратегического развития России с 2017 года. Это предполагает привлечение общественного внимания к вопросам экологии, формирование системы ценностей, основанной на гуманистической модели взаимодействия человека с природой, а также мероприятия по повышению экологической эффективности, реконструкции и техническом перевооружении объектов, оказывающих негативное воздействие на окружающую среду [7]. На сегодняшний день человечество в силу экономических обстоятельств не может отказаться от технологий, связанных эксплуатацией природы и ее ресурсов.

Военно-политические и экономические события в нашей стране, способствовали интенсивному росту промышленных и энергетических предприятий, сосредоточенных в городах. Производственные технологии этих предприятий наносили и наносят непоправимый вред экологическому состоянию этих городов не только безответственным потребительским

отношением к ресурсам и окружающей среде, но и к природным объектам в городском пространстве.

Южный Урал является старопромышленным районом, с устойчивой производственной структурой, который на сегодняшний день является наиболее экологически проблемной территорией России. Наличие в регионе разнообразных запасов природных ресурсов, привело к перенасыщению горнодобывающими предприятиями, заводами черной и цветной металлургии, предприятиями военно-промышленного комплекса и другими производствами, деятельность которых привела к запредельному экологическому загрязнению региона, неудовлетворительному состоянию жизнеобеспечивающих систем, нарушению естественных природных ландшафтов, повреждению и сокращению зеленых зон. По совокупности радиационной и техногенной нагрузки на человека и природу Южный Урал не имеет аналогов, как в России, так и в мире [8].

Техногенный тип экономического развития, технологии экстенсивного использования природных ресурсов, привели к превышению ассимиляционных возможностей окружающей среды и определили ряд проблем взаимодействия промышленности и окружающей среды в городах. Функционирование системы городского пространства возможно только благодаря объединению усилий экспертов и профессионалов различных областей науки, искусства и дизайна. Термин «устойчивое развитие» был впервые использован в 1980 году в документе «Всемирная стратегия охраны природы», разработанным Организацией Объединенных Наций. Крупнейшей конференцией ООН по окружающей среде и развитию стала встреча под названием «Рио-92» и была проведена уже с 3 по 14 июня 1992 года в Рио-де-Жанейро (Бразилия). На данной встрече был подписан ряд документов о начале исполнения глобального плана действий по обеспечению устойчивого развития мира [4]. На сегодняшний день наиболее актуальной является концепция устойчивого развития урбанизированного пространства, основанная на системном балансе экономического и социального развития города и охраны окружающей среды. В проблематике устойчивого развития принято выделять следующие аспекты: реструктуризация промышленности; рекультивация земель, «зеленая» городская планировка; развитие городской инфраструктуры; удовлетворение материальных и духовных потребностей горожан [9].

Исследование показало, что идеи о возможности применения дизайна в решение вопроса восстановления окружающей среды возникли в 1970-х годах, как отклик на негативные последствия научно-технической революции. Приоритетом становится разработка дизайн-продукта, не наносящего вреда окружающей среде. Переориентация подразумевает полное устранение негативного воздействия благодаря разработке новых

долговечных материалов, максимальной экономии ресурсов, использовании альтернативных источников энергии [8].

Задачей дизайна городской среды по осуществлению принципов устойчивого развития промышленных городов является организация комфортной среды проживания населения с опорой на принципы экологического дизайна.

Экологизация дизайна основывается на замене «антропоцентрической» парадигмы существования человека на «экоцентрическую», где человечество рассматривается, как часть глобальной экосистемы и его развитие непосредственно связано с устойчивостью и развитием всей экосистемы в целом [3]. Экологический дизайн городской среды предполагает:

использование новейших технологий и разработок для активного использования возобновляемых источников энергии, материалов;

сокращение расхода ресурсов, образования отходов и экологического ущерба;

повышения эффективности использования, повторного использования и утилизации ресурсов;

использование экологических стандартов в проектировании [6].

Формирование гармоничной визуальной среды является одним из аспектов экологического дизайна городской среды и определяющим компонентом жизнеобеспечения человека в городском пространстве, удовлетворяющим физиологические и материальные, социальные, духовные и эстетические потребности горожан. Исследования показали, что в последнее время произошли изменения в содержании этих потребностей. Личные потребности выходят на первый план, приоритетными становятся такие виды деятельности как досуг и отдых. В связи с этим меняется понимание комфорта городской среды. На сегодняшний день понятие «комфорт» включает:

социально-психологический комфорт, подразумевающий среду, способствующую оптимальному, безопасному межличностному и групповому взаимодействию людей;

санитарный комфорт, включающий удобство объектов и пространств с точки зрения здоровья, физического и умственного состояния, климатического, акустического, визуального аспектов;

адаптационный комфорт, включающий способность среды приспосабливаться к меняющимся потребностям человека [1].

Предметно-пространственная среда города (архитектура, инженерия, объекты изобразительного искусства и дизайна, природные объекты) – это оболочка, в которой происходят все общественные процессы. Современный житель промышленных городов находится в гомогенной и агрессивной среде, порождающей большое количество социальных,

эстетических, а самое главное экологических проблем. Практически полное отсутствие озеленения (естественной природы) в городах формирует гомогенную визуальную среду, повышающую вероятность появления психических заболеваний и способствующую проявлению агрессии.

Решение этих проблем возможно благодаря принципам «зелёной» архитектуры, направлению дизайна, возникшему в 70-80-е гг. XX века после энергетического кризиса. Этот термин означает не только архитектуру с интегрированным природным компонентом, но и энергоэффективную (использование энергоресурсов, сводящих к минимуму негативное воздействие на окружающую среду), экономичную, экологическую, эргономичную архитектуру [2]. «Зелёная» архитектура направлена на эффективное использование природных ресурсов, защиту здоровья человека, снижение воздействия отходов, обеспечение всем необходимым, без влияния на окружающую среду. Современные исследования одним из приемов «зеленой» идеологии в проектировании пространств города считают отделение промышленных территорий «зеленым поясом» и увеличение площади зеленых территорий в черте города [5].

Дизайн имеет огромный диапазон проектных возможностей для создания комфортной, эстетически и культурно ценной среды современного города. Объекты дизайна отражают уровень достижений инновационных технологий, демонстрируют актуальные современные тенденции, отражающие социокультурные изменения в обществе и способствуют гармонизации отношений человека и природы. Дизайн становится связующим элементом городской среды, человека и природы. Современной тенденцией становится появление в городских пространствах экологически ориентированных объектов, которые способствуют как решению экологических проблем города, так и формированию экологического сознания и экологической культуры горожан, и их ответственности за решение этих проблем.

Список использованных источников:

1. Белько Т.В., Кузнецова Е.Ю. Учебно-методическое пособие по дисциплине «Дизайн и экология» / Тольятти: Изд-во ПВГУС. 2018. – 48 с. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.tolgas.ru/sveden/education/Metod_DIZEm_MD_19.01.2018.

2. Быков Б.А. Экологический словарь/Алма-Ата: Наука, 1983. – 216с.

3. Горохов В.А. Зеленая природа города. Учеб. пособие для вузов / М.: Архитектура-С, 2012. – 528 с.

4. Информационное агентство ТАСС. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://tass.ru/info/2287063>

5. Коуэн С., Рин С.В. Экологический дизайн / Вашингтон: ИсландПресс, 2007. – 257 с.

6. Муромцева И.Г. Исторические аспекты экологической устойчивости как направления в дизайне городской среды / М.: Бизнес и дизайн ревю, 2016. – 7 с. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://obe.ru/journal/2016_2/muromtseva-i-g-istoricheskie-aspekty-ekologicheskoy-ustojchivosti-kak-napravleniya-v-dizajne-gorodskoj-sredy-biznes-i-dizajn-revyu-2016-t-1-2-s-7/

7. Панкина М.В. Дизайн городской среды как средство формирования экологической модели поведения / Екатеринбург: Культура и цивилизация, 2017. – 297 с.

8. Промышленный Урал. Атомные технологии и среда обитания. – М.: Изд-во Комтехпринт. 2004. – 36 с. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://ibrae.ac.ru/docs/109/ural3ilt.pdf>

9. Шелехова А.М. Основные положения стратегии устойчивого развития России / М., 2002. – 161 с. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www-sbras.nsc.ru/win/sbras/bef/strat.html>

© Крайняя Я.В., Спектор Г.З., Лысенко И.Н., 2019

УДК 7.012.23

Краснопевцева К.С. **ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ ТЕОРИИ ИНТЕРАКТИВНОЙ ИНФОГРАФИКИ**

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Процесс компьютеризации и цифровизации современной жизни, постоянное увеличение количества создаваемой информации вызывает потребность в формировании новых способов ее усвоения, что актуализирует применение интерактивной инфографики. Ее использование способно облегчить, ускорить и сделать более эффективным потребление информации из совершенно разных областей общественной жизни: образование, бизнес, масс-медиа, наука, культура и др. Тем не менее на сегодняшний день данная тема в научной среде относительно нова и требует изучения. Фундаментальные исследования проведены в основном по смежным темам: визуализация данных, инфографика, восприятие информации, визуальное мышление и т.п. Однако интерактивная инфографика нуждается в собственном понятийном аппарате, методологии, классификации для ее более удобного и эффективного применения. Поэтому необходимо глубокое теоретическое изучение и осмысление этой быстро развивающейся отрасли графического дизайна. Исследование посвящено анализу и систематизации имеющегося отечественного и зарубежного опыта изучения интерактивной инфографики. Работы систематизированы по тематикам исследований: по

истории и периодизации инфографики в целом и интерактивной инфографике в частности, проблемам понятийного аппарата, классификации и методологии.

Историю развития инфографики рассматривали различные зарубежные и отечественные авторы: S. Davis, C. Tominski, W. Aigner, S. Miksch, H. Schumann, I. Spence, H. Wainer, R. Kinross, E. Kindel, A. Cairo, R. Horn, J. Lankow, O. Quiring, W. Schweiger, В.В. Лаптев, С.И. Симакова, Г.А. Никулова, С.В. Остриков и другие. Так В.В. Лаптев в книге «Изобразительная статистика. Введение в инфографику» [1] показывает эволюцию инфографики от первых опытов Пфлейфера до семиологии графики Бертена и визуальных структур современности, акцентируя особое внимание на изостатистике 1930-х гг. В монографии «Русская инфографика» [2] он раскрывает историю отечественной инфографики, включая дореволюционный период, становление советской информационной графики в 1930-е гг. и ее дальнейшее послевоенное развитие. В работе С.И. Симаковой и В.В. Федотовского «Инфографика: прошлое, настоящее, будущее» [3] рассматривается история развития инфографики, а также этапы застоя, так называемые кризисы инфографики, анализируются причины их возникновения и пути их преодоления. Г.А. Никулова и А.В. Подобных в статье «Средства визуальной коммуникации – инфографика и метадизайн» [4] описывают этапы развития информационной графики, начиная с так называемой праинфографики (наскальные рисунки и надписи, египетские фрески, православные иконы) и до ее современного положения.

Интерактивная инфографика как этап развития информационной графики наиболее полно проанализирована в работах немецких ученых W. Weber, M. Burmester, R. Tille, A. Wenzel. Они рассматривают ее состояние в нынешнем десятилетии как в западном, так и в восточном мире. Немаловажное для рассматриваемой проблемы понятие «интерактивность» проанализировано в работе O. Quiring, W. Schweiger. *Interaktivität – ten years after* [5]. Рассматривается ее происхождение, разграничение этого термина с другими смежными понятиями, рассматриваются уровни интерактивного взаимодействия.

В научной литературе уделяется большое внимание определению термина «инфографика», соотношению этого термина с такими понятиями, как информационный дизайн, коммуникационный дизайн, визуализация данных. Здесь стоит отметить исследования таких авторов, как A. Cairo, K. Coates, A. Ellison, P. Косара, В.В. Лаптев, Ж.Е. Ермолаева, О.В. Лапухова, И.Н. Герасимова, Т.С. Масылюк, И.В. Голубятников, Н.Е. Мильчакова, Г.А. Никулова, А.В. Подобных, Е.И. Федорова. Что же касается определения интерактивной инфографики, то W. Weber отмечает, что интерактивная инфографика с научной точки зрения трудна для понимания

[6, с. 3]. Прежде всего это связано с её гибридной природой, которую можно описать как мультимодальное взаимодействие языка, изображения, звука, чисел, управление и запуск с помощью цифровых технологий, а также с её трансграничным положением в ряду других областей изучения. Тем не менее, он предлагает следующее определение: «Интерактивная инфографика – это визуальное представление информации, которое содержит несколько модусов (как минимум, два), например, статичное или движущееся изображение, устная или письменная речь, звук, макет и т.д., из которых составлен основной режим изображения (Bildmodus), интегрированный в единое целое и предлагающий пользователю, по меньшей мере, один вариант управления, созданный с целью информирования пользователей» [6, с. 21].

Классификация инфографики занимает также важное место в научных трудах. Так А.А. Бузинова выделяет интерактивную инфографику по кинетическим признакам, противопоставляя ее традиционной статичной информационной графике [7, с. 194]. В работе W. Weber Typen Muster und hybride Formen: Ein Typologisierungsmodell für interaktive Infografiken [8, с. 30] классифицируются возможные модели взаимодействия пользователей с интерактивной графикой. Так линейная модель направляет пользователя строго по пути, разработанному автором, в нелинейной модели пользователь сам выбирать способ изучения данных с помощью предоставленных инструментов навигации: фильтра, поля ввода, исключения данных, а линейно-нелинейная модель содержит в себе predetermined автором путь изучения и возможность для пользователя контролировать объем информации с помощью временных шкал и встроенного навигационного меню. J. Won в работе Interactive infographics and delivery of information: The value assessment of infographics and their relation to user response [9, с. 62] разделяет интерактивность на функциональную, которая каким-либо образом расставляет акценты в представляемой информации, и эмоциональную, отвечающую за развлечение и стимулирование познавательного интереса читателя.

Проблемами методологии инфографического дизайна занимались О. Neurath, Д. Ланков, Э. Тафти, В.В. Лаптев, М.В. Байганова, С.В. Остриков и др. С.В. Остриков выделяет следующие методы проектно-художественного моделирования инфографики: переосмысление базовой формы, гибридизация, стилизация [10, с. 171-196]. Однако вопросам методологии интерактивной инфографики в научных трудах почти не уделяется внимания.

Таким образом, не смотря на репрезентативность различной литературы по теме «инфографика», значительная часть публикаций носит прикладной, а не научно-теоретический характер. Это обусловлено тем, что многие книги написаны журналистами, педагогами, картографами и

другими специалистами (например, Селеменов С.В. Школьная инфографика, Некляев С.Э. Инфографика: принципы визуальной журналистики), рассматривающими инфографику не комплексно с позиции проектно-художественного моделирования, а узконаправленно, сообразно практическим задачам и проблемам, стоящим в конкретной области применения. В работах, созданных практиками графического дизайна (например, К. Вагг Information Design Workbook, Д. Роэм Практика визуального мышления, Н. Яу Искусство визуализации в бизнесе, Р. Крам Инфографика. Визуальное представление данных), как правило, не уделяется должного внимания вопросам теоретического изучения и осмысления инфографики. Также хотелось бы отметить, что фундаментальные научные исследования по информационной графике созданы в основном зарубежными учеными. Они же начинают исследовать явление «интерактивность» уже с 1990-х годов, однако основательные работы, посвященные интерактивной инфографике, появляются спустя более 20 лет. У отечественных исследователей данная тема стала вызывать интерес только в последние годы. Поэтому можно сделать вывод, что теоретическая база по интерактивной инфографике только начинает формироваться.

Список использованных источников:

1. Лаптев, В. В. «Изобразительная статистика. Введение в инфографику» [Текст] / В. В. Лаптев. – СПб.: Эйдос, 2012. – 180 с.
2. Лаптев, В. В. «Русская инфографика» [Текст] / В. В. Лаптев. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2018. – 399 с.
3. Симакова, С. И., Федотовский, В. В. Инфографика: прошлое, настоящее, будущее [Электронный ресурс] // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2016. – № 3 (20). – Электрон. версия печат. публикации. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/infografika-proshloe-nastoyaschee-budushee> (дата обращения: 25.10.2019).
4. Никулова Г. А., Подобных А. В. Средства визуальной коммуникации – инфографика и метадизайн [Электронный ресурс] // ОТО. 2010. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sredstva-vizualnoy-kommunikatsii-infografika-i-metadizayn> (дата обращения: 28.10.2019).
5. Quiring, O., Schweiger, W. Interaktivität – ten years after. Bestandsaufnahme und Analyserahmen [Electronic resource] / O. Quiring, W. Schweiger // Medien & Kommunikations – wissenschaft. – 2006. – № 1. – P. 5–24. – Electronic data. –URL: https://www.europarecht.nomos.de/fileadmin/muk/doc/MuK_06_01.pdf (accessed: 27.10.2019)
6. Weber, W. Interaktive Infografiken / W. Weber, M. Burmester, R. Tille. – Berlin : Heidelberg:Springer Vieweg. – 2013. – 262 p.

7. Бузинова, А. А. Инфографика в визуальных PR-текстах: типология, приемы проектирования [Текст] / А. А. Бузинова // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета. Сер. 9. – 2014. – Вып. 2. – С. 189–199.

8. Weber, W. Typen Muster und hybride Formen: Ein Typologisierungsmodell für interaktive Infografiken / W. Weber // Interaktive Infografiken. – Berlin : Springer Berlin Heidelberg. – 2013. – P. 25-37.

9. Won, J. Interactive infographics and delivery of information: The value assessment of infographics and their relation to user response [Electronic resource] / J. Won // Archives of Design Research. – 2018. – № 31(1). – P. 57-69. – Electronic data. – URL: http://aodr.org/_common/do.php?a=full&bidx=969&aidx=12877 (accessed: 23.10.2019).

10. Остриков, С. В. Проектно-художественное моделирование инфографики: теоретические основы и принципы [Текст]: дис. канд. искусствоведения: 17.00.06 / Остриков С. В.; Моск. гос. худож.-пром. ун-т им. С.Г. Строганова. - Москва: 2014. – 227 л.

© Краснопевцева К.С., 2019

УДК 687.01

Кровякова М.В., Третьякова С.В., Колташова Л.Ю. АКСЕССУАРЫ ИЗ ТЕРМОПЛАСТИКА: ТЕНДЕНЦИЯ СОВРЕМЕННОСТИ

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Дизайнеры, инженеры, ученые всего мира разрабатывают новые мегапроекты во всех сферах деятельности. Сейчас произошел мощный скачок в создании новых товаров, идей, предложений, проектов. Появление престижного собственного продукта на рынке дает возможность развиваться и зарабатывать. Корпорации заинтересованы в разработке не только одной интересной идеи, а в продолжение развития этой идеи. На примере раскрученных брендовых фирм, можно понять психологию покупок, когда потребитель возвращается в магазин снова и снова за новым телефоном и всевозможных комплектующих к нему аксессуаров, за товаром с лейблом, за украшением из новой коллекции или сумкой и т.д. Компании заинтересованы в сотрудничестве, в воплощении совместных проектов и коллаборациях, для достижения общих целей, при которых происходит обмен знаниями, обучение и достижение консенсуса. Дизайнеров-проектировщиков подстегивает на разработку чего-то невообразимого, нового, интересного, того что цепляет, и притягивает клиентов.

Модные тенденции в аксессуарах не стоят на месте, мода циклична и каждый сезон дизайнеры выпускают коллекции, тем самым задают новое

течение моды. Так создаются новые, современные аксессуары, которые относятся к данному отрезку жизни, текущему времени. Современная молодежь выбирает необычные, экстравагантные вещи, авторские: дизайнерские, мультибрендовые. Главным критерием в выборе аксессуаров является красота, удобство, практичность, комфорт. Сегодня, как никогда актуальны маленькие сумочки, поясные сумки, мужские барсетки, модификационные предметы. Модификация (лат. *Facio* – делать) – переходящее свойство преобразование, видоизменение чего-либо с приобретением новых свойств.

Появление высокотехнологичных материалов и научных открытий влечет за собой создание принципиально новых продуктов, или улучшение существующих. Основная тенденция современности – разработка и производство неповторимого товара с авторским и изобретательским правом. Получение продукта с новыми, улучшенными характеристиками в мире моды означает «быть в тренде» [1, с.1]. Появляется множество нового продукта, неожиданного материала и невообразимого контента.

Для создания автором финального гармоничного образа в костюме, необходимо воспользоваться дополнениями, аксессуарами. Сейчас эффективное обновление и расширение ассортимента аксессуаров, является одной из важнейших задач повышения конкурентоспособности продукции. Практика дизайна этого ассортимента требует поиска более совершенных методов проектирования. Необходимо прогнозировать и корректировать потребности рынка товаров; повышать качество выпускаемой продукции, совершенствовать разработку и внедрение инновационных методов проектирования, внедряя новые способы технологии обработки.

Функциональные и престижные модные товары, актуализируют потребность в четком понимании процесса организации, качественной и эргономичной продукции, в установлении приоритетных задач деятельности дизайнеров массовой моды, в поиске инновационных подходов при разработке нового ассортимента предметов костюма. Адаптивный, многофункциональный дизайн играет немаловажную роль в жизни потребителей. Удобство, разнообразие и практичность с эстетичной формой, такие характеристики продукции, выберет каждый современный человек [2, с. 1].

С информационным и смысловым наполнением нового продукта, немаловажным остается выбор материалов для изготовления, эксплуатации и назначения. Современная наука постоянно разрабатывает новые материалы. В том числе материалы, основой которых становятся синтетические полимеры. Эти вещества широко распространены во всех сферах производства и быта. Без этих продуктов уже трудно представить современный мир. Потребность в новых материалах, более прочных,

жестких или наоборот эластичных, выдерживающих высокие воздействия окружающей среды, например, резкие перепады температур, привлекает ученых на различные эксперименты, связанные с синтезом полимеров или соединением органических и неорганических веществ для получения более совершенных составов. Одним из новых материалов стал термопластичный полиуретан (ТПУ) – полимер, обладающий уникальными техническими характеристиками, благодаря которым он завоевал высокую популярность во многих сферах и отраслях промышленности. Материал, сочетающий в себе твердость пластика и эластичность природного каучука (рис. 1). Американские ученые впервые синтезировали его в 60-х годах. В зависимости от основного компонента (простые полиэферы, сложные полиэферы, алифатический изоцианат), свойства материала могут существенно меняться [3]. Эти материалы широко используются в различных отраслях: строительстве, автомобилестроении, в спортивном, военном, туристическом снаряжении, в медицине, в изделиях для отдыха и развлечений, в том числе находят применение в одежде, аксессуарах и обуви. Материал достаточно хорошо поддается обработке, обладает антисептическими свойствами и хорошей износостойкостью. Изделия из ТПУ хорошо сохраняют форму, легко отчищаются от грязи и пыли (рис. 1).



Рисунок 1 – Термопластичный полиуретан; выполнение в материале: дизайнерская сумочка, автор Кровякова М.В.

Большим плюсом является то, что к оригинальному материалу ТПУ в процессе переработки можно добавлять вторичное сырье. Как правило, добавление до 30% вторичного сырья не приводит к существенному снижению качества готовых изделий. Этот материал бывает различных цветов, прозрачный, со светоотражающим эффектом, самоклеющаяся защитная пленка, возможность изготовления пленки из различных марок ТПУ (морозостойкой, УФ-стабилизированной, твердой).

Термопластик является на сегодняшний день одним из наиболее востребованных современных материалов. Данный продукт находит применение в любых областях человеческой деятельности. Обладает прекрасными конструктивными и технологическими свойствами. Способность контролировать и изменять свойства готового материала на стадии производства, открывает перед полимером в будущем неограниченные горизонты и сферы применения. Детали в одежде с

самыми необычными материалами, которые можно себе представить в одежде.



Рисунок 2 – Эскизы аксессуаров

Вставки пластиковых элементов в одежде, сумки, обувь. Они придадут образу некоторый футуризм. Термопластик за счет своих свойств позволяет спроектировать аксессуары. Поиск графического решения аксессуаров из пластика был осуществлен на цветной бумаге белым пастельным карандашом. Штриховка и растушевка позволила передать пластичность и прозрачность термопластика, как материала, имеющего своеобразную глянцевую и прозрачную поверхность (рис. 2).

Список использованных источников:

1. Кровякова М.В., Третьякова С.В. Трансформеры – тренд современности. Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), 2018. – 4 с.

2. Кровякова М.В., Третьякова С.В. Способы и приемы трансформаций в одежде и аксессуарах. Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), 2018. – 4 с.

3. <https://polimerinfo.com>. Свойства и особенности термопластичного полиуретана

4. Алибекова М.И., Колташова Л.Ю. Графика модного эскиза. ЭУП ФГБОУ РГУ им. А.Н.Косыгина, Москва, 2018г.

© Кровякова М.В., Третьякова С.В., Колташова Л.Ю., 2019

УДК 72.017

Крохмаль А.С., Дембич Н.Д. ПРЕДМЕТНО-ПРОСТРАНСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ИСТОРИЧЕСКИХ УСАДЬБ В УСЛОВИЯХ РЕКОНСТРУКЦИИ

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

В современном социально-культурном пространстве страны усадьбы, начинают осознаваться как неотъемлемая часть отечественной культуры и инструмент формирования национальной идентичности. Основные стратегии сохранения, возрождения и актуализации усадебного наследия определены на уровне государственной власти.

Изучение русской усадьбы продолжается около 200 лет и если первые исследования носили только описательный характер, то на сегодняшний день в стадии активного формирования находятся его теоретический и методологический аспекты.

Процесс осознания усадьбы как центра формирования русской культуры и её ценностей, как культурного наследия был достаточно длительным и сопровождался проблемами сохранения, актуализации и формирования объективного отношения к феномену «русская усадьба».

На сегодняшний день большинство усадебных комплексов России находятся в руинированном и аварийном состоянии. Одной из основных проблем в области возрождения усадебного наследия, в рамках культурной политики государства, является невозможность выделения достаточного объема финансирования для воплощения реставрационных, научных и информационных проектов.

В рамках современных исследований усадьба рассматривается как масштабный социально-культурный феномен [1, 2]. Усадьба синтезирует в себе различные виды искусств – архитектуру, скульптуру, живопись, театр. Единство усадебного комплекса обусловлено синтезом входящих в него элементов: главного дома, хозяйственных построек, садов и парков.

Одним из крупнейших направлений в рамках теоретического исследования русской усадьбы является концепция: «русская усадьба – модель мира», где усадьба является неким микрокосмом, олицетворяющим собой всю Российскую Империю и происходящие в ней социально-экономические и культурные изменения, при этом сохраняющим свою некую автономность. Осмысление данной модели включено в работы Т.П. Каждан, О.С. Евангуловой, Ю.Г. Стернина.

Новой тенденцией в изучении русской усадьбы стало появление исследований, посвященных рассмотрению усадебного наследия как части культурного наследия его охране и музеефикации, носящих проектный характер. К таковым следует отнести работы С.Ф. Махрачева, Т.В. Шубиной, Н.И. Завьяловой. Одной из главных целей авторов является обеспечение сохранения и актуализация усадебных комплексов.

Одним из ключевых направлений в современном изучении русской усадьбы становится рассмотрение ее не просто как феномена отечественной культуры, но и как инструмента формирования национального самосознания и культурной идентичности. М.В. Нащокина отмечает, что «русская усадьба – это концентрированный национальный универсум. В ней отразились все стороны русской жизни, русского характера, все – и хорошее, и плохое усадебная тема в ее обобщенном теоретическом и историко-культурном аспектах еще почти не раскрыта, но она напрямую связана с самоопределением России в мире и культуре... Усадьба, столетие назад, остановленная в своем развитии, может стать

некоей удобной константой, с которой можно сопоставлять последующие глобальные изменения в нашей политической социально-экономической и культурной жизни». Исследуя, назначение и роль усадьбы в современном социокультурном пространстве с этой же позиции рассуждает Л.Н. Летягин: «Усадьба – нечто созвучное наиболее сокровенной ипостаси России... Это прошлое, к которому и сегодня, и завтра мы вправе обратиться как непосредственные наследники в своем постижении национального и вечного».

Рассмотрение русской усадьбы как системы и комплексного феномена является одной из главных тенденций в отечественной науке. Изучение данного культурно феномена ведется по нескольким направлениям и затрагивает множество аспектов. Большое внимание уделяется исследованию и актуализации усадебного наследия регионов. Во многих современных работах русская усадьба позиционируется как центр культурно-исторического развития страны, формирующий национальную идентичность. Учитывая значимость проанализированных исследований усадебной культуры, следует отметить, что в современной науке не в полной мере систематизированы сведения о состоянии усадеб регионов, а также практически отсутствуют исследования, обобщающие опыт возрождения, сохранения и актуализации усадебных комплексов регионов.

Русская усадьба является одним из значимых элементов русской культуры. На сегодняшний день большое внимание уделяется ей как крупнейшей историко-культурной ценности, выраженной в предметах материальной культуры: архитектурных усадебных ансамблях, коллекциях предметов искусства, библиотеках, садах, парках и духовных ценностях дворянской, купеческой и прочих культур. Иначе говоря, усадебное наследие в социокультурном пространстве России осознается как неотъемлемая часть культурного наследия.

Таким образом, русскую усадьбу следует рассматривать как исторически развивающееся комплексное явление, изучение которого изначально носило только описательный характер, трансформировавшийся, на сегодняшний день, в междисциплинарные и многоаспектные исследования. Современное усадебоведение оформляется как одна из отраслей исторической науки. В отечественной науке продолжается разностороннее и комплексное изучение русской усадьбы, которая на сегодняшний день, как объект исследования, прошла путь от художественной ценности до инструмента формирования национальной и культурной идентичности. Становление русской усадьбы как объекта культурного наследия длилось достаточно долго, и было связано с различными социокультурными процессами. В связи с отчуждением помещичьего землевладения и национализацией усадебных комплексов, сохранение усадебной культуры осуществлялось на государственном

уровне в рамках работы Отдела по делам музеев и охраны памятников искусства и старины Наркомпроса РСФСР путем музеефикации и мемориализации усадеб. В ряде государственных нормативно-правовых актов, направленных на сохранение культурного наследия страны, усадьбы были включены в категорию памятников архитектуры и истории. Также в течение XX в. деятельность, направленная на формирование представлений об усадьбах как объектах культурного наследия и актуализацию усадебного наследия, велась Обществом изучения русской усадьбы и Всероссийским обществом охраны памятников истории и культуры. На сегодняшний день крупнейшими трансляторами усадебного наследия выступают музеи-усадьбы. Вопросы, связанные с охраной, возрождением, реставрацией усадеб как объектов культурного наследия решаются как на государственном, так и на общественном уровне.

Одной из ключевых проблем в сохранении усадебных комплексов является отсутствие статистических данных обо всех существующих памятниках усадебной культуры вне зависимости от степени их сохранности, не установлено точное количество усадеб. По данным Национального фонда «Возрождение русской усадьбы» на 2007 г. статус объекта культурного наследия федерального, регионального и местного значения имели около 7 тысяч усадеб.

На сегодняшний день большинство усадебных комплексов России находятся в руинированном и аварийном состоянии. Одной из наиболее приемлемых современных форм функционирования усадебного наследия являются музеи, представляющие собой культурнопросветительские, туристские и экономические центры. Изучение и восстановление усадебных ландшафтов способствует комплексному сохранению усадеб. Русская усадьба, выступающая до событий 1917 г. Как один из главных социально-культурных институтов, на сегодняшний день начинает осознаваться как неотъемлемая часть русской культуры, являющаяся одной из форм национальной самобытности. Усадебная культура в целом и ценности, аккумулированные в ней, начинают восприниматься как инструмент формирования национальной идентичности [3].

В современных условиях развития культуры наметилась положительная динамика в области возрождения, сохранения и актуализации усадебного наследия, о чем свидетельствуют направления государственной культурной политики, деятельность общественных организаций, а также частные инициативы.

В целях актуализации усадебного наследия, развития внутреннего и въездного и культурно-познавательного туризма Министерством культуры РФ с 2013 г. создается глобальный межрегиональный туристский маршрут «Русские усадьбы» [4]. Также «основной идеей проекта является...

развитие межкультурного диалога, укрепление сотрудничества в сфере культуры и туризма»[5].

На интернет-портале «Русские усадьбы» представлена информация об усадебных комплексах Московской, Калужской, Тульской, Рязанской, Брянской, Орловской, Воронежской, Вологодской областей. На сайте содержатся сведения об истории усадебных комплексов, времени и специфике их работы, об их инфраструктуре и видах предоставляемых услугах. Создание и функционирование этого портала способствовало возникновению и развитию бренда «Русские усадьбы», внимание к которому начинают проявлять не только русские, но и иностранные туристы.

Однако одной из основных проблем в области возрождения усадебного наследия, в рамках культурной политики государства, является невозможность выделения достаточного объема финансирования для воплощения реставрационных, научных и информационных проектов. По состоянию на 31 декабря 2014 г. на территории Российской Федерации зарегистрировано «156 тыс. объектов культурного наследия». Поэтому в условиях сложившейся современной экономической ситуации формируется тенденция партнерских отношений государственной власти и частных инвесторов в области сохранения и восстановления культурного наследия.

Одним из примеров успешного сотрудничества является программа губернатора Московской области А.Ю. Воробьева, реализуемая с 2013 г. «Усадьбы Подмосковья». В соответствии с Постановлением Правительства Московской области от 13.05.2013 № 297/1 «Об утверждении Порядка установления льготной арендной платы и ее размеров в отношении объектов культурного наследия, находящихся в собственности Московской области» главная цель программы – сдача усадеб и усадебных комплексов, находящихся в собственности Московской области, в льготную аренду частным инвесторам на 49 лет, при условии, что размер арендной платы составляет 1 рубль за 1 кв. метр в год. В свою очередь арендующая сторона обязуется провести реставрацию и восстановление усадебного комплекса из собственных средств, в срок не более чем 7 лет. С момента регистрации государственным органом охраны объектов культурного наследия завершения ремонтных и реставрационных работ в силу вступают условия льготной аренды. При этом арендующая сторона имеет право наметить дальнейшие формы функционирования данного объекта и использовать его в образовательных, культурных, социальных и рекреационных целях [6].

Значительную роль в процессе возрождения усадебного наследия играют некоммерческие партнерства: «Единая система возрождения русских усадеб», Центр капитализации наследия, «Русская усадьба».

В современной социокультурной ситуации наблюдается возрождение интереса к усадебному наследию и усадебной культуре на разных уровнях: государственном и общественном, федеральном и региональном, в теоретических и прикладных исследованиях.

Таким образом, анализ существующих современных стратегий, направленных на актуализацию усадебного наследия показал, что данная проблема решается на государственном и общественном уровне. Об этом свидетельствует вектор культурной политики государства, приоритетным направлением, которой является сохранение культурного наследия и развитие внутреннего и въездного туризма. Так же на это указывает деятельность общественных организаций, развернувших активную работу, как на профессиональном уровне, так и популяризирующих свою деятельности в сети Интернет и Социальных сетях с целью привлечения общества к проблеме сохранения усадебного наследия как одного из источников идентичности в отечественной культуре.

Список использованных источников:

1. Полякова, М.А. Русская усадебная культура как историкокультурный феномен [Текст] / М.А. Полякова // Музеи Москвы и музеология XX века: тез. науч. конф., 25-26 ноября 1997 г. /РГГУ. – М., 1997. – С. 61-64.

2. Сёмин, А. В. Новая жизнь старинных усадеб [Текст] / А.В. Сёмин // Литературная газета. – 2014. – 27 августа.

3. Нащокина, М.В. Итоги двадцатилетия и перспективы изучения русского усадебного наследия [Текст] / М.В. Нащокина // Русская усадьба. – 2014. – № 19 (35). – С.11-19.

4. План деятельности Министерства культуры Российской Федерации на 2013-2018 годы [электронный ресурс]: приказ Министерства культуры РФ от 08.09.2014 № 1532 // Официальный сайт министерства Культуры Российской Федерации. – Режим доступа: <http://mkrf.ru/openministry/plan-deyatelnosti/>

5. Государственный доклад о состоянии культуры в Российской Федерации в 2014 году [Электронный ресурс] // Министерство культуры РФ, 2015. – Режим доступа:http://mkrf.ru/report/report2014/index.php?sphrase_id=5267540 (дата обращения 08.03.2019)

6. Варсегова, Н.А. Дворянские гнезда в Подмоскowie отдают по рублю за метр [Текст] / Н.А. Варсегова // Мир искусств: Вестник международного института антиквариата ASG. – 2016. – № 1(13). С.12-14.

© Крохмаль А.С., Дембич Н.Д., 2019

УДК 687.01

Крылова С.В., Пищинская О.В. ОСОБЕННОСТИ ДИЗАЙНА СЦЕНИЧЕСКОЙ ОДЕЖДЫ

Новосибирский технологический институт (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина

Целью работы является разработка конкурентоспособной коллекции для артистов шоу балета с учетом тенденций моды, требований потребителей в области сценического костюма.

В ходе работы над проектом решаются задачи, связанные с выбором методов предпроектного анализа, разработкой эскизного проекта и проведением оценки эстетических качеств полученных изделий.

Целью проектирования является разработка дизайна сценического костюма, так как для такого вида костюма эстетические показатели являются первичными, модернизация уже имеющихся прототипов является целесообразной и максимально эффективной.

Исходя из наблюдений и обзоров выступлений артистов современного шоу балета, было выявлено что достаточно часто основной конструкцией является женский комбинезон, свободного либо прилегающего кроя. Данные костюмы имеют необходимые эргономические показатели. Сценические костюмы изготавливают из трикотажных полотен, они дают не только необходимую растяжимость и надежность, но и обладают необходимыми гигиеническими свойствами. Цветовая палитра сценических костюмов весьма яркая с множеством контрастов и украшений. При проектировании дизайна это является важным аспектом, костюмы должны быть выразительными издали, при этом костюмы должны быть легкими, не утяжеляющими конструкцию, не сковывающие танцоров. Внутренняя отделка изделий составляет немаловажный аспект проектирования, костюм должен не травмировать тело танцоров, особо важную часть проектирования имеет подкладочная часть изделий, а так же качественная обработка швов, что позволит не навредить танцору, но и обеспечит надежность изделий. Так же в ходе исследования было выявлено малое количество сценической одежды в китайской тематике, либо дизайн костюмов был весьма примитивен, такой аспект повышает актуальность тематики проектирования сценического костюма для артистов шоу-балета в китайском стиле.

На основе выбранного направления был произведен метод рандомного анализа фотодокументов сценического костюма для современного балета, было рассмотрено около 400 фотографий танцевальных сценических костюмов, по результатам которого было выявлено, что 39% всех костюмов составляет боди. Таким образом для дальнейшего проектирования основы сценического костюма был выбран женский комбинезон. Такая конструкция удобна в использовании, позволяет создавать трансформируемые образы.

Соответствуя методу, была создана доска настроения (Moodboard). Исходя из персонального опыта проживания в Китае, коллекция будет разрабатываться с элементами китайского стиля. Таким образом, Moodboard (см. рис. 1) включает фотографии разных городов и элементов Китая, при этом объединяет индустриальную сторону китайской культуры и традиционную. Такой симбиоз позволит повысить востребованность коллекции сценического костюма.



Рисунок 1 – Moodboard для коллекции сценической одежды для артистов шоу-балета «Поднебесная страна»

На основе предварительных форэскизов выбраны пять эскизов, выполненных в цвете и на фигуре в программе CorelDRAW2018. Подробные эскизы представлены на рис. 2.



Рисунок 2 – Коллекция женских сценических костюмов для артистов шоу-балета «Поднебесная страна»

При проведении оценки эстетических свойств изделия экспертным методом определяется номенклатура показателей, по которым производится оценка. Показатели выбраны следующие: надежность X1, гигиеничность X2, удобство пользования X3, колористическое оформление X4, художественно-информационная выразительность X5, соответствие моде X6, оригинальность X7, тщательность отделки X8.

С учетом номенклатуры показателей эстетических свойств каждый эксперт проставляет ранги в зависимости от значимости этих показателей. Наиболее значимому свойству присваивается наивысший ранг, соответствующий количеству выбранных показателей, остальным свойствам в порядке их относительной значимости. Для оценки результатов ранжирования на основании представленных данных производился расчет коэффициента конкордации и определение согласованности мнений экспертов. В результате расчетов коэффициент

конкордации составил $W = 0,63$ балла, что соответствует оценке удовлетворительно. Этот результат показывает, что согласованность мнений экспертов есть. Респонденты отмечают, что для эстетического оформления коллекции женского сценического костюма для артистов шоу-балета наиболее важны оригинальность изделия (X7), а также гигиеничность (X2).

На основе предпроектного анализа, сбора необходимой информации была сформирована концепция коллекции «Поднебесная страна», которая включает элементы традиционной и современной китайской культуры. Основу женского сценического костюма для артистов шоу-балета, составляет женский комбинезон, как элемент эргономичности и дизайна. Наиболее весомыми эстетическими свойствами моделей, экспертами признаны такой показатель как оригинальность изделия и его гигиеничность.

Список использованных источников:

1. Тимочко К.Р., Кулешова С.Г. Разработка метода ранней диагностики эстетического качества модели одежды // Молодой ученый. – 2014. – №8. – С. 287-292. – URL <https://moluch.ru/archive/67/11274/> (дата обращения: 26.09.2019)
2. Introducing WGSN [Электронный ресурс] – URL: <https://www.wgsn.com/ru/> (дата обращения: 01.03.2019)
3. Самые яркие сценические костюмы [Электронный ресурс] – URL: <http://vev.ru/blogs/samye-yarkie-scenicheskie--kostyumu.html> (дата обращения: 01.03.2019)

© Крылова С.В., Пищинская О.В., 2019

УДК 711 582

Крысенко И.И., Спектор Г.З., Заева-Бурдонская Е.А. ОСОБЕННОСТИ ЭКОРЕВИТАЛИЗАЦИИ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ НА ПРИМЕРЕ ДВОРОВЫХ ОБЩЕСТВЕННЫХ ТЕРРИТОРИЙ Г. НОРИЛЬСК

Московская государственная художественно-промышленная академия имени С.Г. Строганова

Степень негативного воздействия человеческой деятельности на окружающую среду явилась стимулом к пониманию обществом причинно-следственной связи между деятельностью человека и экологической деградацией. Техногенная среда, созданная в процессе активного развития научно-технического прогресса, грозит сегодня вытеснить среду природную.

В идеологии урбанистики происходят преобразования, в которых одно из ведущих мест занимают проблемы профессионального решения вопросов ревитализации объектов градостроительной деятельности, обновления и реконструкции городской застройки. Ревитализация,

представляет собой комплексный процесс модернизации и оживления городской среды, при котором возможно решить, как проблемы естественного износа строений, так и социально-культурные изменения (маргинализация, криминогенность, разобщенность). Сфера приложения сил распространяется как на городскую систему в целом, так и на отдельные составляющие ее элементы, такие как общественные пространства, городская застройка, дворовые территории и пр. [4]. Несомненно, городская застройка середины и конца XX века на сегодняшний день нуждается не только в инженерно-технических работах по ремонту и постоянному обслуживанию, но также требует вмешательства специалистов-проектировщиков, архитекторов и дизайнеров, которые проектными средствами способны решить проблемы, связанные с визуальной экологией города, концепциями благоустройства и прочими проблемами урбанистики, возникшими в результате развития общества и изменения потребительских предпочтений [8].

Согласно Распоряжению Правительства РФ от 18 декабря 2012 г. N 2423-р об основах государственной политики в области экологического развития Российской Федерации на период до 2030 года стратегической целью государственной политики в области экологии является решение как социальных, так и экономических задач, которые должны обеспечить сохранение и улучшение состояния окружающей среды, биологического разнообразия и природных ресурсов. Должны удовлетворяться потребности ныне живущих и будущих поколений в благоприятной чистой среде, обеспечении экологической безопасности [1].

В данной статье предпринята попытка раскрытия и систематизации принципов экоревитализации в контексте практического применения для пространств жилых районов города Норильск. Для этого был проведен географический и социокультурный анализ города Норильск, выделены слабые места городской инфраструктуры, а также выявлены принципы ревитализации жилой среды массовой застройки, учитывающие современные социокультурные тенденции.

Норильский промышленный район (далее НПР) – это группа населенных пунктов, административно образующих единое муниципальное образование «город Норильск», крупный российский промышленный центр. Норильск находится на севере Красноярского края и является административным центром округа. После Красноярска город занимает второе место по численности населения несмотря на то, что расположен в суровой климатической зоне и имеет статус самого северного города [10]. Начиная с 1935 года здесь создавались горнодобывающие и горноперерабатывающие предприятия, которые функционируют и сейчас и являются градообразующими, обеспечивающими социально-экономическое функционирование города и

его населения. На этих предприятиях работает более 50% населения города. Однако, производственные технологии предприятий наносят непоправимый вред окружающей среде: согласно данным института Блэксмита Норильск с 2006 года входит в десятку самых экологически загрязненных городов мира [12]. Предприятия расположены таким образом, что откуда бы ни дул ветер, промышленные выбросы идут на город. Оседание в почве тяжелых металлов приводит к деградации лесной растительности, некрозу листьев и хвои деревьев [11]. Помимо промышленных выбросов, актуальной проблемой является большое количество бытового и промышленного мусора в черте города.

Проживание на данной территории усложняется погодными условиями. Норильск – один из наиболее холодных городов мира с суровым субарктическим климатом. Летом максимальная температура может достигать 32°C, однако это скорее исключение: солнечных дней в период с июня по август набирается около двадцати, а температура как правило колеблется от +10°C до +20°C. Зимой же термометр почти всегда держится на отметке ниже -30°C, минимальная зафиксированная температура -64°C. Снег может лечь уже в конце сентября, а растаять к июню, поэтому принято считать, что зима в Норильске длится 9 месяцев в году. Данные обстоятельства усугубляются ветрами до 40 метров в секунду, нередко становящимися причиной штормового предупреждения: несколько раз за зиму дороги перекрываются, а люди добираются на работу колоннами автобусов, перед которыми продвигается снегоуборочная техника [9].

Регион является зоной сплошного распространения многолетних мерзлых пород. Архитекторам, при помощи использования технологий строительства в северных широтах, удалось создать городскую инфраструктуру предприятий и жилого фонда на вечной мерзлоте. Норильск был задуман как система архитектурных ансамблей. Формирование образа города началось с определения конкретного пространства для строительства. При разработке генерального плана учитывалось взаимодействие с природной средой: расположение уличной сети, главных магистралей, места, конфигурации и размеров городских площадей и жилых микрорайонов проектировалось относительно озера Долгое и группы небольших озер, расположившихся в юго-западном районе Норильска. Главный проспект получил значение организующей оси города, а для того, чтобы протяженная магистраль приобрела архитектурную выразительность и сомасштабность человеку была разработана система ритмического членения-акцентирования крупными пространствами площадей [10]. Сегодня данный проспект, застроенный «сталинками» – главный прогулочный маршрут для всех жителей города. На фоне происходящих в стране событий, с 80-х годов XX века, при

сохранении изначального микрорайонного деления, город начали застраивать типовыми панельными зданиями, что очень негативно сказалось на эстетической составляющей городских пространств. Естественный износ зданий вкупе с серьезными экологическими проблемами и суровыми климатическими условиями крайне негативно сказывается на настроении, здоровье, и уровне жизни находящихся здесь людей, именно поэтому с каждым годом отток населения неуклонно растет.

Муниципальные власти Норильска планируют использовать уникальное географическое положение населенного пункта для развития туризма. В концепции муниципальной программы города «Развитие туризма» на 2019-2025 годы говорится, что имеющийся природный потенциал местности позволяет развивать перспективные виды туризма, которые не требуют крупных капитальных затрат и вложений: экскурсионный, культурно-познавательный, этнографический, экологический, охотничье-рыболовный, сезонный и круглогодичный [2]. Помимо этого, в 2017 году стартовал федеральный проект «Комфортная городская среда», который ставит своей целью комплексное развитие современной городской инфраструктуры до февраля 2021 года [3]. Решить данные проблемы возможно применяя методы экоревитализации, которые вписываются в рамки государственных программ.

Проанализировав существующую ситуацию можно выделить следующие аспекты возможного приложения проектных усилий для создания комфортной городской среды:

В строительстве новых инфраструктурных объектов уделяется недостаточно внимания к реальным потребностям горожан: отсутствует предпроектный анализ, не выявляются желания жителей города, как следствие новые городские пространства оказываются невостребованными.

Городу не хватает зеленых насаждений: озеленение города носит островной характер, отсутствует единая городская концепция зеленых насаждений. В связи с этим, клумбы и кустарники присутствуют вдоль дорог и в общественных местах, однако в дворовых территориях озеленение отсутствует.

Отсутствие современных общественных пространств: на сегодняшний день общественные зоны находятся в упадке, наблюдается недостаток рекреационных зон, прогулочных маршрутов, детских площадок.

Отсутствие системной организации дворовых территорий: планировка дворовых территорий носит стихийный характер. Парковки и детские площадки находятся в неудовлетворительном состоянии,

озеленение минимальное, отсутствуют элементы благоустройства скамейки, беседки и прочие элементы инфраструктуры.

Нарушена логика цветового кодирования колористических решений фасадов зданий. Ознакомившись с реализуемым на сегодняшний день проектом колористических решений фасадов зданий, мы выявили отсутствие системы распределения цвета. Невозможно проследить кодификацию зданий в зависимости от функции или принадлежности к определенному микрорайону, колористическое распределение сделано на глаз, случайно.

Присутствует большое количество незадействованного жилого фонда: брошенные здания, ростверки, неоконченное строительство. Данная проблема не только негативно влияет на эстетический облик Норильска, но также вредит социокультурной среде города. Часто заброшенные дома соседствуют со школами, детскими садами и другими объектами инфраструктуры, это создает ощущение дискомфорта, опасности, а также грозит маргинализацией и криминализацией населения.

В ходе исследования нам удалось выявить принципы ревитализации жилых районов городской застройки, включающие современные социокультурные направления и применимые к г. Норильску. В условиях сурового климата необходимым является интеграция в жилую среду объектов бытового, культурно-досугового и торгового назначения, важно, чтобы данные постройки располагались в шаговой доступности. Для формирования разнообразной, но систематизированной среды допускается создание идентифицирующих маркеров районов в виде знаковых объектов и цветовой кодификации. Необходимо устранение аморфных внутриквартальных пространств, четкое деление дворовых территорий с целью развития ответственного отношения жителей к общественным пространствам: когда человек понимает границы принадлежащей дому территории, он более заинтересован в ее совершенствовании. Обязательным условием комфортной среды является наличие выделенных парковочных мест. Расширения диапазона образных характеристик среды необходимо добиваться, не только совершенствуя фасады зданий, но также уделяя внимание ландшафтному проектированию. Дворовые территории должны смешивать разные возрастные и социальные группы, создавая условия для коммуникации. Работы по реконструкции должны проводиться без отселения жителей [4].

Сохранение жилищного фонда, повышение энергоэффективности зданий, модернизация застройки являются единственным путем предотвращения лавинообразного выхода из эксплуатации значительной части жилых зданий и системы инфраструктуры. Задержка в решении этого вопроса существенно повышает материальные вложения в

проведение реконструкционных работ и создает социальную напряженность, связанную с ремонтами и переселением [7].

Опираясь на вышесказанное, нами сформулирована методика поэтапного преобразования городской среды г. Норильск, которая учитывает следующие факторы: экологическую направленность проектного решения; узкие временные рамки; ограниченность экономических вложений; реальные потребности населения.

Разработку и реализацию комплексного проекта экоревитализации городской среды мы разделили на 3 условных этапа.

Подготовительный этап заключается в выявлении проблемных мест и слабых точек конкретной локации; опросе жителей для определения реальных запросов жителей города; выявлении точек притяжения и как следствие композиционного центра в пространстве.

1 этап. Очистка территории от мусора; высадка зеленых насаждений, закладка ландшафтных решений; оформление фасадов зданий с помощью суперграфики, создание продуманных входных групп; внедрение светового дизайна и навигации; функциональное зонирование территории (тротуары, парковки, детские площадки и т.д.). Возможно использование временных экстерьерных объектов. Мы полагаем, что для внедрения первого этапа экоревитализации требуются небольшой промежуток времени, а также минимальные финансовые затраты, однако эти мероприятия послужат существенному улучшению городской среды.

2 этап. Замена ремонт окон, обновление отделки фасада, проектирование входных групп; создание постоянных объектов инфраструктуры; постепенное распространение первого этапа ревитализации на близлежащие районы; проработка ландшафтных решений. Данный этап требует более весомых финансовых и временных затрат, однако даст возможность создать полноценную, наполненную городскую среду.

3 этап. Сохранение и развитие сложившихся удачных решений. Распространение положительного опыта востребованных, экономически и технологически целесообразных проектных решений позволит создать целостную городскую среду, отвечающую современным социально-экономическим условиям и пожеланиям жителей. Немаловажное значение имеет факт освоения среды жителями, присвоение ими ценностных, эстетических и функциональных установок, заложенных в проектном решении, которые формируют личностное отношение к новой комфортной городской среде.

Исходя из вышесказанного, можно утверждать, что проектные усилия для создания комфортной городской среды необходимо основывать на экологическом подходе к проектированию, учету социокультурных особенностей и запросов различных слоев населения. Несомненно, что

средствами средового дизайна возможно решение экологических проблем, приспособление инженерных конструкций и сооружений к сложившейся или прогнозируемой инфраструктуре, а также проектирование современных процессов жизнедеятельности человека [6]. Разработка научно-обоснованной стратегии ревитализации жилой среды массовой застройки является необходимым этапом долгосрочной и масштабной деятельности по устойчивому развитию города.

Список использованных источников:

1. Распоряжение Правительства РФ от 18 декабря 2012 г. N 2423-р (Указ Президента об основах государственной политики в области экологического развития Российской Федерации на период до 2030 года.)
2. Концепции муниципальной программы г. Норильска «Развитие туризма» на 2019-2025 годы
3. Федеральный проект по основному направлению стратегического развития Российской Федерации «Формирование комфортной городской среды»
4. Афанасьев, А.А. Реконструкция жилых зданий. Ч. I: Технологии восстановления эксплуатационной надежности жилых зданий / А.А. Афанасьев, Е.П. Матвеев. – М., 2008. С. 479
5. Барсукова Н.И., Вишневская Е.В. Методология дизайн-проектирования как основа комплексной организации открытых пространств урбанистической среды / Вестник Оренбургского государственного университета - 2015 № 5 - С. 121-127
6. Дорожук Н.Р. Проблемы архитектурного облика города / International scientific review – 2016 - С. 94-95
7. Ковалев Д.В., Чудинова В.Г. Реконструкция и модернизация жилой среды крупнопанельных домов массовых серий / Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Строительство и архитектура – 2013, том 13, № 1 - С. 4-8
8. Ярыгин З. Н. Эстетика города. / М.: Строиздат, 1991. - С. 336
9. Климатические условия Норильска [электронный ресурс] \ \ Справочник 24 – режим доступа https://spravochnick.ru/geografiya/prirodnoklimaticheskie_usloviya/klimaticheskie_usloviya_norilsk/ – дата обращения 5.09.2019
10. Норильск был задуман как система архитектурных ансамблей [электронный ресурс] \ \ Архитектурный вестник – режим доступа <http://archvestnik.ru/2008/03/24/norilsk-by1-zaduman-kak-sistema-arhitekturnyh-ansambley/> - дата обращения 5.09.2019
11. Официальный сайт города Норильска [электронный ресурс] – режим доступа <http://www.norilsk-city.ru/> - дата обращения 5.09.2019

12. New report cites the World's Worst Polluted Places [электронный ресурс] – режим доступа <http://www.worstpolluted.org/> - дата обращения 5.09.2019

© Крысенко И.И., Спектор Г.З., Заева-Бурдонская Е.А., 2019

УДК 745, 77.04

Кузнецова Е.Е., Дергилёва Е.Н. ХУДОЖЕСТВЕННАЯ ФОТОГРАФИЯ В ПОПУЛЯРИЗАЦИИ ЭКО-УПАКОВКИ

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Природа – неотъемлемая часть нашей жизни, но мы все чаще забываем о ней заботиться. Заводы выбрасывают много отходов, производится огромный объем пластика, который не перерабатывается и попадает в океаны. Рыбы, птицы, животные умирают от этого пренебрежения людей. Чтобы спасти популяции животных нужно отказаться от пластика или перерабатывать его. Решение проблемы – использование эко-продукции вместо пластика и других плохо перерабатываемых отходов.

Все чаще мы слышим об эко продукции и осознанном потреблении, но немногие знают, что все это значит. Осознанное потребление – это вдумчивый подход к жизни. Минимизированное использование пластика, его сортировка и переработка, отказ от полиэтиленовых пакетов, сортировка мусора. Около 300 миллионов тонн пластика производят по всему миру каждый год. Только 10% из этого количества перерабатывают. Каждый год в США используют 17 миллионов баррелей нефти только для того, чтобы производить пластиковые бутылки. Этого хватило бы на годовой запас бензина для миллиона машин. Большое тихоокеанское мусорное пятно, область в океане, настолько замусоренная, что похожа на огромный остров, достигает 2,7 метров в глубину и равно двум штатам Техас по площади. Около миллиона морских птиц и ста тысяч морских млекопитающих каждый год погибают из-за пластика. Вредные для здоровья химикаты, которые могут нарушить гормональный баланс, попадают в организм человека. По разным оценкам, к 2050 году в океанах будет больше пластика, чем воды [1, с. 11].

Такие факты поражают и огорчают одновременно. Самый распространенный в быту пластиковый предмет – пакет. Каждый день люди ходят в магазины, супермаркеты, упаковывают и несут в них продукты. Обратим внимание на то, что они не долговечны и каждый раз приходится покупать новые. Одно из решений проблемы использование для упаковки товаров в розничных магазинах и онлайн-магазинов эко-упаковки. Такой упаковкой могут служить эко-сумки из натуральных или биоразлагаемых материалов.

Многие крупные компании используют принципы осознанного потребления и заботы об окружающей среде, заменяя пластиковые пакеты на пакеты из переработанных материалов. Одной из таких компаний является всемирно известная сеть ИКЕА. В своих магазинах они продают сумки из ранее использованных пачек чипсов. Таким образом, пластику дают вторую жизнь, он прослужит еще долгие годы, не засоряя океаны и планету в целом.

Одним из самых действенных способов популяризации эко-упаковки является ее дизайн. Если такая продукция будет выглядеть значительно привлекательнее и удобнее одноразовой, то потребители гораздо проще перейдут на ее использование. Дизайн эко-упаковки можно разделить на несколько важных аспектов – ее форма, используемый материал и графическое оформление. Конечно, на первом месте – материал. В производстве эко-упаковки используют исключительно переработанные или экологичные материалы. Необычную, привлекающую потребителя форму для эко-сумок не всегда выгодно и просто произвести. Поэтому на первый план выходит ее графическое оформление. Сумка даже самой простой формы может выглядеть привлекательно для покупателя, если в ее оформлении присутствует качественная графика.

В качестве графики для оформления эко-упаковки я предлагаю использовать фотографию. Однако, не вся современная фотопечать подходит для нанесения на эко-упаковку. В рамках своего исследования я выделяю следующие подходящие методы ручной экопечати: цианотипия, гуммиарабиковая печать и печать натуральными красителями. Один из наиболее простых и эффектных способов – цианотипия.

Цианотипия – бессеребряный фотографический процесс, дающий при фотопечати изображение голубого оттенка. Изобретён в 1842 году английским физиком и астрономом, сэром Джоном Гершелем [2, с. 21]. Первым его отпечатком были математические таблицы и схемы. Долгое время цианотипию использовали для этих целей, а так же для получения фотограмм растений. Для своих цианотипов Гершель покрывал бумагу растворами хлорида железа или лимоннокислого аммиачного железа и красной кровяной соли. После экспозиции покрытой светочувствительным раствором бумаги на солнечном свете он получал темно-синее негативное изображение, то есть засвеченные участки становились темно-синими, а незасвеченные – светлыми пропорционально количеству полученного света [3]. С развитием цифровых технологий данный вид фотопечати не потерял свою популярность и остается одним из массовых альтернативных фото процессов. Данную печать нужно производить только на натуральных материалах таких как бумагу, хлопковые ткани. Плюсы цианотипии: простота, быстрый результат, экологичность.

Кроме метода печати важным аспектом в популяризации эко-упаковки является использование соответствующих по смыслу изображений. По итогам данного исследования я разрабатываю фотопроjekt «Полезные натюрморты», в котором соединяются осознанное потребление, экологичность и правильное питание. Отдельное внимание в концепции проекта я уделяю смысловой подаче фотокомпозиций. В последнее время мы бездумно поглощаем нездоровую пищу, когда вместо очередного бургера могли бы съесть яблоко. Концепция проекта «Полезные натюрморты» отражает правильные жизненные принципы нашего времени. Натюрморты-композиции с фруктами и овощами будут наноситься на эко-сумки, сокращая потребления пластика и напоминая о важности здорового питания для человека.

Натюрморт – особый жанр в искусстве, который в большей мере раскрылся в творчестве фламандских и голландских художников. В XVII даже совершенно обыденные предметы наделялись особым смыслом и несли большее значение, чем просто красиво разложенные вещи. Так и в моем проекте – натюрморты не просто оформление, но настоящая помощь природе. Кроме того, эко-сумки с изображением художественных натюрмортов отражают не только осознанное потребление, но и уделяют особое внимание популяризации искусства среди потребителей.

Результаты моего исследования внедряются в рамках проектирования фотопроекта «Полезные натюрморты» по предмету «Макетирование». Проект несет положительный эффект в решении проблем экологии, популяризации эко-упаковки и осознанного потребления, заботе о здоровье человека, а так же направлен на популяризацию художественной фотографии. Материалы проекта – экологичные хлопковые сумки и краски для альтернативной печати «цианотипия» не вредят природе, а концепция проекта – осознанное потребление поможет человечеству спасти природу и здоровье. Искусство – стало соединением всех затронутых проблем. Мир не стоит на месте, должны возникать все более новые решения, которые не будут вредить Земле и всему живому. Мы должны стать осознанными потребителями, ведь никто кроме нас не сможет спасти планету от гибели.

Список использованных источников:

1. Мария Ершова: Маленькая книга зеленой жизни: как перестать быть врагом природы и спасти человечество – «Бомбора», 2019. – 80 с.
2. Рождение фотографии // ФОТОГРАФИЯ. Всемирная история / Джульет Хэкинг. – М.: «Магма», 2014. – С. 18–25. – 576 с.
3. Дмитрий Орлов. Практика: «Синие кристаллы времени» / Дмитрий Орлов // Foto & Video. – 2003. – №4 – 54 с.

© Кузнецова Е.Е., Дергилёва Е.Н., 2019

УДК 004.942.001.57

Кузьмин А.Г., Фирсов А.В. МЕТОДИКА ЦИФРОВОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ АКСЕССУАРОВ С ПРИМЕНЕНИЕМ ПОСЛОЙНОЙ 3D-ПЕЧАТИ

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

В современном мире роль цифровых технологий неоспорима. Множество программных продуктов, устройств и технологических решений используется для разработки, представления и реализации продуктов дизайна. Однако, современный подход с применением информационных технологий не исключает традиционных способов при воплощении творческих идей, а только дополняет их.

При создании образа, автор всегда старается подчеркнуть индивидуальность своего творения, поэтому возможность цифрового проектирования аксессуаров и их быстрое материальное воплощение – важный этап создания полноценного образа.

Данная статья посвящена методике цифрового моделирования и производства, способной повысить качество и уникальность аксессуаров костюма и является алгоритмом современного изготовления изделий для текстильного производства.

К первому шагу создания дизайна будущего аксессуара можно отнести этап эскизирования. Художник выполняет эскиз будущего изделия на бумаге и оцифровывает работу с помощью сканера. Далее, полученный результат необходимо импортировать в программу 3D-моделирования – САПР. Импортированное изображение следует обработать. Для этого необходимо обозначить контуры рисунка с помощью стандартных примитивов, точек, линий, а также сплайнов (кривых). Полученные фигуры обязательно должны создавать замкнутый контур фигуры.

Далее применяются операторы, необходимые для преобразования плоских контуров в объемные модели. Некоторые из них, требуют дополнительного построения вспомогательных линий и кривых для воплощения модели сложной формы. К основным операторам можно отнести «выдавливание» и «вращение через ось». С помощью данных функций будущая модель приобретает необходимую толщину. Формообразование происходит как путем добавления объема, так и путем его вычитания.

Финальная обработка формы достигается с помощью применения модификаторов. Они позволяют обработать края модели, придать толщину стенкам, выполнить модификацию без дополнительных построений.

Следующая вкладка программы – визуализация (рендеринг), то есть процесс создания финального изображения на основе трехмерных данных. На данном этапе дизайнер имеет возможность выполнить подбор цвета и

материала для будущего изделия и, что не мало важно, создать фотореалистичную композицию в виде изображения для дальнейшей презентации (рис. 1).

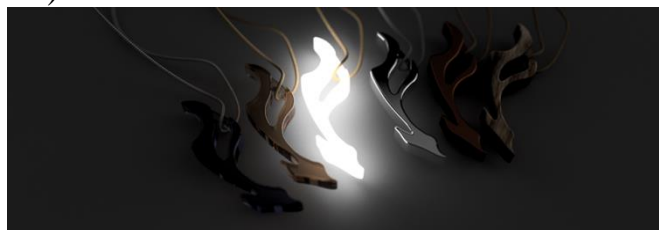


Рисунок 1 – визуализация модели.

Этап 3D-моделирования завершен. Далее следует этап выбора технологии цифрового производства. На сегодня существует ряд технологий объемной печати (3D-печати), и все они объединены термином аддитивное производство. В процессе подбора технологии печати необходимо уделить особое внимание детализации и размерам будущего изделия, планируемому материалу исполнения и времени «выращивания». Так как все существующие 3D-принтеры имеют послойный характер формирования модели, процесс печати с уверенностью можно назвать затяжным. В современной промышленности есть несколько разных процессов, в результате которых моделируется 3D-объект: ультрафиолетовое-облучение, экструзия, струйное напыление, сплавление, ламинирование. К основным материалам, используемым в аддитивном производстве, можно отнести: воск, гипсовый порошок, жидкие фотополимеры, металлические порошки, термопластичные полимеры.

Динамически развивающиеся быстрыми темпами аддитивные технологии 3D-печати используются в прогрессивных производствах. Существует несколько основных инновационных видов аддитивных технологий.

FDM (Fused Deposition Modeling) – изделие формируется послойно из расплавленной пластиковой нити. Данная технология является самой массово используемой в мире и наиболее выгодной с точки зрения стоимости расходного материала (филамента).

CJP (Color Jet printing) – единственная в мире полноцветная 3D-печать с принципом склеивания порошка, состоящего из гипса.

SLS (Selective Laser Sintering) – технология лазерного запекания, при которой образуются особо прочные объекты любых размеров.

MJM (MultiJet Modeling) многоструйное 3D-моделирование с использованием фотополимеров и воска.

SLA (Laser Stereolithography) – с помощью лазера происходит послойное отвердевание жидкого полимера.

В данной работе в качестве технологии печати была выбрана технология FDM (Fused Deposition Modeling), то есть нанесение материала, пластикового прутка, выполнялось с помощью его расплавления и

послойного наплавления. Однако, 3Д-модели, полученной в САПР-программе недостаточно для исполнения с помощью 3Д-принтера. Данную модель необходимо преобразовать в формат, «воспринимаемый» устройством печати, в виде последовательных команд исполнения. Данный процесс носит название «слайсинг», то есть «нарезание» цифровой модели на слои. В ходе данного процесса, пользователю следует выполнить ряд настроек печати, к основным из которых можно отнести скорость печати, толщина слоя, температурный режим, заполнение модели. Данная послойная технология допускает использование спектра материалов печати, таких как полилактид (PLA), акрилонитрилбутадиенстирол (ABS) или полиуретан. Программа печати имеет визуализацию, с помощью которой пользователь может оценить будущий ход работы 3Д-принтера, а именно толщину слоев, заполнение и другие нюансы печати (рис. 2).

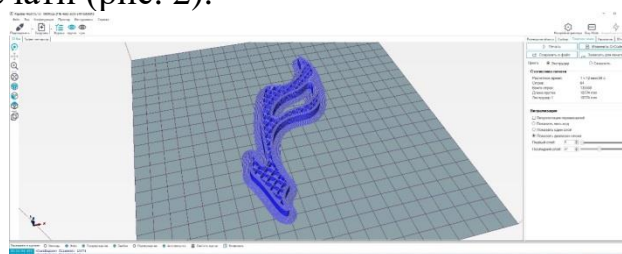


Рисунок 2 – Подготовка модели к 3Д-печати (слайсинг).

Следует отметить, что аддитивное производство подразумевает постобработку полученного результата печати. Традиционно используются абразивные материалы, ручная обработка, а также использование химических составов для сглаживания поверхности и устранения «ступенчатого» эффекта послойной печати. Полученный результат изделия изображен на рис. 3.



Рисунок 3 – Финальный результат изделия.

© Кузьмин А.Г., Фирсов А.В., 2019

УДК 7.03:687.01

Кулиш Д.И., Фирсова Ю.Ю. **ВОЗРОЖДЕНИЕ «BELLE ÉPOQUE»**
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Источники вдохновения дизайнеров крупных брендов в сфере моды – едва ли не самый популярный вопрос журналистов и критиков. Индустрия моды всегда обращалась к самым инновационным идеям,

которые ведут тенденции на протяжении десятилетий. Сегодня дизайнеры комбинируют тренды 60-х, 80-х и 2000-х. У каждого дизайнера есть свои источники вдохновения. За счет новых эмоций, запахов, чувств, переживаний у дизайнера происходит подъем внутренних сил, производительность увеличивается сразу в несколько раз. Вдохновить человека может все что угодно, архитектура, искусство и даже запахи еды или новый путь. Самые известные модельеры черпали вдохновение не только от произведений искусства и архитектуры, но и от своих коллег.

Например, известный во всем мире модельер Кристоаль Баленсиага, даже когда уже его имя стало известно в Испании, признавался, что довольно часто приезжал в Париж и черпал вдохновение в моделях своих французских коллег, но это не мешало ему создавать уникальные вещи. Как однажды заметила Коко Шанель: «Он единственный истинный кутюрье среди нас. Остальные – просто дизайнеры» [1].

В мире моды есть имена, от которых трепещут сердца даже совершенно далеких от мира моды людей. Такими являются дизайнеры 1950-х годов винтажного стиля. Ярким представителем данного стиля является Кристиан Диор. Сохраняя традиции, дизайнеры модного Дома Dior по-прежнему черпают вдохновение из первых коллекций Кристиана.

Новый образ – подчеркнутая талия, пышная юбка до щиколотки, идеальный прилегающий крой, композиция, материалы и особенный почерк превратили творения дизайнеров модного Дома Dior в нечто большее, чем просто одежду. Сам Кристиан заложил мощнейший вектор развития моды, не совершая при этом скандальный переворот, а, напротив, вернувшись к более классическому, романтичному прочтению женственности. Он задал новый модный вектор, а New Look оказал влияние на такие сферы жизни, как архитектура и дизайн. Начали появляться стулья, шкафы, чайники и даже пепельницы, которые своими формами напоминали силуэты New Look. Округлые, изогнутые линии были буквально повсюду.

«Я против чрезмерно фантазийных моделей, которые создаются ради привлечения внимания публики. Может, они и заняты, но элегантностью тут не пахнет. Красота бывает немного дерзкой, но если смелость переходит в крикливость – это уже дурной вкус» [2].

«Покупаете вы готовую одежду или шьете, выбирайте самый качественный материал, насколько позволяет бюджет. Лучше иметь одно хорошее, добротное платье, чем два плохих» [2].

Вдохновением для создания женственных силуэтов New Look являлись прежде всего цветы. В Гранвиле мать Диора ухаживала за цветами, которые она очень любила. Диор унаследовал эту любовь от нее. Он говорил «Цветы – это самый прекрасный дар Господа Бога нашему миру после женщины!» Вдохновленный формами цветов, Кристиан

создает женственный силуэт «венчик» – перевернутый цветок, и, будучи модельером, он постоянно использует настоящие или вымышленные цветы. Первая коллекция 1947 года была решена в образе женщины-цветка, и в каждой последующей коллекции дизайнер всегда обращается к цветам, даже модели носят названия роз. Цветы часто вдохновляли и других творцов дома Диор.

Последователь модного дома Джон Гальяно с 1996 по 2011 год, который являлся арт-директором дома Диор, его также часто вдохновляли цветы, силуэты и коллекции Кристиана. «Tulipe». Платье из черного шелка и органзы с ручной росписью. Коллекция от кутюр осень-зима 2010-2011. Наследие Дома Dior, Париж [4]. Созданный Диором силуэт «венчик», Гальяно показал в полном смысле, выглядит креативно, но не вульгарно, подчеркивая форму и воздушность настоящего тюльпана (см. рис. 1).



Рисунок 1 – Модель Tulip из коллекции Гальяно 2010-2011 гг. [4]

В этом платье Гальяно использовал прием создания декоративного разнофактурного эффекта в одном наряде, используя различные ткани. Легкие, прозрачные, такие как тюль, шифон, наложенные на шелк или атлас, смягчая блеск ткани, приглушают, заставляют мерцать от освещения, придают модели эффект воздушности. Этот прием появился на рубеже XIX-XX веков в эпоху модерна. Сегодня этот интересный прием особенно нравится мастерам высокой моды, сам Гальяно также использовал данный прием и в других своих коллекциях.

Dior Haute couture Spring/Summer 2011. John Galliano. Коллекция Джона Гальяно весна-лето 2011 года, напоминает начало пути Дома Christian Dior. В ней представлены и классические диоровские лекала, стиль New look, пышные юбки и силуэты с затейливыми драпировками, созданные методом макетирования. В коллекции сочетается нежный, элегантный шик с роскошью изысканных тканей разных фактур с элементами люневильской вышивки.

Вдохновением Гальяно для этой коллекции являлись работы Рене Грюо. Заинтересованный дизайнер творчеством талантливого художника-иллюстратора рисовавшего изумительные модели для дома Dior, создал умопомрачительные платья, каждое из которых – настоящее произведение искусства.

Рене Грюо – художник-иллюстратор французской моды, создал лаконичные и утонченные образы рекламных компаний не только Dior, но и многих известных сегодня других домов моды. Грюо – фамилия его матери Мари. Гламурные работы иллюстратора изящно выполнены черной тушью и красной гуашью. Герои его рисунков – светские львицы в элегантных платьях и шикарных костюмах, джентельмены в смокингах, которые являлись представителями известных Домов моды, от них всегда веяло успехом и богатством [5].

Произведения художника основаны на ассоциациях и намеках. Остроносовая туфля, заглядывая в приоткрытую дверь, намекает на изящный костюм Dior. На его рисунках будто живыми движениями моделей взлетали оборки, дрожали складки, трепетали волосы (рис. 2).

Девушки Грюо в модных длинных перчатках, шляпах с вуалью, костюмах приталенного силуэта бросают на глаза таинственные тени.

В последние годы художнику не нравилась современная мода его времени. Рене расстраивался и говорил – «И зачем женщины так себя уродуют?» [5].

Возвращаясь к ведущему для Dior стилю «New Look», Гальяно по-своему выражает его, усложняя крой, добавляя детали, отделку, комбинируя кутюрную роскошь с элементами базовой одежды.



Рисунок 2 – Модель из коллекции Гальяно 2011 г., иллюстрация Рене Грюо [6]

Цветовая гамма коллекции довольно-таки разнообразна. Интересный градиентный переход, сочетания песочного и нежно голубого, серого-голубого и алого, насыщенные синие, розовые, фисташково-зеленые оттенки. Любимые Грюо сочетания черного и красного разбавлены вышивкой, которая подчеркивает фактуру ткани, делая акцент на драпировке и силуэте модели. Гальяно в одном образе удается использовать тафту, создать эффект омбре, переход в другой цвет путем наложения слоев сетки, сохранив при этом стиль ню лук.

Список использованных источников:

1. Журнал L'officiel «Хрестоматия моды: знаковые платья великих кутюрье» - [Электронный источник] <https://official-online.com/lmoda/trendy/dresses-that-made-couturier-famous/>

2. Журнал Tatler. «Десять модных советов от Кристиана Диор» - [Электронный источник] <https://www.tatler.ru/fashion/desyat-modnyh-sovetov-ot-kristiana-diora>

3. Журнал КП – Тверь «Секреты стиля от Кристиана Диора» - [Электронный источник] <https://www.tver.kp.ru/daily/26183.5/3038624/>

4. LiveJournal «ДИОР: ПОД ЗНАКОМ ИСКУССТВА (часть VII)» - [Электронный источник] <https://bellezza-storia.livejournal.com/43067.html>

5. Журнал Культурология «Последний рыцарь парижской моды Рене Грюо» - [Электронный источник] <https://kulturologia.ru/blogs/310718/39894/>

© Кулиш Д.И., Фирсова Ю.Ю., 2019

УДК 721.012

Курбанмурадова А.Ч., Зырина М.А., Круталевич С.Ю. ПРИНЦИПЫ РЕВИТАЛИЗАЦИИ ЗАБРОШЕННЫХ ТЕРРИТОРИЙ В КОНТЕКСТЕ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

В современном мире частые обновления городской среды являются главным условием динамичного развития городов. Это связано с постоянно модернизирующейся технологической базой строительства, распространяющейся не только на вновь спроектированные и построенные сооружения, но и на территории, которые из-за неэффективного использования оказались заброшенными. К их числу можно отнести исторические усадьбы, бывшие промзоны с заводами и цехами, пионерские лагеря, казармы, бомбоубежища и некоторые жилые дома.

Внешняя функция этих построек несет на себе отпечатки истории и насыщенной событиями жизни объекта, ее изменения не столь энергичны и радикальны по своему характеру. Этого нельзя сказать о внутренней функции. Внутренняя функция подвержена влиянию технического процесса и может меняться в соответствии с запросами современного общества [1, с. 12].

Актуальным становится вопрос реконструкции заброшенных зданий и территорий, поскольку это способствует комплексному развитию пространственной среды города, избегая становления и роста необратимых процессов внутри самой системы. В этой задаче существует ряд проблем, связанных с экономическим аспектом, нагрузкой на окружающую среду и идентификацией расположения – места в истории города.

Целью исследования является выявление основных принципов ревитализации заброшенных территорий в контексте городской среды. Данное исследование вызвано потребностью получения информации для выработки практических рекомендаций, направленных на совершенствование средств, форм и методов ревитализации заброшенных

территорий, а также потребностью выявить тенденции развития городской среды с использованием заброшенных территорий.

От степени видоизменения объектов выделяют следующие направления процесса реконструкции городской среды: регенерация, ревалоризация, реновация, ревитализация и даже новое строительство.

Регенерация – «оживление» зданий в новой функции, когда использование первоначального назначения здания затруднено.

Ревалоризация – программа реставрационной перестройки исторического центра или другой части города, «оживление» его архитектурных, композиционных, а также эксплуатационных ценностей.

Реновация – процесс улучшения структуры с включением в нее нового строительства.

Ревитализация – процесс воссоздания, оживления и восстановления городского пространства, направленный на сохранение самобытности, аутентичности, идентичности исторических объектов городской среды, с дальнейшей социализацией пространства, разработкой элементов инфраструктуры, развития промышленности и заботы об экологии [2, с. 3].

Степень изменений заброшенных сооружений и территорий в процессе ревитализации зависит от историко-культурной ценности объекта, которая подразделяет их на группы.

1. Исторически ценные объекты с высоким уровнем архитектурно-художественных качеств – это сооружения, носящие четкие стилистические рамки, с точно проработанными фасадами и пропорциями, с уже сложившимся взаимосвязанным и качественным окружением, сомасштабным человеку.

2. Объекты с приемлемым уровнем архитектурно-эстетических качеств – здания, не обладающие исторической значимостью, но выполненные в определённом архитектурном стиле, визуально вписывающимся в городскую среду и не оказывающим негативного влияния на человека.

Объекты с низким уровнем архитектурно-художественных качеств. Зачастую к ним относят постройки 50-70-х годов XX века, выполненные в ведущем стиле того времени – функционализме, который в угоду экономичности и функциональности, отличался монотонностью, серостью и безликостью.

С функциональной точки зрения используется три принципиально разных направления преобразования заброшенных территорий.

1. Сохранение и возрождение исторической функции объекта. Данный способ особенно актуален для памятников архитектуры и объектам исторического наследия. Осуществляется путем:

полной реставрации сооружения и его окружения с сохранением его первоначального облика;

совершенствования и приведения к соответствию современному культурному или технологическому оснащению в существующем объеме здания.

2. Частичная ревитализация, реализуемая за счет:

реконструкции планировочной структуры, в основе которой лежит сохранение наиболее устойчивых планировочных характеристик;

трансформации объекта в музей, на основе специфики исторической значимости объекта;

добавлении новых объектов городского значения к историко-промышленным территориям, тем самым внедряя их в современную социальную среду.

3. Полная ревитализация, принципы которой:

полная рефункционализация существующих памятников архитектуры согласно запросам общества, их востребованности и актуальности (жилые здания, бизнес-центры, образовательные учреждения, культурно-развлекательные центры, гостиницы, предприятия торговли);

озеленение и благоустройство нарушенных территорий с целью их экологической реабилитации (парки, скверы, аллеи);

4. Полный снос заброшенного объекта и использование территории в других целях. Данный способ является самым быстрым, но порой может оказаться экономически невыгодным и нанести урон окружающей среде [3, с. 31].

Для адаптации заброшенных территорий и создания их новых художественных образов пользуются следующими методами:

1) метод аппликаций – базируется на изменении внешнего облика, плоскостной пластики фасада, используя уже сложившуюся конструктивную систему постройки. Этот метод применен в проекте студенческого общежития архитектора Дорте Мандруп в водонапорной башне Йогерсборга. На существующий каркас башни «нанизаны» специальные компактные капсулы, каждая из которых спланирована и развернута так, чтобы на протяжении всего дня в нее проникал солнечный свет.

2) редизайн – суть этого метода заключается в сильном изменении внешнего облика сооружения, вплоть до потери ее типологических признаков. Обычно он применим к полуразрушенным объектам, требующим консервации. Так лондонским архитектором Хевортом Томпкинсоном реализован проект редизайна голубятни Викторианской эпохи, в котором посредством подъемного крана внутрь уцелевшей кирпичной кладки постройки установлена коробка нового дома из кортена.

3) метод аналогий. Предполагает сравнение с подобными объектами и проведение аналогии между функциональным и техническим

назначением объекта, а также с архитектурными образами и деталями и даже биологическими аналогами. Примером может послужить архитектурное бюро Рикардо Бофилла «La Fabrica», расположенное на территории бывшего цементного завода в Барселоне. Комплекс стоит среди деревьев эвкалипта, пальм и кипарисов, поэтому в оформлении фасадов использовался метод биологической аналогии с использованием живой растительности, «зеленых карманов» и крыш-садов.

4) метод интеграции – представляет собой врезку дополнительных элементов и структур в существующие конструкции здания. Его сущность заключается в создании дополнительных объемов, пристроек, конструкций как на самом здании, так и на его территории [4, с. 3]. Блестящим примером применения этого метода является проект ревитализации завода «Арма» в Москве. В проекте проведена полная реставрация кирпичных плоскостей фасадов и к существующему историческому контексту построек врезаны современные объемы в виде железобетонных конструкций с кровлями из фальцованного металла и специальных технологий остекления. Стилистика выдержана на всей территории промзоны включая корпуса, являющиеся памятниками архитектуры.

На основе вышеизложенного, для грамотного определения наиболее подходящего метода реконструкции необходимо определить общий алгоритм работ на разных стадиях проектирования.

В первую очередь, формируется планировочное решение территории заброшенной зоны. Производится анализ коммуникаций, городской транспортной и социальной инфраструктуры вокруг предполагаемой застройки, определяется количество жителей района и ближайшие объекты социального обслуживания.

Во-вторых, разработка требует согласования с Генеральным планом. Определяется набор необходимых мер для преобразования данной территории и выявлении ее новых функций в соответствии с целями и требованиями развития всего города.

В-третьих, рассчитываются экономические риски и определяются перспективы развития зоны после ревитализации.

Таким образом, условия сохранения пространственного комплекса или промышленного объекта, прежде всего, необходимо ориентироваться на то, какова его историческая ценность в соответствии с актуальной системой ценностей в конкретный промежуток времени, а также его функциональное значение в системе города.

Список использованных источников:

1. Шолнерчика Ивета Юрьевна. Проблемы композиции в процессе рефункционализации промышленных зданий и сооружений конца XIX - начала XXI: Дис. ... канд. архитектуры: 18.00.01: Екатеринбург, 2004 110 с. РГБ ОД, 61:05-18/6.

2. Анохин А.Ю. «Современные технологии ревитализации и реновации объектов историко-культурного наследия» // Сборник III Международной научно-практической интернет-конференции «Проблемы, опыт и перспективы туризма, сервиса и социокультурной деятельности в России и за рубежом». Чита. 2016.

3. Цитман Т.О., Богатырева А.В. «Реновация промышленной территории в структуре городской среды» // Инженерно-строительный вестник Прикаспия: научно-технический журнал / Астраханский инженерно-строительный институт. Астрахань: ГАОУ АО ВПО «АИСИ», 2015. №4 (14). С.29-35.

4. Папуша, Р. В. «Проблемы реконверсии промышленных зданий» // Молодёжь и наука: Сборник материалов VII Всероссийской научно-технической конференции студентов, аспирантов и молодых учёных, посвященной 50-летию первого полета человека в космос [Электронный ресурс]. – Красноярск: Сибирский федеральный ун-т, 2011.

© Курбанмурадова А.Ч., Зырина М.А., Круталевич С.Ю., 2019

УДК 687.1

Али кызы Курманжан, Рогожина Ю.В. **О ПРОБЛЕМАХ ПРОЕКТИРОВАНИЯ И ДИЗАЙНА ОДЕЖДЫ ДЛЯ НЕВЫСОКИХ ЖЕНЩИН**

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Проблема, с которой сталкиваются многие люди с нестандартными фигурами – это сложность в подборе антропометрически соответствующей одежды [1] и трудность сочетания в комплект выбранных моделей. Исследованиями, проведенными в 2013 году, установлено, что невысокие женщины с ростом ниже 160 см составляют 39% женского населения [2]. Миниатюрные девушки часто испытывают неудобства в выборе готовой стильной одежды, поскольку практически нет специализированных магазинов, предлагающих гармоничную одежду для данного сегмента общества. Особенности пропорций и телосложения невысоких женщин таковы, что руки и ноги у них значительно короче, чем у более высоких женщин, поэтому изделия, спроектированные на типовые фигуры среднего и высокого роста, выглядят на миниатюрных женщинах непропорционально и громоздко. Так, популярные в текущем сезоне модели одежды стиля oversize (длинные объемные изделия с опущенной линией плеч и широкими рукавами) визуально изменяют пропорции фигур в сторону брахиморфного типа, силуэт стремится к квадрату, изделия визуально кажутся излишне громоздкими.

В размерной типологии Западной Европы и США для миниатюрных женщин существует специальный размер Petite [3], а в нашей стране

преобладает проектирование одежды на фигуры роста 164 см и выше. Первым Домом Мод, который успешно стал заниматься изготовлением стильной одежды для маленьких женщин была компания Carven, основанная в 1945 году портнихой Кармен де Томмасо. Услугами модного дома пользовались знаменитые Эдит Пиаф, Мишель Морган и Лесли Карон, Сесиль Обри и Даниэль Делорм, и многие другие. Модели одежды от Carven (см. рис. 1) пользовались популярностью во Франции, США, Египте, Бразилии, Японии [4].



Рисунок 1 – Модели женской одежды от бренда Carven для миниатюрных женщин [4]

Одна из компаний, которая занимается изготовлением одежды для девушек маленького роста – это фирма Julie Petite [5], первый российский производитель швейных изделий для девушек ростом от 150 до 162 см с полуобхватом груди 38-46 см. Дизайн ассортимента бренда Julie Petite разработан с учетом пропорций маленьких женщин, поэтому изделия смотрятся не только стильно, но и гармонично (рис. 2).



Рисунок 2 – Модель женского пальто бренда Julie Petite [5]

Телосложение многих невысоких женщин неравновесного типа [6]. Поэтому при проектировании одежды необходимо применять приемы визуальной коррекции для уравнивания в изделии масс верхней и нижней частей, приближая к равновесному типу [7]. Для этого при проектировании моделей необходимо придерживаться определенной силуэтной формы и покроев. Объем и длина одежды, конструктивно-декоративные членения должны соответствовать оптимальному расположению основного акцента [8].

Проектирование одежды на установленные типы женских фигур невысокого роста подвержено влиянию моды. Для достижения нужных визуальных эффектов целесообразно использовать принципы трансформации – преобразование и изменение вида, формы, существенных

свойств чего-либо. Трансформирующиеся изделия многофункционального назначения уже сегодня относятся к модной современной одежде повышенного спроса. На создание многофункциональных вещей ориентируются дизайнеры и конструкторы, работающие в стиле минимализм, которые в качестве элементов трансформации в одежде для миниатюрных женщин используют пристегивающиеся и отстегивающиеся детали, преобразующиеся в аксессуары.

Трансформируемая одежда всегда вызывает интерес у потребителей. Наличие в гардеробе модели трансформируемого пальто побуждает потребителей к экспериментам и импровизации в одежде – такое изделие можно одевать с юбками разных фасонов, с брюками разной степени облегания, с разными моделями обуви и т.д. Кроме того, трансформируемая верхняя одежда экономична и отличается длительностью сроков её эксплуатации.

Список использованных источников:

1. Гусева М.А., Андреева Е.Г. Анализ антропометрического соответствия современной меховой одежды из промышленных коллекций // Международный научно-исследовательский журнал. 2016. № 5-3 (47). с.78-81.

2. Першукевич Г.В., Герасимова Ю.Л., Плесовских О.Д. Проектирование одежды для миниатюрных девушек // Международный студенческий научный вестник. – 2018. – № 2.; URL: <http://eduherald.ru/ru/article/view?id=18341> (дата обращения: 28.10.2019).

3. Рогожин А.Ю., Гусева М.А., Андреева Е.Г., Петросова И.А. Основы прикладной антропологии и биомеханики. Конспект лекций: Учебное пособие. – М.: ФГБОУ ВО РГУ им. А.Н. Косыгина, 2017.– 154 с.

4. История Модного Дома Carven [Электронный ресурс] URL: <https://antiquesbyanna.ru/wiki/carven> (дата обращения: 25.10.2019).

5. Julie Petite [Электронный ресурс]. URL: <https://juliepetite.ru/>. (дата обращения: 25.10.2019).

6. Гусева М.А., Андреева Е.Г., Петросова И.А., Рогожин А.Ю. Методы получения исходной информации о форме фигуры потребителя. Основы антропометрии. Учебное пособие. – М.: ФГБОУ ВО РГУ им. А.Н. Косыгина, 2018. 200 с.

7. Хмелевская А.Г., Гусева М.А., Петросова И.А. Исследование внешней формы женских фигур// В сб. мат. Междунар. науч.-техн. конф. «Дизайн, технологии и инновации в текстильной и легкой промышленности» (ИННОВАЦИИ – 2014). Ч.1. М.: МГУДТ.- С.171-173.

8. Дубровина Р.Х., Медведев Л.Н. Зрительная иллюзия деления пополам у лиц разного пола и возраста // Вестник ТГПУ. – 2009. - №3 (81) . – С. 46-48

9. Бутко Т.В., Гусева М.А., Андреева Е.Г. Анализ моделей одежды. Определение параметров конструктивного моделирования. Учебное пособие для бакалавров и магистров по направлениям 29.03/04.05 Конструирование изделий легкой промышленности 29.03/04.01 Технология изделий легкой промышленности / Москва, ФГБОУ ВО РГУ им. А.Н. Косыгина, 2018. 88 с.

© Али кызы Курманжан, Рогожина Ю.В., 2019

УДК 687.01:7.045

Лакизенко Е.Д., Макарова Т.Л. БИОНИЧЕСКИЕ ОБРАЗЫ В СОВРЕМЕННОМ ДИЗАЙНЕ КОСТЮМА

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Активное развитие экологического направления в дизайне связано прежде всего с проблемами, с которыми общество столкнулось в начале двадцатого века. Чрезмерное использование природных ресурсов и их обесценивание ведет к неизбежным последствиям. Все больше ученых обращают свое внимание на строение и жизнедеятельность живых организмов в поисках решений инженерно-технических и эстетических задач.

Бионическое направление в дизайне, в отличие от экологического, направленного на минимизацию отрицательных последствий производства (экологически чистые технологии окрашивания и производства тканей, экономическое использование материалов и уменьшения отходов, увеличение срока использования изделий), определяет новую ступень в создании максимально совершенных систем [1-3]. Базируясь на структурно-функциональном единстве природных форм и искусственных систем, бионика открывает возможность создания максимально гармоничных форм.

Человеку присуще чувственное восприятие действительности. В единстве материально-духовных основ мы находим эстетическое удовольствие. Самым совершенным творцом, несмотря на промышленную и техническую революции, до сих пор остается природа. Именно тонкая экосистема, построенная на симбиозе всех ее составляющих, несет в себе эстетическую ценность, без которой человеческое существование было бы менее осмысленным. Эстетическая значимость природы и ее явлений раскрывалась человеку по мере ее освоения. Отношение с природой, лишь как со средой обитания, отходит на задний план в начале 1970-х годов. С возникновением экологических проблем мирового масштаба происходит переосмысление моральных и нравственных ценностей, что приводит к появлению термина эстетическая природа. В его основу входит смысл гармонического взаимодействия человека и природы, общения с ней на

равных, как живого с живым, бережное использование ее ресурсов. Она становится не просто окружением, средой обитания, а значимой составляющей. Эстетическое начало в деятельности по отношению с природой, ее изучение и подражание, все больше и больше прослеживается в мире моды. Мода – совокупность господства эстетического вкуса в отношении предметов, явлений или действий, в зависимости от экономических, политических и социальных норм, присущих обществу.

Обращаясь к истории, можно заметить, что в отличие от сегодняшнего повсеместного мнения о многих насекомых исключительно как о вредителях, в прошлом их образ активно использовался в мифах и легендах, имея символическое значение. В Древнем Египте впервые появляются украшения в виде насекомых (скарабей), которые носили сакральный смысл, использовались как обереги от злых духов, связывали с долголетием и бессмертием души. Древний Рим и средневековая эпоха не остались в стороне, но пик периода, когда природные формы становятся главными в искусстве, приходится на эпоху Модерна. Вдохновленные флорой и фауной, художники заимствуют принципы строения и красоту биоморфных объектов, через призму мировосприятия по-особенному используют их в своих творениях.

Чешуекрылые – одни из самых красивых представителей мира насекомых, проживая сразу две жизни в виде гусеницы и бабочки, насекомое представляет интерес для дизайнеров сразу в двух ипостасях.

Популярные в этом году гигантские стеганные пуховики напоминают кокон, а невесомые шифоновые и шелковые платья – крылья бабочки и ее полет (рис. 1, 2).



Рисунок 1 –а) Фотография синего мотылька, б) Moncler 5 Craig Green, ready-to-wear, Милан, осень-зима 2019/2020

Отдельное внимание стоит уделить причине названия отряда чешуекрылыми. Секрет заключается в том, что крылья бабочки покрыты миллионами незаметных глазу хитиновых чешуек. С существующими технологиями макросъемки все становится возможным.

Биохимик, увлекающийся фотографией – Линден Гледхилл – с помощью нескольких видов увеличивающего оборудования создал серию фотографий с подробно разобранный структурой крыльев ночных и

дневных представителей данного вида. При увеличении крылья становятся похожи на рыбью чешую или сложный текстиль механических нитей (рис. 2).

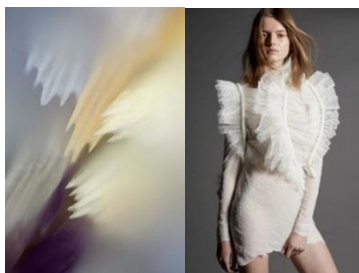


Рисунок 2 – а) Макросъемка крыльев бабочки Линдена Гледхилла, б) Maison Francesco Scognamiglio, весна-лето 2019, couture, Милан

Легкий текстиль, невесомое кружево, многослойность и ажурность, тонкость линий и изящность форм – трактовка образа, структуры и формы бабочки дизайнерами. В коллекциях сезона осень-зима 2019/2020 читается большое количество биоморфных форм. Бионике дизайнеры отводят центральное место, она вдохновляет и на создание иллюстраций и концептов костюма для фильмов [4-6] (рис. 3). Заимствуя идеи структуры, цветовой палитры, фактурных решений, дизайнеры создают эстетическую моду.



Рисунок 3 – Графика «Октябрь», 2019 г., автор Лакизенко Елизавета. Работа выполнена в рамках курса по концептуальной графике на магистерской программе доктора искусствоведения, проф. Макаровой Т.Л. «Образ, знак, символ в современном дизайне»

Экологические проблемы, появившиеся в 1970-х годах, послужили большим толчком к осознанию нашего места на земле, появился вопрос о необходимости изменить потребительское отношение к природе, стать более бережным пользователем возможностей окружающего мира.

Направление бионики, активно развивающееся на протяжении многих лет, не столько пользуется ресурсами, сколько пытается их воспроизвести. С каждым годом повышается количество ученых и дизайнеров, которые на основе знаний, полученных от изучения природных явлений, пытаются создать инновационные технологии с тем же набором функционала и внешними данными, свойственными предмету изучения.

Модельеры, кутюрье и дизайнеры черпают идеи и вдохновение в природе с незапамятных времен. Она дарит свободу мысли, гармонию,

несметные богатства цветочной гаммы и совершенство форм, а люди творческие, через призму своего мировосприятия, трактуют увиденное и исследованное по-своему. Копируя сложные биоморфные формы и их структуру, нельзя не впитать эстетическую составляющую каждого природного создания. Направление «бионика» неразрывно связано с эстетикой.

Список использованных источников:

1. Макарова Т.Л. Бионика. Практикум. – М., 2010. – 38 с.
2. Белько Т.В. Бионические принципы формообразования костюма. - М., 2006.
3. Науменко И.А., Фех А.И. Бионика в дизайне. - Национальный исследовательский Томский Политехнический университет, 2016. – 12 с.
4. Полозок М.А., Макарова Т.Л., Макаров С.Л. Готические образы и символы в дизайне современного костюма - М.: РИО РГУ им. А.Н. Косыгина, 2017. - 258 с.
5. Маслов А. А., Макарова Т. Л. Инновационные решения в проектировании костюма для фантастических фильмов. – Дизайн и технологии. –№ 66 (108) – 2018. С. 12 – 22.
6. Парфенова М.А., Макарова Т.Л. Символика цвета в дизайне костюма персонажей фильмов // Костюмология, 2019 №2, <https://kostumologiya.ru/PDF/13IVKL219.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.
7. Иллюстрации моделей костюмов взяты с информационно-образовательного сайта о моде. - <https://www.vogue.ru>

© Лакизенко Е.Д., Макарова Т.Л., 2019

УДК 67.03

Леванова Е.А., Затинщикова А.Н. **ПРОШЛОЕ СССР: ПРОМЫШЛЕННЫЙ ДИЗАЙН ИЛИ ХУДОЖЕСТВЕННОЕ КОНСТРУИРОВАНИЕ**

Новосибирский технологический институт (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина

Советский, и как его наследие, российский дизайн явление весьма спорное. Те, кто занимался дизайном в советское время, утверждают, что дизайн в СССР был, и перестал существовать тогда, когда распался СССР, и пришла в упадок советская промышленность. В то же время, ныне действующие российские дизайнеры придерживаются иного мнения. А именно, что в СССР «промышленного дизайна» никогда не было, а было «художественное конструирование», которое является совершенно иным понятием. Сам же дизайн зарождается и развивается сейчас, в наши дни.

Появление промышленного дизайна было тесно связано с промышленной революцией в XVIII веке. Промышленное производство и дизайн основательно связаны между собой. Новые технологии приводят к

созданию новых способов производства. Промышленные изделия разрабатываются и производятся серийно. Работы дизайнера становятся шаблоном, по которому изготавливают изделия на производстве. Промышленным дизайнером становится человек, в определённой степени владеющий знаниями в технологиях и производственном процессе своей сферы, с помощью которых он создаёт шаблоны и планирует процесс изготовления, по которым машины и рабочие изготавливали изделия. В то время как раньше за изготовление изделия отвечал полностью один человек – ремесленник, планирование и производство продукта с течением времени и развитием общества стремятся к полному разделению в плане локаций, средств производства и навыков участников.

Но понятие промышленного дизайна не стоит на месте, оно развивается во времени, наполняется новыми задачами, функциями и подходами, в зависимости от ситуации в обществе и на мировом или внутреннем рынке. Первые, серийно созданные изделия были дешёвы, но в эстетическом плане и по своим потребительским свойствам существенно уступали изготовленным ремесленниками аналогам. В данном контексте двумя первостепенными задачами промышленного дизайнера стали адаптация продукции под доступные производственные условия и создание эстетически привлекательного образа товара на стремительно развивающемся конкурентном рынке. Новый фундаментальный виток развития дизайна в промышленности, который понимается под ним и ныне в качестве сути промышленного дизайна, произошёл в США в результате перенасыщения рынка однотипными товарами. Промышленный дизайн становится не просто сферой, которая разрабатывает изделия под предстоящее производство, он становится важнейшей составляющей при создании нового продукта, которая стимулирует рынок и помогает предприятиям конкурировать друг с другом в борьбе за потребителя. Общеизвестный авторитет в промышленном дизайне Раймонд Лоуи на одной из встреч выразил мнение касательно дизайна: «Дизайн – это то, что заставляет чаще звонить магазинную кассу».

В СССР была иная, обособленная ситуация. Если промышленный дизайнер являлся обязательной частью производства в Европе уже в 20-е годы, а в 30-е в США дизайн становится инструментом для конкуренции и в этом задаёт основную свою цель, то в СССР дизайн становится обязательной частью производства после подписания 28 апреля 1962 года Постановления Совета Министров СССР № 394 «Об улучшении качества продукции машиностроения и культурно-бытового назначения путем внедрения методов художественного конструирования», и последующим появлением ВНИИТЭ – Всероссийского научно-исследовательского института технической эстетики. Дизайн СССР был своеобразным, абсолютно отличающимся от того, что происходило в остальном мире, и

причинами этому были экономическая и политическая ситуации в стране, в которой он был и развивался. Советский Союз в 60-х годах имел смешанную экономику – наполовину плановую, наполовину рыночную [1]. В стране отсутствовала конкуренция между предприятиями, так как объем товара и его сущность определяло государство, в силу чего имелась слабая связь с потребителем. Дизайн был ориентирован на минимизацию издержек и стандартизацию товара, что порой сказывалось крайне негативно на его эстетических качествах. Разнообразие в изделиях одного типа составляли только разные расцветки. При этом от самих предприятий-производителей, разбросанных по всему Советскому Союзу, инициатив по созданию и внедрению нового продукта особо не поступало. Но вместе с тем изделия в СССР изготавливались очень долговечными, и, как показало время, многие вещи производства тех времён зачастую либо используются до сих пор, хоть и находясь в посредственном состоянии в силу долгого срока эксплуатации, либо оказались заменены на новые по причине большего удобства и функционала оных, либо в связи с утерей приятного товарного вида, сохранив при этом практически весь свой функционал. Советское государство было ориентировано на внешнюю конкуренцию с западными странами и США в оружии, в покорении Космоса – во всем. И дизайн в Советском Союзе был создан как видимость уровня СССР по сравнению с западным дизайном, но при этом игнорирующий базовые потребности потребителя в виде своего населения. Дизайн являлся именно «художественным конструированием», как его тогда и называли. Его целью была не комплексная разработка продукта с целью продажи, а именно более симпатичная и удобная компоновка изделия. По этой причине западный дизайн не считает дизайн СССР хорошим. По разные стороны «железного занавеса» было разное понимание того, что такое промышленный дизайн. Если рассмотреть иконы дизайна, созданные при ВНИИТЭ, и взять для примера кипятильник, даже при первом взгляде выявляется множество проблем с безопасностью и удобством для потребителя: неудобно держать, легко обжечься, можно не только вскипятить воду, но и еще что-нибудь поджечь. Или же, как пример, электрогитара «Tonika», очень смелая в решении, крайне запоминающаяся и самобытная визуально, но при использовании по непосредственному назначению выявляющая множество недостатков, таких как излишний для подобного инструмента вес, спорную для комфортного использования развесовку, недолговечность из-за некачественных материалов и непроработанной конструкции. Вдобавок, «Tonika» и множество прочих изделий в целом, выпускавшихся одновременно на нескольких предприятиях по всему Советскому Союзу, нередко отличались друг от друга рядом не крупных конструктивных особенностей и применяемыми материалами, что вносило некоторую

неразбериху при использовании и отчасти напоминало фабричное производство. Кроме того, товары народного потребления выпускались годами и десятилетиями без значимых изменений в развитии конструкции и с тем без улучшения их потребительских свойств. И потребитель был рад, если после полугода ожидания в магазинах появлялась новая модель холодильника, или после четырёх лет ожидания своей очереди потребитель, наконец, мог приобрести автомобиль Запорожец (ЗАЗ-965), без существенных изменений выпускавшийся десять лет к ряду. Иных условий потребитель не знал, у него не было альтернатив.

Очень интересный диалог произошел между Хрущевым и будущим президентом США Никсоном на знаменитых «Кухонных дебатах» в 1959 году. Никсон спросил у Хрущева: «Разве не было бы лучше соревноваться в относительных достоинствах стиральных машин, чем в силе ракет?» Этот вопрос очень явно отражает ситуацию в плане промышленного дизайна в СССР [2].

Суть слова «design» – означает «конструкция». Промышленным дизайном является процесс проектирования продуктов с использованием технологий массового производства. В 1969 году в ICSID – Международном центре по урегулированию инвестиционных споров было предложено определение, сформулированное Томасом Мальдонадо, согласно которому дизайн является творческой деятельностью, целью которой определение формальных качеств предметов, производимых промышленностью. Эти качества, формы относятся не только к внешнему виду, но главным образом к структурным и функциональным связям, которые превращают систему в целостное единство с точки зрения как изготовителя, так и потребителя. Художественное конструирование и industrial design были уравнены между собой. Но есть еще одно понятие, которое в СССР никогда не упоминалось – «Product design» (проектирование продукта или дизайн продукта). «Product design» как раз и появился в 30-е годы во времена Великой Депрессии в США и его целью являлась и является в наши дни именно разработка конкурентоспособного продукта. Нередко «Product design» и «Industrial design» определяют как идентичное, что является неправильным. Первое направлено на создание конкурентоспособного дизайна, второе на разработку изделия под производство в реалиях современных промышленных возможностей. И первое закономерно вытекает из второго.

Подводя итог можно отметить, что в СССР был промышленный дизайн и был таким, каким его представляли ещё в 20-е годы. Но с тем полностью отсутствовал «Дизайн продукта», суть которого Европейские страны и США перекладывают на промышленный дизайн. В СССР было создано и много хороших вещей: таких как камера «Lomo» или распространённая на весь Союз как часть повседневного быта

хозяйственная сумка – авоська, гранёные стаканы, пылесосы «Сатурн» и «Ракета». Но западный дизайн критиковал советский в силу того, что изделия, изготовленные под рынок и условия Советского Союза с отсутствующей на нём конкуренцией, где была совершенно иная политика, не подходили под понимание западного дизайна, который положил в основную свою функцию конкурентоспособность продукта на свободном и конкурентном рынке.

Со времён распада Советского Союза и по нынешние дни, тормозящей на пути к чистой рыночной экономике России можно видеть, как изменения рынка меняют представление о том, что есть «промышленный дизайн». Ввиду планомерно нарастающей силу глобализации, расширяются возможности по взаимодействию, партнёрству и обмену опытом как внутри страны, так и за ее пределами. Имея осколки понимания художественного конструирования, сейчас приходит важность понимания создания конкурентоспособного товара. «Дизайн продукта» входит в нашу страну именно сейчас и медленно, но уверенно становится такой же неотъемлемой частью промышленного дизайна, как когда-то давно таковым он стал на западе.

Список использованных источников:

1. Ковешникова Н.А. История дизайна. Учебное пособие, М.: Омега - Л, 2019. – С. 156-158.
2. Албакин Л. И. Экономическая история СССР / Л.И. Албакин// М.: ИНФРА-М, 2007. – С. 220-221.

© Леванова Е.А., Затинщикова А.Н., 2019

УДК 67.03

Леонова О.А., Грязева И.В. РАЗРАБОТКА КОНЦЕПЦИИ ОБУВНОГО БРЕНДА

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

В России не так много «молодых» марок, занимающихся производством обуви. Высокая стоимость оборудования, материалов, сложность изготовления и дефицит профессионала в этой сфере влияют и на уровень развития обувных брендов.

Бренд – это условный термин, под которым понимают как товарный знак, так и весь комплекс элементов фирменного стиля: название, логотип, фирменные цвета, графика, а также устойчивый образ компании.

Очевидно, что все великие бренды имеют свое «лицо». Уникальный визуальный образ и символика делает бренд узнаваемым, показывает его исключительность по сравнению с другими марками.

В основе любого бренда, лежит определенная концепция. Концепт – это точка зрения дизайнера, его система взглядов, а концептуальный бренд

– это, в свою очередь, выражение этой точки зрения, воплощенное в основных идеях дизайнера.

В качестве примера одного из лучших брендов, в том числе и среди обуви, можно привести марку Chanel, дизайнеры которой прекрасно знают, как обновить созданный стиль в новых материалах, не потеряв при этом имеющих клиентов. Для привлечения молодежной аудитории персонал марки следует новейшим трендам, но подходят к разработке коллекций с позиции классического почерка бренда.

Еще одной заслуживающей внимания обувной маркой является бренд Aquazzura (Акваззура). На создание удивительных моделей Эдгардо Осорио вдохновило море. Заметим, что название бренда в переводе с итальянского означает «голубая вода». Одной из узнаваемых черт этой марки является логотип в виде ананаса, который украшает подошву всех обувных пар.

Фактически люди выбирают определенный бренд одежды или обуви согласно тому имиджу, который он создает. Следовательно, именно образ бренда привлекает и «взаимодействует» с потребителем. Абсолютно каждый элемент бренда имеет значение. Название, логотип – то, что в первую очередь бросается в глаза, должен совпадать с ожиданиями целевой аудитории, а графика логотипа – максимально отражать идеи и принципы марки.

Не маловажным является и тот факт, что каждый бренд имеет или свои «фирменные», т.е. наиболее часто используемые, цвета, или использует определенную цветовую палитру. При этом каждый цвет несет в себе некий смысл, поэтому выбор цветовой гаммы для бренда должен осуществляться с позиции идеологии бренда. Интересно, что согласно исследованиям брендинговых агентств более чем у двух третей брендов – гигантов мирового рынка, преобладает лишь один цвет, который олицетворяет характер производимых вещей [1].

Многие молодые дизайнеры задаются вопросом: как организовать собственный бизнес, создать свой бренд? Согласно рекомендации специалистов, построение успешного бизнеса необходимо начинать с создания бизнес-модели. Наиболее популярной моделью является Business Model Canvas. Создатели известных брендов всегда знают, с кем хочет идентифицировать себя их покупатель. Таким образом, fashion-бренд должен быть гибким, развиваться вместе с аудиторией, создавать понятные «послания». Необходимо понять: кто, для чего, при каких обстоятельствах будет использовать продукт? При отсутствии ответов на эти вопросы предприятие не будет прибыльным [2].

Есть много способов быть впереди, при любом бюджете. «Ключ к успеху» – не в количестве потраченных на компанию денег, а в успешном маркетинге во взаимопонимании с покупателями.

Говорят, что «хороший продукт сам себя продвигает» [3]. Продвижение строится на продукте, маркетинге и сбыте. Есть много инструментов, которые позволят использовать информацию и мнение вашего окончательного клиента для определения направления стиля еще до того, как ваша коллекция будет создана. Не вызывает сомнения и тот факт, что в эпоху цифровых технологий ценность коммуникаций с потребителем стала крайне важна. Большинство людей – «визуалы», которые принимают решение на основании взгляда и ощущения, которое они получают от того, что видят. Поэтому необходимо представить компанию так, чтобы клиент, зайдя на сайт, с первого взгляда понимал ценности продукта [4]. Основу и детали бренда, фирменный стиль, всё это учитываем при визуализации сайта. По всему этому будет складываться общая картина и мнение для покупателя. Важным этапом развития нового бренда является создание удачного стиля продукции.

Выделяться на фоне с конкурентами все сложнее, поэтому фирменный стиль является существенным и сильным ассоциативным индикатором повышения узнаваемости среди целевых потребителей. Практика показывает, что из-за отсутствия продуманного и созданного на профессиональном уровне фирменного стиля не получится достигнуть поставленных целей и долго существовать. Каждый дизайнер, создающий свой бренд, первоначально должен создать образ, концепт, согласно которому и будут создаваться будущие коллекции, а также формироваться «политика» новой марки.

Список использованных источников:

1. «Основатель марки Afour – о развитии и продвижении обувного бренда в России» - <https://www.be-in.ru/photo/39043-osnovatel-marki-afour-o-razviti-i-prodvizhenii-obuvnogo-brenda-v-rossii/>
2. Курс «Бренд обуви: от создания до успешных продаж» - <https://fashionfactoryschool.com/fashionbrandshoes>
3. Интервью Rendez-Vous с Роберто (Roberto Di Rosa), создателем и обувного итальянского бренда Officine Creative - https://blog.rendez-vous.ru/people/interview/_sozdanie_nashey_obuvi_eto_miks_vseh_napravleniy_iskusstva_kotorye_tolko_izvestny_cheloveku/
4. Дебора Чанчотта «Экспериментальный путь. Как создать значимый обувной бренд.» - https://www.shoes-report.ru/articles/prodvizhenie/eksperimentalnyy_put_kak_soizat_znachimyy_obuvnoy_brend/

© Леонова О.А., Грязева И.В., 2019

УДК 745.03

Леонтьева К.С., Шушлякова Е.А. ВИТРАЖ В ПРОСТРАНСТВЕННОЙ СРЕДЕ. ДИЗАЙН, ИЗГТОВЛЕНИЕ И ЭСТЕТИКА

Московская государственная художественно-промышленная академия имени С.Г. Строганова

На эстетическое восприятие и выразительность витража влияют такие факторы, как монументальность и соответствие духу архитектуры, оригинальность замысла, вариативность цвета и рисунка, использование современных техник изготовления и материалов, оригинальное дизайнерское решение. Это довольно старая и известная техника работы со стеклом.

Витраж – изображение, созданное из отдельных фрагментов стекла разного цвета и формы, собранных в одной плоскости. Это изображение закрепляется в раму, и как правило, вставляется в окно, поскольку оно наиболее эффектно работает на просвет. Один из самых ранних сохранившихся витражей относится к 686 году, находящийся в монастыре Св. Павла в г. Джарроу на северо-востоке Англии, Великобритания. Витражи, которые делались в это время, носили религиозный характер и служили для рассказа библейских историй мирянам, которые не умели читать, а также для украшения церквей. Наиболее хорошо сохранились витражи эпохи готики и возрождения, которые создавались в храмах не только с целью создания оригинального освещения, но и формировали у верующих определенное религиозное состояние. Рассматривая витражи в соборах и церквях Европы и Америки, мы видим разноцветные картины, на которых изображались религиозные, библейские сюжеты, либо отражались значимые для страны или местности события (коронация на престол, создание и постройка города, бытовые сюжеты и др.). Солнечный свет проходил сквозь стекло витража и формировал необычную игру светотени, подчеркивая воздушность и возвышенность персонажей. Можно только предположить, что в сочетании с архитектурой, витражи вводили верующих в экстаз во время самых значимых служб. Создание таких витражей было очень действенным приемом.

Самым старым собором с такими витражами был Аугсбургский собор в Германии, построенный в конце XI века. Средневековая церковь финансировала большинство витражей того времени. Аббат Сугерий из Сен-Дени был известным покровителем витражного искусства и жил недалеко от Парижа. Витраж с его изображением из церкви Сен-Дени относится к 1144 г. Он использовал богатство аббатства, чтобы сделать окна больше и красивее, потому что считал свет проявлением божественного начала.

В XV в. тенденции реализма ощутимы повсеместно, художники обращаются к природе. Теряется монументальность и соответствие духу

архитектуре. Хорошо известные нам художники периода Возрождения (такие как Донателло, Учелло, Лоренцо Гиберти) создавали эскизы витражей. Но они понимали витраж больше, чем как живопись по стеклу. Возникает тенденция к попытке создать масляную живопись на стекле, используя тщательную моделировку и светотеневые эффекты. Кроме витражей из готических соборов на религиозную тематику, появляются «кабинетные» витражи со светскими сюжетами – сапожники, каменщики и другие мастера за работой. Витражи, украшающие дворцы и замки, жилые и общественные здания, носили светский характер, в частности было большое количество геральдических витражей. Швейцария была первой страной, где начали делать витражи на светскую тематику и «вынесли» их из контекста собора.

К середине XVI в. стали использовать непрозрачные эмали, но они делали изображение блеклым и непрочным. Все чаще на стекле стали делать копии с картин, написанных маслом

С конца XVI до середины XVIII вв. в Европе господствовали барокко и рококо, которые были роскошными, но витражей не предполагали. Слабый спрос на витражи был и в эпоху классицизма и ампира. В XIX в. в некоторых странах мастера пытались возродить эту область искусства, но они не понимали художественных особенностей, назначения, не было и старого фактурного стекла.

В XIX-XX вв. на витражное искусство снова обратили внимание и начали исследовать средневековые образцы, организовывать витражные мастерские и искать новые пути в развитии витражного искусства. Разброс художников так и иначе связанных витражами очень велик и включает в себя и мастеров эпохи Возрождения, и прерафаэлитов (в т.ч. Эдвард Берн-Джонс и Уильям Морисс), и даже модернистов.

В XX в. много витражей было создано в эпоху ар-деко, как правило, в частных особняках. Ну и конечно, витражи XX в тесно связаны с именем Луи Тиффани. Он изобрел новую технику сборки витражей и создал новые виды стекол. Свинцовые прутья казались Тиффани очень массивными, потому что он хотел создавать очень сложные и изящные произведения. Он придумал собственный заменитель свинцовому профилю в виде медных полосок, вырезанных из металлического листа. Он приклеивал их к стеклу пчелиным воском и спаивал между собой оловом. Таким образом, стало возможно соединять очень маленькие фрагменты стекла и создавать сложные объёмные формы. Изначально эта техника использовалась им для создания ламповых абажуров, и только позже – для витражей.

Современные дизайнеры предметно-пространственной среды широко используют эту технику в создании креативных, ярких и оригинальных объектов. Дизайнер витража занимается поиском эстетически осмысленных, неповторимых и остроумных решений на

основе минимальных затрат и минимального, экономического вмешательства. Примеры этого мы видим в витражах с применением стекла в сочетании с техникой фотопечати. В России ярким и качественным примером использования техники фотопечати служит здание бизнес-центра «Бенуа» на территории завода «Россия» по проекту архитектора Сергея Чобана. Другой пример использования современных технологий представлен в проекте здания торгового центра в г. Магнитогорске, представленный проектной группа архитекторов DT GROUP. Вообще по способу нанесения изображения на стекло различают шелкографию и цифровую печать. Шелкография более распространенный метод печати с использованием специальной трафаретной сетки. Он применяется при изготовлении серии с однотипным изображением (от абстракции до вполне конкретных изображений). Универсальное флоат-стекло хорошо подходит для этой техники, кроме того, на него можно нанести дополнительные покрытия, которые будут выполнять не только декоративное, но функциональное назначение. Такие покрытия могут быть солнцезащитными или солнцезащитными, теплоизолирующими и т.д. Отличительной особенностью данной техники является ограниченная палитра. Примеры использования шелкографии – аэропорт города Ростова-на-Дону «Платов» лондонского бюро Twelve architects, благоустройством занималось бюро Wowhaus и дополнительный корпус отеля Boscolo в Праге, проект компании AGC Glass. Отличительной особенностью этой техники является ограниченная палитра, возможно использование эмалей только двух цветов. В случае с аэропортом «Платов» это черный и белый цвета, а в отеле Boscolo – красный и зеленый. Цифровая печать имеет ряд преимуществ перед шелкографией. У нее намного шире возможности – палитра 7 цветов, отсутствие трафаретов и пленок, фотографическое качество печати (до 360 пиксели/дюйм), возможность сложносоставного рисунка. Впечатляющим примером использования этих возможностей служат работы архитектурного бюро MVRDV из Нидерландов – Market Hall в Роттердаме и «Стеклянная ферма» в городке Шинделе.

Существует еще одна технология – включение слоя с изображением в состав продуктов с сэндвич-структурой. По своей сути представляет расположение изображения между двух слоев стекла. В него можно включать самые различные материалы – в зависимости от того, какого декоративного эффекта хочется достичь: стеклоткань, сетку из нержавеющей стали, перфорированный листовой металл, текстильные волокна, фотогальванические элементы... И, конечно же, напечатанные изображения. Интересное решение с использованием техники было найдено, например, для здания посольства Швеции в Вашингтоне: на стеклянных панелях напечатали деревянную фактуру, и издалика кажется,

что посольство обшито деревом. Также технология позволяет комбинировать бесцветное стекло, тонированное в массе, цветное и матовое, что открывает дополнительные декоративные возможности.

Таким образом, стекло с напечатанным изображением – это гораздо больше, чем просто доступный инструмент для реализации отделочных элементов с «красивой картинкой». Превратившись, с одной стороны, в удивительный по своим эксплуатационным показателям строительный конструкционный материал, стекло стало еще и полем для увлекательных экспериментов с цветом и светом – и самым наглядным «транслятором» в архитектуру уже так прочно вошедших в нашу жизнь цифровых технологий.

В заключение можно сказать, что витраж, как вид декоративно-прикладного искусства развивается вместе с техническим прогрессом, появляется новый дизайн, новые технологии, которые обогащают эстетическое воздействие на человека. Богато прошлое витража, безграничны его перспективы. Неисчерпаемы его творческие возможности.

Список использованных источников:

1. The stained glass association of America. (URL: <https://stainedglass.org/resources/history-of-stained-glass/>)

2. Анри де Моран «История декоративно-прикладного искусства: от древнейших времен до наших дней: с прил. Статьи Ж. Гассио-Талабо о дизайне» Пер. с фр. Г.А. Есипова. М.: изд. Шевчук, 2011 г.

3. А. Г. Ланцетти, М. А. Нестеренко «Изготовление художественного стекла», Москва, изд. «Высшая школа», 1987 г.

4. Вирджиния Чиффо Рагин и Мэри Клеркин Хиггинс, «Искусство витража. От истоков к современности», Изд. «Белый город», 2004 г.

5. Т. В. Княжицкая, статья "Витражи Тиффани" (URL: <https://vitroart.ru/articles/articles/328/>)

6. Статья «За семью печатями: секреты нанесения изображений на стеклянные поверхности». (URL: <https://archspeech.com/article/za-sem-yu-pechatyami-sekrety-naneseniya-izobrazheniy-na-steklyannye-poverhnosti>)

7. Материалы научно-практической конференции Российской Академии Художеств «Новые технологии в развитии современного художественного стекла» 30 ноября 2018 г.

© Леонтьева К.С., Шушлякова Е.А., 2019

УДК 712.7, 73.04

Лихачева М.А., Спектор Г.З., Заева-Бурдонская Е.А. ОСОБЕННОСТИ РЕАБИЛИТАЦИИ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ФОНА ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ СРЕДСТВАМИ СРЕДОВЫХ ОБЪЕКТОВ С ЮМОРИСТИЧЕСКИМ КОНТЕКСТОМ

Московская государственная художественно-промышленная академия имени С.Г. Строганова

Обширность территории Россия является важнейшим фактором разнообразия ее природы и этнического разнообразия. Богатое культурно-историческое наследие нашей страны во многом сосредоточено в городах, отличающихся неповторимым своеобразием. Города играли значимую роль в становлении и развитии государства.

Среда города – это сложное субъектно-объектное единство. Оно включает в себя большое количество пространственно-функциональных и поведенческих взаимодействий человека с природной, предметной, информационной и общественной среды. В числе проблем городской среды исследователи выделяют низкое качество городской среды, недостаточное развитие социальной сферы, низкий уровень городского благоустройства, высокую информационную насыщенность, гомогенные визуальные объекты, высокий уровень шума [3].

Визуальная среда города оказывает непосредственное влияние на эмоции человека, следовательно, воздействует на психологическое состояние жителей и гостей города. Положительные эмоции, вызванные визуальной городской средой, способны снизить уровень стресса у населения. Если же среда безлика и однообразна, то она вызывает чувства безразличия, угнетения, подавленности.

Эмоциональное восприятие – это целостное психическое отражение различных объектов, событий и ситуаций, представляющих для человека определенную значимость, связанное с формированием эмоциональных образов этих ситуаций, которые провоцируют у него появление конкретного актуального эмоционального состояния [3]. Эмоциональный фон города – один из показателей комфортности городской среды. Эмоциональный фон города мы понимаем как совокупность факторов материальных и нематериальных объектов городского пространства, влияющих на эмоциональное состояние населения. Эмоциональный фон города – это способность городской среды влиять на настроение горожан [9].

На сегодняшний день проблема реабилитации эмоционального фона особенно остро выявляется в среде крупных туристических городов России, что обуславливается, в том числе и переориентацией туристической индустрии на внутренний рынок. Развитие внутреннего туризма в России является актуальной экономической и социальной

задачей. Туристическая инфраструктура задействует различные региональные предприятия (транспортные, общественного питания и временного размещения, организации досуга и отдыха и пр.), что оказывает непосредственное влияние на рост региональной экономики в целом и улучшения благосостояния жителей в частности. В этой связи, создание комфортной городской среды исторических городов России имеет большое значение. Городской дизайн имеет в своем арсенале средства, способствующие решению данных проблем.

Исследователи отмечают высокий уровень личной тревожности у жителей малых городов России. Личностная тревога у жителей малых городов характеризуется состоянием безотчетного страха, неопределенным ощущением угрозы, готовностью воспринять любое событие как неблагоприятное и опасное для самооценки и самоуважения [6].

Исследование показало, что узнаваемость городской среды, ее стилевая целостность напрямую влияют на улучшение эмоционального фона городской среды. Гомогенная и угнетающая визуальная среда отрицательно сказывается на психическом и эмоциональном состоянии населения, повышает уровень стресса, провоцирует тревожность. Юмор может стать одним из психологических и проектных инструментов реабилитации эмоционального фона городской среды. Включение объектов дизайна с юмористическим контекстом в городскую среду разнообразит визуальную среду города, что, несомненно, обогатит ее эмоциональный фон. Средовой дизайн позволяет не только создавать новые визуальные объекты, но и преобразовать существующее городское пространство, оказывающее позитивное влияние на эмоциональное самочувствие горожан.

На сегодняшний день комплексного исследования по выявлению принципов и методов внесения юмористического аспекта в дизайн городской среды не проводилось, в связи, с чем наше исследование данной тематики строится на анализе понятия юмористического в различных контекстах его использования и актуализации применения в городской среде. Термин «юмор» не имеет однозначного толкования, но обобщая все определения можно выделить наиболее характерные черты юмористического. Чаще всего юмор определяется как особый вид комического, незлобивая насмешка, добродушный смех [10]. Однако, комизм не всегда вызывает просто смех. Комизм имеет множество оттенков, может означать забавное, радостное и удивительное, однако также выделяют язвительный комизм (чёрный юмор, сарказм). Эти факторы показывают, что юмор, проявляющийся в комическом, является мощным инструментом воздействия на разнообразные эмоции, что,

несомненно, можно использовать для обогащения эмоционального фона городской среды.

Мировая практика проектирования городской среды имеет примеры использования средовых объектов с юмористическим контекстом. Проанализировав аналоги можно выделить следующие аспекты применения объектов с юмористическим контекстом в городской среде для улучшения эмоционального фона.

Стилизация гомогенных городских объектов, как адаптивный инструмент инновации. Юмор может помочь скрыть недостатки городского пространства и изменить отношения к ним. Приём юмористической стилизации помогает задекорировать неуместный промышленный объект, забор, неприглядное антропогенное сооружение, трубы коммуникаций, при этом объект остаётся прежним, меняется лишь его восприятие, и отношение к нему, вызывающее улыбку, а не раздражение.

Возможность реабилитации среды малыми средствами. Малонасыщенная эмоциональными элементами, однообразная среда характерна преимущественно для спальных районов городской среды. При помощи юмористических объектов можно оживить атмосферу места, снизить негативный эффект гомогенных полей. Серые, безликие торцы зданий, большие площади с асфальтовым покрытием при помощи граффити с элементами юмористической направленности внесут в пространство позитивность и жизнерадостность.

Элемент брендинга территории. Брендинг территории – это набор уникальных, позитивных впечатлений человека относительно страны, региона, города с целью создания нового положительного образа [8]. Уместность размещения объектов с юмористическим контекстом в историческом центре города может быть обоснована рекламными задачами. Фотографии на фоне юмористических объектов могут выкладываться в интернет, тиражируя бренд города. Юмористические объекты развлекательного характера, соответствующие историческому контексту (образы истории и культуры города, образы исторических личностей), а также в контексте какого-либо события, праздника (временная инсталляция) могут стать приемом привлечения туристов.

Средство снятия социального напряжения. Размещение юмористических объектов поможет изменить атмосферу, сделать ее более позитивной в местах, где люди избегают бывать или чувствуют себя некомфортно. К таким местам можно отнести замкнутые дворы, поликлиники, а также автобусные остановки (где людям порой приходится терпеть холод в ожидании автобуса) и промышленные объекты.

Способ развития воображения. Отсутствие шаблонов способствует раскрепощению, что является необходимым условием развития

воображения, на котором базируются творческие способности. Размещение юмористических объектов на детских площадках, сможет создать атмосферу жизнерадостности и творческого вдохновения, позволив выйти за рамки обычного как детям, так и родителям.

Средство улучшения восприятия информации. Юмористический контекст плакатов и навигационных стендов помогает проще воспринять строгую, предписывающую информацию, быстрее ориентироваться в пространстве, следуя веселым визуальным иконкам, и позволяет внести красочные эмоциональные акценты, выстроить позитивный ассоциативный ряд, способствующий распознаванию и запоминанию маршрутов и местонахождения объектов городского пространства.

Можно выделить типы средовых объектов, при проектировании которых уместен юмористический контекст (рис. 1).

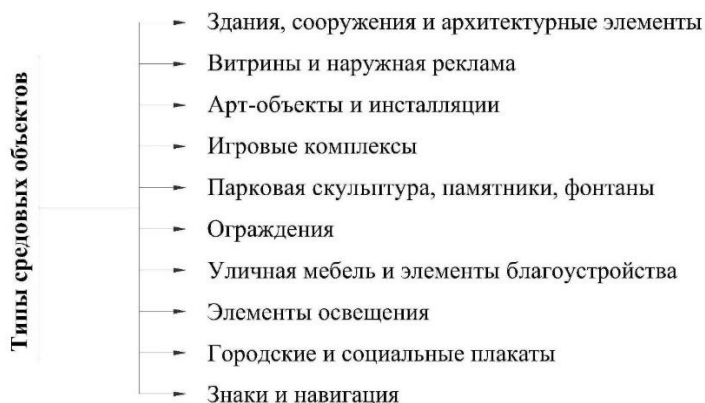


Рисунок 1 – Типы средовых объектов

Опираясь на выше сказанное, можно утверждать, что средовые объекты с юмористическим контекстом могут стать действенным средством улучшения эмоционального фона городской среды, вовлекая горожан в диалог со средой, который способен внести личностный смысл в отношении к городскому пространству, проявить равнодушие к городским проблемам. Юмор помогает пробудить позитивное мышление, преодолеть критичность восприятия событий и явлений, осознание возможности преодоления житейских трудностей.

Проектирование городской среды, наполненной объектами с юмористическим контекстом, несомненно, может стать приемом реабилитации негативных фрагментов среды, проблемных зон и районов города, будет способствовать снижению социальной напряженности и косвенно уменьшать отток местного населения из городов. В свою очередь эмоционально насыщенная городская среда повысит туристическую привлекательность города, способствуя устойчивому экономическому развитию.

Список использованных источников:

1. Городков А.В., Салтанова С.И. Экология визуальной среды. – 2-е изд. – СПб.: ЛАНЬ, 2013. – 192 с.

2. Государственная программа Российской Федерации «Развитие культуры и туризма» на 2013 – 2020 годы. https://www.russiatourism.ru/content/2/section/27/detail/27/?fbclid=IwAR1etrYKebGMmdtfuIC5xHVPd7Q_EjAA2Aeehn2HXSeHuPllhcCMB8WQIok (дата обращения 06.12.2018)

3. Забельшанский Г.Б., Минервин Г.Б., Раппапорт А.Г., Сомов Г.Ю. Архитектура и эмоциональный мир человека. – М.: Стройиздат, 1985. – 208 с.

4. Интернет-мемы как феномен интернет-коммуникации <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-memy-kak-fenomen-internet-kommunikatsii> (дата обращения: 12.10.2019).

5. Кузнецова, Г. Н. Проблема взаимодействия структурного формообразования и визуальной экологии в средовом дизайне. – М.: МГХПА им. С. Г. Строганова, 2013. - 158 с.

6. Морозова С.В., Хайбуллина М.Ш. Воздействие стресс-факторов городской среды на жителей мегаполиса и жителей малых городов: выпускная квалификационная работа, психол. наук. Институт социально-гуманитарных наук Фак. психологии, Челябинск, 2017. – 76 с.

7. Николаева И.В., Рябов О.Р. Эмоциональное восприятие архитектурной среды // Известия КГАСУ, Архитектура зданий и сооружений. Творческие концепции архитектурной деятельности. – 2016. – № 3 (37). – С. 62-67.

8. Рабинович Н.В., Баканова Н.И. Брендинг Территории - условие успешного развития // Город - теория дизайна Проектная культура, проблемы мифологии и типологии среды. – М.: МГХПА им. Строганова, 2013. – С. 194.

9. Рыбинских К.А., Фалько В.П. Визуальная среда как инструмент формирования положительного эмоционального фона города http://elar.rsvpu.ru/bitstream/123456789/22019/1/iddo_2017_021.pdf (дата обращения: 10.10.2019).

10. Толковый словарь Ушакова, Юмор <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ushakov/1098782> (дата обращения: 10.10.2019).

11. Филько А.И. Визуальное восприятие образа города и методы его исследования // Урбанистика. – 2015. – № 3. – С. 1 - 15. https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=16497 // e-notabene.ru. URL: https://e-notabene.ru/pr/article_16497.html (дата обращения: 10.10.2019).

© Лихачёва М.А., Спектор Г.З., Заева-Бурдонская Е.А., 2019

УДК 687.01:7.045

Лоскутникова П.А. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МОДНОЙ ИЛЛЮСТРАЦИИ ДЛЯ РЕКЛАМЫ И PR БРЕНДОВ ОДЕЖДЫ

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Сейчас в современных журналах наш взгляд привлекают красочные фотографии, на которых изображены шикарные модели, рекламирующие дизайнерскую одежду, аксессуары и косметику. Но еще не так давно, в 20-м веке модные журналы выглядели совсем иначе. Предком фотографии была модная иллюстрация, которая наглядно демонстрировала модницам того времени, что и как носить.

Если сравнивать модную фотографию и иллюстрацию, большим плюсом фотографии можно считать скорость и современность. Иллюстрация – это больше художественная картина, для создания которой нужно уметь рисовать и иметь под рукой рабочие материалы, на нее уходит больше времени. Но современные технологии повлияли и на работу художников, поэтому многие фэшн-иллюстраторы больше не рисуют от руки, а используют электронную графику. В модной иллюстрации важную роль играет сам автор, его фирменный стиль, оригинальные идеи, внутренняя экспрессия художника. Все эти моменты не всегда можно разглядеть в фотографии. Поэтому в наши дни интерес к модной иллюстрации вновь набрал обороты.

Предками фэшн-иллюстрации можно считать гравюры 16 века, на которых изображались модницы тех времен. Период с 1900 по 1910 год можно считать золотым веком фэшн-иллюстрации. Технологии позволили использовать цвет при печати. Коко Шанель активно поддерживала фэшн-иллюстраторов. Поль Ириб был талантливым модным иллюстратором. В его работах чувствуется влияние Японии, которое было тогда во всей Франции. Поль Ириб изображал утонченных и нежных девушек. Иллюстраторы того времени Жорж Лепап, Коль Филипс, Эрте, Эдуард Бенито и многие другие также были популярны и рисовали для известных журналов, таких как *Vogue* и *Harper's Bazar*.

После 1930-х годов иллюстрацию все больше стала сменять фотография. С 1940-1950-х годов модная иллюстрация переместилась на рекламные щиты. Рене Грюо, сотрудничавший долгое время с Dior и во многом определивший имидж известного Дома Моды, дал новое дыхание фэшн-иллюстрации. Рене Грюо известен как мастер лаконичности и элегантности (рис. 1). Многие известные художники попробовали себя в качестве фэшн-иллюстратора, например, Сальвадор Дали: работы известного сюрреалиста были на обложках *Vogue* и *Harper's Bazaar* [2].



Рисунок 1 – Модная иллюстрация Рене Грюо

Дэвид Даунтон, современный классик fashion-иллюстрации, принес новые техники и решения (рис. 2). Его работы выглядят как компьютерная графика, но художник использует только традиционные материалы (тушь, гуашь, акварель). Иллюстрации Даунтона публикуют самые известные модные журналы – Vogue, Bazaar, L'Officiel. Клиентами Дэвида Даунтона являются Tiffany & Co, Bloomingdales, Barney's, Harrods, TopShop, Chanel, Dior, L'Oreal, Vogue, Harper's Bazaar, V Magazine и Музей Виктории и Альберта. Несмотря на век технологий, людям продолжает нравиться модная иллюстрация [1].



Рисунок 2 – Модная иллюстрации Дэвида Даунтона

Фешн-иллюстрация в современном мире – стильная реклама для модных брендов, привлекающая к себе внимание, это синтез искусства и моды. Модная иллюстрация может использоваться как принт на одежде: цифровая печать позволяет качественно нанести рисунок, передать все детали. Это рекламное искусство, и, как правило, главная идея модной иллюстрации – привлечь внимание, продать. Продать изображенную одежду, аксессуар, а возможно, и весь образ. Именно образ, в первую очередь, считывается, когда смотришь на модную иллюстрацию (рис. 3). Если фотографии – это реалистичное представление действительности, то иллюстрации – утрированное. По фотографии не всегда можно считать силуэтную линию одежды, образную составляющую того или иного бренда, а иллюстрации отлично передают имидж компании [3, 4].

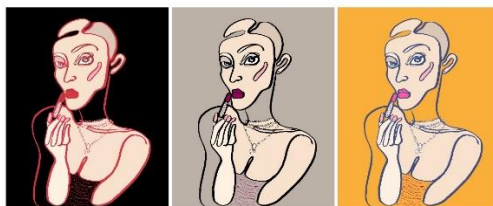


Рисунок 3 – Модная иллюстрация, автор Лоскутникова Полина. Работа выполнена в рамках курса по концептуальной графике на магистерской

программе доктора искусствоведения, проф. Макаровой Т.Л. «Образ, знак, символ в современном дизайне»

Многие марки одежды и аксессуаров сейчас все чаще обращаются к иллюстраторам. Благодаря активному развитию социальных сетей, появилось множество художников, которых раньше никто не замечал. Модные бренды работают не только с уже успешными иллюстраторами, но и дают возможность малоизвестным. Главное, чтобы стиль художника вписывался в образ бренда.

Фотографией в рекламе сейчас мало кого удивишь, а рисованными баннерами и плакатами можно. Модные журналы и дизайнеры предпочитают использовать именно иллюстрации для создания рекламных кампаний, т.к. рисунки позволяют покупателю пофантазировать, примерить на себе интересный образ. Рынок пресытился рекламой, не вызывающей эмоций и не дающей волю воображению, поэтому модная иллюстрация сейчас стала особенно актуальна.

Список использованных источников:

1. Fashion иллюстрация - история, упадок и возрождение. – URL: <https://mylitta.ru/624-fashion-illustration.html>

2. Искусство и мода: все, что нужно знать о fashion-иллюстрации. – URL: <https://hochu.ua/cat-fashion/longread/article-55364-iskusstvo-i-moda-vse-cto-nuzhno-znat-o-fashion-illyustratsii-chtobyi-vyigrat-v-konkurse/>

3. Макарова Т.Л., Гильденштерн С.Ф. Знаки в современной модной иллюстрации // Костюмология, 2019 №1, <https://kostumologiya.ru/PDF/11IVKL119.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

4. Модная иллюстрация: что это, история и новый виток популярности. – URL: <http://fashionstudies.ru/modnaya-illyustraciya-cto-eto-istoriya-i-novuj-vitok-populyarnosti/>

© Лоскутникова П.А., 2019

УДК 004.4'24

Лошанкова В.А. РОЛЬ АВТОМАТИЗАЦИИ В РАЗВИТИИ ВЕБ-ДИЗАЙНА

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

В современном мире внедрение автоматизации является повсеместной практикой. Всё больше процессов заменены на технологии, а ролью человека становится грамотная подготовка входных данных, сопровождение автоматизированного процесса и анализ выходных данных. Чем сложнее и менее рутинный процесс, тем сложнее он подвергается автоматизации. Но всё-таки каждая деятельность человека в любом случае стремится к компьютеризации и веб-дизайн не исключение.

Веб-дизайн – это относительно новая отрасль дизайна, активно развивается по сей день, наращивая стандарты, технологии и методы. Самое главное в понимании вектора развития данной сферы, это причислять ее не только к дизайну, но и непосредственно к веб-разработке. Веб-дизайн занимает весомую часть разработки, так как определяет не только внешний вид сайта или веб-приложения, но и его логику работы, последовательность страниц, расположение текста и интерактивных объектов. В компетенцию специалиста веб-разработки должны входить не только знания дизайна, но и знания технических сторон веб-разработки и поведения пользователя. Веб-дизайнер должен уметь составлять картину пользователя, понимать направленность продукта или услуги, чувствовать рынок и тенденции. И оперируя всеми знаниями о пользователе, должен проектировать систему таким образом, чтобы сподвигнуть посетителя сайта к определенным действиям.

Как и любая другая профессия, веб-дизайн претерпел ряд изменений, и на заре веб-разработки существовал лишь в зачаточной форме. Примерно в 1986-1990 году Тимом Бернсом-Ли был создан язык гипертекстовый разметки HTML. Этот язык задумывался как средство форматирования документации без привязки к средствам отображения, то есть HTML текст должен был воспроизводиться на любом устройстве без искажений. Осуществлялось форматирование с помощью структурных и семантических элементов – дескрипторов или тегов. В конце 1991 года появляется первый HTML-сайт в сети интернет, с чего и начинается повсеместное распространение веб-сайтов.

Веб-технология развивалась очень быстро, уже через два года использования HTML-разработчики начали задумываться об идентификации сайтов. И примерно с этого момента ведутся разработки по внедрению новых технологий в веб, которые позволят добавлять на веб-страницы медиа контент, создавать более сложную верстку. Так в 1996 году появляется формальный язык каскадных стилей или CSS. И в 1997 году с появлением HTML 4.0 начинается новая веха веб-разработки и примерно с этого момента дизайн становится всё более значимым и явным звеном веб-разработки.

В данный момент веб-дизайн не закончил свою трансформацию и всё ещё развивается. Так как паттерны до сих пор меняются в этой сфере и не подлежат так таковым стандартам, говорить о полной автоматизации процесса разработки дизайна сайта пока еще рано. Но некоторые аспекты уже подверглись автоматизации. Главная цель большинства автоматизаций – это избавление процесса от рутинной работы. Цикл создания макета сайта, приложения или страницы состоит из анализа и исследования; формирования идеи; создания прототипов; создания макета.

Самыми долгими из этапов являются «Анализ и исследование» и «Формирование идеи», так как они подразумевают затраты времени на обсуждения элементов дизайна, изучения конкурентов, технических возможностей, ресурсов и так далее. Все эти итерации, безусловно, важны для создания прототипа, а впоследствии и готового макета, но из-за количества сотрудников, различий осведомленности в той или иной сфере, расхождений во мнении, работа сильно замедляется. Для ускорения подготовительной работы перед разработкой прототипа были созданы технологии и методы, позволяющие агрегировать информацию из разных источников в читаемую систему. Созданы сервисы и программы, которые позволяют создавать визуальную карту сайта, который является схематическим изображением структуры страниц. Одним из многих подобных сервисов является FlowMapp. Данный сервис решает проблему связи команды разработчиков, в числе которых и дизайнер, и клиента. Информация подается схематически, требуя минимум знаний для понимания. Все версии и идеи хранятся в облаке и всегда доступны, поэтому потеря прогресса или каких-либо идей сводится к минимуму. Также налажен учета затраченных ресурсов, система обратной связи, и утверждения финальной версии. Таким образом, разработка версии ведется более качественно и слаженно, а главное с минимум временных затрат. Автоматизация решает проблему выбора между скоростью и качеством, позволяя выбрать и то и другое.

«Любая работающая сложная система развивается на базе работающей простой системы. Сложные системы, созданные с нуля, никогда не будут работать в реальном мире, поскольку в процессе разработки на них не влияли факторы отбора, присущие среде». Этот закон обрел большую популярность в среде разработки. Отличной иллюстрацией его служит развитие World Wide Web, описанная в самом начале статьи. А в разработке сервисов и сайтов этот закон превратился в тенденцию старта разработки с MVP (minimum viable product) – минимального жизнеспособного продукта или прототипа. На этапе «Создание прототипа» разрабатывается макет продукта с минимальным функционалом, который будет стабильно работать и легко дополняться обновлениями. Данный этап достаточно сильно похож на предыдущий, однако именно здесь на основе полученной информации, формируется прототип макета, обсуждается внешний вид. Важной частью этого этапа является не только избежание расхождений требований и решений, но и презентация будущего продукта. Если заказчик один, а исполнителей много, то зарекомендовать себя нужно как можно быстрее и эффективнее. Для того, чтобы не тратить времени на верстку прототипа сайта, который может и не стать окончательным вариантом, созданы автоматизированные системы, которые позволяют имитировать верстку. Такие системы служат не только для заказчика, но и

порой для всей команды разработчиков, так как в эмулированной версии будущего продукта можно обнаружить недоработки. Примером такой автоматизированной системы создания прототипа может стать программа Photo.io, которая может имитировать не только внешний вид, но и поведение веб-приложения, вплоть до реагирования на ошибки и анимации. И всё настраивается без программирования и кода, только с помощью нативно понятного интерфейса. Создание прототипа особенно важно в сложных системах страниц, когда не всегда очевидно поведение тех или иных объектов сайта.

Самой сложной для автоматизации частью разработки дизайна является создание макета. Для создания макетов используется компьютерное ПО (например, Adobe Photoshop), которое в достаточной мере ускоряет и упрощает процесс. Однако для пользования данным видом программного обеспечения требуется дорогостоящая лицензия и навыки. Данные программы подходят под понятие автоматизации, однако не в полной мере, так как работа человека всё еще требуется в большом объеме. У программ есть большой минус для рядового пользователя – наличие огромного количества функционала. Если для профессионала это будет несравненным плюсом, так как функционал будет увеличивать возможности, то для начинающих специалистов количество доступных функций и опций станет помехой в получении качественного результата. Поэтому в свою очередь были разработаны сервисы и программы, которые позволяют создавать качественные макеты сайтов без квалифицированных знаний. В категорию таких программ попадают, к примеру, Wix и косвенно WordPress.

Профессия веб-дизайна не стоит на месте, несмотря на ее относительную молодость. Почти все аспекты профессии активно автоматизируются с большим или меньшим успехом. Сам веб-дизайн сильно изменился с момента его расцвета, а дальнейшая форма развития непредсказуема. Параллельно с созданием программного обеспечения, облегчающего работу и сводящего к минимуму рутину и потерю наработанной информации, идет разработка нейросетевых технологий, которые смогут позволить создавать макеты полностью без участия человека, основываясь только на входных параметрах. Прототипы подобных технических решений уже существуют в наше время, однако не дают настолько качественного решения, насколько это может дать специалист. Есть большая вероятность того, что веб-дизайн будет поглощен веб-разработкой и дизайнеры будут больше применять знаний из области технологий.

Список использованных источников:

1. John Gall “Systemantics: How Systems Work and Especially How They Fail” 1978;

2. Ken Orr “Structured requirements definition” 1982.
3. Steve Krug “Don’t make me think! A common sense approach to web usability. Second edition” 2007;

© Лошанкова В.А., 2019

УДК 0.09.099.5

Луговская Д.Д. ИССЛЕДОВАНИЕ КНИГИ ХУДОЖНИКА КАК МУЛЬТИИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО ФЕНОМЕНА

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

После изобретения печатной книги в 15 веке Гутенбергом, начались кардинальные сдвиги структуры мышления, повлекшие за собой постоянное, планомерное снижение аудио-тактильного восприятия. Определение идентичности бумажной книги в условиях электронной экспансии и формирование обоймы конструктивных решений, как средств противодействия, в настоящее время является особенно острой проблемой и становится чуть ли ни главной целью проектирования качественного издания. Выяснение способов достижения и выявление оптимальных материалов для реализации, несомненно, поможет в достижении максимального результата. Однако над подобным вопросом уже размышляли и успешно проектировали многие мастера прошлых столетий, когда книга стала переходить в разряд предмета искусства не только из-за внутреннего оформления, но и большей смысловой нагрузкой на конструкцию, материал и даже форму. Так, книга постепенно перестает быть просто «хранилищем» изображений и символов повествования. Теперь, когда она дистанцировалась от своей первоначальной структуры и функции, позволяет использовать себя в качестве образного пространства искусства, являясь комбинацией знаков и символов.

В начале 20 века художники – футуристы, дадаисты, сюрреалисты – стремились, во что бы то ни стало, стереть границы, разделяющие текст и графику. Используя открытые ими приемы, позволяли усиливать экспрессию текста и достигать большей ритмической организации. Многие работы выполнялись ради эпатажа, печатаясь на обоях, мешковине, выполняясь в виде колбасы или используя прозрачные листы. В этот же период Эль Лисицкий, Александр Родченко и Варвара Степанова разрабатывали приемы фотомонтажа и заложили основы книжного дизайна, а Михаил Ларионов и Наталия Гончарова изобрели новый тип литографированной книги, изданной в технике «самописьма» [1]. Искусствовед Чудецкая А., говоря о концепции взаимодействия текста и изображения в эпоху футуризма, отмечает, что «Художник с помощью всех доступных ему средств, начиная от всего многообразия шрифтов, выбора художественной техники для иллюстраций и элементов

оформления, техники печати, и заканчивая выбором бумаги, создаёт законченный образ, образ текста или образ-текст. Этот образ есть своеобразная интерпретация художником произведения, если таковое используется или эпохи со всем многообразием её культурных текстов».

50-60-е года прошлого века стали переломным, поворотным моментом в творческом процессе. Теперь, художники все больше уходили в эксперименты, выпуская поистине уникальный продукт, отвечающий запросам современности и способствующий формированию все более специфической публики, жаждущей уйти от обыденности. Что характерно для этого периода, в котором превращение искусства книги из некоего «идеального» образа переходит в коммуникационную среду [2].

Концептуальное искусство 70-80-х годов отразилось в слиянии жанров. Например, книги-кубики Риммы и Валерия Герловиных существовали в виде геометрических форм с размещенным снаружи и внутри текстом. Кубики, как правило, скрывали в себе предложения вроде «Душа. Не открывать, а то улетит!» – «Вот и улетела!» (1974) [1].

Начиная с 1990-х годов, жанр книги художника существенно отошел от исторического источника. Новые медиа, опыты концептуалистов, активное развитие и продвижение зин-культуры (самодельные брошюры, журналы, манифесты западной культуры и самиздат советской) нашли свое отражение в исследуемой категории, предоставляя возможность с ее помощью преодолеть «кризис постмодерна». Такая возможность появляется за счет разрешения противоречия между новизной и традицией. А именно благодаря опоре на опыт передачи информации, сохранение традиций печатной графики и издательского дела, наследование классической и авангардных традиций, ориентирована на самовыражение и производство нового, а также обращается к постмодернистским приемам микширования, игры, мистификации и симуляции.

С 2009 по 2015 год проводится довольно много разноплановых выставок и проектов, а с 2014 года в Российской библиотеке искусств начал свою работу «Клуб “Книга художника”».

Книга художника определенно является феноменом мульти-интеллектуальным и политически-культурным, формирующим новую культурную идеологию. Главная ее особенность есть, не что иное, как синтез различных интеллектуальных и духовных практик. Именно за счет нахождения на стыке различных форм деятельности, образуя некий «диалог времен, культур, технологий, жанров», как пишет Погарский М. В. в своей монографии «Книга Художника» [3]. Непосредственное присутствие художника и намерение использовать книгу как вдохновение, переводит ее на новый уровень восприятия, наполняя еще большим смыслом – единственным разрешением на высказывание. Именно за счет наполнения дополнительными смыслами позволяет превратить издание из

простого напечатанного текста в вещь, «меняющую» человека. Дизайнер, художник книги (не путать с иллюстратором, который не может выйти за рамки текста) обладающие синтетическим и аналитическим типом мышления профессионалы, свободны от рамок визуальных высказываний. Каждый их проект – шаг прогресса, объект нового языка, зеркало времен, остро проявляющее многоуровневые потребности арт-высказываний. В книге художника абсолютно все ее составные части соединяются и интегрируются, становясь инструментом синтеза искусства.

«Книга художника – это всегда законченный образ, в основе которого лежит единство всех использованных художником графических элементов. Часто произведения, созданные в рамках этого направления, называют не книгой для чтения, а книгой для глаз. Но глазами мы можем не просто увидеть графические объекты, но и «прочитать» текст через образ. Этот образ не классическая иллюстрация, а весь комплекс элементов, включённых в архитектуру книги. Художник с помощью всех доступных ему средств, начиная от всего многообразия шрифтов, выбора художественной техники для иллюстраций и элементов оформления, техники печати, и заканчивая выбором бумаги, создаёт законченный образ, образ текста или образ-текст. Этот образ есть своеобразная интерпретация художником произведения, если таковое используется или эпохи со всем многообразием её культурных текстов» – говорит искусствовед Григорьянц Е.

В настоящий момент книга художника являет собой связующую нить между реальным и виртуальным мирами. Она единственная, кто «противостоит» масс-медиа и может включать в себя новые технологические разработки и использовать весь доступный инструментарий нового медиа [4]. В добавление, надо заметить, что этот жанр при переводе его в электронный вид абсолютно потеряет свою уникальность и значимость. Ведь именно в непосредственном взаимодействии читателя с книгой, она начинает работать, «оживляя» все заложенные в ней смыслы.

Книга художника не просто «арт-объект», выставочный экспонат, это феномен, который позволяет художнику с одной стороны свободно с ней обращаться, предоставляя безграничные возможности для творческой самореализации, а с другой, имея собственную, сложившуюся веками, структуру, дисциплинирует любые смелые эксперименты. Таким образом, художник, подчиняясь выбранному материалу, формату и способу реализации в целом, может создать уникальный объект.

Список используемых источников:

1. Сохарева Т. Образ-текст: книга художника в XXI веке. [электронный источник] – АртГид - <http://artguide.com>

2. Маффей Дж., Пикчау М. Книга как произведение искусства., - (Италия)., 2008 г. – 160 С.

3. Погарский М. В. Книга художника., - 365 илл., М.: 2015 г. - 416 С

4. Погарский М. В. Книга художника, как основа парадигмы культуры. – [электронный источник] - <https://syg.ma>

© Луговская Д.Д., 2019

УДК 74.01/.09

Лушпай А.Д. СОЗДАНИЕ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ КАФЕ МЕКСИКАНСКОЙ КУХНИ МЕХИ

Дальневосточный федеральный университет

На сегодняшний день конкуренция во всех областях товаров и услуг очень велика, что делает практически невозможным задачу выделиться на рынке только за счет качества продукта. Фирменный стиль формирует образ компании в глазах потребителя и дает ей индивидуальность. Кроме того, он несет рекламную функцию. Бренд с запоминающимся оформлением нуждается в меньших затратах на рекламу на телевидении или радио, так как люди визуально узнают и выделяют продукт среди аналогов.

Оформление фирменного стиля предполагает определенную цветовую гамму, обычно в пределах от трёх до пяти цветов. Элементом стиля так же могут служить персонажи или орнаменты. Это обусловлено стремлением производителей и рекламодателей привлечь дополнительное внимание к производимым товарам или оказываемым услугам и выделить их на рынке среди прототипов за счет узнаваемости. Для этих целей компании выпускают большое количество разнообразной раздаточной и сувенирной продукции.

Целью исследования является создание фирменного стиля, формирование образа мексиканского кафе МЕХИ в глазах его посетителей с помощью иллюстративного ряда и фирменного героя компании, а так же изучение уникальных культурных особенностей данного региона.

Рассмотрим понятие фирменного стиля более подробно. Согласно словарю маркетологов, фирменный стиль – это единство элементов стиля, идентифицирующих принадлежность всего, на чем размещаются эти элементы, включая товары, средства коммуникации и коммуникационные сообщения к конкретной фирме и отличающих ее от конкурентов. К его главным функциям относят идентификацию, доверие и рекламу.

Самые первые прототипы элементов фирменного стиля относят к временам античности. Именно тогда появляются системы обозначения принадлежности товара в виде клейма, выступающего в роли логотипа и стилевое единство. В расшифрованных надписях были имена

ремесленников, владельцев мастерских, что говорит о том, что необходимость идентификации товаров существовала всегда.

Все элементы фирменного стиля направлены на то, чтобы выделить бренд среди других аналогов. Когда люди запоминают основные атрибуты стиля товара, им становится легче распознать его в огромном количестве изображений и упаковок и делать выбор в его пользу. Еще одной функцией фирменного стиля является формирование ценностей бренда и их визуальное отражение. Если бренд отвечает по восприятию и эстетической составляющей предпочтениям своей целевой аудитории, он вызывает положительные эмоции в их сознании, тем самым увеличивает вероятность обращения к продукту или услуге именно этой фирмы.

Помимо всего вышеперечисленного, наличие фирменного стиля поднимает корпоративный дух внутри предприятия, создавая ощущение принадлежности к фирме. Отсюда следует, что личная айдентика компании благоприятно влияет не только на восприятие и продаваемость продукта, но и работает на улучшения качества самого продукта или услуги.

При разработке данного фирменного стиля была выработана оригинальная концепция – кафе с мексиканской кухней, где в отличие от ресторанов будут присутствовать закуски и разнообразие кофейных напитков. Любая концепция нуждается в поддержке соответствующих теме графических элементов. В ходе работы были рассмотрены и выбраны стили шрифта для логотипа, выполняющие различные функции, найдена цветовая гамма, и разработана тематическая иллюстрация. Фирменный стиль кафе МЕХi состоит из линейки иллюстраций, в которой представлены основные ассоциации с Мексикой и история путешествия двух марьяччи, двух видов визиток, 4 вида особых кофейных стаканчиков для кофе, флаер для дня красного перца, буклет с видами перца, оформление автобуса, такси и фестивальной сцены, прессвола с фотозоной, два плаката-растяжки на здания, рекламный щит, длинный стол для дигустации перца, кофейный киоск, лавка и канцтовары в виде карандаша, ручек и значков.

Сегодня в центральной России существует несколько ресторанов, но ниша кафе с мексиканскими закусками и кофе еще не занята, что придает проекту уникальность. Для того чтобы охватить не только традиционные пункты фирменного стиля, но и показать как он работает на местности была выбрана дополнительная подтема летний фестиваль красного перца.

Перед тем как приступить к разработке основной графической составляющей, нужно обратиться к стратегии бренда, потому что именно от нее впоследствии зависит успешность производимого товара или услуги у потребителя. С наибольшей вероятностью будет продаваться продукт, который отвечает представлениям покупателей и вызывает доверие и

приятные ассоциации. Чтобы компания получила большую выгоду, ей нужно понять на какой сегмент рассчитана ее продукция. Ориентирование на всех потребителей сразу приводит к рассеиванию внимания и к тому, что дизайн не находит свой отклик у людей. Отсюда следует, что первым этапом разработки является определение целевой аудитории и ее основных потребностей и предпочтений. Целевая аудитория кафе, являющегося темой данной работы, молодые люди в возрасте от 16 до 27, которые не боятся пробовать новое и часто пьют кофе, поэтому заинтересованы в его разнообразии.

Вторым этапом становится поиск названия, отражающего концепцию фирмы и создание логотипа с ним. Название не должно быть слишком длинным или витиеватым, так как это делает процесс его запоминания потребителем более сложным. В данном случае в качестве названия и шрифтового логотипа выступает слово «mexi» сокращение от «mexican». Это название достаточно короткое, но запоминающееся и сразу вызывает правильные ассоциации. Чтобы логотип смотрелся гармонично и говорил сам за себя, было принято решение сделать его лаконичным, но запоминающимся с точки зрения словообразования. Основным его цветом был назначен оранжевый оттенка «гранатовый» – один из цветов фирменного стиля. Этот цвет придает ощущение праздника и хорошо выделяется на светло-зеленом фоне, в котором представлено большинство элементов фирменного стиля. В редких случаях допускается изменение цвета в пределах гаммы данного фирменного стиля.

Цветовая гамма фирменного стиля оказывает воздействие на его восприятие целевой аудиторией. Поскольку темой данного фирменного стиля является мексиканское кафе, было принято решение выбрать теплые цвета, которые будут ассоциироваться у людей с едой и непосредственно с мексиканской кухней. Обычно в фирменном стиле участвуют от трех до пяти цветов, но поскольку фирменная иллюстрация, разработанная для этой работы сложна, колорит был расширен до 4 основных цветов и их оттенков, которые в сумме составляют девять цветов: оранжевый, три вида коричневых, два вида желтых и четыре вида зеленых (см. рис.).

В ходе работы дано определение фирменного стиля как единицы дизайна, рассмотрены графические средства и техники исполнения иллюстративной составляющей и проанализированы наиболее часто встречающиеся носители. Вышеупомянутые этапы проектирования имеют цель приобретения и расширения знаний в области создания фирменного стиля. Кроме того, были изучены особенности дизайна и функции фирменного стиля как средства маркетинга и рекламы



Рисунок – Фирменный стиль кафе

Список использованных источников:

1. Шпикерманн, Э. О шрифте / Э. Шпикерманн. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. – 208 с.
2. Эйр, Д. Логотип и фирменный стиль. Руководство дизайнера/ Д. Эйр; – М.: Издатель Дмитрий Аронов, 2013. – 480 с.
3. Туэмлоу, Э. Графический дизайн: фирменный стиль: новейшие технологии и креативные идеи / Э. Туэмлоу; [пер. с англ. К. Крутских]. – М.: АСТ: Астрель, 2006. – 256 с.
4. Роуден М. «Корпоративная идентичность» / М. Роуден; – М.: Добрая книга, 2015. – 296с.
5. Иттен Й. Искусство формы/ Й. Иттен; – М.: Изд. Д.Аронов, 2001. – 136с
6. Чуа, П., Иллисик, Д. Лого логика/ П. Чуа, Д. Иллисик; – РИП-Холдинг, 2008. – 192с.
7. Бейтман, С., Хайленд, А. Символ/ С. Бейтман, А. Хайленд; – Питер, 2012. – 296с.
8. Тейлор, Н. Выбор имени, или все о нейминге/ Н. Тейлор; – ОлимпБизнес, 2010. – 208с.
9. Люптон, Э. Графический дизайн от идеи до воплощения/ Э. Люптон; – Питер, 2013. – 184с.
10. Иттен Й. Искусство цвета/Й. Иттен;–М.:Изд.Д.Аронов,2018. – 96с

© Лушпай А.Д., 2019

УДК 745.03

Лыкова К.Ю., Бугровская А.С. **ПРИМЕНЕНИЕ ОПТИЧЕСКИХ ЭФФЕКТОВ В СОВРЕМЕННОМ СТУДИЙНОМ СТЕКЛОДЕЛИИ**
Московская государственная художественно-промышленная академия имени С.Г. Строганова

Вплоть до начала 20-го века большая часть производства стекла осуществлялась на фабриках. Даже художники, реализующие собственные творческие проекты, выполняли свою работу там же. К 1970-м годам были созданы новаторские проекты небольших печей, и в Соединенных Штатах это привело к появлению движения стеклодувов, занимающихся

«студийным стеклом», которые работали вне заводов, часто в своих собственных мастерских или студиях, что стало основой для развития так называемого авторского стекла. Одним из основателей этого движения можно назвать Харви Литтлтона. Он получил поддержку директора музея искусств Толедо Отто Виттманна для проведения семинара на их территории, чтобы изучить, как художники могут создавать произведения из расплавленного стекла в своих собственных студиях, а не на фабриках.

В 1969 году Музей искусств Толедо построил Стекланный ремесленный павильон, ставший первым музеем, в котором была сконструированна студия, специально предназначенная для обучения технике обработки стекла. Движение студийного стекла возникшие в Америке, распространилось на Европу, Великобританию, Австралию и Азию. Вместо крупных промышленных печей художник по стеклу теперь может работать с небольшой стеклянной печью в индивидуальном порядке и экспериментировать с технологией и поиском художественного образа.

Во второй половине XX века студийное движение в Европе получило стремительное развитие, приобретая характер всеобщего художественного феномена. Принципиально новым моментом явилось то обстоятельство, что в искусство стекла XX века приходит художник-профессионал, автор – творец [2, с. 49].

Студийное стекло нашло свое выражение, как и в горячей технике обработки, так и в холодной. Изменения в области технологий требовали поиска нового способа художественного выражения. Впервые об этом заявило движение итальянских футуристов. Они признавали скорость, движение, динамика, антистатистику как новый предмет изображения. Эти принципы легли в основу кинетического искусства. Под этим понятием подразумевается не только физическое перемещение объекта, но также и его какого-либо рода преобразование, трансформация. Этого можно достичь различными способами: это может быть преобразование, вызванное самим зрителем объекта, сила ветра, движение мотора, электромагнитные силы или что-либо иное. Одним из направлений в кинетическом искусстве является оптическое искусство или оп-арт.

Данное течение также использует различные оптические иллюзии, основанные на особенностях восприятия плоских и пространственных фигур. Обычно при восприятии реальных объектов мира иллюзии возникают редко, поэтому, необходимо было поставить глаз в необычные условия, заставить его решать нетиповые задачи. Оп-арт пытается обмануть человеческое зрение, вызвать образ «несуществующий». Визуально противоречивая конфигурация создает конфликт между фактической формой и формой, которую воспринимает визуально глаз. Он дает зрителю впечатление движения, скрытых изображений, вспыхивающих и вибрирующих узоров, или припухлости или деформации.

Свои истоки течение «оп-арта» берет внутри абстракционизма, точнее, его разновидности – геометрической абстракции. Ведущим представителем направления оптического искусства является Виктор Вазарели. Чтобы достичь внешних оптических эффектов, используются материалы, имеющие отражающую поверхность, например металл, стекло, пластик. Также использование оптических иллюзий стало излюбленным приёмом в графическом дизайне.

Искусство «оп-арта» популярно и сейчас. Оно находит новые формы выражения практических во всех материалах, и многие современные художники и скульпторы используют его. Также направление «оп-арта» не обошло и искусство стекла. Так элементы оптических иллюзий и кинетического искусства можно наблюдать в искусстве испанского скульптора Франциско Собрино Очоа. Художник сфокусировался на исследовании света, пространства и движения, объединяя плоские или рельефные геометрические формы для достижения виртуального движения в скульптуре. Он сосредотачивает свои поиски на кинетическом искусстве, беря за образец работы Виктора Вазарели, ведущего представителя направления «оп-арт». Искусство Дилана Мартинеза часто исследует границы человеческого восприятия. Его работы впечатляют зрителя посредством манипулирования светом, пространством и оптическими свойствами стекла. Под влиянием традиционных технологий в изготовлении стекла, он постоянно стремится открывать новые подходы к использованию материала. В работе «Перевернутая логика» Дилан использует стекло с небольшим количеством линз, через которое мы смотрим на простую линейную графику, нанесенную на стене. Линзы преломляют линии, создавая новое графичное изображение, которое мы видим, смотря только через стекло. Стекланные скульптуры Петра Борковича тоже используют линейную графику, но в материале. Чередуя тонкие блоки прозрачного и цветного стекла, спекая их, он создает движение в стекле. Красота этих застывших стекланных искажений – не только результат материи, но и сознательное планирование. «Стекло – непредсказуемый материал, и мой основной интерес сфокусирован в манипулировании им и его последующем поведении. Мое внимание обращено на стекло в виде застывшей жидкости, несущей в себе внутренние рабочие силы. Стекло и я дополняем друг друга! Я заканчиваю то, что начал материал, и там, где моих знаний недостаточно, материал берет верх и продолжает работу. Я часто использую геометрические сетки, чтобы подчеркнуть движение в стекле. Это называется «управляемый случай», но я просто считаю это интересной игрой манипуляций [3].

Современное художественное стекло сегодня отличается большим стилистическим и технологическим разнообразием. Оно выступает не только как утилитарный объект или предмет дизайна, призванный решать

поставленную задачу, но и как самостоятельный объект современного искусства особенно активно стало использоваться в инсталляциях [1].

Художественное стекло пропустило через себя все направления и стили в искусстве и продолжает свое развитие.

Список использованных источников:

1. Л. В. Казакова. Мировое художественное стекло XX века. Основные тенденции. Ведущие мастера. – М.: Пинакотека, 2007. – 272 с

2. Казакова Л. В. Художественное стекло XX века: Основные тенденции. Ведущие мастера. К проблеме мирового студийного движения: автореферат дис. доктора искусствоведения: 17.00.04 / Рос. акад. художеств. - Москва, 2000. - 71 с.

3. Peter Borkovics [Электронный ресурс]:–Биография–режим доступа <https://plateaux.co.uk/artists/51-peter-borkovics/works/9426/>

© Лыкова К.Ю., Бугровская А.С., 2019

УДК 75.055: 7.035.93

Лысенко Д.Л. ПОСУДА И ВАЗЫ В СТИЛЕ АР-НУВО

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Художественную атмосферу конца XIX – начала XX века невозможно представить без предметов декоративно-прикладного искусства. Стиль Ар-Нуво оказал огромное влияние на технологию производства изделий из стекла, глины, керамики, а также на их внешний вид.

Рассмотрим ключевые концепции выдающихся мастеров – новаторов, чье творчество внесло незаменимый вклад в развитие искусства «живых форм» периода Ар-Нуво.

Кристофер Дрессер (1834-1904 гг.) был одним из первых независимых промышленных дизайнеров, отстаивавших реформу дизайна в Великобритании 19-го века, в современном производстве обоев, текстиля, керамики, стекла, мебели и металлоизделий. Дрессер разработал три вазы для J. Courer и Sons, производителей стекла в Глазго. Дизайн Дрессера для стекла Clutha демонстрирует мастерство художника и его особую любовь к выдувному стеклу. Сам дизайнер описывает своё отношение к работе следующим образом: «Стекло имеет расплавленное состояние, в котором оно может быть взорвано в самые красивые формы, этот процесс, это работа, но несколько секунд, если материал обработан в его самой простой и подходящей манере, полученные результаты являются более красивыми, чем те, которые получены любым околным методом производства». На мой взгляд, его подход к созданию новаторских оригинальных и выразительных форм, а также выбор определённого цвета,

обусловлен влиянием на его вкус японской культуры и использованием в работах разнообразие цвета римского и ближневосточного стекла.

Помимо всего прочего, Эмиль Галле также использовал в стеклоделии образы природы. Однако его отличительная особенность заключается в том, что он применял технологии, помогающие усилить различные свойства стекла. Например, он создавал нарочитые трещинки, стремясь добиться новых художественных эффектов. Мастер создал авторскую технику *clair-de-lune* (лунный свет), которая позволяла изготавливать стекло многослойным, обрабатывал изделия кислотой, красителями, декорировал их резьбой и объемными фигурками, тем самым создавая каждую свою работу эксклюзивной и неповторимой в своём роде с точки зрения эстетики. Галле прекрасно освоил и усовершенствовал технику китайского многослойного стекла и выполнял из него разнообразные изделия, как с глубокой гравировкой, так и с разработанным им послойным травлением на разную глубину, что позволяло получать богатые и сложные цветовые сочетания.

Совершенствуя методы обработки многослойного стекла, Галле создал свою знаменитую технику «*marquetriedeverre*». Техника заключалась в том, что декорация создается включением в горячую массу стекла того или иного изделия полу расплавленных кусочков стекла, подобранных по цвету и размеру. Остывшее произведение затем полируется и подвергается дополнительной обработке на абразивном колесе. Также художник изобрел второй вариант данной техники: мастер «накладывает» рельефные детали из полу расплавленного стекла на горячую поверхность с последующим их сплавлением, в следствие чего возникает такое чувство, будто декоративные налесты на изделии выполнены из кусочков воска. Оба описанных способа требовали очень высокого мастерства и допускали много брака, поэтому такая техника не годилась для массового производства. Все вазы, выполненные этими способами, выпускались с личной подписью Э. Галле, изящно выгравированной тонкой линией.

Эмиль Галле работал совместно с братьями Даум, которые собрали вокруг себя лучших мастеров того времени, что принесло невероятнейший коммерческий успех их фабрике, которая существует и по сей день. Их стиль начался с серии небольших, но очаровательных изделий, эмалированных сценами сезонов года: зима, весна, дождь и тонкими цветочными мотивами. Вазы выдувались вручную в форме тыквы, а затем раскрашивались. Это очень ярко отражает влияние Японии на декоративно-прикладное искусство в данный период времени. В отличии от Галле братья Даум использовали флоральные мотивы вне символического контекста, более охотно обращались к пейзажам. Пейзаж выполнен в более ярких, чем у Галле, тонах (эксперименты с цветом

характерны для творческой лаборатории завода Daum). Для иллюстрации данной концепции стиля фабрики рассмотрим в качестве примера антикварную вазу DaumFrères, Nancy «Орхидеи». Изделие декорировано флоральной росписью, представляющей собой композицию из цветов орхидей – символа совершенства и красоты (одного из любимых цветочных мотивов художников из Нанси). Форма вазы, близкая к восточным «кальянным» формам, весьма характерна для 1900-х годов. При взгляде на вазу создается невероятное ощущение, словно она наполняется рассеянным светом, достигая самого яркого свечения в своей верхней части. Такого эффекта мастера Нанси добивались разработанной ими техникой создания многослойного стекла.

Кроме того, важно рассмотреть работы ещё одного выдающегося представителя стиля Ар-Нуво в области декоративно-прикладного искусства. Вазы, лампы из цветного стекла, а также витражи, абажуры и бижутерия принесли американскому художнику и дизайнеру Луису Комфорту Тиффани широкую популярность и коммерческий успех. Художник изобрёл способ соединения небольших кусочков стекла с помощью медной фольги, а также новые виды стёкол. По мнению Тиффани, краски скрывали естественную, первозданную красоту стекла. Именно поэтому, дизайнер стал изучать и изобретать новые разновидности оттенков стекла, невиданные до тех пор. Кроме того, он поставил изготовление опалесцентного стекла, разработанного ранее Джоном Ла Фаржем, и предметов из него на коммерческую основу, придал широкую известность иризирующему стеклу.

Вместе с тем, Тиффани изготавливал не только вазы, но и посуду. Расцвет производства его посуды приходится на период с конца 1890-х годов по 1918 год. Изделия выпускались под несколькими именами компании. Большинство из них было подписано, либо имело штамп или гравировку вокруг основания, с номером модели и инициалами «LCT», «TiffanyStudios N.Y.» (на большей части бронзовых изделий), или «Louis C. TiffanyFavrile».

Стеклопосуда была особо редким товаром и, следовательно, дорогим. Например, гутное стекло, с его золотой историей, в виде вплавленных золотых частиц, потоками стремящейся лавы на шероховатые базальтовые поверхности, а также кипрское стекло, создающее впечатление старого римского стекла, являются примерами выдающихся изделий Тиффани.

В произведениях Тиффани есть свойственное японским мастерам ощущение красоты фактуры, извлечение эстетического эффекта из сопоставления блестящего и матового, пористого и гладкого.

В работах Огюста Деллаэрша, французского керамиста, так же прослеживается большое влияние японской культуры. Художник

экспериментировал с температурными режимами, вследствие чего получил необычайно широкую гамму оттенков глазурей и градаций цвета в керамических изделиях. Кроме того, Делаэрш разработал глазурь, которая свободно стекала по поверхности изделия. Вскоре этот прием стал настолько популярен, что его начали применять практически все керамисты того времени.

Таким образом, под воздействием нового течения Ар-Нуво, было создано огромное количество неповторимых в своей красоте изделий посуды и ваз. Художники открыли множество самых различных технологий изготовления вещей декоративно-прикладного искусства, наполнив каждую природной изящностью формы и поражающим воображение многообразием цветовых сочетаний. Стиль ар-нуво внёс незаменимый вклад в развитие промышленного дизайна.

© Лысенко Д.Л., 2019

УДК 658.512.2

Люткина А.С., Зырина М.А. АНАЛИЗ РАЗЛИЧНЫХ СЦЕНАРИЕВ ОСВЕЩЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ ПРОСТРАНСТВ В ГОРОДСКОЙ СРЕДЕ

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Три столетия назад Петр I предписал освещать главные улицы Петербурга, став первым городом России, в котором появилось уличное освещение. Актуальность данного анализа обусловлена тем, что современный житель крупного мегаполиса все больше времени работает и отдыхает вне зависимости от времени суток. Освещение городских общественных пространств – важный аспект, требующий профессиональных навыков и позволяющий создать комфортную среду для человека, а также решить функциональные и эстетические задачи.

Целью данной работы является изучение и структурирование современных сценариев освещения городских пространств.

Уличное освещение, как было отмечено ранее, – это узкоспециализированная сфера. К примеру, подсветка деревьев зависит от местоположения подобранных светильников, их высоты и мощности, цветовой температуры и самого вида подсвечиваемого дерева. Светильник довольно часто является единственным элементом дизайна, который привлекает внимание, и это влияет на восприятие человеком окружающей среды. При создании сценария освещения необходимо учитывать характер пространства и изменять сценарий в зависимости от времени года и суток.

К сожалению, в нашей стране используется далеко не весь имеющийся и уже апробированный в мире технический и креативный потенциал городского освещения. Это объясняется климатическими

особенностями страны, а также уже проверенными временем традициями городского освещения.

На сегодняшний день освещение городской среды можно классифицировать на несколько типов в зависимости от метода и места их применения:

1. Локальное освещение – выделение отдельных деталей. Например, подсветка элементов фасадов, арт-объектов, растений.

2. Контурное освещение – это выделение границ всего объекта. Например, подсветка здания по периметру, ленточное выделение вдоль путей движения.

3. Заливающее освещение. Такой тип не препятствует целостному восприятию композиции, благодаря его полной освещенности. Примером служит комплексная подсветка зданий, памятников, участков территорий.

4. Фоновое освещение создает освещенный задний план для выделения особенностей. К примеру, фон для выделения особенностей фасада, подсветка плоскостей стен за растительными композициями.

5. Динамическое освещение. Такой тип изменяет интенсивность освещения и направленность. Используется для освещения инсталляций и арт-объектов (рис. 1).



Рисунок 1 – Динамическое освещение. Современная арт-инсталляция

6. Медиа-фасад – это формирование целостной световой композиции при помощи технологий. Например, визуализация информации на отдельных плоскостях, которые сами являются источником освещения (рис. 2).



Рисунок 2 – Медиа-фасад торгового центра

7. Маркировочное освещение служит для выделения границ объектов с целью обозначения их способа использования. Примером такого типа освещения является выделение границ безопасности сооружений, дорог.

Новый тип городского освещения, отражающее взаимодействие демографических групп с пространством, применил Усман Хак. Он создал

в Эйнховене световую инсталляцию, иллюстрирующую социальную жизнь городской площади. Задействовав лазеры, микрофоны и специально разработанную программу он создал световое пространство, которое изменяется в зависимости от голоса и жестикующияции его посетителей. Подобные динамические световые инсталляции позволяют разнообразить однородную среду пространства города. А подсветка ключевых объектов и выделение кратчайших путей к ним формирует собой «интуитивную навигацию» (рис. 3).

Мы проанализировали сценарии освещения городских пространств, которые существуют на сегодняшний день в крупных городах России. Во многих из них предпринимаются меры по разработке и реализации комплексных концепций искусственного освещения городов, учитывающих эстетические, экономические, энергетические особенности.

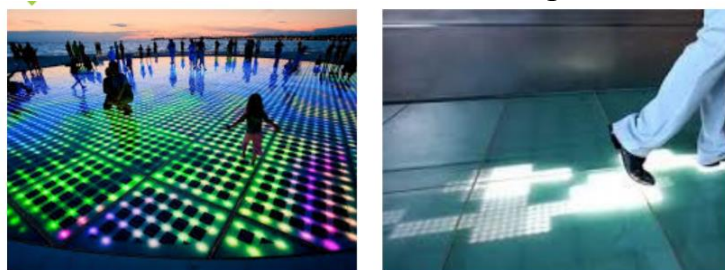


Рисунок 3 – Пример динамического интерактивного освещения

Список использованных источников:

1. Isenstadt S., Neumann D., Maile M. Cities of Light: Two Centuries of Urban Illumination. Routledge, 2015. С. 24–38.
2. Pardo C. Interview Urban Nighttime Lighting. Basel, 2015.
3. IDA Practical Guide – PG1: Introduction to Light Pollution, by International Dark Sky Association. URL: <http://www.darksky.org/assets/documents/PG1-light-pollution.pdf>.
4. Световой дизайн в городской среде [Текст] / Булыгина М.Н., Корзун Н.Л. // Известия вузов. Инвестиции. Строительство. Недвижимость. 2013. № 2(5). С. 64-79.
5. Постановление Правительства Москвы от 22 октября 2013 г. N 700-ПП "О световом оформлении города Москвы в осенне-зимний период"[Электронный ресурс] // [garant.ru](http://www.garant.ru): информационно-правовой портал. URL: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70390714/#ixzz4Py5>.
6. Исследование архитектурно-световой среды новых пешеходных улиц Москвы [Текст] / Щепетков Н.И., Матовников Г.С. // Вестник Волгоградского государственного архитектурно-строительного университета. Серия: Строительство и архитектура. 2014. № 38(57). С. 228–238.

7. Социальное измерение архитектурно-светового пространства города [Текст] / Матовников С.А., Матовников Г.С. // Социология города. 2014. № 4. С. 68-81.

© Люткина А.С., Зырина М.А., 2019

УДК 76

Майборода М.А., Стрижак А.В. СРЕДСТВА ГАРМОНИЗАЦИИ В ГРАФИКЕ НА ОСНОВЕ БИОНИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технология. Дизайн. Искусство)

Бионическое направление в дизайне занимает очень важное место и является одним из самых перспективных путей развития дизайна. Благодаря изучению и применению бионических принципов можно достичь гармонии в графике. Бионический дизайн помогает приходить к неординарным решениям, находить новые функциональные особенности, открывать новые формы и фактуры, гармоничные цветовые решения.

Наивысшая гармония формы и функции являет нам живая природа [1, с. 70]. Средства гармонизации формы напрямую связаны с системой функционирования объектов, которые имеют иерархическую систему строения. Есть некий алгоритм работы в действии любой функционирующей системы, на которой функции системы выполняют определенный порядок действий. Этот порядок действий и создают уровни средств гармонизации формы:

1 уровень – совместимость функций соответствует уровню полимеризации формы. На этом уровне действует механизм сложения отдельных одинаковых по функции и форме элементов.

2 уровень – рождение новых функций системы, принцип их существования и развития. Этот принцип осуществляется через дифференциацию ранее однородных элементов, благодаря чему и достигается разнообразие их свойств.

3 уровень – сосредоточение функций. Происходит интеграция всех функций системы, направленная на поддержание основной функции [3].

Бионический дизайн не предполагает прямого копирования или прототипирования. Его основные принципы служат инструментом для создания новых объектов, при разработке которых могут быть использованы бионические прототипы только в качестве основы проектирования.

Гармония в природе достигается благодаря пластике, пропорции, ритмов, симметрии/асимметрии, тектоники, колористики и т.д. Для обозначения способа образного конструирования с помощью разнообразных биологических форм существует особый термин – биоморфизм [4].

Формы, которые созданы на основе бионических принципов дают неоспоримые преимущества, такие как ярко выраженная легкость; свободно развивающееся пространство, отличающееся многоплановостью и прозрачностью, которая способствует проникающему визуальному наблюдению и целостному восприятию; четкая структуризация; чередование различных форм, структур, масс с постепенными переходами, осуществляемое при помощи действия механизма закона дифференциации и интеграции; пластичность форм; упругие и легкие изгибы линий и плоскостей; динамичность [1, с. 116].

Наряду с разнообразием, которое можно заимствовать в живой природе, ценно для нас и биологическое однообразие. В живой природе в полноте присутствует характерная для архитектуры стандартность и комбинаторность необходимая для выживания и эффективного функционирования. В архитектуре эти свойства служат средством экономии ресурсов и, одновременно, средством композиции, влияющим на внешние формы [1, с. 127].

Говоря о биологическом формообразовании, необходимо отметить важное значение ассоциаций. Гармония формы, достигнутая вне связи с ассоциациями, не затрагивает глубин человеческого сознания. Архитектуре свойственны не прямые ассоциации, воссоздающие зрительные картины, а ассоциации, пробуждающие, связанные с этими картинами настроения и психологические состояния.

Созерцание природы даёт человеку гармонию и умиротворение [2].

Основные средства гармонизации в природе:

1. Симметрия/ассиметрия. Общее представление о симметрии включает в себя толкование ее как свойство объектов, как абстрактная форма построения, как описание картины мировоззрения. Симметрия является идеей, посредством которой человек пытается постичь и создать порядок, красоту и совершенство [3].

Но стоит помнить, что природа не признает чистой симметрии. Она присутствует только в технических вещах.

2. Ветвление и спиралеобразование. Наиболее характерные морфологические характеристики природных систем на всех уровнях развития природных форм. Разветвлением образуются системы, состоящие из одноименных однородных членов. В результате процесса ветвления возникает новая пространственная система, объединенная в единую форму процессами роста и развития. Процессы ветвления формы несут в себе особенности характеристик случайного и закономерного.

3. Повторяемость и комбинаторика. Живую природу можно в полной мере назвать индустриальной из-за ее принципов повторяемости и сборности.

Повторяемость однотипных элементов в живой природе связана с необходимостью выживания, замены, экономии, энергетики, с продолжением рода. В живом мире повторяемые элементы образуют функционально-физиологическую и конструктивную основу организма. Повторяющиеся элементы живого мира по форме могут быть точечными, линейными, плоскостными, объемными и пространственными.

4. Тектоника. Понятие, выработанное человеком в результате его практической деятельности в процессе создания искусственной среды для его обитания. Тектоника определяется тем, что, когда человек видит предмет, ему не нужно ничего объяснять. Он, чаще всего сразу же понимает его суть, при условии, когда он не очень сложно устроен.

На уровне живой природы конструкции включаются в систему живого организма, выполняющего сложные функции, в результате чего возникают новые формы.

5. Целостность и соподчинение. Биологические системы характеризуются такой высокой степенью упорядоченности, такой строгой системой соподчинения (иерархичностью), которые никогда не встречаются в неживой природе. Это один из главных факторов гармоничности всего в природе.

6. Фактуры и текстуры. С точки зрения пластики графическая фактура воспринимается геометрической, если она образована посредством чередования или повтора геометрических элементов; природной – если она получена на основе природных элементов или имитации определённых состояний и явлений природы [2, с. 14].

7. Пропорциональность и Золотое сечение. Бионическая художественная образность графических объектов может достигаться с помощью пропорций. Из многих пропорций, издавна используемых человеком, существует, как известно, одна единственная, придающая произведениям исключительную гармонию – «золотая пропорция». Этот закон рассматривается как объективная характеристика и как явление в области восприятия. Её геометрическое значение отвечает такому делению целого на две части, при котором отношение большего к меньшему равно отношению целого к большему. На основе «золотой пропорции» в природе построены практически все формы, и даже физические явления [2, с. 11].

8. Свет и цвет. Здесь сложно говорить о форме ввиду того, что здесь рассматривается не трехмерная, а многомерная системы. Это другая форма существования материи. Природа цвета напрямую связана со светом и источником его восприятия – живым организмом. В живой природе цвет и свет являются продуктом жизнедеятельности организма в процессе его функционирования. Если сегодня цвет для человека – эстетическая категория, то в природных системах цвет выполняет защитные функции, инструмент выживания и выделения.

Из всего развернутого ряда хроматических цветов выделяются три «основных цвета», которые нельзя получить путем прямого смешивания – желтый, красный, синий. Оранжевый, зеленый и фиолетовый являются производными или «дополнительными» цветами, полученными в результате смешивания основных цветов попарно.

В природе не существует цветовой дисгармонии, потому что она выполнена по законам функционирования организмов.

Результаты изучения материала показали, что владение средствами для гармонизации бионического формообразования необходимо для дизайнера, который хочет создать гармоничную визуально-коммуникативную среду. Гармония красоты и целесообразности в природе – поистине неисчерпаемый источник средств гармонизации формы, к которому стоит обращаться всегда. Это позволит находить самые новые методы и способы графического моделирования биологических форм.

Список использованных источников:

1. Лебедев, Ю.С. Архитектура и бионика / Ю.С. Лебедев. – М.: Изд. Литературы по строительству, 1971.

2. Мазурина Т.А. Бионическое формообразование в графическом дизайне: учебное пособие / Т.А. Мазурина. – Оренбург: ИПК ГОУ ОГУ, 2009.

3. Бионика и бионическое моделирование. Составитель: С. А. Шаппо. Москва, 2012. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://megalektsii.ru/s10449t1.html>

4. Бионика как современное направление дизайна. Целесообразность биоформ в архитектурном дизайне [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://knowledge.allbest.ru/construction/3c0a65635a3bd69a5d53a88521306c36_0.html

© Майборода М.А., Стрижак А.В., 2019

УДК:745.521

Макарова О.В., Добрякова О.П. СОВРЕМЕННОСТЬ И ЦИКЛИЧНОСТЬ В МОДНОМ ДИЗАЙНЕ

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Один из вопросов, который встает перед дизайнером при создании собственной коллекции – это вопрос о том, какая идея будет положена в основу коллекции, что из опыта истории моды можно применить, и как не повторить то, что уже было придумано до него. В связи с этим необходимо рассмотреть вопросы о том, существует ли в моде цикличность и влияет ли использование новых технологий на создание качественно новых моделей.

В связи с тем, что мода очень переменчива, кажется, что понятия «новизна» и «мода» являются синонимами. Но, если вспомнить, какой мода была десять лет назад, двадцать, тридцать, то можно проследить следующую тенденцию: одни и те же формы и цвета возвращаются, но каждый раз в оригинальной интерпретации стилиста или дизайнера. Вот почему история моды позволяет нам смотреть не только в прошлое, но и в будущее.

Стоит перечислить еще несколько модных феноменов. Например, идеи, которые, на первый взгляд кажутся авангардными и даже шокирующими, постепенно становятся неотъемлемой частью повседневного гардероба. Оригинальные задумки, которые остаются непонятыми современниками, через некоторое время могут вернуться в высокую моду.

В данном исследовании хотелось бы продемонстрировать связь между прошлым и настоящим при помощи рассмотрения актуальных тенденций современной моды, заимствованных из прошлого, таких, как богемная этника и психоделические рисунки 1970-х, латиноамериканские мотивы, андрогенный стиль, вдохновленный «свингующим Лондоном», эстетика космоса.

В семидесятые годы популярность вновь обрели вечерние занятия рукоделием и книги о народном творчестве. Нефтяной кризис в Великобритании способствовал появлению интереса к проблемам экологии и движению «Возвращение к природе». Популярными представителями направления «хиппи» того времени считаются певица Джони Митчелл, дизайнеры Джеймс Клин и Кейф Фассетт.

Сегодня одним из самых известных дизайнеров, создающих одежду в этническом стиле, является Анна Суи. Ее бренд сочетает в себе черты богемного шика и молодежного панк-рока.

Знаменитыми представителями латиноамериканского стиля в искусстве являются художники Фрида Кало и Гюнтер Герсо. Их картины наполнены яркими красками, они выполнены в оригинальной технике. В своих работах Герсо и Кало вдохновлялись человеком, природой его мыслей и желаний. В этом и кроется философия самобытного латиноамериканского стиля.

Этнический бренд Antik Vatik славится своими костюмами в современном народном стиле. Одежда, изготовленная этим брендом, высоко ценится модными критиками и знаменитостями по всему миру. Секрет успеха прост: несмотря на современный крой, бренду удалось сохранить эклектичный дух ремесленного производства. Бисероплетение относится к стилю двадцатых годов, яркие цвета – к абстрактному творчеству Сони Делоне, которое ясно показывает влияние узоров, форм и цветов, типичных для культуры Андского нагорья. Используются рога,

хеклы, булавки, прицепная пластина, украшенная замысловатыми картинками и резьбой – все это издавна использовалось в процессе прядения. Antic Batic – синтез идей и стилей со всего мира: от нагорья Анд до улиц больших городов.

Многие бренды вдохновляются костюмами народов мира, трансформируя их в современный костюм, при этом отдавая дань традициям. Стоит перечислить такие марки, как Dolce & Gabbana, Kenzo, Salvatore Ferragamo, Emilio Pucci, Etro. Дом моды Ashish использует эксклюзивные виды вышивки, такие как «Килим» и «Барджелло».

В наше время трудно представить женщину, которая не использует в своем гардеробе элементы мужской моды. Данная тенденция свойственна и детской моде.

Настоящий прорыв произошел в шестидесятые годы прошлого века в эпоху «свингующего Лондона». В то время большой успех обрели модели с необычной внешностью, демонстрирующие весьма экстравагантную для своего времени одежду. Представителями стиля «baby-doll» являются: «персона шестьдесят шесть» Твигги и Джин Шримптон.

Этот стиль можно увидеть в коллекциях современных дизайнеров. Это романтическая одежда, в которой используются элементы детской моды. В стиле «baby-doll» используются как пастельные, так и насыщенные цветовые сочетания. В силуэте преобладает прямой крой, с использованием женственных элементов: рельефов, воланов, оборок. Известные дома моды, такие как Валентино, Хлоя, Селин, Эмануэль Унгаро, часто используют стиль «baby-doll» в своих коллекциях.

Психоделические мотивы были очень популярны в середине шестидесятых. Однако они наносились вручную, и их трудно было сохранить такими же яркими после стирки.

Сегодня насыщенные, флуоресцентные цвета пользуются популярностью. Бренд Vasso & Brooke одним из первых испытал печать принтов при помощи современного цифрового оборудования, создавая разноцветные узоры. Дизайнеры экспериментируют с новыми технологиями, такими как 3D-печать, печать по фактурным материалам (пластик, пайетки, мех и т.д.).

Мэтью Уильямсон, Луиза Голдин, Йохатан Сондерс, Джереми Скотт, Жан Поль Готье также используют психоделические рисунки в своих авангардных коллекциях.

С развитием телевидения фантастика и реальность смешались воедино. В 1961 году советский космонавт Юрий Гагарин стал первым человеком, покорившем космос, а научная фантастика стала реальностью. В том же году кутюрье Курреж основал свой дом моды в Париже и представил коллекцию «космическая эра» с использованием новых материалов: пластика, оргстекла. При ближайшем рассмотрении этих

материалов можно перечислить как плюсы, так и минусы. Они очень эффективны на подиуме, они пластичны, могут принимать практически любую форму, но совершенно не подходят для повседневного использования: они не пропускают воздух, в них трудно передвигаться.

Именитые дизайнеры глубоко прониклись космической тематикой: Пако Рабанн создал плексигласовое платье, Оливер Голдсмит – солнцезащитные очки, которые носила Одри Хепберн. Великий кутюрье Пьер Карден создал коллекцию «Cosmoscops», состоящую из трикотажных костюмов, прямых леггинсов и платьев. Карден стал интересоваться искусственными волокнами, металлической арматурой, застежками-молниями. В его коллекции стали появляться футуристические силуэты и материалы.

Таким образом, дизайнерам для достижения успеха при создании собственной коллекции, следует внимательно изучать историю моды, вникать в особенности существовавших стилей, направлений и коллекций прошлых лет.

Список использованных источников:

1. «Fashion trend forecasting» Gwyneth Holland , Laurence King Publishing Ltd , 2017
2. «Fashion forecasting» Averil Blakely , Laurence King Publishing Ltd , 2012
3. «Fashion forecasting» Mckelvey Kathryn , Laurence King Publishing Ltd , 2015

© Макарова О.В., Добрякова О.П., 2019

УДК 671.12

Маничева Е.В., Гусова Д.Т. ФЕНОМЕН ТРАНСФОРМАЦИИ В ЮВЕЛИРНОМ ДИЗАЙНЕ

Российский государственный университет им А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Костюм – важная часть материальной и духовной культуры. С давних времен украшения являются неотъемлемой частью костюма, как цельного художественного образа, поскольку именно украшения способны наиболее ярко выразить изменения в самосознании человека, его отношение к окружающему миру.

Ответ на вопрос: «Есть ли будущее у ювелирных украшений-трансформеров?» очевиден. Этот вид украшений соответствует тенденциям в развитии дизайна одежды, среди которых, главным образом, следует выделить способность быстрой трансформации и расширение практической и функциональной значимости. Как известно, новаторскими можно назвать те подходы в проектировании украшений, которые

обладают качеством наибольшей мобильности. Такие решения всегда находятся в авангарде новых веяний моды.

Когда нет четких границ дресс-кода, то возможность видоизменять украшение и превращать его либо в основную, либо в важную вспомогательную деталь облика – весьма полезное свойство аксессуара.

Рациональная история, когда крупное украшение становится несколькими мелкими, была крайне популярной на протяжении нескольких веков. В основе этой идеи экономики больше, чем дизайна. Чтобы оценить влияние традиционных украшений-трансформеров, необходимо проследить путь этого типа изделий от момента их возникновения до наших дней. Первые трансформеры появились в период позднего Возрождения, когда в кольца и подвески добавились простейшие механизмы – «секреты». Самые распространенные – превращение подвески – брошь и подвески – украшения для волос. Период барокко отличался разнообразием сложных корсажных брошей, которые «легким движением руки» разделялись на множество частей. Период рококо ввел моду на ожерелья-ривьеры, разделяющиеся на отдельные кластеры, которые могли становиться чем угодно – от пуговицы до броши-застежки, подхватывающей пышный рукав. Тиара – обязательный и крайне дорогостоящий элемент большого света – легко разбиралась на две или три броши для корсажа – для менее торжественных выходов. Во второй половине XIX века (около 1880-х годов) крупные броши стали создавать не с повторяющимся мотивом, а сюжетными, и разделялись они уже не на несколько одинаковых маленьких брошей, а, например, на цветок и бабочку. Пик моды на тиары-ожерелья пришелся на конец XIX – начало XX века (см. рис. 1).



Рисунок 1 – Тиара-ожерелье с бриллиантами, последняя четверть XIX в.

На сегодняшний день, диадемы – это наименее востребованные ювелирные изделия трансформеры, поскольку этот вид ювелирных изделий не актуален. Диадемы приобретаются как свадебные украшения, которые редко изготавливают трансформирующимися. Браслеты-трансформеры, так же редко встречающийся вид ювелирных изделий – трансформеров в настоящее время, встречаются с отсоединяющимися декоративными элементами, использующимися в качестве брошей или

подвесок, но чаще это функциональные вещи: браслеты-часы. В таких браслетах, декоративная панель закрывает циферблат часов, может либо полностью отделяться, может открываться на шарнирном соединении, или отодвигаться по направляющим. Брошь-трансформер, как и браслет, редкий вид ювелирного изделия-трансформера. Во-первых, в настоящее время, броши используют значительно реже, чем в начале XX, XIX веках, во-вторых, это ювелирное изделие чаще становится съемным элементом более крупного ювелирного изделия: тиары, колье, браслета, кулона. Современные кулоны-трансформеры встречаются в виде ювелирных изделий, со съемными декоративными элементами или подвесками, разъединяющиеся на несколько, более мелких ювелирных изделий. Популярными становятся кулоны-USB [1] (см. рис. 2).



Рисунок 2 – Кулон, браслет и часы

Существуют изделия, признаки которых близки отличительным чертам трансформеров. Это украшения двойной функции. Пример – появившиеся в 1910 г. гибкие тиары-бандо, которые носили как ожерелья-чокеры, браслеты, броши. Еще один подобный вид – это ювелирные изделия с подвижно закрепленными вставками. Например, вставки грушевидных бриллиантов кольца «Трепещущее» от Chanel при движении приходят в хаотичное движение.

Что касается технологической части вопроса, наиболее подходящими сплавами для ювелирных изделий, являются золотые сплавы. Недостаток серебряных сплавов – низкая твердость и высокая пластичность. Основной недостаток сплавов цветных металлов – неустойчивость к потускнению и цвет металлов, данный недостаток может быть устранен нанесением покрытий [2].

Разработка дизайна ювелирных изделий-трансформеров включает в себя следующие этапы: ювелирное изделие необходимо произвольно разбить на отдельные составляющие элементы в зависимости от функции; в зависимости от поставленной задачи, необходимо решить какие элементы будущего ювелирного изделия-трансформера, будут взаимодействовать при трансформации; найти механизм, выполняющий аналогичные задачи; вторая трансформация в ювелирном изделии может совпадать с первой по всем пунктам, Может совпадать по нескольким пунктам, может и не совпадать вовсе; определить внешний вид

ювелирного изделия-трансформера, можно только после разработки конструкции; при разработке эстетической составляющей, необходимо не только не создать препятствий для работы конструкции ювелирного изделия-трансформера, но и скрыть, завуалировать возникающие недостатки конструкции [3].

Несмотря на то, что от количества функций изделия увеличивается стоимость и идейная ценность изделия, в дизайне к нему прибегают редко. Это объясняется тем, что в современных условиях трансформер не слишком удобен – ритм жизни ускорился, никому не приходит в голову разбираться в сложных механизмах. Кроме того, мелкие части трансформера часто теряются, поскольку условия и характер хранения драгоценностей тоже изменились. Однако бренды все равно делают трансформеры, так как для них это возможность продемонстрировать преемственность традиций мастеров прошлого.

Список использованных источников:

1. Зябнева, Ольга Александровна. Автореферат на диссертацию Дизайн ювелирных изделий - трансформеров кандидата технических наук: 17.00.06 / Зябнева Ольга Александровна; [Место защиты: Моск. гос. ун-т приборостроения и информатики]. - Москва, 2011. - 116 с.: ил. РГБ ОД, 61 11-5/3183

2. Статья электронного журнала - Стиль жизни «Два в одном: для чего ювелирные дома создают украшения-трансформеры», 19.04.2019 / 18:26. <https://theblueprint.ru/fashion/transformer-jewelry>

3. Статья электронного журнала – Blueprint «Украшения-трансформеры», 7 ДЕКАБРЯ 2017 <https://rg.ru/2019/04/19/vse-meniiaetsiadlia-chego-iuvelirnye-doma-sozdaiut-ukrasheniia-transformery.html>

4. Балдано И.Ц. Мода XX века. Энциклопедия.

© Маничева Е.В., Гусова Д.Т., 2019

УДК 74.01/.09

Маслов М.М. ГЕРАЛЬДИКА В КОНТЕКСТЕ ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ АЙДЕНТИКИ И КОММУНИКАТИВНОГО ДИЗАЙНА НА ПРИМЕРЕ ПРИДНЕСТРОВЬЯ

Московский государственный университет технологий и управления
им. К.Г. Разумовского

В данной статье рассматривается геральдика как явление в контексте графического дизайна на примере государственной символики и национальной атрибутики Приднестровской Молдавской республики (ПМР, или Республики Приднестровье) – гербов городов, а также проводится их сравнение с территориальной айдентикой – более современной формой идентификации. Обсуждается возможность создания бренда страны посредством коммуникативного дизайна.

Приднестровская Молдавская Республика (ПМР, или Приднестровье) – непризнанное мировым сообществом государство, отсчитывающее свой возраст с 1990 года, входившее до этого в состав Молдавской ССР. Находится на юго-западе Восточно-Европейской равнины, граничит с Украиной и Молдовой (частью которой считается юридически, но фактически полностью неподконтрольна ей). Выхода к морю не имеет. Республика получала название благодаря реке Днестр, так как территория простирается узкой полосой вдоль русла данной реки.

Разные части современной территории Приднестровья в разное время относились к таким государствам, как Великое княжество Литовское, Речь Посполитая, Подольская, Бессарабская и Херсонская губернии Российской империи, а также было частью земель Золотой Орды, Крымского ханства, Османской империи, побывала в составе Молдавской и Украинской ССР. Площадь Республики равна 4163 км², на которых проживает около 500 тысяч человек. Исходя из этого, мы делаем вывод, что различные исторические события, принадлежность к разным странам, а также богатый конгломерат местного населения стали факторами, которые оказали колоссальное влияние на развитие территориальных идентификаторов в данной стране.



Рисунок 1 а) Герб Советского Союза; б) Герб Приднестровской Молдавской Республики, официально действующий по состоянию на 2019 го; в) Герб Республики Беларусь, официально действующий по состоянию на 2019 год.

Рассмотрев группу гербов (рис. 1) мы видим прямую зависимость современных гербов Приднестровья (рис. 1б) и Беларуси (рис. 1в) от их советских предшественников (герб МССР, герб БССР), практически точными копиями которых они являются. Также легко проследить их «серийность» и подчинённость единым правилам – все они являются видоизменёнными вариантами общего герба СССР (рис. 1а), что представляет собой прототипом «зонтичного бренда», распространённого в практике территориального брендинга.

Советская геральдика нарушила практически все правила геральдики, которые веками создавались до СССР [3]. Объясняется это в первую очередь тем, что советская власть поставила задачу ликвидировать символы монархии и религии, а также видоизменить язык под «новое» общество, которое больше не почитало религиозные и имперские символы [2], а создавало «культ» труда, сельского хозяйства, промышленности и

спорта. Именно эти символы отражались в гербах населённых пунктов Советского союза. Язык геральдики и вексиллологии при СССР обогатился в своём выражении, но не нашёл принципиально новых форм выражения, так как «эмблема города» всё также называлась гербом и имела форму щита, однако советская геральдика является самой «не воинственной» в мире – в ней практически отсутствуют военные атрибуты.

С точки зрения графического дизайна гербы населённых пунктов стали более стилизованными и формальными, избавившись от детальной прорисовки в большинстве случаев. Это явление объясняется параллельным развитием дизайна во всём мире, и конкретно «технической эстетики» в Советском Союзе. Которая, в первую очередь, была сосредоточена на формообразовании товаров народного потребления и транспорта, но также под патронажем этой дисциплины развивался и графический дизайн. Исходя из этого, мы делаем вывод, что советские гербы и эмблемы, а также товарные знаки, имели много общего, так как строились практически по одним правилам [13].

Пример «упрощения» семиотики гербов, а также смены доминирующих символов можно проследить на официальных образцах геральдики города Бендеры. Дореволюционный герб изображает символ Российской империи (рис. 2) – двуглавого орла, а также льва с человеческим лицом, символизирующего побеждённого короля Швеции, карла XII, судьба которого тесно связана с городом и Бендерской крепостью (историческим объектом, частично сохранившимся и реставрируемым по состоянию на 2019 год). Советский герб города Бендеры (рис. 2) изображает стену Бендерской крепости (как отсылка к историческому прошлому города, но без «имперских» или каких-либо других атрибутов власти) – только стилизованная зубчатая стена. Цветок представляет собой сложную графическую композицию, которая не могла иметь место в дореволюционной геральдике. Не только благодаря выдвигению в качестве доминанты промышленной мощи города, но и потому, что правил такого рода стилизации почти не существовало до XX века.

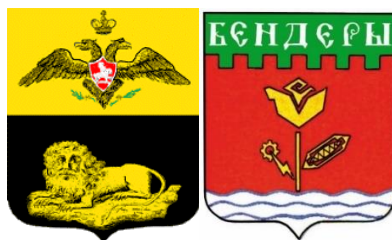


Рисунок 2 – а) Дореволюционный герб города Бендеры; в) Герб города Бендеры, использовавшийся при СССР.

Досоветские образцы стилизации и упрощения в российской геральдике носили ещё «живописный» характер – обилие деталей, градации цвета и формы. В XX веке стилизация объектов геральдики стала

возможна благодаря выработанным законам графической композиции, ложившихся не только в разработку городских гербов (эмблем городов), но и различных ведомств, заводов, для которых разрабатывались именно эмблемы, а не гербы. На основании этих выводов мы делаем заключение, что советская геральдика, отступившая от традиций этой науки, создала уникальный графический язык с точки зрения коммуникативного дизайна. А также явилась прототипом территориальной айдентики, получившей бурное развитие в начале XXI века в странах Европы, США, Азии и других местах.

Массовая тенденция возвращения дореволюционных гербов имеет место быть в России, Украине, Беларуси, Приднестровье и других странах. От части, это было вызвано националистическими движениями, активисты которых являлись активными противниками советской и коммунистической символики, а с другой стороны, это было вызвано желанием бывших союзных республик идентифицировать себя, выделить из общей массы, отразить свою уникальность. Именно такая тенденция – переход от унификации к индивидуальности, явилась доминантой развития искусства и дизайна на рубеже XX-XXI веков. Руководство и жители данных стран проявляли желание самобытной самоидентификации своих государств, что послужило бы их выделению из общей массы других «похожих» стран – бывших союзных республик.

В то же время, Приднестровская Молдавская Республика и Республика Беларусь сохранили советскую символику как официальную визуальную атрибутику государства. В ПМР это было продиктовано, в первую очередь, современной историей – данная территория была обособлена практически в том же виде, что и по состоянию на 2019 год лишь при Советском союзе (МАССР в составе УССР). Следовательно, логичным было наследовать символику, относящуюся именно к этой группе городов, а не разрозненную дореволюционную, относящуюся к разным губерниям. Руководство данной территории делало шаги ещё в конце 80-х годов XX века для выхода из состава МССР и образование отдельной союзной республики, так как опасалось насильственной «румынизации» в случае распада СССР. Частичное или полное наследование прошлых символов – идентификаторов мест в территориальной айдентике называется «историческим подходом» [6], его можно проследить на примере визуально-графического оформления атрибутики Владимирско-Суздальского музея-заповедника – обширной территории, визуально-графический набор символов которой можно отнести как к фирменному стилю, так и к территориальной айдентике одновременно.

В итоге произошло ожидаемое – Советский союз прекратил своё существование, распавшись на Республики, после чего королевская

Румыния предприняла шаги к присоединению территории бывшей Молдавской ССР, что вылилось в отказ от русского языка, а также замену молдавского языка на кириллице румынским языком на латинице. В то же время, левобережная часть МССР объявила о суверенитете, провозгласив Приднестровскую Молдавскую Республику, пожелав сохранить русский язык одним из государственных, а в результате вооружённого и политического конфликта стала полностью неподконтрольной Республике Молдова территорией. Молдова после выхода из Союза приняла в качестве государственной символики румынскую, отказавшись от советской.

Данные факты подтверждают чёткую логическую обоснованность символики ПМР, а также показывают на деле принцип «исторического подхода», рассматриваемого нами в территориальной айдентике – наследование и переработка прошлых символов. В настоящее время территориальная айдентика Приднестровья выражена «аналоговым» способом – геральдикой. Гербы городов ПМР в большинстве своём представляют реплику дореволюционных, столица, город Тирасполь, использует одновременно и советский, и дореволюционный гербы [4]. Город Днестровск [14], основанный во второй половине XX века, продолжает использовать советскую символику, и имеет всего один вариант герба, разработанный при СССР в лучших традициях графического дизайна данного периода.

Город Дубоссары получил герб уже в начале XX века [5], при создании которого было совершено отступление от правил даже советской геральдики, которая в период своего расцвета была «революционной», но всё же имела ряд собственных правил, таких, как лаконичность, стилизованность, простота и понятность, что не требовало обладания специальными знаниями для полного «прочтения» герба, как это было с досоветскими гербами. Неоднородная группа гербов, которой обладает Республика Приднестровье по состоянию на 2019 год создавалась в разное время, и не имеет стилового единства, некоторые гербы выполнены без всяких правил. Решения о возвращении исторического герба горда или утверждении нового символа принимаются единолично правительством, практика общественных слушаний по подобным вопросам и вовлечения населения в процесс принятия идентификаторов территории отсутствует. С точки зрения брендинга территорий, что в свою очередь, является высшим звеном развития визуально-графических идентификаторов мест, практика вовлечения местного населения в брендинг является крайне важной, и даже обязательной.

Безусловно, разработкой бренда территории должна заниматься междисциплинарная группа профессионалов [13], но учитывать мнение населения, как одной из целевых групп, на которую, в том числе,

рассчитан бренд города или страны. Только в таком случае обеспечивается канал коммуникации с важнейшими носителями бренда – местными жителями. Люди чувствуют себя «частью» города, понимают, что бренд делается для них, в том числе и с учётом их мнения. В качестве примера можно привести бренд Амстердама – «I am Amsterdam» (Я – Амстердам), который посредством многочисленных коммуникаций даёт почувствовать себя частью города как туристу, так и местному жителю. Он привлекателен в первую очередь тем, что осуществляет передачу информации посредством понятного графического-визуального оформления, он предоставляет интерактивную информацию, и обеспечивает единство городской среды и её атрибутов, узнаваемость места за его пределами, и привлечением внимания. Бренд города также может повысить привлекательность местных народных промыслов, интерес к которым снизился в век информационных технологий [15].

Практика единоличного принятия решений правительством о утверждении территориальных идентификаторов недопустима – в таком случае эффект либо не достигается вообще, либо подвергается критике, так как местных жителей просто ставят перед фактом принятия символики, без учёта их пожеланий и воззрений [10]. В Российской практике территориальный брендинг, зачастую, ограничивается только логотипом и слоганом, не из-за недостатка средств, а в первую очередь, из-за непонимания сути брендинга. Один лишь логотип, без чёткого обоснования его внешнего вида стратегией бренда, планом развития и внедрения с расчётом на целевые группы также не приносит успеха и вызывает критику. Недопустима и губительна практика выбора логотипа на конкурсе «народном голосованием», так как население, не обладая специальными знаниями в области дизайна и брендинга выбирает из ограниченного количества образцы, не всегда созданные профессионалами. Брендинг территории может основываться только на комплексном подходе [7] – его разрабатывает междисциплинарная группа профессионалов в сфере дизайна, рекламы, маркетинга, менеджмента и др., основываясь на предпроектных исследованиях и активно работая с населением, в том числе, выясняя, на что следует делать акцент, посредством чего станет возможным привлечь в город или страну больше туристов, потенциальных инвесторов.

Список использованных источников:

1. Карпова С.В. Брендинг: учебное пособие / С. В. Карпова. - М. КНОРУС, 2008.- 224 с.
2. Портал Геральдика.ру [Электронный ресурс] URL: <https://www.geraldika.ru/> (дата обращения 14.10.19).
3. В мире геральдики: энциклопедия / А. П. Левандовский. - Вече, 2008.- 226 с.

4. У Тирасполя будет два герба. Информационное агентство «Новости Приднестровья» [Электронный ресурс] URL: <https://novostipmr.com/ru/news/18-09-27/u-tiraspolya-budet-dva-gerba> (дата обращения 16.10.19)

5. Heraldicum. Портал о геральдике [Электронный ресурс] URL: <http://www.heraldicum.ru/moldova/dubasari.htm> (дата обращения 20.10.19)

6. Маслов М.М., Смирнова М.А. Исторический и Современный подходы в Территориальной айдентике города Владимир. Сборник материалов Всероссийской конференции молодых исследователей «Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной реализации «Социальный инженер-2018»: сборник материалов Часть 1. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2018. – 315 с.

7. Маслов М.М. Территориальная айдентика как способ популяризации художественной промышленности и народных промыслов России в информационном обществе на примере города Сочи. XII Международная научно-практическая конференция «Инновации в социокультурном пространстве»: сборник материалов. – АмГУ: ФГБОУ ВО «Амурский государственный университет», 2019. – 194 с.

8. Саймон Анхольт, Джереми Хильдрет, Бренд Америка: мать всех брендов, М.: ООО «Издательство «Добрая книга», 2010.

9. Кейт Динни. Брендинг территорий. Лучшие мировые практики /Под ред. Кейта Динни; пер. с англ. Веры Сечной. – М. : «Манн, Иванов и Фербер», 2013.

10. Денис Визгалов. Брендинг города. [Предисл.Л.В. Смирнягина]. М.: Фонд «Институт экономики города», 2011. — 160 стр.

11. Стась А. Новая геральдика. Как страны, регионы и города создают и развивают свои бренды. М., «Группа ИДТ», 2009.

12. Ходьков Ю. Дизайн товарных знаков. Традиции, новации, тенденции. СПб.: «Питер» 2009.

13. Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И. и Хайдер Д. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы, СПб. «Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге», 2005, - 376 с.

14. Днестровск <https://geraldika.ru/symbols/11597-> (дата обращения 24.10.19)

15. Говорова М.Е., Смирнова М.А. Проблема сохранения и возрождения традиционных народных ремёсел и промыслов в наши дни/Пространство диалогов: декоративно-прикладное искусство и дизайн/коллективная монография/Уфа, 2018. С. 48-61

© Маслов М.М., 2019

УДК 37.02

Маслова А.Н. ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА АКТИВИЗАЦИЮ ТВОРЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА УЧАЩИХСЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Московский педагогический государственный университет

Изобразительное искусство обладает значительным художественно-эстетическим потенциалом в системе дополнительного образования. В последние годы именно дополнительное образование является одним из ключевых направлений работы Министерства просвещения России. Формирования художественной культуры у учащихся в системе дополнительного образования благотворно влияет на развитие психических и физических качеств, а также участвует в подготовке к жизни в современном обществе.

Изобразительная деятельность у детей всегда ярко эмоционально окрашена. Положительный эмоциональный отклик вызывают предложения рисовать, лепить, вырезать и наклеивать. Игровая и изобразительная деятельность неразрывно связаны начиная с самого раннего возраста. Она способствует расширению знаний об окружающем мире, а также помогает выражать отношение к нему [4, с. 12-15]. Эмоциональное отношение к нарисованному часто наблюдается у дошкольников и младших школьников. Творческий потенциал раскрывается в процессе ознакомления с природой, различными видами искусства и художественно-эстетической деятельностью. Обучение изобразительному искусству направлено на развитие у ребенка любви к прекрасному, обогащение духовного мира, развитие воображения, приобщение к искусству, как к неотъемлемой части духовной и материальной культуры [1, с. 40].

Вопросами развития изобразительной деятельности у детей без потери своей первоначальной активности, а также для чего необходимо сохранять эту активность изучал С.Е. Игнатъев. Среди исследователей изобразительной деятельности детей особенно известны ученые: Е.И. Игнатъев, В.И. Кириенко, Т.С. Комарова, В.С. Кузин, Н.Н. Ростовцев, Н.П. Сакулина, Е.В. Шорохов и др. Они внесли значительный вклад в совершенствование методов активизации изобразительной деятельности детей, что отразилось в составлении программ по изобразительному искусству, отличительной чертой которых явились задачи обучения, воспитания и развития, а ведущим видом деятельности стало рисование с натуры [3, с. 5].

Обучение рисованию, на наш взгляд, следует начинать с 4-х лет, когда у ребенка появляется желание изобразить определенный предмет, а рука уже готова что бы держать инструмент. Но так как я веду занятия в

сфере дополнительного образования, то здесь важен индивидуальный подход и возраст может варьироваться. Самая младшая моя ученица (2,9) проявляла устойчивый интерес к изобразительной деятельности и достаточную усидчивость для завершения картины. По моим наблюдениям у детей, не проявляющих интерес к рисованию, а занимающихся им как одним из видов деятельности в детском саду, достаточная эмоциональная зрелость проявляется ближе к 5 годам. До этого возраста больший интерес вызывает не результат, а процесс «игра с красками» и другими материалами. Так же рисование в младшем дошкольном возрасте обогащает сенсорный опыт, что необходимо для всестороннего развития. В программах по изобразительному искусству развитию сенсорного восприятия уделяется большое внимание. Сенсорные игры помогают понять форму и строение предмета, а значит обогатить знания о нем.

Обязательно учитывать возрастную психологию для составления эффективных занятий по изобразительному искусству. Многими исследователями детского творчества отмечаются такие особенности как, развитие сюжета на листе во время занятия. Например, начиная рисовать один предмет, в какой-то момент замысел юного художника меняется и может выйти совершенно иное. А также рисунок вовсе может быть закрашен черной краской «ночь» – так объяснила моя ученица. О успешности занятия в таком случае сказать сложно, так как нет конечного результата. На наш взгляд, такое занятие успешно с детьми до 4 лет и не успешно позднее. С началом обучения следует ставить изобразительную задачу, и возвращать к ней ученика. В начале обучения не у всех детей получается завершить работу. В таком моменте как раз очень важна поддержка педагога. Существует большое количество методических приемов для поддержки творческой активности ученика и создания мотивации. Один из них – продуманный и последовательный ход урока. Для каждого из возрастов в дошкольном образовании существуют свои рекомендации. Для всех возрастов дошкольников важен заинтересовывающий момент для создания нужной мотивации в начале занятия. Здесь подходит вводная беседа, чаще об окружающем мире или празднике. Использование занятия как части игры, получение писем, посылок, появление сказочных гостей. В более старшем возрасте беседы о художника иллюстраторах и скульпторах, архитекторах и народных умельцах. Принятие на себя роли иллюстраторов, фотографов, скульпторов, архитекторов и т.д. Анализ и изучение какого-либо необычного предмета, например, самовара на уроках рисования с натуры. Подобных приемов описано много, но у каждого педагога со временем накапливается собственный опыт.

На занятиях происходит освоение учениками различных художественных материалов: красок, мягких материалов, материалов для

лепки и видов бумаг [2, с. 50]. В настоящее время очень много новых художественных материалов для обогащения творческого процесса: разнообразные фломастеры, гелиевые ручки, бумага разного качества, разной структуры и фактуры. Разнообразие инструментов и материалов позволяет расширить диапазон видов творческих работ. От урока к уроку происходит постоянная смена художественных материалов, овладение их выразительными возможностями. Многообразие видов деятельности и форм работы с учениками стимулирует их интерес к предмету, изучению искусства и является необходимым условием для творческой активности на занятии. Важно спланировать задание так, чтобы работа с одним материалом не занимала более 7 минут. На занятиях с дошкольниками, я всегда использую смешанную или комбинированную технику, например, акварель-восковые мелки, акварель-пластилин, гуашь-аппликация, а также техники нетрадиционного рисования. Творческий потенциал учеников раскрывается при художественных экспериментах. Техники монотипия, кляксография, всевозможные отпечатки всегда увлекают учеников, и запоминаются. Так же на занятии я использую упражнения на цветоведенье, развитие глазомера, ТРИЗ-технологии. Каждое занятие обязательно включает в себя игру или упражнение по теме. В более старшем возрасте начиная с 5 лет очень активно развивается фантазия и учеников увлекают задания, где можно проявить индивидуальность. В программу я включаю больше заданий на создание персонажа, тематической композиции. Так же есть задания на объемное конструирование, где ученики могут создать целый мир по своему замыслу. Начиная с 6 лет активно формируется аналитическое мышление, дети часто сравнивают свои картины. В обучение рисованию возможно добавлять элементы истории искусств. Детям интересно слушать о творческом пути художника и анализировать произведения. Так же возможно устраивать просмотры работ после занятия, где каждый ученик учится отмечать сильные стороны в рисунках других детей. На слабые стороны я стараюсь не заострять внимание группы, и при необходимости объяснять их лично каждому ученику [6, с. 17-20].

В учебно-тематическом плане главное место занимают занятия на тематическое рисование, которые включают рисование по представлению, иллюстрирование. Но также обязательным является рисование с натуры. Конечно, дошкольникам сложно изобразить видимый предмет на плоскости листа, и чтобы не испугать юного художника подходит прием наглядного показа этапов работы – педагогический рисунок.

Урок искусства стремлюсь сделать для каждого ребёнка ярким событием в жизни, побуждающим к самостоятельному творчеству. Это особый урок. Он должен быть каждый раз новым, непохожим на предыдущий, с особой эмоциональной атмосферой увлечённости.

Факторы, влияющие на активизацию творческого потенциала, а значит эмоциональное проживание разнообразной художественной деятельности:

создание в учреждении дополнительно образования творческой среды; оформление выставок личных и коллективных;

оформление кабинета наглядными пособиями и предметами искусства, использование разнообразных игровых методов и необычных приемов работы;

исключение формализма и сухости, а также большого пересечения со стандартными программами в детских дошкольных учреждениях;

развитие самостоятельности в выражении собственного замысла и отражению личного опыта – важно предоставлять возможность творческого самовыражения, поощрять желание дополнять и завершать рисунок деталями;

личностно-ориентированный подход и изучение индивидуальных способностей ребенка.

Необходимо формировать и закреплять эмоционально-положительное отношение к действительности, искусству и художественной деятельности [5, с. 15-18].

Список использованных источников:

1. Выготский Л. С. Воображение и творчество в детском возрасте, 2 изд., М., 1967

2. Игнатьев Е. И. Психология изобразительной деятельности детей, 2 изд., М., 1961

3. Игнатьев С.Е. Закономерности изобразительной деятельности детей: Учебное пособие для вузов Рекомендовано Учебно-методическим объединением по специальностям педагогического образования в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности 050602. – М.: Академический Проект: Фонд «Мир», 2007. (“Gaudiamus”) 208 с

4. Комарова Т.С. Развитие художественных способностей дошкольников. Москва, 2015.

5. Комарова Т.С., Савенков А.И. Дошкольная педагогика. Коллективное творчество детей. Учебное пособие / Москва, 2016. Сер. 68 Профессиональное образование (2-е издание, исправленное и дополненное).

6. Комарова Т.С., Зацепина М.Б. Интеграция в воспитательно-образовательной работе детского сада. Пособие для педагогов дошкольных учреждений / Москва, 2014. Сер. Учебно-методический комплект к программе «От рождения до школы»

© Маслова А.Н., 2019

УДК 687.01

Матаева Д.Х., Вадеева М.О. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭЛЕМЕНТОВ ТРАДИЦИОННОГО МУСУЛЬМАНСКОГО КОСТЮМА В СПОРТИВНОЙ ОДЕЖДЕ

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Спортивный стиль уже несколько лет лидирует в списке самых актуальных, и такое интересное, и на первый взгляд даже противоречивое сочетание, как соединение черт традиционного закрытого костюма и свободного, символизирующего уверенность в своих силах, раскрепощенность и целеустремленность спортивного костюма заслуживает особого внимания.

Прежде чем говорить об особенностях спортивного костюма с элементами традиционного мусульманского облачения, нужно выявить требования, традиционно предъявляемые к облику людей, исповедующих ислам.

Итак, основные особенности мусульманского традиционного костюма: закрытость, непрозрачность, различаемость одежды по гендерному признаку и по принадлежности к конфессиям, скромность в выборе цветов одежды, подборе украшений, парфюмерии, недопустимость использования изображений животных, людей или запретных надписей; в мужской одежде к тому же недопустимость использования шелка или золота, недопустимость использования одежды, демонстрирующей излишества и расточительство [3, 4].

Как же можно соединить несоединимое? Ярким примером возможности такого союза может служить биография Ибтихадж Мухаммед, которая на Олимпийских играх в Рио-де-Жанейро в 2016 году стала первой американской спортсменкой в хиджабе, получившей бронзовую медаль для сборной США в командных соревнованиях по фехтованию. Она занялась спортом в возрасте тринадцати лет и была одной из самых заметных лиц пионерского отряда мусульманских женщин со всего мира, которые вышли на мировую спортивную арену. Среди них иранская чемпионка по тхэквондо Кимия Ализаде Зоноози (Зеноорин), тунисская фехтовальщица Инес Бубакри и суданская баскетболистка Асма Эльбадави [1, с.114.]. Эти женщины являются частью нового глобального сегмента молодых мусульман, которое называется «Поколение М». Для женщин во многих мусульманских культурах оставаться в хорошей форме проблематично, так как считается, что им не место в общественных занятиях спортом, и есть только несколько альтернативных возможностей для них. На Ближнем Востоке женщины, как правило, не могут появляться в общественных местах, к которым относятся и стадионы. Так, Захра Лари, первая в мире фигуристка международного уровня, которая носит хиджаб,

говорит, что консервативные элементы в ОАЭ критикуют ее: «Люди говорят, что я должна сидеть дома, готовить пищу и воспитывать детей» [1, с. 115]. Но современные реалии требуют от женщин любого вероисповедания активной жизненной позиции, вовлеченности в общемировые процессы, будь то политика, экономика, или спорт.

В 2013 году в Сингапуре Муздалифа Ануар основала бренд POPWOW («Жемчужины рая», Women of Wellness), компанию по оздоровлению и фитнесу для женщин. До этого она провела тринадцать лет в Вооруженных силах Сингапура, дослужившись до звания капитана. Ануар организовала первый в мире «Муслимский забег» в 2014 году, чтобы продвигать фитнес среди своих подруг-мусульманок в Сингапуре, стране, в которой насчитывается примерно 15% мусульманского меньшинства. В следующем году пробег стал массовым [1, с. 115].

Основной проблемой для молодых активных мусульманских женщин и девушек является недостаток подходящей для занятий спортом одежды, которая отвечала бы принятым в исламе нормам. Некоторые из них, не имея возможности найти одежду, отвечающую их требованиям, создали свои собственные бренды. Сейчас все большее число дизайнеров, создают спортивную одежду, учитывающую ряд ключевых элементов. Ткани должны быть воздухо- и влагопроницаемыми, обеспечивать прохладу и сухость телу. Они также должны быть удобными и износостойкими, не слишком яркими, комфортными и приятными тактильно, не слишком затратными в производственном изготовлении.

В 2012 году бренд Frinaggi, базирующийся в Ботсване и возглавляемый женщиной-мусульманкой, запустил собственную линию спортивной одежды «которая закрывает твоё тело, но при этом даёт свободу для достижения спортивных успехов» [1, с. 117]. Ранее, в 2005 году, Шерин Сабет основала Splashgear в Соединенных Штатах. Будучи аквалангисткой, она хотела создать одежду, которая бы, не противореча ее жизненному укладу и системе ценностей, давала бы возможность заниматься своим увлечением.

Фирма ResportOn, основанная в Канаде в 2011 году, была создана французским канадским дизайнером иранского происхождения Эльхамом Сейедом Джавадом после того, как пяти мусульманским женщинам запретили участвовать в турнирах по тхэквондо в Монреале, поскольку их хиджабы считались опасными для здоровья и безопасности. Они разработали дизайн хиджабов для иранской женской футбольной команды после того, как ФИФА заявила, что платки противоречат ее условию не указывать на «политические, религиозные или личные соображения». Впоследствии ФИФА отменила это решение в марте 2014 года. После своего олимпийского успеха в фехтовании Ибтихадж Мухаммед также запустила свою собственную линию модной одежды Louella.

Популярность Ибтихадж стала столь велика, что создатели Барби, вдохновившись образом талантливой и смелой спортсменки, создали новую куклу – фехтовальщицу в хиджабе [2].

Еще одной из пионерок в этом пространстве была Синди ван ден Бремен из Нидерландов, которая сказала: «Еще в 1999 году я изобрела спортивный хиджаб для голландской девушки, которая была исключена из группы гимнастики. В 2001 году я выпустила первую спортивную марку хиджаба под названием Capsters». Она поделилась своей идеей со специалистами в Nike, которые предложили ей заняться реализацией этой идеи самостоятельно, что она и сделала.

Ахеда Дзанетти, создательница буркини, австралийка, родившаяся в Ливане, разработала свои изделия, когда увидела, что ее племянницы занимаются спортом в неподходящей одежде. Мусульманские женщины часто говорят о буркини как о форме освобождения, о возможности наслаждаться плаванием и морем, а в случае буркини на пляже – о возможности проводить время вместе в семье [1, с. 119].

Представители Surf Life Saving Australia, обратились к Дзанетти за униформой; она адаптировала свой дизайн буркини, чтобы включить брендинг организации, и так же сделала его более удобным для спортсменов.

Нужно сказать, что не только мусульманские женщины покупают более скромную спортивную одежду: Modest-fashion в целом вызывает все больший интерес, сдержанная по форме и цвету спортивная одежда является доступной альтернативой одежде, которая доминирует на современном рынке. Это подтверждает эпизод с Nike, сделавшем в 2017 году глобальное заявление, демонстрирующее, что они наконец-то взаимодействуют с женщинами-мусульманками. Реклама в кинематографическом стиле на арабском языке, направленная на мусульманских женщин на Ближнем Востоке, впоследствии с добавленными субтитрами на английском языке, демонстрирует женщин в традиционном головном уборе, занимающихся спортом и самореализующихся через свои увлечения в непросто современном мире.



Рисунок 1 – Эскиз современной спортивной одежды с использованием элементов традиционного костюма, автор Матаева Д.



Рисунок 2 – Эскиз повседневной мусульманской одежды в стиле спорт-стайл, автор Матаева Д.

Эскизы (см. рис. 1-2), выполненные в качестве визуального подтверждения возможности соединения традиционных элементов (в данном случае, мусульманского костюма) и актуального спортивного стиля, представляют собой модели одежды для активного отдыха и вполне могут быть использованы для создания универсальных и востребованных комплектов.

Список использованных источников:

1. Jill d'Allesandro ,Reina Lewis :Contemporary Muslim Fashions Hardcover – October 2, 2018 <https://www.amazon.com/Contemporary-Muslim-Fashions-Jill-dAllesandro/dp/3791357824>

2. <https://kulturologia.ru/blogs/181117/36712/>

3. https://ru.wikipedia.org/wiki/Одежда_в_исламе

4.

http://www.italbazar.ru/blog/odezhda_dlya_musulmanok_vidy_osobennosti_dostoinstva/

© Матаева Д.Х., Вадеева М.О., 2019

УДК 5.07

Матвеева М.М., Лобанов Н.А. НЕЙРОЭСТЕТИКА – КАК МОЗГ ВОСПРИНИМАЕТ ИСКУССТВО

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Веками человечество спорило о том, что красиво, а что нет. «Красота в глазах смотрящего», или есть фундаментальные законы истинной красоты? Зависит ли наше эстетическое восприятие только от того, в какой культурной среде мы растем, или существует нечто, прекрасное для всех без исключения? Почему искусство – это не просто красота? Что вообще такое – красота? Можно ли ее измерить объективно? Оказывается, на нейробиологическом уровне – можно.

Физику называли «царицей наук» XX века. Сейчас же мир науки начинает осознавать колоссальную важность нейробиологии – важнейшие открытия, способные кардинально изменить нашу жизнь и самосознание, в ней делаются чуть ли ни каждое десятилетие. Молодая дисциплина,

получившая название «нейроэстетика», с помощью научных методов изучает восприятие мозгом искусства и красоты в попытке найти ответы на непростые философские вопросы, которые волнуют человечество испокон веков. И хотя многие из вопросов, на которые отвечает нейроэстетика, существуют уже очень давно, только сейчас благодаря современным технологиям мы получили возможность исследовать эти вопросы научными методами.

В XX веке были открыты новые диагностические методы, такие, как ЭЭГ, МРТ, фМРТ, КТ, ПЭТ и др. Эти методы получили общее название – нейровизуализация – за их способность визуализировать структуру, функции и биохимические характеристики мозга. Методы нейровизуализации стали инструментами, с помощью которых медики не только смогли заблаговременно диагностировать многие болезни, но и сделать множество открытий о человеческой психике и ее особенностях. Нейровизуализация широко используется медиками, а также учеными, изучающими такие свойства мозга, как восприятие, память, адаптация, эмоции и т.д. Вследствие этого за последние десятилетия появилось немало наук с приставкой «нейро-» – междисциплинарных наук, изучающих то, что происходит в мозге – нейронных процессов. Нейронауки рассказывают нам не только о том, как мы чувствуем, думаем, учимся, запоминаем, реагируем на те, или иные явления, но также проясняют основу эмоций, природу свободной воли, любви, и даже религиозного опыта, и причины такого феномена, как искусство. Искусством и чувством прекрасного как раз занимается одна из них – нейроэстетика.

Термин «нейроэстетика» был впервые употреблен в 1990-х годах британским ученым Семиром Зеки – нейробиологом, специализирующимся на изучении зрительного мозга приматов. На основе исследований визуального восприятия С. Зеки были сформулированы следующие законы обработки зрительной информации:

1. Закон постоянства – благодаря тому, что С. Зеки называет законом постоянства, мы способны узнавать лицо человека даже в различных ракурсах, то есть видеть суть, образ наблюдаемого, а не несвязные между собой ракурсы и элементы. Этот навык является следствием сложной психической деятельности и глубокого анализа, совершаемых различными областями мозга подсознательно, т.е. без нашего осознанного выбора.

2. Закон абстракции – этот закон описывает уникальную способность мозга фокусировать внимание на существенно важных свойствах объекта, отсекая несущественные. Способность к абстрактному мышлению является одной из главных особенностей человеческого разума, без которой не было бы не только искусства, но и науки [1].

Второе, но не менее важное имя в нейроэстетике принадлежит профессору Калифорнийского университета Вилейануру Рамачандрану, названному журналом «Newsweek» одним из сотни самых выдающихся людей XXI столетия. Помимо весомых заслуг в сфере медицины, его авторству принадлежат исследования, описывающие механизмы работы зеркальных нейронов и таких загадочных явлений, как синестезия [2].

В. Рамачандран предложил 9 универсальных законов художественного опыта. Если разделить зрительное восприятие на культурный и личный опыт с одной стороны и универсальные биологические законы с другой, то сфера исследования Рамачандрана описывает лишь второе, оставляя первое искусствоведам и культурологам и впервые освещая данный вопрос со стороны биологии и нейронаук.

В своей работе В. Рамачандран подходит к исследованию, базируясь на трех основных вопросах: что? почему? как? Что является внутренней логической структурой рассматриваемой отдельной особенности? Почему эта особенность имеет такую структуру, в чем заключается ее биологическая функция, ради которой эта особенность эволюционировала? Какой нервный механизм в мозге воплощает эту черту или закон?

9 универсальных законов художественного опыта В. Рамачандрана:

1. Максимальное смещение/суперстимул. Мы запрограммированы активнее реагировать, не тогда, когда сходство с реальным объектом максимально, а когда его главные характерные черты ярко выражены и усилены преувеличением. Пример: Палеолитические Венеры.

2. Группировка. Склонность собирать слегка разрозненные детали изображения в общую картину. Пример: Долматинская собака Ричарда Дигори, живопись импрессионистов, пуантилистов.

3. Решение проблем восприятия/недосказанность. Парадокс заключается в том, что меньшее количество информации об объекте приводит к более сильной реакции. Притягательность недосказанности объясняется тягой мозга к разгадыванию головоломок, решению задач и удовольствию, которое мы получаем в итоге. Пример: Популярность «Джоконды» Леонардо Да Винчи, не раз названной самой загадочной и притягательной; прием «сфумато».

4. Изоляция/преуменьшение. Простой рисунок, в котором многие детали объекта оказываются «за кадром», впечатляет больше, чем фотография, несущая большее количество информации. «Лучше меньше, да лучше». Объясняется тем, что ресурсы внимания ограничены, и мозгу приятнее, когда он может сосредоточиться на главном, не тратя время на обработку несущественных деталей. Пример: Наскальная живопись, изображающая бизона в пещере Альтамира, вызывает больше чувств, чем фотография настоящего бизона; возрастающая тенденция к минимализму в современном дизайне.

5. Контраст. Существует определенная тенденция как к выделению важного и значимого с помощью контраста, так и к использованию его для усиления определенных качеств. Эволюционная функция цветового контраста объясняется, к примеру, пользой в нахождении ярких плодов в листве. Пример: В романе И.В. Тургенева «Отцы и дети» – противопоставление Базарова и Кирсанова, в живописи – использование теплых/холодных оттенков для света/тени; выделение наиболее сильным контрастом композиционного центра.

6. Симметрия. Имеется два объяснения повышенного внимания к симметричным объектам, оба основаны на эволюционных причинах: первое заключается в том, что для наших предков, живших в дикой природе, было крайне полезно уметь быстро выделить более важные объекты, а именно, добычу, хищника и представителя своего вида. Все эти объекты объединены визуальной симметрией. Второе объяснение основано на исследованиях, показавших, что самыми привлекательными нам кажутся наиболее симметричные лица, что, в свою очередь, говорит о хорошем здоровье и наследственности. Пример: А. Рублев «Троица», «Тайная Вечеря» Леонардо Да Винчи.

7. Отвращение к сходному мнению. Композиционный центр, расположенный по правилу третей, воспринимается более гармонично и приятно глазу, чем расположенный прямо по центру. Симметричный объект симметричен лишь в одном ракурсе, так как несимметричных – бесчисленное множество. Симметрия привлекает внимание, но, если она используется в ситуациях, редко встречающихся в природе, создается ощущение чего-либо неестественного и даже потустороннего. Пример: Мнимый треугольник Гаэтано Канижа, преобладание асимметричных композиций в живописи; как и обратная перспектива, симметрия использовалась для религиозных сюжетов как способ показать «иной» мир.

8. Повторение, ритм, порядок. Мозг склонен выявлять закономерности, и зачастую ее нарушение вызывает диссонанс и дискомфорт. Нам приятно чувствовать, что мы знаем, как устроен тот или иной объект (даже если в реальности это не так), предугадывать развитие событий. Пример: орнамент распространен в культуре всех народов; «Если в начале пьесы на стене висит ружье, то (к концу пьесы) оно должно выстрелить» – из письма А.П. Чехова.

9. Метафора. Метафора – сопоставление двух, казалось бы, несвязанных вещей с целью ярче высветить важный аспект одной из них. Метафорическое мышление – один из краеугольных камней человеческого разума, без которого сложно представить хоть один объект человеческой культуры. Метафора так же позволяет нам как бы приблизиться к далеким персонажам или событиям, проявляя эмпатию. Пример: «Герника»

Пикассо как метафора фашизма, поговорка «не все то золото, что блестит», выражение «холодное сердце» [3, 4, 5].

За последние 300 лет произошло несколько масштабных сдвигов в мышлении людей, которые мы называем научными революциями. Сперва Коперник показал, что наша планета не является центром мироздания, как считалось ранее, а лишь вертится вокруг Солнца. Теперь мы знаем, что таких Солнц в нашей галактике бесчисленное множество, а наша галактика – лишь крупинка в бескрайней Вселенной. Позже Дарвином была выдвинута идея об общем происхождении всех видов, положившая начало современной биологии, генетике и другим не менее важным наукам. Третья революция произошла после открытия «бессознательного» – краеугольного камня в теории Фрейда. По словам индийского нейробиолога Вилейанура Рамачандрана, сегодня мы находимся на пороге новой, величайшей революции – понимании человеческого мозга. За последние несколько десятков лет, благодаря современным медицинским технологиям, человечество получило возможность узнать несопоставимо больше о человеческом мозге – самой сложноорганизованной структуре в природе – чем за все предыдущие века. И каждое новое знание, какой бы крупинкой оно не было в сравнении с тем, чего мы еще не знаем, вызывает восхищение, проливая свет на привычные явления с новой стороны.

В отличие от прежних революций в науке, эта касается не внешнего мира – физики, биологии и космологии, а имеет отношение к нам самим, и эти открытия изменят не только мир науки, но и будут иметь огромное влияние на все человечество, поскольку «они несомненно помогут нам перекинуть мост через ту огромную пропасть, ... разделяющую «две культуры»: с одной стороны – науку, с другой – искусство, философию и гуманитарные дисциплины» [5].

Список использованных источников:

1. Zeki Semir, The neurobiology of beauty TEDxUCL «TEDx Talks»
2. Рамачандран В.С. Рождение разума. Загадки нашего сознания (Электронное издание)
3. Кауфман С., Плейер Д., и др. Нейроэстетика: как наш мозг понимает, что красиво, а что нет? «ИноСМИ.RU» (Сетевое издание – Интернет-проект) – <https://inosmi.ru/science/20171011/240496807.html>
4. Kaufman S.L., Player D., Orenstein J., May-Ying Lam, Hart E., Tan S. THIS IS YOUR BRAIN ON ART «The Washington Post» (Сетевое издание) – <https://www.washingtonpost.com/graphics/2017/lifestyl..>
5. Рамачандран В.С. Мозг рассказывает. Что делает нас людьми. – М.: Карьера Пресс, 2015. – 414 с.

© Матвеева М.М., Лобанов Н.А., 2019

УДК 687.01:316.7

Махиня Е.В., Коробцева Н.А. ОДЕЖДА КАК АРТЕФАКТ

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Значение одежды кардинально менялось по мере развития и эволюции человека; то есть, шло от удовлетворения основных потребностей на начальном этапе – защиты от холода и комфорта, – до статусной и творческой мотивации. Однако это мнение представляется верным лишь отчасти. Одежда всегда, даже в самом далеком каменном веке, непременно выполняла не только защитные, но и статусные функции, являлась для человека символом его единения и отождествления с окружающим миром, а также выражала стремление занять совершенно определенное место в обществе.

Человек всегда – осознанно или хотя бы подсознательно, – понимал магию своего одевания, оценивал его влияние на собственное сознание и устройство жизни. Констатацию этого мы можем найти, например, в книге «Счастливые сны» писателя и физика Евгения Цветкова [1].

Сегодня, во время бурного развития междисциплинарных отраслей знания, естественные и точные науки уверенно вторгаются в гуманитарные и медицинские области деятельности. Так, изучение нетрадиционных способов управления мозгом по методу Хосе Сильва основано на данных физики: оно исходит из положения, что человеческой мозг – своего рода волновой приемник, настроенный на определенную частоту; при этом нужную частоту выбирает сам заказчик, подсознательно стремясь занять ту или иную нишу в социуме [2].

Учение Хосе Сильвы и Филипа Миэле – один из ключей к управлению разумом. Однако существуют и другие ключи – возможно, не со столь впечатляющим результатом, но более легкие и доступные для массового сознания. И как раз одежда, ее магия – один из ключей к настройке своих «приемников» на волну собственных желаний. «Одежда наша, наряд – это, в основном, означает, как к нам относятся, и какими мы кажемся себе и другим».

Удивительно хорошо эту магию, таящуюся в одежде, чувствовал великий Гоголь. Достаточно вспомнить его рассказ «Шинель» [1]. И в самом деле: сюжет «Шинели» в определенном смысле представляет собой универсальную модель, парадигму субъективной психологической взаимосвязи внешней формы с социальной значимостью. И в этом контексте приписываемая Ф. Достоевскому крылатая фраза «Все мы вышли из гоголевской шинели» приобретает дополнительный смысл. Ее можно рассматривать не только в качестве характеристики гуманистических традиций классической русской литературы, но и как универсальный социо-психологический феномен [1].

Разумеется, при создании какой-либо коллекции одежды следует учитывать мечты, стремления и желания потенциальных клиенток. Только так коллекция может стать востребованной и хорошо раскупаться. И именно потому одно из приоритетных направлений в изучении многих социальных дисциплин (в том числе – и дизайна одежды) стало изучение мотивации, клиентских предпочтений. Однако с мотивацией все обстоит не так просто – недаром уже во вступлении исследования была обозначена один из важнейших аспектов проблемы, связанной с социальной ситуацией общества потребления.

Дело в том, что большинство исследований по выявлению мотиваций к покупке вычисляют мотивации открытые, внешние, – те, что находятся в области сознательного. Однако наша подсознательная область психики гораздо обширнее сознательной; ее влияние на нас сильнее, мощнее, хотя причины тех или иных поступков не всегда явны. Вспомним чуть ли не самый известный афоризм Зигмунда Фрейда, первого последовательного разработчика теории бессознательного: «У каждого человека есть желания, которые он не сообщает другим, и желания, в которых он не сознается даже себе самому» [3].

Примерно те же принципы – но на более высоком уровне, – использует и французская консалтинговая компания Oхmore, специализирующаяся на аналитике стратегий потребления будущего [4]. Отслеживая и подробно анализируя технологические открытия во всем мире, результаты исследований государственных или частных лабораторий в области маркетинга и соотнося их с потребительским поведением, компания занимается долгосрочным прогнозом изменений бизнес-стратегий.

На сегодняшний день именно этот путь – путь углубленного изучения потребительского поведения – представляется наиболее эффективным. И тут без анализа скрытой мотивации просто не обойтись. Одежда уже не предмет первой необходимости и не предмет статуса она превращается в нечто большее для своего хозяина – в дополнительный источник энергии, в его личный артефакт.

При продажах (и соответственно – покупках) одежды с учетом только внешних мотиваций создается уже упомянутая классическая ситуация, ставшая основой многочисленных анекдотов про две женские проблемы: «невозможно закрыть шкаф» и «нечего носить». У каждой женщины в гардеробе есть любимые «волшебные» вещи, надевая которые она автоматически «надевает» и тот позитив или настроение, которое моментально ее преображает, меняет ощущения и даже состояние. А есть красивые дорогие вещи, которые годами висят в шкафу: отдавать их жалко, но носить совершенно не хочется.

Только поняв и проанализировав заветные, подспудные желания и стремления клиента – которые зачастую имеют весьма опосредованное отношения к желаниям, высказанным или даже декларируемым, возможно создавать коллекции востребованные, которые будут не просто покупаться, а потом висеть в гардеробном шкафу, но своей магией поддерживать своего обладателя, давать позитивный настрой, оказывать психотерапевтическое воздействие, а значит – приближать к успеху.

Разумеется, для изучения подспудных мотиваций клиентов в первую очередь необходима их добрая воля; готовность проанализировать свой внутренний мир; по выражению Льюиса Кэрролла, от того, «как глубоко вы хотите заглянуть в кроличью нору».

И вот тут на помощь дизайнеру-аналитику способны прийти различные науки, в том числе и астрология – как наука, изучающая влияние космоса не только на психологию, вкусовые предпочтения и судьбу человека, но и на социальные и культурные процессы, происходящие в мире (в том числе и на моду) [5].

Конечная задача и основной замысел данной работы – создание универсального сервиса подбора одежды для потребителя. В принципах работы сервиса – создание «одежды, исполняющей желания», основанной на особенностях характера и мировоззрения заказчика, его стремлений и желаний – как явных, так и подспудных. Такой сервис способен не просто подобрать «волшебный» индивидуальный гардероб и поддержать заказчика в достижении заветных целей; он изменит культуру потребления: от простой покупки вещей в схему создания своего будущего. Несомненно, предлагаемый подход, отраженный в самом термине «Астромода», представляется весьма перспективным – как на этапах замысла и разработки коллекций женской одежды, так и на этапе ее продвижения и реализации; особенно если эти теоретические выкладки будут дополнены практическим использованием новейших компьютерных технологий проектирования одежды»[6].

Сейчас на этапе смены глобальной тенденции не только в моде, но и в способах и принципах потребления, главное для модельера – создать коллекцию, «исполняющую желания». Таким образом, на первый план выходит подбор одежды, приближающий конкретного человека к желаемому результату, подобно камертону настраивающей на исполнение желаний. Надевая такую одежду, человек как бы оказывается в совершенно другом мире: там, где это желание уже исполнилось. Безусловно, создание и моделирование таких коллекций – работа в значительной степени индивидуальная.

Соответственно в коллекции «Счастливые сны» были использованы именно такие архетипы-образы, в визуальном воплощении скорректированные в соответствии с законами цвета и цветового

восприятия. В основу реализации коллекции легли не только концепция Юнга о коллективном бессознательном, и ее интерпретация в книге Е. Цветкова «Счастливые сны».

Конечная задача и основной замысел данной работы – создание универсального сервиса подбора одежды по знаку зодиака. В принципах работы сервиса – создание «одежды, исполняющей желания», основанной на особенностях характера и мировоззрения заказчика, его стремлений и желаний – как явных, так и подспудных. Такой сервис способен не просто подобрать «волшебный» индивидуальный гардероб и поддержать заказчика в достижении заветных целей; он изменит культуру потребления: от простой покупки вещей в схему создания своего будущего. Несомненно, предлагаемый подход, отраженный в самом термине «Астромода», представляется весьма перспективным – как на этапах замысла и разработки коллекций женской одежды, так и на этапе ее продвижения и реализации; особенно если эти теоретические выкладки будут дополнены практическим использованием новейших компьютерных технологий проектирования одежды» [6].

Список использованных источников:

1. Цветков Е.П. Счастливые сны. М., «Новый хронограф», 2001. - 120 с.
2. Сильва Х. Миэле Ф. Управление разумом по методу Сильва. М., Попурри, 2003. - С. 16.
3. Фрейд З. «Я» и «Оно». М., Издательство «Э», 2017. – 212 с.
4. <http://www.oxumore-inc.com/>
5. Чижова Н.В., Махиня Е.В. Концепция прогнозирования состава промышленных коллекций женской одежды на основе исследования планетарного влияния на тенденции моды// Успехи современной науки. Т.1, - № 5, - 2017. – 167 с. .
6. Чижова Н.В., Махиня Е.В. Разработка концепции «Астромоды» на основе исследования планетарного влияния на дизайн одежды// Аспирант и соискатель, 2017, № 3(99). - С. 66.

© Махиня Е.В., Коробцева Н.А., 2019

УДК 376.4:7

Мацнева А.И., Сеницкая Д.М., Задворная С.Т. **ПЯТНО И ЛИНИЯ: СОВРЕМЕННЫЙ ДИЗАЙН ГЛАЗАМИ ОСОБЕННЫХ ДЕТЕЙ**
Российский государственный университет имени А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Детей, страдающих заболеванием аутистического характера, с каждым годом становится все больше. Синдром детского аутизма характеризуется «триадой нарушений» – нарушение социального взаимодействия, коммуникации и воображения. Дефицит воображения

проявляется в явлении «гиперреализма», что находит отражение в буквальном восприятии слов и явлений, трудностях понимания переносного смысла. Для установления первичного контакта с ребенком и формирования у него интереса к совместной деятельности могут использоваться методы и приемы, предполагающие возможность свободного выражения своих потребностей, чувств и желаний. Для реализации этих задач подходит арт-терапия. Она включает в себя ряд направлений психологической работы, связанных с творчеством [1].

Арт-терапия для детей с аутизмом – это вид психологической помощи, основанный на погружении в искусство или творчество. Необходимо различать обычные занятия рисованием и арт-терапию. Первое относится к категории уроков. Такие занятия направлены на приобретение навыков и получения определенного результата [2]. В арт-терапии главное процесс, который построен таким образом, чтобы снизить эмоциональную нагрузку у детей. Путем творческой работы создается атмосфера доверия. Арт-терапия позволяет выразить с помощью образов то, что ребенок не может сказать словами, тем самым снижая тревожность, дает выход внутренним конфликтам и сильным эмоциям, помогает понять собственные чувства, способствует повышению самооценки [3]. Все эти методики развивают у детей-аутистов воображение, помогают концентрировать внимание.

Данную проблему мы изучаем на протяжении 4 лет. Во время нашего исследования мы разработали две арт-терапии, основанные на рекомендациях специалистов, и провели несколько занятий с особенными детьми. Это были сказка-терапии, использовалась техника коллажа, изо-терапии, особое внимание уделялось пятнам и линиям.

Изо-терапия – это арт-терапия основанная на изобразительной и доизобразительной деятельности. Доизобразительная стадия рассматривается как период активных экспериментов и исследования разных форм, материалов. На этом этапе формируется способность преобразовывать свой опыт в художественные формы. Значение наиболее ранних стадий развития изобразительных навыков недооценивалось вплоть до 1980-х годов. Дальнейшие исследования показали, что изобразительная деятельность маленьких детей имеет сложный характер и позволяет решать разнообразные проблемы, а потому может рассматриваться как очень значимая. Это не какая-либо «промежуточная» стадия, подготавливающая ребенка к рисованию, но важный период в его жизни. Она связана с началом развития тех психологических механизмов, которые обеспечивают дальнейшее понимание ребенком изобразительных форм, а также формирование той символической системы, которая позволяет выражать представления, связанные с чувственным опытом [5].

Через рисунок ребенок выражает себя и общается с окружающим миром через визуальные образы. Было также высказано предположение, что простейшая символическая экспрессия готовит ребенка к восприятию более сложных символических систем, и что он постепенно накапливает опыт символической экспрессии. Откликаясь на символические обозначения, а не только на объекты реального мира, принимая, например, каракули за некий образ, ребенок становится готовым интерпретировать иные символические образы и видеть имеющиеся между ними смысловые связи [5]. Используя в ходе работы с аутичными детьми техники, которые относятся к доизобразительной стадии, можно развить в них способность к формированию систем разделенных значений и подготовить к постепенному переходу к изобразительным формам и символическим образам.

При создании данной терапии мы поставили перед собой задачи: развить творческие способности, воображение, мелкую моторику, навыки невербальной и вербальной коммуникации. А также погрузить детей в необычную среду, которая убирает контроль сознания и снижает уровень его защиты. Техники, которые используются в арт-терапии, должны завлекать, быть приятными, простыми, безопасными и способствовать самовыражению [2].

Тема нашей изо-терапии звучала «Здравствуй, лето!», так как занятие проходило перед летними каникулами. Детям на выбор предоставлялись различные материалы: бумага, краски, нитки, фломастеры, губки, ветки, шишки, кисточки. Во время занятия дети изучали свойства этих материалов, взаимодействовали с ними и преобразовывали их. При помощи этих материалов дети писали фантастические буквы, создавали свое звездное небо, пятном и линиями изображали образы насекомых, делали разные отпечатки. В конце занятия у ребят получился совместный плакат-коллаж. Он был уникальным и креативным.

Это занятие стало для нас важным, не только с точки зрения науки, но также со стороны дизайна. Мы обратили внимание на особый взгляд детей-аутистов на окружающий мир, на выбор цвета, линий, пятен. Зарисовки детей стали основной для серии плакатов «Здравствуй, лето!», создали неповторимый и универсальный принт, как для одежды, так и для предметов мебели.

Работа с такими детьми должна быть построена на наглядности и лаконичности. Аутистические заболевания приводят к тому, что пациент использует только один тип мышления по восприятию окружающего мира. У детей отсутствует широкое абстрактное восприятие, а значит понять ненаглядные формы и сюжеты им сложно [2]. Как можно чаще надо проводить различные арт-терапии. Для детей-аутистов они очень полезны

и эффективны. Арт-терапия стимулирует к тому, чтобы делать самостоятельный выбор, а значит, учит независимости.

Список использованных источников:

1. Электронный научно-практический журнал "Психология, социология, педагогика" [Электронный ресурс] URL: <http://psychology.snauka.ru/2012/12/1432>
2. "Как эффективно проводить арт-терапию при аутизме" [Электронный ресурс] URL: <https://autizmy-net.ru/kak-effektivno-provodit-art-terapiyu-pri-autizme/>
3. "Арт-терапия в работе с аутистами" [Электронный ресурс] URL: <https://cwf.com.ua/ru/news/167-art-terapiya-v-rabote-s-autistami>
4. Лебедева Л.Д. Практика арт-терапии: подходы, диагностика, система занятий. - СПб.: Речь, 2005
5. Art Therapy for Children with Autism [Электронный ресурс] URL: <http://xn--80aocr1af.su/index.php/extension/zhivopis/339-art-terapiya-dlya-detej-s-autizmom>

© Мацнева А.И., Сеницкая Д.М., Задворная С.Т., 2019

УДК 793.31

Маякова Е.Д. ТВОРЧЕСКИЙ ПУТЬ М.С. ГОДЕНКО

Московский государственный институт культуры

«Все танцы Годенко проверены временем. Более 70 стран объездили и до сих пор танцуют и «На мосточке», и «На птичьем дворе», и казачий пляс «Красный Яр», и «Сибирскую потеху», и «Вдоль по улице», и хоровод «У колодца», и многое другое» – с гордостью перечисляет близкий друг и соратник легендарного балетмейстера И.Л. Клеймиц.

Имя Михаила Семёновича Годенко стоит на уровне с такими именами, как Татьяна Алексеевна Устинова, Надежда Сергеевна Надеждина, Павел Павлович Вирский и другие. Это великие хореографы-постановщики, прославлявшие народную танцевальную культуру. Их танцы составили золотой фонд народной хореографии. Это наше великое наследие.

В официальной характеристике из личного дела, о М.С. Годенко пишут, как о «талантливом постановщике танцев, балетмейстере с большим художественным вкусом, тонкой музыкальностью и яркой одарённостью. Созданные им танцевальные номера пользуются большой популярностью и уважением не только в нашей стране, но и далеко за её пределами. Его деятельность отличает высокий художественный вкус, оригинальность замыслов, разнообразие постановок».

Более пятидесяти лет Михаил Семенович посвятил себя хореографии. Начав свой творческий путь в качестве танцовщика, а затем и солиста балета, он достаточно рано начал пробовать себя в качестве

постановщика, что вскоре стало его основной деятельностью в танцевальном искусстве. Почерк М.С. Годенко имел определенный путь: после тяжелых военных лет он работал балетмейстером в военных ансамблях песни и пляски Забайкальского, Восточно-Сибирского, Беломорского военных округов. Затем продолжил балетмейстерскую деятельность в тогда еще начинающем Ленинградском мюзик-холле, что позднее наложило отпечаток на его творчество. Невозможно не обратить внимание на целый ряд высокохудожественных постановок в Государственном академическом Северном русском народном хоре: «Северные хороводы», «Свадьба», «Северное народное игрище», «Утушки», «Свадебная кадрили», «Дружба народов Севера». Именно в этом коллективе у М.С. Годенко формируются определенные навыки работы с фольклорным материалом. Михаил Семенович мастерски наполнил народный танец в своих постановках нечто живым и современным.

Анализируя накопленный сценический опыт, в 1963 году М.С. Годенко возглавил Красноярский Государственный ансамбль танца Сибири.

Михаил Семенович в то время активно развивал жанр и постоянно его модернизировал. Поэтому можно утверждать, что он стал хореографом нового мышления, так как его постановки не были чистым воспроизведением народного танца. Можно смело утверждать, что у него получилось соединить народный танец с характером современного человека.

В свое время творчеству М.С. Годенко давали высокую оценку, например, Татьяна Алексеевна Устинова, которая особо отмечала танец «На мосточке». Вот, что она вспоминала: «Я очень любила Михаила Семеновича. С первых шагов в народном танцевальном искусстве, когда он еще работал в Архангельске, я оценивала его как очень интересного, талантливого балетмейстера. У него всегда были искорки в творчестве. Как сейчас, помню его тогдашние большие интересные хороводы и кадрили, помню его работы, где он поражал находками, изобретательством, неожиданным решением».

Но была и нелюбимая критика балетмейстера, якобы уходящего от народного танца. Причина возможно в том, что М.С. Годенко имел опыт работы в Ленинградском мюзик-холле, и его любовь к театру.

Сегодня Ансамбль танца Сибири является одним из известнейших коллективов России, гастролирующим по нашей стране и за ее пределами. Следует обратить внимание не только на танцевальную группу ансамбля, но и на инструментальную, то есть на оркестр ансамбля и знаменитые композиторские произведения заслуженного артиста Российской Федерации Владимира Гордеевича Корнева. Созданные им произведения

очень гармоничны в исполнении оркестра и совершенно точно передают характер того или иного героя или общее настроение танца. Вот, что говорил Владимир Корнев о Михаиле Семеновиче: «Я должен сказать, что суть его таланта – многогранность. Мне, музыканту, было, что всерьез обсуждать с ним. Он прекрасно чувствовал музыку, и потом не раз демонстрировал абсолютное попадание в музыкальное оформление своих постановок».

М.С. Годенко в постановке своих номеров выстраивал на сцене интересные сюжеты, которые были близки каждому зрителю, и побуждал вместе с героями постановки переживать происходящее на сцене. Многие номера несут в себе образы советского народа такие, как «Регулировщицы», «Енисейские речники». Так же можно сказать, что шутка была его любимым приемом, это прослеживается в таких номерах, как «На птичьем дворе», «Сибирские форсуны», «На рыбалке». И кто бы мог подумать, что образы танца «На птичьем дворе» были взяты из диснеевского мультфильма.

За все годы работы в Красноярском Государственном ансамбле танца Сибири М.С. Годенко поднял репутацию коллектива до высочайшего уровня. Он работал вплоть до самой смерти в 1991 году. В 1992 году, за выдающиеся заслуги в области советской и русской хореографии ансамблю присваивается звание «академический». С тех пор ансамбль носит имя любимого руководителя.

Стоит отметить, что в настоящее время Ансамбль танца Сибири находится в поисках балетмейстеров для создания новых постановок. Так были приглашены хореографы из ведущих ансамблей, которыми были осуществлены новые постановки. Конечно, в первую очередь это можно связать с уходом Михаила Семеновича, так как его творчество уникально: он реформировал художественные приемы, всегда был в поиске народных сюжетов и для дальнейшего обновления репертуара ансамбля нужны продолжатели М.С. Годенко. Поэтому в 2018 году, в Красноярской Филармонии прошел открытый конкурс хореографических работ «GODENKO DANCE. Танцуем Годенко», в честь 100-летнего юбилея со дня рождения любимого руководителя. В конкурсе лауреатами стали: Дмитрий Смирнов (г. Мурманск) и Любовь Николаева (г. Пермь).

Таким образом, творчество М.С. Годенко наложило огромный отпечаток в истории хореографического искусства. Его путь в хореографии набирал, все больше и больше оборотов, начав свою карьеру как исполнитель, а затем как балетмейстер сначала в военных ансамблях, а затем и в Северном русском народном хоре, и в Красноярском ансамбле танца Сибири. Его постановки имели разнообразный характер, как нечто лихое, веселое и удалое, так и нежное, мягкое, лиричное. И это всегда изумляло и притягивало зрителя всех поколений.

Список использованных источников:

1. Войтюк С. «Михаил Годенко - мастер танца. Воспоминания.» Государственный Красноярский ансамбль танца Сибири. Красноярское книжное издательство, 1997;
2. Замышляев В. «Сто знаменитых красноярцев», ИД «Издательские проекты», Красноярское книжное издательство, 2003;
3. Мысликова И. «М.С.Годенко и Красноярский государственный академический ансамбль танца Сибири: история становления» Красноярск, 2010.

© Маякова Е.Д., 2019

УДК 659:004.031.42

Мекеня К.М. **СМЫСЛООБРАЗУЮЩИЕ ФАКТОРЫ
ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНТЕРАКТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ
РЕКЛАМЫ: ДИЗАЙН, ИГРА, ИННОВАЦИИ**

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

В современном рекламном дискурсе наблюдается постоянный технологический и технический процесс совершенствования – появляются новые методы рекламирования и каналы размещения информации. Этот факт позволяет рекламировать и продвигать обычную коммерческую и некоммерческую информацию в новом ключе, с новой подачей, что напрямую влияет на повышение коммуникационной эффективности рекламной или PR коммуникации.

Уже не первый год специалистами используется формат интерактивной рекламы, который обладает определенным специфическим смыслом, а, соответственно, и набором образов и символов. В данной статье приводится анализ смыслообразующих факторов эффективности интерактивной рекламы, существующих в современной зарубежной и отечественной практике. Рассматриваются функциональные отличия знаков и символов при использовании различных направлений интерактивных форматов продвижения, их валидность на примере социальной (некоммерческой) рекламы.

Исследуя разные подходы к определению понятия «интерактивная реклама», следует вывести обобщённое значение для корректного понимания исследования. Интерактивная реклама – такой результат организации процесса рекламирования, при котором с помощью различных средств и методов создается среда для взаимного обмена информацией между зрителем и рекламой [1]. Иначе говоря, к интерактивной рекламе относится любая рекламная коммуникация, позволяющая взаимодействовать со зрителем.

Однако только от создателя интерактивной рекламы зависит, какой смысл будет заложен в его проекте, каким набором знаков и символов он будет оперировать, чтобы эффективнее всего выполнять свою функцию.

Опираясь на результаты исследования различных интерпретаций и форм социальной интерактивной рекламы за последние несколько лет, можно выделить три основных смыслообразующих доминанты, на которых основываются интерактивные проекты: дизайн; игровая модель; инновации.

В первом направлении интерактивного рекламирования функцию смыслообразования выполняет дизайн. Именно с помощью различных визуальных приемов создается уникальный контент, который привлекает к себе внимание зрителя, вызывает непреодолимое желание взаимодействовать, и, что самое главное, – наблюдать за изменением знаковых, символьных систем и форм в ответ на действия со стороны зрителя.

Информация может обрабатываться и визуализироваться в реальном времени, а может быть заранее прописанным сценарием. Вовлечение зрителя происходит на нескольких уровнях:

при простом присутствии человека в области досягаемости рекламы (например, реакция на прохождение зрителя мимо рекламного баннера и соответствующие дизайнерские привязки к этому);

бесконтактное изменение элементов графического дизайна (например, датчик движения рук изменяет форму / вид объектов в рекламе);

механические возможности при взаимодействии (например, сенсорный экран позволяет зрителю углубляться в рекламное пространство).

При указанном смыслообразующем подходе не столь важна механика построения коммуникации и ее глубина, главным является проработка всех визуальных деталей, которые составляют знаки и образы.

К примеру, в 2016 году в рекламе The Coughing Billboard дизайн изменялся в зависимости от присутствия курящих рядом людей. С помощью представления образа человека, его эмоций и графически точной передачи реакции создателям удавалось добиться нужного рекламного эффекта [2].

В 2018 году совместно с медицинской компанией INVITRO был разработан веб-сайт по ИППП на основе картин Иеронима Босха «Сад земных наслаждений». Проект позволяет в интерактивном режиме узнать об истории, опасности и способах предотвращения ИППП. Профессиональный подход к дизайну на основе переплетения рекламы и искусства вызывал интерес зрителя (рис. 1).



Рисунок 1 – Пример интерактивной рекламы, акцентированной на дизайне: реклама компании INVITRO [3].

Второе направление интерактивного рекламирования использует игровую модель для функции смыслообразования. Игровая рекламная модель – это система рекламных образов, представленная символически и в игровой форме для потребителя, который должен стать активным участником этой игры в виртуальной реальности. Модель эффективно функционирует, если: создана игровая площадка или пространство; разработаны понятные правила и сценарные элементы геймплея; результат игры несет определенные выгоды для зрителя. В данной модели разработка уникального дизайна, визуальная проработка знаков и символов становится второстепенным направлением работы. Тем не менее, они должны быть легко считываемы и правильно интерпретированы зрителем.

Учитывая перечисленные особенности, удастся создать уникальный рекламный продукт, который позволит расширить привычное информационное поле, привлечь зрителя и заставить совершить повторный контакт, а также на подсознательном уровне создать у зрителя устойчивый набор ассоциаций с рекламируемым продуктом.

Примером может служить интерактивная социальная реклама «Олимпийские перемены», выпущенная Олимпийским комитетом РФ перед Зимней Олимпиадой в г. Сочи в 2013 году. Привычный терминал для покупки билетов в метро предлагал пассажирам поиграть в спортивную игру, а в случае выигрыша получить бесплатный проездной. С помощью этого формата создатели проекта пытались популяризировать интерес к спорту, здоровому образу жизни и к предстоящим Олимпийским играм (рис. 2).

В 2018 году была выпущена интерактивная реклама «Все сложно» – интерактивный фильм о жизни девушки с ВИЧ, реализованный как отдельный сайт-игра. Зрители становятся участниками истории делают выбор за героиню, определяя этим её дальнейшую судьбу. Интерактивность процесса делает фильм интереснее, позволяет больше узнать о непростой жизни людей с таким заболеванием [5].



Рисунок 2 – Пример интерактивной рекламы, основанной на игре: реклама Олимпийского комитета РФ [4].

В третьем направлении интерактивного рекламирования функцию смыслообразования выполняют инновации.

В рамках этого подхода создатели рекламы делают акцент на важности современных технологий в интерактивной рекламе. Эффективность коммуникации строится на использовании актуальных инновационных технологий – QR-шифрование, двухсторонняя видео трансляция, спутниковая система навигации, система распознавания лиц, технологии дополненной реальности и другие. Прежде всего, эффективность данного подхода связана с интересом и любопытством, которые люди испытывают ко всему новому, при том, что технологии становятся доступны широкому кругу лиц. Знаки и символы приобретают в этом случае роль интерпретаторов, объясняя и упрощая процесс освоения и коммуникации с новым оборудованием или программным обеспечением, которое используется в интерактивной рекламе.

Основным инструментом привлечения интереса не выступает ни дизайн, ни игровой процесс, а именно возможность испытать на себе что-либо новое, стать свидетелем результатов технического прогресса.

Например, в 2015 году в рекламе «Одно лицо» использовалась технология распознавания лиц. Человек, загрузивший свою фотографию на сайт, мог найти похожего на себя ребёнка из детского дома, узнать, как его усыновить или просто помочь. Большинство зрителей привлекла именно возможность попробовать новую технологию, оценить на себе результат её работы [6].

В 2017 году в рекламе Forceforgood формат интерактивного игрового фильма модернизировали, добавив туда новый инструмент управления – технологию Force Touch для мобильных устройств, которая контролирует силу нажатия на экран устройства. Именно от значения этого параметра зависело развитие рекламного ролика. Несомненно, использование такой технологии вызывает огромный интерес у зрителя, однако не все устройства до сих пор поддерживают данную технологию. Это приводит к потере части потенциальной целевой аудитории (рис. 3).

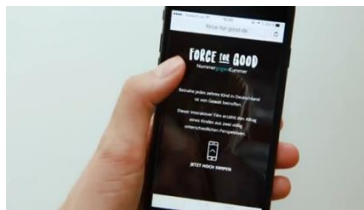


Рисунок 3 – Пример интерактивной рекламы, основанной на инновациях: реклама компании Nummergegen Kummer [7].

Результаты исследования смыслообразующих факторов эффективности в интерактивной социальной рекламе позволяют выделить три основные направления – дизайн, игра и инновации. Выбирая одно из направлений для создания коммуникации, специалисты в области рекламы и PR должны учитывать особенности использования каждого из них, обращать внимание на то, какие знаки и символы следует проецировать и в какой форме представлять их.

В соответствии с современными тенденциями, также используется комплексный или системный подход к интерактивному рекламированию. Системность проявляется в совместном использовании нескольких смыслообразующих факторов. Например, игровая модель взаимодействия подкрепляется красочным дизайнерским оформлением или технологии виртуальной реальности позволяют создавать вокруг себя игровое пространство [8].

Однако проработка системного подхода к интерактивной рекламе требует огромного профессионализма [9], финансовых и временных затрат, что не всегда возможно при создании некоммерческих проектов.

Список использованных источников:

1. Ковалев М.Ю., Олиферова О.С. Интерактивная реклама: российский сегмент. //журнал «Science Time»:-2015.- №4 (16). - С. 361-366.
2. Apotek Hjärtat. The Coughing Billboard. URL: https://www.adsoftheworld.com/media/outdoor/apotek_hjartat_the_coughing_billboard
3. GOODBYE TO THE MIDDLE AGES! URL: <https://www.possiblegroup.ru/en/works/goodbye-to-the-middle-ages>
4. MOST Creative Club заставило москвичей присесть за бесплатный проезд в метро. URL: <https://adindex.ru/news/releases/2013/11/8/104057.phtml>
5. Посмотреть и сделать выбор: «Такие дела» URL: http://d-bazar.ru/vse_slozhno/
6. Проект «Одно лицо»: Как технологии могут помочь усыновлению детей-сирот. URL: <https://changeonelife.ru/2015/04/09/odno-litso-kak-tehnologii-mogut-pomoch-usy-novleniyu-detej-sirot/>
7. Force for good. Nummergegen Kummer. URL: <https://www.force-for-good.de/>
8. Григорян А.О., Макарова Т.Л. Использование современных гаджетов в дизайне костюма // Костюмология, 2019 №2,

<https://kostumologiya.ru/PDF/16IVKL219.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

© Мекеня К.М., 2019

УДК 793.31

Меринова Д.С., Ковтун А.В. М.С. ГОДЕНКО – ХОРЕОГРАФ-НОВАТОР НАРОДНОГО СЦЕНИЧЕСКОГО ТАНЦА НА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СЦЕНЕ

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Стремление сохранить и утвердить непреходящую эстетическую, этическую ценность фольклорного танца на эстрадной сцене всегда существовало в душе Михаила Семеновича Годенко. Оно способствовало активным поискам в сфере сценической интерпретации танца и становлению Годенко одним из самых выдающихся хореографов XX века.

Формирование его сценического мировоззрения происходило под влиянием работы в различных городах и коллективах. В августе 1966-го года в Омске происходит знаковая для М.С. Годенко встреча с главным режиссером массовых представлений Всероссийского гастрольно-концертного объединения Ильей Яковлевичем Рахлиным. И вскоре, параллельно с работой в Красноярском ансамбле, Годенко-балетмейстер пробует себя и в другом жанре танцевального искусства. Он создает несколько постановок для возрожденного Ленинградского мюзик-холла, некоторые из них («Вологодские кружевницы», «Новгородские ложечники») станут прообразами будущих блестящих постановок в Красноярском ансамбле. А встреча с балетмейстерами Берлинского «Фридрихштадпаласа» Гизеллой Вальтер и Вальтером Шуман подтолкнула Годенко к более смелому использованию современной лексики, обогащению народного танца ее элементами.

Последняя постановка Годенко 1970 года – балет «Взятие снежного городка» (Зимние игры по мотивам картины В.И. Сурикова «Взятие снежного городка»). Музыка написана В.И. Корневым. Из музыкальной структуры балета, написанной по либретто М.С. Годенко, видно, что в него входили: Увертюра; Катание с гор; Кадриль «Гимназисты»; Кадриль народная; Песня и танец удалцов; Строительство снежного городка; Хоровод «У колодца»; Частушки; Сибирский пляс; Песня о Ермаке; Взятие снежного городка; Финал.

Ряд критиков сразу же отметили новый характер его художественных поисков. По словам А.Мельника, артисты ансамбля показали зрителям «красочный, запоминающийся народный праздник, о котором сегодня можно узнать лишь из истории, архивных документов, рассказов дедов».

Взятие снежного городка – часть завершающих сибирских Масленичных обрядов, приуроченных к Прощеному воскресенью. Выглядело это так: «В Енисейской губернии парни строят на льду ледяную крепость с воротами; сажают туда охранительную стражу, пешие и конные идут в атаку, пешие лезут на стену, а конные врываются в ворота, осажденные обороняются метлами и нагайками». Во время взятия городка играла музыка (гармоники и скрипки). Постепенно зрители становились активными участниками действия, но не самого «штурма», а его прелюдии. Это зрелище могло собирать массу народа нарочито приезжавшего из ближних деревень и города. «Показной» характер зрелища проявлялся и в наличии особого действующего лица. Этот человек назывался «городничим» и, являясь распорядителем потехи, подавал знак к началу осады». Катание с гор так же было неотъемлемой частью Масленицы.

«Здесь и кадрили прямо противоположные по своему характеру, рисунку, теме: в одной семинаристы чинно ведут в танце своих барышень под неодобрительные взгляды суровой дамы в пенсне, а другая взрывается стремительным ритмом, огненной пляской – кадрили народная». Если обратиться к истории, то не трудно предположить, что гимназисты, чаще всего выходцы из достаточно обеспеченной привилегированной социальной прослойки, могли танцевать преимущественно вариант бальной, или салонной кадрили. Но у Годенко кадрили включена в народный праздник и решена посредством элементов народного танца. Хотя и остается всеми узнаваемой кадрилию, узнаваемы и ее персонажи, ее танцующие. Особенно интересен фрагмент «У колодца», который является составной частью балета «Взятие снежного городка». Он представляет собой лирический хоровод девушек с ведрами, которые непрерывной вереницей двигаются к колодцу за водой, чтобы полить ею «снежный городок» и придать ему крепость. Артистки балета одеты в длинные сарафаны зеленого цвета, приталенные чуть ниже груди и расшитые по подолу белыми морозными узорами. На голове повязаны вокруг шеи расшитые шали с длинными кистями. Характерна постоянная позиция рук, напоминающая положение рук на коромысле. Руки раскрыты во вторую позицию *allonge*. Девушки постоянно двигаются одним шагом, мелко переступая ногами на низких полупальцах по шестой позиции. Они появляются на сцене под женский вокализ, двигаясь навстречу друг другу из нижней левой кулисы и из верхней правой кулисы по диагонали. Танец насыщен разнообразными рисунками: линиями, кругами, диагоналями, «коридорами», «улиткой», «спиралью», «до-за-до».

Таким образом, автор объединил на сцене элементы сибирского праздника в единый пластический сценический рассказ, в котором, как в калейдоскопе, меняются действия, персонажи, характеры. Каждому из них соответствует и форма пластического языка – это и мужская пляска, и

народная кадриль, и хоровод, и салонный танец. Вводит он и элементы ярмарочных гуляний, на которые так же собирались в одном месте жители разных сел и деревень. Но любой эпизод выполнен в едином ключе – языком народно-сценического танца. И обязательное присутствие песни, смешливых, задорных частушек, раскрывающих сибирскую культуру.

Годенко идет не от фольклорной формы к традиционному сюжету в этой форме, как это было ранее принято в ансамблях народных танцев, что требовало подробной разработки лексической составляющей, принадлежащей конкретному танцевальному образцу и конкретной географической местности. Годенко же идет от обобщенного сюжета к фольклорной форме, которая сама становится составляющей содержания новой, более емкой художественной формы. Традиционные фольклорные формы становятся одной из красок, при помощи которой балетмейстер-художник выражает свои мысли. Обогащенный творческой фантазией сибирский танец сохранил в себе наиболее характерные фигуры, поступь, оригинальные положения рук. А правда жизни, заключенная в художественную форму заставляла трепетать зрительный зал.

За семь лет своей работы в ансамбле, с 1963 до 1970, Годенко прошел эволюцию от балетмейстера-постановщика народных танцев, близких фольклорному варианту, до хореографа, осуществляющего на основе народных танцев хореографические миниатюры, а иногда и монументальные сюжетные хореографические полотна, содержащие глубокие раздумья о жизни и судьбе русского Сибирского народа. Благодатная эпоха шестидесятых годов позволила балетмейстеру приобщиться к творчеству немецких хореографов, соприкоснуться с большой европейской танцевальной сценической культурой.

Эклектика у Годенко возникает как способ создания произведений искусства внутри традиционно сложившегося, имеющего некий целостный облик и определенное стилистическое единство подхода к сценической интерпретации народного танцевального фольклора.

Список использованных источников:

1. Мымликова И.А. Сибирский танец в творчестве М.С. Годенко как явление русского сценического искусства второй половины XX века. - Красноярск, 2010
2. Сто знаменитых красноярцев. - ИД «Издательские проекты», Красноярское книжное издательство, 2003
3. Войтюк С.А. Михаил Годенко – мастер танца. Воспоминания. – Красноярск, 1997
4. Новоселова Н. А. Празднование масленицы в Енисейской губернии в XIX – нач. XX вв. – Красноярск, 2003
5. Шереметьевская Н. Танец на эстраде. – М.; Искусство, 1985

© Меринова Д.С., Ковтун А.В., 2019

УДК 76.03

Мирзоян К.А. ГРАФИКА Г.А. ЩЕТИНИНА: ГЕНЕЗИС И УНИКАЛЬНОСТЬ ТВОРЧЕСТВА

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Научный руководитель Калашников В.Е.

Творчество Георгия Александровича Щетинина (1916-2004 гг.) представляет существенный интерес как малоизученный художественный феномен в русской графике второй половины XX века, впечатляя и вдохновляя зрителя XXI века работами из прежде не опубликованных серий. Известный как художник книги, мастер промграфики и педагог Щетинин много духовных и стилистических поисков осуществил в создании именно станковых графических произведений, которые определенными вехами сформировали его зрелый творческий путь.

Первая законченная серия была создана Щетининым в качестве выпускной работы в МГАХИ им. В.И. Сурикова, куда он поступил после учебы в строительном техникуме и работы на химкомбинате. Она включает в себя цикл офортов, собранных под названием «В оккупации». Уже здесь можно увидеть внимание художника к русскому человеку и тем негероическим, зачастую скорбным сюжетам, которые наполняют его земное существование. Чувство Родины для Щетинина было поистине ключевым понятием в определении искусства, о чем сообщает его выразительное высказывание: «Художественное произведение, которое нельзя назвать одним словом «Родина», вряд ли имеет право жить» [3, с. 82].

Серия графических рисунков «Любовь», созданная Щетининым в 50-е годы, содержит многочисленные варианты карандашных или иногда подцветенных акварелью работ и открывает иной опыт художника, сопряженный с интимностью и сокровенностью любовных взаимоотношений. Ритмически-напряженные линии силуэтов намечают всегда двух участников – мужчину и женщину – сидящих или лежащих рядом в уединении комнаты, зачастую полуобнаженных, пребывающих в моменте ускользающей близости и возвращающегося одиночества, который столь пронзительно запечатлен автором в обобщенных линейно-тональных формах.

Монументальным трудом Щетинина как сформировавшегося графика можно назвать цикл его неизданных иллюстраций к роману Александра Малышкина «Люди из захолустья», который вдохновил художника и привел его к графическим экспериментам в туши. Синтез текста и изображения подвергается острому исследованию Щетинина, который создает визуальные комментарии к каждой главе романа,

реализуя свою сильную экспрессивную манеру в сочетании с глубоко психологическим видением человека и его жизни.

Крайне знаменательным и во многом характерным этапом творчества для Щетинина стала работа над собственным литературным произведением (первоначально под названием «Родина», позже – «Марфа и Мария»), которое он задумывал в нераздельном соединении с графическими изображениями, позже названными «черными картинами», так как они представляют собой монохромную гризайль в темных оттенках черного и серого. Поразительно то неповторимое многообразие и та болезненная сила образов, которые создаются графиком: в предельно строгом тональном решении художник изображает человека в надрыве эмоционального состояния, обремененного, подавленного тягостью несправедливости, гнетом смерти и насилия, незаметно существующего в аду, о котором он сам не знает [3, с. 85]. Галерея «черных картин» поистине серьезна и страшна, она в чем-то созвучна интонации «Колымских рассказов» Варлаама Шаламова и «Архипелагу ГУЛАГУ» Александра Солженицына, что было важно для самого автора. Персонажи «черных картин», населяющие нераспознаваемые барачные или тюремные пространства, словно осуждены приговором жизни и зачастую изображены с «животным» лицом, пугающим собственной погруженностью во мрак, в которой все меньше присутствие света, что подчеркивает светотеневая градация самих работ серии от более светлых в 1960-е годы к непримиримо темным в 1990-е. Технически художник использует театральную гуашь на различных непритязательных основах: бумага, картон, фанера, ДСП, доски разных размеров, и наносит последовательно красочные слои, не дожидаясь высыхания предыдущего, что отчасти разрушало законченную поверхность картин, создавая тем самым новую метафору существования: всегда недостроенное и уже подверженное разрушению бытие [3, с. 86]. В этих работах, до последних лет художника обреченных на отшельническое существование, особенно мощно проявляется трагичный гуманизм Щетинина, его экспрессивный графический язык и предельный реализм «с человеческим лицом», которые были малоизвестны нонконформистской богеме советской культуры 1960-1990-х годов [9, с. 282].

Среди последних крупных замыслов Щетинина стоит назвать цикл иллюстраций к поэзии Франсуа Вийона. Взаимодействие художника с личностью полузагадочного французского поэта позднего средневековья происходило, по словам автора, на протяжении долгих лет творческого пути и нашло свое графическое выражение в последнем периоде жизни Георгия Александровича. Художник создает преимущественно линейно-контурные композиции в туши, в которых ярко звучит уверенная экспрессивная линия в сочетании с широкой заливкой темных акцентов.

Художник раскрывает сюжетику стихотворений Вийона с глубокой простотой, внедряясь при этом в эмоционально-смысловое пространство его поэзии и воссоздавая его отражение в графических листах.

Учитывая идейную и стилистическую самобытность Георгия Щетинина, все же нельзя отрывать его от определенной линии художественной преемственности, которая тем или иным путем осуществляется в искусстве. Интересно, что своим учителем сам Щетинин считал весьма вторичного и неизвестного художника-преподавателя на заводе, который был позднее репрессирован в конце 1930-х годов, оставшись в памяти лишь своих немногих учеников. При этом известно, что Щетинин посещал школу Павла Филонова, имел дружественную связь с Верой Пестель и Львом Жегиним и во многом ориентировался на своих старших коллег-художников, оставаясь в то же время одиноким в своем творческом становлении.

Стоит особое внимание уделить взаимосвязи Щетинина как художника-графика второй половины XX века с изобразительным наследием художественного объединения «Маковец», существовавшего в 1920-е годы в русской культуре как пространство возрождения религиозно-философской духовности и присущих ей этико-эстетических идеалов. Можно проследить существенные параллели художественных образов, графических разработок и идейного содержания произведений между маковцами и Щетининым, которые позволяют понять генезис графики Георгия Александровича, не умаляя монолитной неповторимости его творчества.

Обращаясь к философии художников-маковцев, мы можем найти теоретические положения, которые в некоторой степени близки сформулированным принципам Щетинина, весьма лаконичного и серьезного в словесной репрезентации своего искусства. Например, в манифесте «Наш пролог», который в виде эмоциональной программы был опубликован в первом номере журнала «Маковец» в 1922 году, есть тезис о том, что «возрождение искусства возможно лишь при строгой преемственности с великими мастерами прошлого и при безусловном воскрешении в нем начала живого и вечного» [5, с. 3]. Исходя из этого положения, можно понять, что художники «Маковца» не отрицали достижений мирового искусства, как модернисты, но стремились к его духовному преображению, обращаясь к вечному, которое представляется исходной точкой единства для прошлых и будущих творцов. Подобную интонацию мы можем прочесть и в автобиографическом произведении Г.А. Щетинина «Горькие мысли»: «Если про то или иное явление нельзя сказать «это было всегда» и «это будет всегда», то оно недостойно быть темой» [11, с. 15]. Особенно важное идейное созвучие состоит в том, что Щетинин был убежден, что пробивается к «самой жизни» через реализм,

не вопреки ему, а сквозь и благодаря. Однако здесь уместно вспомнить Лилию Панн, племянницу и друга Щетинина, посвятившую изучению его творчества ряд статей, которая настаивала на авангардности его реализма, что кажется более метким и точным в описании художественного метода мастера [10, с. 31]. Таким образом, и маковцы, и Щетинин имеют под собой базу классического искусства и над собой - вечность, творческий путь к которой они осуществляют, ориентируясь на свою индивидуальную манеру, зачастую оригинальную и революционную в художественных приемах.

Тем не менее, с художественной программой «Маковца» искусство Щетинина не входит в полноценный унисон. Так, в основе эстетической концепции маковцев лежало желание возродить духовную сущность искусства, призванного воспитывать нравственное чувство человека и «проникать в жизнь, придавая ей гармоническую и всеобъемлющую грацию» [6, с. 4]. Тогда как Георгий Александрович был чужд эстетизации изображаемых им персонажей и реалий, он старался выходить за рамки гармоничного искусства и изображать нечто нехудожественное, как сама жизнь, тяжелая и некрасивая, создающая новые способы художественного высказывания. Как утверждает Александр Балашов: «Он [Щетинин] выбирает из опыта и наследия искусства то живое, что чувствует, и он далёк от всякого стилизаторства, формальных игр и маньеризма», что считал пошлым в подлинном искусстве [1, с. 87].

По мнению основного исследователя творчества Г. А. Щетинина Александра Балашова, «творчество Щетинина может быть увидено как последнее звено в истории художественных объединений «Маковец» и «Путь живописи», участником выставок которых он, конечно, не был и не мог быть, потому что последняя выставка «Пути живописи» состоялась в 1930 году» [11, с. 303]. Кроме того, искусствовед дает более точные аналогии с искусством маковцев, которые позволяют дополнить взгляд на произведения Щетинина художественным опытом, предшествующим собственным графическим исканиям Георгия Александровича: «В работах Щетинина легко увидеть динамическую монументальность угольных «Воскрешений» Василия Николаевича Чекрыгина и глубокую смысловую связь с образами поругания Спасителя из цикла поздних работ Сергея Михайловича Романовича» [11, с. 303].

В связи с графикой Щетинина более пристально стоит рассмотреть творчество В.Н. Чекрыгина (1897-1922 гг.), ключевой фигуры в художественной деятельности и идеологической манифестации «Маковца». Неординарный графический поиск Чекрыгина воплощал его философские воззрения: он хотел создавать «очищенный образ просветленной плоти» и всю свою недолгую творческую жизнь грезил о создании масштабных фресок «Бытие» и «Воскрешение». Однако в данном

контексте стоит упомянуть цикл его рисунков из серий «Восстание» и «Лица». Именно в них Чекрыгин выразил с присущей ему экспрессией, отзывающейся в манере Щетинина, страшные явления окружающей жизни в виде символически обобщенных человеческих образов. Используя бумагу и прессованный уголь, Чекрыгин орудует контрастами светотени и в ритмичности черных и белых пятен выявляет напряжение образов, придавая им глубинное звучание свидетельств трагических революционных событий (рисунки «Расстрел», «Кричащая», «Плачущая», «Головы раба и лошади»). Такой взгляд на человека и историю вполне соотносится с творческим призванием Щетинина, который с состраданием и мастерством подлинного художника посвятил большую часть своих работ изображению-созерцанию человека, заброшенного в убогую жизнь, которая могла бы трогать зрителя и «нервы эстетики», по выражению Л. Панн, только языком самой этой жизни, которым владел Г.А. Щетинин.

Список использованных источников:

1. «Амазонки авангарда» / Отв. Ред. Г. Ф. Коваленко; Гос. Ин-т искусствознания М-ва культуры РФ. М.: Наука, 2004. 339 с. (Искусство авангарда 1910-1920-х годов).
2. Бакушинский А. В. В. Н. Чекрыгин // Русское искусство. М., 1923. №2-3.
3. Балашов А. Путешествия крылатого // Диалог искусств, 2012. С. 82-87.
4. Балашов А. Там звучит другой язык //Диалог искусств, № 1/2, 2016. С.146-151.
5. Ефремова Е. Предчувствие грядущего. Графика Василия Чекрыгина из собрания Третьяковской галереи // Журнал «Третьяковская галерея», №2, 2018.
6. Ефремова Е. Художники «Маковца»: светозарная реальность образов. // Журнал Третьяковская галерея, №2, 2008.
7. Кочкин С. Касание мирам иным // Русское искусство, № 4, 2004.
8. «Маковец» (1922-1926): Сборник материалов по истории объединения. М., 1994.
9. Панн Л. Р. Они – тоже родина. Нью-Йорк.: Журнал «Время и мы», №109, 1990. С. 280 – 289.
10. Панн Л. Р. Угол сердца. Los Angeles.: Panorama. Альманах Панорама. №650, 1993.
11. Саша Балашов. Щетинин. М.: ARTEOLOGY, 2016. 304 с.

© Мирзоян К.А., 2019

УДК 7.061

Миронова В.М. ПЛАГИАТ И ХУДОЖЕСТВЕННОЕ ЗАИМСТВОВАНИЕ В МОДЕ: КАК ВДОХНОВЛЯТЬСЯ БЕЗНАКАЗАННО

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

В современном мире, где многообразие форм выражения настолько велико, а доступ к информации и приобретению навыков есть практически у всех людей, вопрос об интеллектуальной собственности и авторском праве встает особенно остро. Гонка за первенством в признании авторства определяется секундами процесса распространения информации. Множество судебных процессов и разбирательств связано с понятием «плагиат», о котором каждый современный художник нередко слышит и размышляет. Что же это за чудовище и стоит ли его бояться? И можно ли «искать вдохновение» и «творить» без оглядки на произведения, которые уже увидели мир?

Понятие плагиата, художественного заимствования и др. Говоря об этих понятиях, невозможно не вспомнить термин «авторство» (от лат. Autor – виновник, податель идеи) – понятие, выражающее специфическое отношение к произведениям, как лично «сотворенным» создателем и ему «принадлежащим» [5]. То есть, в разговоре об авторстве имеется в виду некое чувственное переживание, понятное и осязаемое, соответственно, только для самого автора. Плагиат же, в свою очередь, является умышленным присвоением авторства на чужое произведение науки, литературы, искусства в целом или в частности [5]. И для того, чтобы произвести на свет плагиат, художнику не обязательно подписывать чужое произведение своим именем, а достаточно не указывать в работе ничего. Выставленная работа без подписи априори будет восприниматься, как принадлежащая ему. Так же, как и копия (сделанное от руки художественное произведение, повторяющее другое с целью как можно более точного воспроизведения [5]), выставленная без указания произведения, с которого она была сделана, будет расценена как плагиат.

В модной индустрии множество примеров плагиата. Рассмотрим несколько последних «громких» случаев. Дизайнеры бренда Ivanka Trump в 2016 году выпустили босоножки, которые в точности копируют модель бренда Aquazzura, а бренд Forever 21 использует цвет, декор и крой джемпера, перенимая все это у Gucci. Более обескураживающими являются случаи плагиата андеграундных художников крупными марками. Так, недавно стало известно, что идея надеть на модели большие кукольные головы на кутюрном показе FW 2017/18 Viktor&Rolf принадлежала отнюдь не дизайнерам бренда, а студенту из Китая, который высылал им свое портфолио, чтобы попасть на стажировку.

По другую сторону находится термин «художественное заимствование», ближе всего находящееся к понятию «вдохновение», которое зачастую бывает сложно объяснить. Это заимствование темы или сюжета художественного произведения, либо научных идей, составляющих его содержание, без заимствования формы их выражения [5]. Так же используется близкий к этому термин «реминисценция» – элемент художественной системы, отсылающий к ранее прочитанному, услышанному или увиденному произведению искусства [5], то есть создающий подходящий образ для восприятия нового произведения. Эти приемы часто использовались модельерами во все времена. Так, платья стиля «ампир» были «вдохновлены» (то есть «художественно заимствованы») греческими одеждами, а современный бренд Moschino в своей коллекции Resort 2019 нашел вдохновение в образе старинного бродячего цирка, но заимствовал и преподал его идею как никто другой.

Появление представления об интеллектуальной собственности и авторском праве в XX веке привело к приобретению понятием «заимствование» негативной окраски, говорящей о недостаточной «креативности» (если заимствование оговорено, как «цитата») или же недостаточной честности (тогда не указание «заимствования» будет называться «плагиатом») автора произведения искусства [2]. Но такое отношение общества к этому было не всегда. Например, в Древней Греции следование «примеру» поощрялось как нечто правильное и даже необходимое искусству. Так существовал «канон Поликлета», который оговаривал пропорции человека, и его использование всеми остальными художниками не считалось плагиатом. Аристотель в свою очередь развивал материалистическую концепцию подражания как сущности искусства. Для античной эстетики было характерно представление о подражании природе (мимезисе) не как творчестве, а лишь как о реализации чего-то, уже имеющегося в природе [4].

В начале XX века общество столкнулось с новыми контекстами проблемы цитирования и заимствования, пограничными с плагиатом [1]. Увеличение многообразия в одной области искусства и большой масштаб фирм, специализирующихся на одном и том же, создает движение к заимствованию идей и форм при создании произведений. Сознательное заимствование из инструмента для создания определенного художественного образа превращается в инструмент нахождения коммерческой выгоды и упрощения работы художников. Массовость производства закономерно порождает «цитирование» [2], которое в свою очередь «питается» и является «пищей» для массовой культуры, так как копируется то, что популярно. При таком методе не всегда понимается суть заимствованного, а потому искажается его изображение. Так, заимствование теперь разделяется на две ветви: 1) как способ создания

очередного произведения; 2) как способ вдохновения и поиска концепта. Предполагается, что, когда в произведении представлена определенная идея («концепт»), авторским произведением считается и коллаж из заимствованных элементов [3]. Сегодня такого рода «плагиат» является провокативным приемом, способным привлечь внимание аудитории.

Пример действия первой «ветви» заимствования можно рассмотреть при сравнении блузок с рисунком в виде кошек дизайнера Celine Фиби Файл в сезоне FW15/16 и блузку с рисунком в виде лисиц в коллекции Stella McCartney Pre-Fall 2016. Они, несомненно, разные, но визуальные образы, которые считывает зритель, весьма похожи. А примером второй может послужить идея Демны Гвасалия вдохновляться модой улиц и деконструктивистский крой одежды, которые он перенял у дизайнера Марджелы и использует в своем творчестве.

Апроприация и симуляционизм. С конца XX века понятия апроприации и симуляционизма в искусстве используются все чаще, но однозначного отношения к этим явлениям в обществе еще не сформировалось. Апроприация есть присвоение, приспособление. Культурная апроприация (присвоение символов культуры одних народов другими) имеет широкое распространение в модной индустрии. Каждый сезон на подиумах можно встретить коллекции с этническими мотивами: Мексика, Африка, Индия и культуры других стран часто становятся источниками вдохновения для дизайнеров. Но у подобного метода создания коллекций находится все больше критиков. По их мнению, присвоение символов материальной культуры различных этносов и народностей является плагиатом и лишает работы художников новизны и оригинальности. Более того, дизайнеры зачастую используют элементы одежды, не понимая их культурной значимости, тем самым могут невольно оскорбить чувства народа. Так, в 2015 году дизайнера Изабель Марант обвинили в плагиате традиционного костюма мексиканской общины, а бренд Gucci критиковали за использование тюрбанов в показе на неделе моды в Милане. Защитники дизайнеров в свою очередь говорят о том, что использование элементов культуры другого народа напротив является показателем уважения и восхищения. Единственно правильным решением многие считают привлечение к подготовке к показу или производству соответствующей одежды жителей того региона, культурой которого вдохновлялись дизайнеры. Примером осуществления такого решения является коллекция SS20 российского бренда J. Kim, которая была вдохновлена культурой Узбекистана и создана там же при помощи местных ремесленников.

Еще одно интересное явление – симуляционизм. Это направление в искусстве, выросшее из идеи апроприации. Его приверженцы воспроизводят произведения других художников, помещая их в иной

контекст или изменяя в них что-либо. Примером этого можно назвать «Сушилку для бутылок» Марселя Дюшана. Это направление находит немало противников, так как фактически произведение одного художника выступает в роли произведения другого. Но также нельзя отрицать, что концептуально это могут быть два совершенно разных творения. В этом случае плагиат сам в свою очередь возводится в ранг искусства.

В современном мире, где правит многообразие, даже само понятие «плагиата» становится многогранным, и отличить нарушение авторских прав от нового направления в искусстве довольно сложно. Поэтому художникам, решающим выйти «в свет», нужно быть готовыми к обоюдному заимствованию не только со своими коллегами, но со всем миром. Откровенный же плагиат тормозит развитие искусства, и его идея откровенно неприятна всем. Но концептуальное и межжанровое заимствование есть путь к разнообразию, обогащению и развитию культурного наследия человечества.

Список использованных источников:

1. Мозохина Н. А. Заимствования и плагиат в русской художественной оригинальной открытке начала XX века: к постановке проблемы., ж. Труды Санкт-Петербургского государственного университета культуры, 2009

2. Петракова А. Е. Цитата, реплика, заимствование в аттической вазописи VI-V вв. до н. э., ж. Труды Санкт-Петербургского государственного института культуры, 2009

3. Рунова Е. А. Русский рисунок второй половины XX в. Заимствование, цитата, реплика, плагиат. К проблеме дефиниций., ж. Труды Санкт-Петербургского государственного университета культуры, 2009.

4. Шестаков В. П. Большая Советская энциклопедия

5. Anabelle Danche “Авторство в искусстве. Плагиат. Копия. Апроприация. Изо-сэмплинг, 2008

© Миронова В.М., 2019

УДК 712:504

Мирошниченко Е.С., Дембич Н.Д. ЛАНДШАФТНЫЙ ДИЗАЙН КАК ОДИН ИЗ ГЛАВНЫХ ФАКТОРОВ ЭКОЛОГИИ ГОРОДА

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

В настоящее время, городская среда находится в кризисном состоянии и испытывает острый недостаток в обновлении природных ресурсов. Это связано со многими экономическими, социальными и природно-климатическими факторами. Проблемы, связанные с экологией, являются одними из самых обсуждаемых проблем, как в России, так и за

рубежом. Проводится множество конкурсов проектов, позволяющих улучшить данную ситуацию. Проблема сохранения и оздоровления окружающей горожанина среды, формирования благотворно влияющих на психофизическое состояние человека условий, повышения с каждым годом тонуса городской жизни является весьма актуальной задачей, которую призван решить в том числе и ландшафтный дизайн [1].

На Западе идея взаимосвязи компонентов живой и неживой природы часто связывается не с географией, а с экологией, как учением об экосистемах. Несмотря на то, что в центре внимания эколога лишь биотическая часть географического комплекса, экология способствует развитию комплексного ландшафтно-экологического подхода [2].

Знаменитые «легкие» Вены, в виде лесной полосы вокруг города; особо охраняемая, Беловежская Пуща в Белоруссии; зеленые клинья, исходящие от центра города в Москве; проекты, преобразования транспортных территорий во Франкфурте-на-Майне и Мюнхене, направленные на изменение зон вокзалов и идеи возвращения природы на эти участки города – это тенденции сохранения, поддержания и восстановления зеленых массивов и зон в наше время.

Ландшафтный дизайн часто принимают за садово-парковое искусство, однако между ними существует вполне четкая грань: ландшафтный дизайн сглаживает контраст между искусственно построенными строениями и зданиями и живой природой, помогает создавать красоту и гармонию, делает городской пейзаж менее урбанистическим, когда в парке практически вся среда создана естественным образом. Необходимо понимание того, что истинные ценности человека достижимы лишь в результате сотрудничества с природой, путем создания условий для ее самоподдержания. Для улучшения экологической среды города необходимо преодоление устойчивого стереотипа в представлении о ландшафтном дизайне как о средстве украшения среды [3].

В своей книге «Ландшафтный дизайн и устойчивость среды» профессор СПбГАСУ и доктор архитектуры Валерий Анатольевич Нефёдов отмечает: «Наличие живой природы, которой неизменно присуще качество саморегуляции, обеспечивает городской среде возможность восстановления. В то же время в связи с возрастанием степени урбанизации, развитием транспортной инфраструктуры, сменой характера функционального использования территорий и т.д. искусственные компоненты среды создают для этого процесса все более сложные условия». Чтобы обеспечить устойчивую экологическую систему города, необходимо постоянное, последовательное и целенаправленное регулирование взаимодействия архитектурной и природной среды. Использование средств ландшафтного дизайна, включая изменение

качеств поверхности земли, размещение различных видов растительных элементов и создание системы водных устройств на территориях, требующих технологической модернизации и эстетического совершенствования, может способствовать поэтапному решению их проблем [3].

Ресурсы природы, реализуемые в ландшафтном дизайне, составляют большой резерв в совершенствовании городской среды. Их грамотная оценка и выбор характера использования превращаются в один из факторов поддержания стабильности городской среды. Экологическое прогнозирование состояния окружающей среды в результате предполагаемого ландшафтного преобразования должно способствовать наиболее эффективному и современному выбору средств ландшафтного дизайна, к ним относятся такие резервные территории и способы их организации, как:

1. Вертикальное озеленение. Стены и ограждающие поверхности городской среды и др. В реновационных и реконструктивных проектах вместо использования отделочных материалов можно использовать способы ландшафтного дизайна. Есть разные технологии и способы вертикального озеленения: с помощью горшечных растений, размещённых на вертикальной поверхности – появляется возможность создавать узоры, составлять композиции из различных растений; лианы; ампельные (ниспадающие) композиции из подвесных кашпо; вертикальное озеленение несущих конструктивных элементов (колонны, балки, с помощью цветочных композиций).

2. Озеленение балконов. В Австрии популярно озеленение балконов с помощью горшечных цветов, причем кашпо крепятся таким образом, что цветы оформляют фасад здания. Озеленение цветущими растениями французских балкончиков, балконов, лоджий. Здесь возможно обращение к футуристическим проектам по «зеленым городам», небоскрёбы с порогами, ступенями, террасами, как пример экологического города будущего.

3. Наклонные участки земляной поверхности, скосы, откосы, которые часто заделывают плиткой или бетонными блоками могут быть так же решены средствами ландшафтного дизайна, такими как: наклонные сады, террасные парки, композиции из цветов на наклонных участках (часы, клумбы с цветами).

4. Пустыри. Один из самых знаменитых эко-проектов концептуализма и ленд-арта – это пшеничное поле в Нью-Йорке. При строительстве башен-близнецов образовался пустырь. После завершения постройки его долго не убрали, жители города возмущались, но власти ничего не предпринимали, тогда Агнес Денес с друзьями очистили территорию и засадили пшеницей. Еще один, не менее известный проект,

разрабатывал Питер Финк в пригороде Лондона. Знаменитый своими социальными проектами, направленными на то, чтобы люди могли отдыхать как пассивно, так и активно, он создал на пустыре четыре холма рельефной местности.

5. Пятый фасад – озеленение крыш города. Инженер садово-паркового строительства, работавший над созданием парка «Зарядье», Игорь Сафиуллин утверждает, что на сегодняшний день в Москве есть все условия, чтобы зеленые крыши города стали массовым явлением. Они сохраняют тепло, уменьшают водосток, увлажняют воздух, поглощают шум и эстетически привлекательны.

6. Озеленение неиспользуемых транспортных путей. Объединение дублирующих направлений и снятие железнодорожных путей с наименее загруженных веток позволяет освободить и более эффективно использовать многие городские «заброшенные» территории, страдающие от расчлененности транспортными коммуникациями [3]. Уже есть реализованные проекты, например нашумевший парк Хай-Лайн в Нью-Йорке. Авторы проекта превратили железнодорожную эстакаду в парк. Работали над проектом ландшафтный архитектор Джеймс Корнер и его бюро Field Operations, архитекторы Diller Scofidio + Renfro и знаменитый ландшафтный дизайнер Пит Аудольф (Piet Oudolf). Они поставили своей целью сохранение характера флоры и фауны, сложившегося на эстакаде за 20 лет, прошедших после ее закрытия. Кроме того, были оставлены на прежнем месте рельсы, чтобы напоминать об истории этого сооружения.

7. Благоустройство дореволюционных домов-колодцев. Внутренние дворы старых эпох, не представляющих особой ценности, можно оформлять с помощью озеленения.

8. Парковки. Строительство эко-парковок с помощью уплотнения и укрепления грунтов естественными природными материалами и накладки на верхний слой газонная решетка, затем эко парковку засеивают травой.

9. Мобильные системы озеленения города реализуются за счет использования легко монтируемых и демонтируемых конструктивных элементов, которые могут внедряться и перемещаться.

10. Специальный дизайн для растений и животных. Наша искусственно созданная среда не адаптирована под все остальные формы жизни. Задача человека, как ответственного за наносимый природе вред, придумывать элементы дизайна, которые помогут возродить жизнь угнетенных форм, растений, животных, насекомых, которые могли бы взаимодействовать и соседствовать с нами в городе. Сейчас появляются отели для насекомых. Нужно как можно больше оставлять естественной природы для восстановления и сохранения цикличности биоценозов.

Рассмотрение ландшафтного дизайна с точки зрения экологии означает переход к новой модели развития городской среды. Не дожидаясь осложнения и без того критической экологической ситуации, можно не только сделать наши города красивее, но и дать последующим поколениям их жителей шанс сохранить гармоничные отношения с природой. С помощью средств ландшафтного дизайна можно решить не только проблемы «открытых» почв, оптимизации использования дождевой воды и регенерации среды путем увеличения озелененных поверхностей, но и обеспечивая необходимые качества среды для процесса жизнедеятельности человека. Из этого следует, что современное ландшафтное проектирование становится важнейшим инструментом формирования экологической культуры человечества и применение средств ландшафтного дизайна приобретает в данной ситуации особое значение.

Список использованных источников:

1. Международный архитектурный конкурс "BIOMIMICRY/БИОМИМИКРИЯ" [Электронный ресурс] URL:<http://www.architime.ru/competition/2016/competition151116eleven.htm>
2. Я.К. Куликов, В.В. Гричик ЛАНДШАФТНАЯ ЭКОЛОГИЯ Курс лекций для студентов специальности НЗ30101 «Биоэкология» МИНСК, БГУ, 2005
3. Нефедов В.А. Ландшафтный дизайн и устойчивость среды. СПб.: Полиграфист, 2002. – 295 с.

© Мирошниченко Е.С., Дембич Н.Д., 2019

УДК 7.03

Михайлюк Е.А. ПОЭТИКА АКВАРЕЛИ ЕВГЕНИИ ВАНАГ

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Ученица известного русского художника А.В. Фонвизина Евгения Петровна Ванаг (1913-1986 гг.) – яркий представитель акварельной фонвизинской школы. Член Союза художников СССР, участница московских и всесоюзных выставок, она, тем не менее, мало известна широкому кругу современников.

Необходимость бытия в искусстве Евгения Ванаг осознала поздно – в пятьдесят лет. Получив художественное образование, но долгие годы, проработав инженером, она смогла изменить свою жизнь, посвятив ее творчеству – сначала рисунку, а затем, вдохновившись работами А.В. Фонвизина и беря у него уроки, – акварели – натюрмортам, портретам.

Фонвизин пишет крупной акварельной кистью, на которую вместе с краской взято много воды. Пишет по сухой бумаге. Художник особенно любит работать на «торшоне» – плотной и слегка шероховатой бумаге. С

виртуозностью подлинного мастера управляет он «потоками» акварельных красок. И это уже не прием, а активная творческая воля. Первоначальный удар кисти не растушевывается, сила, вложенная в него, остается нетронутой вместо того, чтобы нейтрализоваться, расплавиться в общем акварельном тоне. Из этих эмоциональных ударов кисти, как из отдельных аккордов, создается единое музыкальное целое, связанное общим пластическим замыслом художника.

Евгения Ванаг, освоив и увлекшись фонвизинской техникой акварели, его умением «таинственным сделать простое», подражая учителю, старается найти свою манеру письма. Уделяет больше внимания рисунку, ее палитра становится многообразнее и сочнее. Приходит нужное богатство фактуры, мягкость цветовых переходов, пронзительная легкость цвета. Безупречное чувство цвета, умение чувствовать человека, природу, наполнение поэтикой при наличии блестящей техники – все это характерно для работ Евгении Ванаг. Ее акварели можно приравнять к стихотворным импровизациям – в них есть и фантастическая сказка, и легкая грусть, и добрый сарказм.

Портреты Евгении Ванаг изображают человека таким, каким художница видит его в лучшие моменты жизни. И это не от ее желания идеализировать, а от свойств самого оптимистического дарования художника, его взгляда на совершенное творение, полотно, в котором соответствуют и исполнение, и видение автора.

Известные акварельные портреты близких друзей художницы – Льва и Кору Ландау, написанные в разное время, но одинаково проникновенно, трогательно, с ноткой загадочности, ведь и сами эти герои были такими – сложными, непредсказуемыми, но очень глубокими и интересными персонами.

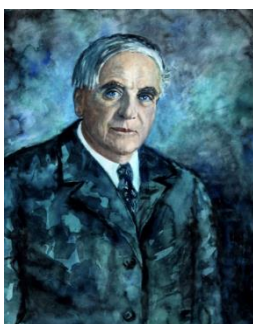


Рисунок 1 – Е. Ванаг. Портрет академика П.Л. Капицы, 1979

Академик Петр Леонидович Капица – собранный серьезный влиятельный ученый, внимательный взгляд голубых глаз (рис. 1). Пронзительное ощущение от смотрящего на тебя человека, что-то определенно знающего, но не желающего делиться тайной. Акварельные краски цвета морской волны усиливают портрет, придают ему какую-то непостижимую загадочность – за спиной ученого нам видится безграничная вселенная.

Художнице удалось передать в портрете внутренние чувства, благородный нрав, сильный характер и большое достоинство, которые удивительным образом она смогла сочетать с уникальным и мощным эстетическим качеством самого материала акварели.

Цветы – много цветов, и садовые, и полевые, сохранившие свежесть и аромат обрызганного росой раннего летнего утра. Евгения Ванаг писала их много и вдохновенно. У ее живописи есть много общего с цветами, с их праздничностью. Кажется, что художник, воспринимает мир как огромный сад, наполненный цветами. Она пишет цветы с огромной непринужденностью; для нее они – одухотворенные символы жизни, богатства ее проявления.

Острота первого впечатления есть и в натюрмортах с фруктами и с цветами. Вазы, цветы, ткани организованы в единую композицию, и в цветах Евгения Ванаг счастливо избегает постановочности, свойственной этому жанру.

Все окружающие предметы соединяются в единой красочной гармонии, и только потом при внимательном рассмотрении зритель начинает понимать, что здесь есть отдельные композиционные и цветовые «удары». Но инструментировано это настолько органично, что напряженность цвета воспринимается без усилий как единое целое.



Рисунок 2 – Е. Ванаг. Без названия (Каллы), 1970-е гг.

Смотря на две каллы в витиеватых дурых бутылках-сосудах (рис. 2), уже начинаешь придумывать о них сказку и распределять роли на семейном спектакле. Волшебные мгновения воплощения желаний и полета души рождаются при взгляде на акварели Евгении Ванаг.

Натюрморты Евгении Петровны обладают трепетом и внутренним преклонением перед божественной красотой и совершенством мира, природы, и страстного желания остановить мгновения и запечатлеть, и сохранить в душе и на бумаге эту недолговечную и трогательную красоту.

Но особое внимание хочется обратить на работы Евгении Петровны с водой и стеклом, на ее «стеклянную акварель». Что может быть проще – расставь предметы – стеклянные сосуды, вазы, бокалы, задрапируй, налей воды, направь луч света, и пиши – но как это сделать с помощью акварельных красок – Евгения Ванаг не ограничивается определенной

палитрой, она пишет фантастическую картину. Все может быть и красным и желтым, и зеленым, иными словами – любым, каким увидит его воображение художника.

В «стеклянных натюрмортах» она добилась потрясающего звучания волшебных бликов и теней воды в стекле. По воспоминаниям дочери художницы, она считала воду в стеклянных емкостях, вазах, бутылках – «самой изящной композицией» и писала такие акварели непринужденно и с большим вдохновением. На картине «Без названия (Стекло)» мы видим разные вазы, но чувства, которые вызывает эта работы, возвышенны, они сродни радуге в небе, чистоте воздуха после дождя – все цвета, композиция, отблески фона и стола, игра света подчинены гармонии и поэтому так вдохновляют зрителя (рис. 3).

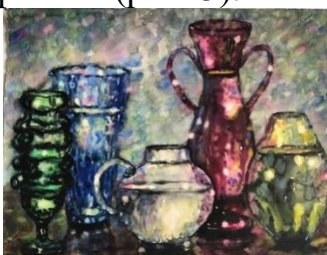


Рисунок 3 – Е. Ванаг. Без названия (Стекло), 1972

Акварель Евгении Ванаг сходна с работами Фонвизина по внутренней собранности, серьезной подготовке художника, четкости и представлении изображения. В портретах и натюрмортах отражена проработанность образов, отсутствуют спонтанность и сентиментальность. Но при внешней яркости и легкости, нет воздушности ее учителя Артура Фонвизина. В ее акварелях прослеживается графичность, и акварель завораживает своей фантастичностью и таинственностью.

Поэтика акварельной живописи Евгении Петровны Ванаг выразительно и ярко проявляет себя именно в изображениях стекла и воды, ведь даже в ее цветочных акварелях взгляд сразу притягивает не цветы, а ваза, наполненная водой.

Список использованных источников:

1. Анализ и интерпретация произведения искусства. Художественное сотворчество: Учебное пособие / Под ред. Н.А. Яковлевой. – 3-е изд., стер. – СПб. Издательство «Лань»; Издательство «ПЛАНЕТА МУЗЫКИ», 2018. – 720 с.

2. Загянская Г.А. А. Фонвизин. – М.: Издательство «Советский художник», 1970. – 114с.

© Михайлюк Е.А., 2019

УДК 7.045

Мовчанова И.З. АНАЛИЗ ГЕНДЕРНЫХ МАРКЕРОВ В СОВРЕМЕННОЙ МОДЕ

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Одежда и мода – это предмет социального, антропологического и исторического исследования в современных гуманитарных науках. мода, влияние которой можно раскрыть знаменитым клише «Ты – то, что ты носишь», предлагает широкий набор вариантов костюма, посредством которого становится частью глубокого, сложного и символического становления современного и постмодернистского «Я», «Личность», «Тело», «Социальные отношения». Развитие гендерной идентичности – это социальный конструкт, включающий костюм и моду. мода же выступает как часть социального разграничения, воспроизводства иерархии и престижа.

Костюм как форма материальной культуры, благодаря его тесной связи с восприятием «Я», выражает связь между личностными ценностями и материальными благами. И действует как фильтр между индивидуумом и окружающим социальным миром. Одежда всегда на виду, она как съемная кожа, отражает стремления, идеалы, мечты – является визуальным языком. Через костюм, макияж, поведение формируется социальное положение, предпочтения, образ жизни и сексуальная идентичность. Одежда может стать оператором социализации, социального контроля и/или свободы от культурных факторов. Эта социализация проявляется в важной роли, которую играет униформа в образовании, религиозных организациях и вооруженных силах, в то время как либеральность проявляется множеством представителей различных форм в одежде популярных групп (народных групп).

Гендерные маркеры – это совокупность признаков, позволяющих идентифицировать человека по тому или иному половому признаку. Некоторые аспекты культуры костюма выступают маркером половой принадлежности больше, чем другие, например, корсет, чулки, декольте, одежда для беременных (рис. 1, 2).

Гендерно окрашенная одежда определяется культурным отношением и разделением. Половая детерминированность костюма и существование традиционных форм – результат многовекового требования общества о разграничении одежды. Развитие мужского и женского образа происходит благодаря изменениям идеологических, культурных, религиозных, философских взглядов общества. Рассмотрение гендерного понятия как подвижной концепции позволяет изучать костюм и внешний вид для понимания одежды в отношении полов как нечто большего, чем просто костюм для мужчины или женщины [1].



Рисунок 1 – Женские гендерные маркеры в одежде: а) Дита фон Тиз в корсете [2]; б) Лана Дел Рей в «средневековом» платье на Мет Гала 2018 [3]; в) Высокий каблук-шпилька (Лабутены).

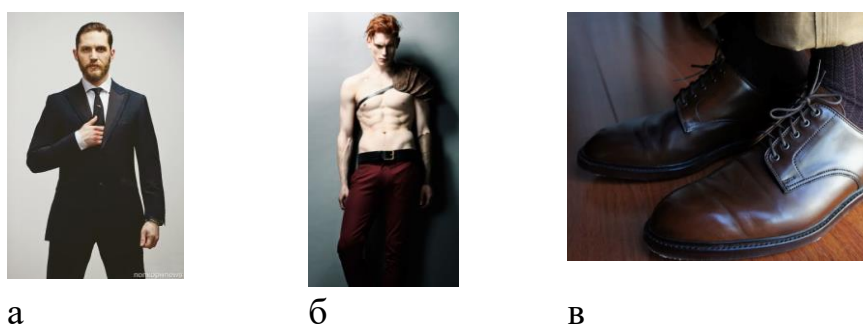


Рисунок 2 – Мужские гендерные маркеры в одежде: а) Том Харди в смокинге и галстуке для Esquire, май 2014 [4]; б) Фенн Шон 2014 г. в наплечнике и брюках; в) Дерби Alden [5]

В последние годы многие бренды, например Comme des Garçons и Saint Laurent, обратились к нестандартным и нетрадиционным творческим стратегиям. Они вникают в андрогинию и унисексную одежду, превращая пол из инструмента демаркации в бесконечное несвязанное пространство для самовыражения. Возросший интерес к разносторонним взаимоотношениям полов, показывает желание модной индустрии исследовать гендерный спектр (рис. 3) [1].

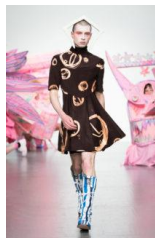
Журнал Candy отметил тенденцию размытия границ понятия «гендер» и возрастание популярности идеи о небинарности полов. Герой-мужчина их историй одевается как женщина, не будучи чрезмерно женственным, сохраняя свою маскулинность, это же справедливо для женских персонажей (рис. 4).

Гендерно-нейтральные проекты и андрогиния, увеличивающие популярность, освобождают от половой демаркации, но необходимо учитывать, что мода так или иначе выстраивает правила, которым следует подчиняться для достижения некоторого успеха. Вектор направленности тот же, независимо от содержания: рассказ о женской и мужской одежде и определенной этике с указанием, что можно (или должно) носить для воплощения гендерно-неоднозначных конструкций. В любом случае людям предлагаются возможности исследования себя.

Тем не менее, отрицание семантических маркеров пола предлагает свободу неограниченного выбора костюма, в то время как традиционные гендерные маркеры заставляют подбирать костюм исходя из жестких половых различий: «Этот костюм создан для моего тела или мое тело подходит этому костюму?»



а



б

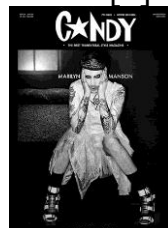


в

Рисунок 3 – Гендерные маркеры в одежде, сменившие половую принадлежность: а) Мужской корсет от Maison Margiela 2019 г [6]; б) Платье на мужчине в коллекции Charles Jeffrey Loverboy SS 2018 [7]; в) Мужчина в туфлях на шпильке от Francesco Russo [8]



а



б

Рисунок 4 – Обложки журнала Candy, раскрывающие тему гендерных маркеров: а) Леди Гага для обложки Candy 2013 г.; б) Мэрилин Менсон для обложки Candy 2013 г. [1].

Гендерные коды и маркеры играли и играют заметную роль в жизни и взаимодействии социума [9], и если раньше они жестко фиксировались и регламентировались (Платья, корсеты – женское, брюки, костюмы – мужское), то теперь границы размываются и все больше брендов работают в гендерно-нейтральном секторе.

Список использованных источников:

1. Gender markers in fashion. URL: <http://www.petrieinventory.com/i-dress-therefore-i-am-gender-ambiguity-in-fashion>
2. Дита фон Тиз – корсеты, бурлеск и эпатаж. URL: <https://www.livemaster.ru/topic/236711-dita-fon-tiz-koroleva-burleska-korseta-i-epatazha>
3. Met Gala 2018. Лана Дел Рей - платье URL: https://www.vogue.ru/fashion/news/met_gala_2018_vse_chno_nuzhno_znat_o_g_lavnoy_vecherinke_goda/
4. Смокинг, Том Харди URL: <https://www.pinterest.ru/pin/682506518502827961/?lp=true>
5. Мужская обувь: оксфорды, дерби, броуги URL: <https://www.pennyyard.com/shoe-types-derby>

6. Maison Margiela Artisanal Homme SS19 URL: <https://www.instagram.com/p/BvrXLfYgn2o/>

7. Мужское платье, Charles Jeffrey Loverboy SS 2018 URL: https://www.vogue.ru/collection/spring_summer2018/menswear/london/charles_jeffrey_loverboy/

8. Потеря маскулинности в мужской моде URL: <https://theblueprint.ru/fashion/kak-muzhskaya-moda-stanovitsya-menee-maskulinnoj>

9. Макарова Т.Л., Тер-Семенова Д. Б. Анализ образа консервативных патриархальных отношений в рекламе. Материалы докладов 51-й международной научно-технической конференции преподавателей и студентов в двух томах. ТОМ 1. - УО «ВГТУ», 2018 - 468 с. С. 54 -58.

© Мовчанова И.З., 2019

УДК 7.05

Молоткова Д.А., Ковалева О.В. **ФАКТУРА КАК ОПРЕДЕЛЯЮЩИЙ ФАКТОР В СОЗДАНИИ КОНЦЕПЦИИ БРЕНДА**

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Создание перспективного и прибыльного бренда – это задача каждого молодого дизайнера. Модный мир развивается с огромной скоростью, стремительная смена модных тенденций и трендов ведет к более быстрой и активной реакции модных домов. Особое значение стоит отдать своевременному анализу рынка и созданию прогнозов на будущий сезон. Визитной карточкой каждого бренда является его собственный стиль. То, что выделяет из общей массы и дает преимущество на рынке модной индустрии. Очень часто в сегменте класса люкс именно фирменный стиль влияет на активный спрос покупателя. Люди готовы заплатить за изделие с лейблом и эксклюзивной историей создания.

Есть определенные позиции в концепции модных домов, которые остаются неизменными. К ним относится ДНК бренда, отвечающее за формирование индивидуального, узнаваемого стиля торговой марки. Общий стиль модного дома влияет на распространение торговой марки, ее узнаваемости. Ярким примером может быть модный дом Chanel. Chanel ежегодно выпускает несколько коллекций, совершенно разных по цветовому решению, сезону и т.д. Но все эти коллекции объединены общей концепцией, кроем, отделкой и креативной фактурой. Стоит отметить, что форма костюма остается практически неизменной: прямой крой. Ассортимент представляют юбки, жакеты, платья длиной чуть выше колена.

Под определением «фактура» мы принимаем структуру ткани, демонстрирующую рельеф материала. Фактура делится на гладкую, мелко

ворсистую, крупно ворсистую и шероховатую. Основной задачей фактуры является добавление выразительности костюму. Фактура также влияет на формообразование костюма. Она может, как добавить объема, так и сделать образ более гладким и плавным. «Например, изделие из длинноворсового меха придает форме костюма округлость, обобщенность. Наиболее точно без искажений характер формы придают гладкие фактуры» [1]. Отделочные материалы и детали швейных изделий также играют особую роль.

В данном случае фактура является главным элементом в создании коллекции, это главная фишка модного дома, она обеспечивает узнаваемость и эксклюзивность изделия. Ткань Шанель имеет особенную фактуру, созданную путем переплетения шерстяных ниток с металлическим блеском и атласных лент. «За счет одной фактуры ткани дизайнер получает практически неограниченные возможности для творчества, позволяющие добиться любого эффекта, поскольку каждая ткань имеет свои достоинства, важно только знать их свойства и уметь ими правильно пользоваться» [1]. Столь необычное сочетание цветов и фактуры позволяет создавать совершенно уникальную и каждый раз разную фактуру. Фактура раскрывает также культурные особенности, традиции и происхождение бренда.

Еще одним примером использования фактуры как главной части костюма является модный дом АЛЕНА АХМАДУЛИНА. Во главе концепции бренда лежит мотив сказки. Он и задает тематику новым коллекциям. Для создания новых изделий модельер использует классический крой с добавлением фантазийных фактур. Именно фактура является отображением ДНК бренда. Коллекции меняются, но сказочный мотив остается всегда. Креативная вышивка бисером, модная стежка с жемчугом, аппликации из шелка в виде горящего солнца, принтованная ткань со сказочными иллюстрациями – все это фактура, выполненная в разных техниках. Цвет декора помогает раскрыть романтический образ носителя. Шубы пастельных тонов, нежные лавандовые платья из шифона характеризуют девушку как творческую, нежную натуру. Помимо этого, фактура снятая крупным планом для рекламной кампании, выглядит очень и эффектно, она привлекает внимание покупателей.

Таким образом, на примере двух рассмотренных брендов (рис. 1-2), мы пришли к выводу, что активное использование фактуры в проектировании коллекции является распространенным и работающим методом. Фактура наделяют марку уникальностью, собственным стилем, передает настроение и даже характер носителя. Однако данный способ не является инновационным. Следует признать, что чрезмерное употребление декоративных элементов в костюме ведет к упрощению формы изделия (рис. 1-2). Сложная форма в сочетании с избытком фактуры лишает образ

утонченности, и делает его более китчевым. Следовательно, не происходит эксперимента в форме костюма. Дизайнеры не создают новые основы изделий, а эксплуатируют старые. Таким образом, модная сфера развивается гораздо медленнее. Итак, следует обратить внимание на новые инновационные материалы и методы создания фактуры.

Chanel



Рисунок 1.

Alena Akhmadullina



Рисунок 2.

Список использованных источников:

1. Хамматова Э.А. Цвет и фактура текстильных материалов с содержанием полимерных волокон, влияющих на форму изделий.

2. Андросова Э.М. Основы художественного проектирования костюма: Учебное пособие. – Челябинск: Издательский дом «Медина-Принт», 2004. – 184с.

3. Казакова Н.А., Иванова О.В, Хамматова Э.А. Использование авторских фактур при кастомизации швейных изделий.

4. Зубарян М.Р. Продвижение бренда в индустрии моды на примере URBAN OUTFITTERS

5. Зубарян М.Р. Особенности носителей фирменного стиля бренда в индустрии моды и их роль в формировании лояльности к бренду

© Молоткова Д.А., Ковалева О.В., 2019

УДК 796.023.1

Мончинская А.О., Дрынкина И.П. СОВРЕМЕННЫЕ ВИДЫ СПОРТИВНЫХ НАПОЛЬНЫХ ПОКРЫТИЙ

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Очевидно, что для успешных занятий любым видом спорта необходимо создание определенных условий.

Спортивное покрытие – это особая категория отделочных материалов. Покрытия должны отличаться особенными

эксплуатационными характеристиками, выдерживать повышенные нагрузки, обеспечивать безопасность спортсменов и, таким образом, обеспечить достижение поставленных целей. При производстве спортивного напольного покрытия огромное внимание уделяется качеству и толщине верхнего слоя – от этого зависит правильный отскок мяча и хорошее сцепление обуви с поверхностью пола. Покрытие обеспечивает проведение в комфортных условиях тренировок любой сложности: поглощает громкие звуки, обладает прекрасной амортизацией, рельеф на поверхности противостоит скольжению, смягчает удары при падениях.

Выделяют профессиональные, любительские и универсальные покрытия. Изготавливаются такие покрытия с учетом потребностей конкретного вида спорта.

Универсальные и любительские покрытия изготавливаются с учетом усредненных показателей.

Основная цель создания современных спортивных покрытий – это обеспечение безопасности.

Спортивные полы – это большая группа конструкций и современных материалов, к которым предъявляются особые требования, такие как прочность, долговечность, безопасность, упругость, жесткость, комфортность, легкость уборки. Полы должны быть пожаробезопасными и гигиеничными. Поэтому конструкция («пирог») спортивных полов сильно отличается от конструкций полов жилых и общественных зданий.

Существует достаточное количество видов современного напольного покрытия, как для закрытых, так и открытых площадок, например:

Натуральный спортивный линолеум – покрытие из натуральных компонентов, отличается минимальной травмоопасностью и достаточной упругостью. Это однородное, долговечное, износостойкое и бактерицидное напольное покрытие, за которым легко ухаживать.

Спортивные ПВХ-покрытия, отличаются многослойной конструкцией с амортизирующей основой. Средний слой состоит из армирующей сетки из нетканого стекловолокна, а верхний представляет собой чистый ПВХ. Чаще всего бывает однотонный или имитирующий рисунок под дерево.

Каучуковые спортивные покрытия – различны по способу производства и составу. Есть спортивные напольные покрытия на основе натуральной или синтетической резины и покрытия из полиуретана с посыпанным ЭМДП-гранулятом определенной фракции. Однако каучуковые напольные покрытия требуют максимально ровного, сухого и прочного основания.

Деревянные спортивные покрытия – спортивный паркет производится из массива твердых пород деревьев и также обладает многослойной конструкцией. Он отличается повышенной упругостью,

обеспечивает идеальный отскок мяча, отличное ударопоглощение. Деревянный паркет снижает риск получения травм. Деревянные спортивные напольные покрытия – идеальное решение для помещений, где планируются занятия гимнастикой, танцами или аэробикой.

Модульное спортивное пластиковое покрытие для улицы – изготовленное из полиэтилена высокого давления или полипропилена, покрытие твердое, ударопрочное и устойчиво к истиранию более чем деревянные настилы или спортивные паркетные полы. Пластиковое покрытие для спортивной площадки имеет уникальную систему плавающих замков и большое количество опорных подушек. Модульная конструкция покрытия, обладает отличными дренирующими свойствами и быстрой игровой готовностью, сухой поверхностью, после дождя. Спортивное покрытие имеет высокую ультрафиолетовую стабильность и глубокую цветовую насыщенность.

Защитные покрытия для спортивных площадок, травы и льда – настилы, предназначенные для открытого грунта, имеют дренажные отверстия для воздуха, влаги и света, не задерживают воду и остаются сухими. Любой модуль может быть легко снят и поставлен обратно. При этом синтетические покрытия не деформируются, а естественный газон получает необходимую влагу и сохраняет свои свойства. Установка покрытий не требует применения специальных инструментов, что позволяет существенно снизить трудозатраты и сократить время монтажа и демонтажа. Защитные покрытия хорошо прилегают к неровным поверхностям любых конфигураций. Высокая грузоподъемность позволяет использовать защитные покрытия в качестве основания для установки шатров, подиумов, трибун, танцплощадок и прочего оборудования и сооружений. Настилы изготавливаются из сополимерного пластика самого высокого качества. Материал устойчив к поломкам и воздействию ультрафиолетового излучения, огнестойкий и обладает непревзойденной прочностью и гибкостью. Соединительные выступы не ломаются и не рвутся.

Спортивные маты, будоматы, татами, полы для единоборств – обладают высокой прочностью и в тоже время хорошей амортизацией, что позволяет поглощать удары. Поверхность матов препятствует скольжению, а высокая холодоустойчивость позволяет использовать их на кафельном, бетонном и даже земляном полу, что незаменимо при выездных соревнованиях в полевых условиях. Покрытие не имеет запаха, абсолютно безвредно и экологично. Быстро и легко укладывается в нужную конфигурацию и так же легко разбирается. Имеет отличную тепло- и шумоизоляцию, создаёт эффект «тёплого пола». Покрытие стойко к бытовой химии и влаге, легко чистится и моется. В случае повреждения

нет необходимости менять покрытие целиком, достаточно заменить повреждённый модуль.

Правильный выбор спортивного напольного покрытия очень важен. От этого зависит как исход соревнования, так и безопасность игрока, а так же время дальнейшей эксплуатации покрытия. Если, к примеру, во время игры в теннис или бадминтон порвётся сетка, то вероятность того, что игрок получит травму, очень мала. В случае со спортивным покрытием всё гораздо серьезнее.

В большинстве видов спорта игрок 99% времени от всего турнира соприкасается с полом. Борьба – рукопашная схватка двух спортсменов, в которой каждый старается осилить другого, свалив его с ног. Оба соперника на протяжении длительного времени контактируют всем телом с напольным покрытием. Именно поэтому очень важен критерий гигиены, безопасности и легкости уборки. Личное стремление на пути достижения спортсменом успеха играет первостепенную роль. Но также одним из ключевых факторов является правильная организация условий для тренировок.

Следовательно, при выборе современного спортивного напольного покрытия важно учитывать критерии, такие как:

Износоустойчивость – не просто подобрать подходящее напольное покрытие, которое могло бы выдерживать каждодневные повышенные нагрузки. Ежедневно тренажерный зал или спортивную площадку посещает большое количество людей, а значит, напольное покрытие должно быть соответствующего высокого качества.

Безопасность – в профессиональном спорте велика вероятность получить травму, поэтому снизить травмоопасность при тренировках, в том числе за счет качественного напольного покрытия, – важная задача для производителя. Современные технологии позволяют гарантировать безопасность спортсмену и избавить его даже от незначительных травм.

Скольжение – отсутствие скольжения – важный критерий качества современных напольных покрытий для спортзалов. Наиболее предпочтительны в этом плане модульные, это их главный плюс.

Устойчивость к непогоде – как показывает практика, спортивные занятия и соревнования проводятся не только в закрытых помещениях, но и на свежем воздухе. Это полезно для здоровья и поддержания отличной физической формы. Изготовители напольного покрытия учитывают это и производят модели специально для укладки на открытом воздухе. Наиболее подходят для этого практичные полимерные материалы – с их помощью создаются удобные спортплощадки с хорошим покрытием.

Внешний дизайн – в современном мире здоровый образ жизни находит все больше поклонников. Этому способствует и «красивая картинка», которую создают работники спортивной индустрии.

Специалисты внимательно относятся к внешнему виду спортивного напольного покрытия как к элементу интерьера или ландшафта.

Список использованных источников:

1. <https://gelster.ru/info.htm>
2. https://www.modulpol.ru/sport_flooring.htm
3. <https://sportstyle-shop.com/articles/napolnoe-pokrytie-dlya-sportzala/>

© Мончинская А.О., Дрынкина И.П., 2019

УДК 72.012

Морозова А.П., Куликова Т.Ю. ПРИЕМЫ ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИЯ ИГРОВОГО ПРОСТРАНСТВА ДЕТСКИХ ПЛОЩАДОК ДЛЯ ДЕТЕЙ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Актуальность исследования – одним из самых важных периодов в становлении индивидуально-личностных качеств является дошкольный возраст, как основа для формирования фундаментальных знаний, умений, навыков, способностей будущего взрослого человека. Значение личностного роста ребенка многократно возрастает в условиях динамичного развития общества, культуры, межгосударственных отношений, высокого темпа развития технологий. В этом случае развивающий потенциал игрового пространства детских площадок играет особую роль в рамках создания информационного пространства для ребенка. Как показывает практика, утрата качественных характеристик в профессиональном формировании игрового пространства детских площадок ведет к потере многих потенциальных возможностей ребенка в будущем. В этой связи становится актуальной проблема анализа профессионального решения дизайна игрового пространства детских площадок, где динамика развития научно-технических и дизайнерских разработок на сегодняшний день остаются неучтенными. Кроме этого, актуальным становится исследование создания игрового пространства в рамках соответствия его функционально-планировочного решения, инженерно-конструктивной рациональности, обеспечения эргономических стандартов, оригинальности авторской идеи; а также, при необходимости, всемерного создания возможностей, направленных на оздоровление ребенка.

Анализ последних исследований и публикаций показал, что исследование проблемы не имеет регулярного системного характера. Во многих научных и литературных публикациях проблема рассматривается с позиции аспектов дошкольного воспитания. Теоретической базой анализа вопросов дошкольного воспитания и образования послужили

фундаментальные педагогические исследования в зарубежной науке М. Монтессори. В то же время задачи формирования дизайна игрового пространства для детей с ограниченными возможностями являются малоизученными.

На протяжении всего XX века в связи с бурным развитием инновационных технологий выстраивается эргономическая концепция, которая явилась основополагающей, в первую очередь, для образовательной среды в трудах таких исследователей, как Р. Арнхейм, В. Папанек и др. Теория и практика применения методов художественного формообразования представлена в работах В. Устина и др.

Таким образом, результаты проведенного анализа позволили сделать вывод о недостаточности решения стратегических комплексных задач по созданию дизайна игрового объекта для детей-инвалидов и позволили сформулировать цели данного исследования.

Исходя из сказанного выше, цель статьи заключается в теоретическом обосновании современных приемов, требований и основных характеристик в решении дизайна игровых пространств детских площадок для детей с ограниченными возможностями.

На сегодняшний день существует проблема решения дизайна игрового пространства детских площадок для детей с различными ограничениями по здоровью. Дизайн-организация детских площадок для удовлетворения потребностей детей-аутистов и детей с физическими ограничениями предполагает формирование игрового пространства для обеспечения им возможности общения со здоровыми детьми с самого раннего возраста, невзирая на различные ограничения, связанные со здоровьем.

Таким образом, создается возможность обретения ими уверенности, знакомства с новыми людьми.

Согласно мировой статистике, количество детей с расстройствами аутистического спектра (РАС) растет из года в год [5]. Так, на 2012 год у каждого 110-го ребенка (на 10000 обследованных детей) зафиксированы симптомы аутизма. Не удивительно, что при такой статистике актуальны исследования по созданию комфортного игрового пространства для детей с ограничениями по здоровью.

Ярким примером выполнения соответствующих требований является детская площадка при шафер-центре (Оуингс Милс, Мэриленд, США) для аутичных детей в возрасте 2-8 лет (рис. 1).

Установка детской площадки, предназначенной для помощи детям с условиями социального взаимодействия и развитием моторных навыков, располагает несколькими качелями из шин, дорожками, бревнами, качелями для группового катания. Игровое оборудование аналогично тому, что используется на регулярных детских площадках, однако оно

имеет сенсорные элементы, приспособленные для детей, страдающих аутизмом. Игровые пространства, гделюдно и шумно, воспринимаются детьми с расстройствами аутистического спектра как зоны военных действий, что может послужить поводом для нервной вспышки, поэтому дизайн-концепция создания игровой площадки для детей-аутистов предполагает формирование зоны уединения для снятия психологического напряжения, а также другие аспекты, которые носят терапевтический характер.



Рисунок 1 – Детская площадка при шафер-центре (Оуингс Милс, Мэриленд, США)

В ходе исследования выявились следующие основные принципы организации игрового пространства детских площадок для детей с ограниченными физическими возможностями:

принцип гармоничности предполагает решение общей композиции игрового пространства и специализированного оборудования с учетом комфортного их использования всеми детьми;

принцип эргономичности состоит в том, что дизайн специализированного оборудования предполагает использование его всеми детьми без каких-либо физических усилий;

принцип совместимости предполагает создание простых и понятных на интуитивном уровне интерактивных элементов игрового объекта;

принцип визуальной информативности состоит в том, что игровое пространство и специализированное оборудование должно быть разработано с заметной для всех детей визуальной информацией для достижения ими эффекта независимости;

принцип управления командной работой: дизайн игрового пространства и специализированного оборудования должен быть разработан таким образом, чтобы дети.

Материал исследования показал необходимость комплексного профессионального подхода в дизайне игровых объектов для детей с ограничениями по здоровью, который включает: социальные и эмоциональные задачи, сенсорную интеграцию, учет всех уровней физических и психических проблем, формирование возможностей для исследований в процессе игры для детей различной возрастной категории.

В работе выявлены и систематизированы основные общие принципы организации дизайна игрового пространства детских площадок: принцип гармоничности, эргономичности, визуальной информативности,

адаптации, совместимости, а также принцип управления командной работой.

Установлены определенные требования в решении дизайна игровых пространств для детей-аутистов, которые несколько отличны от требований для детей с ограниченными физическим и возможностями: а) архитектурно-планировочное решение детской площадки предполагает наличие только одного входа и выхода; б) обязательное включение в решение общей композиции игровой среды зон с тихими играми и, отдельно, зон с подвижными играми; в) использование линий визирования; г) использование сдержанной цветовой гаммы игрового оборудования.

Список использованных источников:

1. Арнхейм Р. Новые очерки по психологии искусства / Р. Арнхейм; [пер. с англ.]. – М.: Прометей, 1994. – 352 с.
2. Дей К. Места, где обитает душа: архитектура и среда как лечебное средство / Кристофер Дей; [пер. с англ. В. Л. Глазычева] – М.: Ладыя, 2000. – 280 с: ил.
3. Монтессори М. Впитывающий разум ребенка / М. Монтессори. – Издательство «Детство-Пресс», 2009. – 320 с.
4. Официальный сайт Association for Science in Autism Treatment (Американской ассоциации о научном подходе к лечению аутизма) [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.asatonline.org>.
5. Папанек В. Дизайн для реального мира / В. Папанек. – М.: Издатель Д. Аронов, 2004 – С. 157.
6. Савельева Е. Н. Аутизм. Методы реабилитации детей инвалидов с психической патологией / Е. Н. Савельева // Социал. работа. – 2011. – № 5. – С. 46.
7. Устин В. Л. Композиция в дизайне. Методические основы композиционно-художественного формообразования в дизайнерском творчестве / В. Л. Устин. – М.: Изд-во «Астрель», 2007. – 239 с.

© Морозова А.П., Куликова Т.Ю., 2019

УДК 748.7.035.93

Мосбах Л.А. ИЗДЕЛИЯ ИЗ СТЕКЛА В СТИЛЕ АР-НУВО

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Поиск нового выразительного языка во всех областях прикладного искусства, воплотившийся в конце XIX в. в художественных образах Ар-Нуво, начинается с Первой Всемирной промышленной выставки, состоявшейся в Лондоне. И хотя в области изготовления художественного стекла она не продемонстрировала никакого всплеска, значение её было огромно, так как она стимулировала открытие музеев прикладного искусства в Лондоне, Вене, Берлине, призванных поддержать и расширить

интерес публики к декоративному искусству, а также реформу образования художников-прикладников.

Ар-Нуво основывалось на волнистости линий природных форм растительного и животного мира.

Отказ от прямых линий и углов в пользу более плавного движения, изогнутых линий, это являлось особенностью стиля ар-нуво.

Плавные контуры Ар-Нуво выражались в силуэте стеклянной вазы, прозрачность стекла соответствовала этому стилю, внимание уделялось созданию легкости и хрупкой утонченности.

Ар-Нуво проявилось во всем – ювелирные украшения, мебель, посуда, вазы – вспомним вазы французского дизайнера Э. Галле, К. Тиффани.

Новаторские идеи стиля Ар-Нуво в сфере декоративно-прикладного искусства наиболее ярко и последовательно воплотились в стекле, «раскрывшим» такие свои качества как массу, фактуру, цвет и свет. Признаки стиля оказались созвучны природным свойствам стекла – его вязкости, текучести, возможности играть со светом и экспериментировать с формой предмета, что нередко приводит к созданию пластических объектов, лишённых каких-либо практических задач.

Свою карьеру Кристофер Тиффани начал как живописец и уже после того, как стал известен, стал заниматься стеклом. Он считал, что роспись красками скрывает естественную красоту стекла.

Под Тиффани-стилем подразумевают яркие лампы классических форм с натуралистическими мотивами и витражи насыщенных цветов, изображающие природу и пейзажи. Иризирующее стекло стало фирменным знаком Тиффани. Попытки Тиффани по изготовлению витражей из стекол чужого производства не были удачными.

Изобретенная Тиффани техника медной фольги была первоначально предназначена для изготовления ламповых абажуров. Тиффани придавал большое значение лампам в оформлении интерьеров и стремился сделать их доступными для широких слоев населения. Его лампа «Цветущий лотос», собранная из 1600 стеклянных частей, диаметром 46 см и высотой 35 см.

Эмиль Галле, испробовал различные техники работы со стеклом, широкую известность ему принесла техника травления по многослойному. Изготавливается такое стекло либо путём последовательного погружения первой стеклянной заготовки в печь со стеклом нужного цвета и последующего выдувания, либо за счёт вдувания стекла нужного цвета в заготовку, либо нанесением и распределением по поверхности заготовки стекла нужного цвета с последующим выдуванием изделия.

Вазы будто общаются со зрителем стеклянными цитатами. Э. Галле экспериментировал с материалами и модернизировал методы производства

стекла. Вазы Э. Галле «Клематис». Необыкновенно красивые по форме, различные по цвету, вдохновляли художника растения на изготовление оригинальных ваз.

Создав свой особый «натурстиль» в цветном многослойном стекле, Галле утвердил в нем пластическое единство формы и декора, их взаимозначимость. Галле заменил на объёмный рельефный декор, сплавленный с формой предмета. Галле прославился созданием изделий из многослойного цветного стекла, обработанного резьбой и гравировкой по типу резьбы по камню, и в технике маркетри.

Кристофер Дрессер производил сосуды из стекла и вазы прекрасных легких форм. Главное внимание уделял не украшению поверхности, а разработке оригинальной формы. Он разработал кувшин для вина, который отражает популярное сочетание прозрачного стекла с функциональными элементами из металла и является прямой ассоциацией с архитектурными достижениями конца XIX века.

Витражное стекло братьев Даум было изготовлено братьями Daum Freres (1825-1885 гг.). Первое изготовленное изделие был стакан с золотыми ободками из прозрачного стекла. Братья Даум использовали технологии, которые применяются при изготовлении витражей (травление стекла кислотой и гравировка на точильном круге). Они передавали необычные световые эффекты с помощью разных обработок поверхности стекла. В стекло добавлялись крапинки из серебра или золота, они добавляли тонкий блеск. Вазы выдувались вручную в форме тыквы, а затем раскрашены, что отражало влияние Японии на декоративно-прикладное искусство в то время.

Братья Даум начали использовать такие технологические достижения, которые применяются при изготовлении витражей, как травление стекла кислотой и гравировка на точильном круге, для изготовления натуралистических деталей, и технику.

Травление было трудной и опасной техникой, в конечном счете, запрещенной французским правительством. Чтобы получить необходимый эффект и глубину «резки» стекло несколько раз погружалось в соляную кислоту, а затем в скипидар.

Список использованных источников:

1. Статья Стекло эпохи Модерн – 2010 – 5 февраля [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.liveinternet.ru/community/1726655/post120173979/>
2. Статья Ключевые особенности стиля «ар-нуво»: обзор основных представителей – 2015 – 27 июля
3. [Электронный ресурс].– Режим доступа: <https://www.livemaster.ru/topic/1326311-klyucheveye-osobennosti-stilya-ar-nuvo-obzor-osnovnyh-predstavitelej>

4. Графтон Кэрол Белэнджер. Стиль Ар-нуво. Линии & силуэты. История изящных искусств для творческих личностей. Издательство: КоЛибри, 2018, с.144 [Книга].

5. Статья Западноевропейское стекло и керамика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mus-col.com/collection/decorative-arts/art-glass/european-glass-and-ceramics>

6. Статья Хрупкая красота: художественное стекло Галле – 2015 – 11 сентября [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://finparty.ru/art/25090/>

© Мосбах Л.А., 2019

УДК 745. 677; 7.049

Мошкина А.В., Морозова Е.В., Кузнецова А.Н. ОБРАЗ АРХИТЕКТУРНЫХ СООРУЖЕНИЙ СТАЛИНСКОЙ ЭПОХИ И ИХ РЕШЕНИЕ В СОВРЕМЕННОМ ТЕКСТИЛЕ

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Актуальность данной темы обусловлена значимостью высотных архитектурных сооружений сталинской эпохи на формирование образа Москвы в текстиле. Необходимостью новых поисков образов и решений при проектировании современного текстиля.

Архитектурные сооружения подобно зеркалу отражают свою эпоху и передают ее содержание через много лет. Она является инструментом формирования духовно-нравственного облика человека и общественного сознания. Через гармонию и монументальность архитектуры, совершенство пропорций, передаётся величие страны и народа.

В каждом городе – столице страны есть целый ряд таких сооружений, которые выделяются на фоне остальных рядовых зданий благодаря не только их внешнему облику, но и информации, что несут в себе их пропорции, ритмы, декоративные отделка и убранство. Облик современной Москвы многолик. Несмотря на это, во время прогулок по столице нашей родины, взгляд невольно останавливается на высотных зданиях сталинской эпохи. Смотря на них, мы понимаем, насколько они были важны для формирования духовного облика советского человека. Величественные, рассекающие небеса, устремленные вверх – эти сооружения будоражат душу. Их стены пропитаны тайнами, историями, интригами. Невольно становишься их заложником, когда погружаешься в их историю, осознавая, насколько они являлись знаками своего времени, символами надежды на лучшее будущее.

Архитекторы высотных зданий смогли найти выразительные приемы композиций, при которых функциональные требования, выдвигаемые назначением здания, градостроительные задачи и художественные формы

слились в цельный едино художественный образ, раскрывая величие и силу. Высотные здания сталинской эпохи находят отражение в самых разнообразных произведениях искусства от станковой живописи до текстильных орнаментов.

Сегодня для художника декоративно-прикладного искусства открывается много возможностей художественного оформления тканей современного текстиля.

Городской пейзаж является одним из видов орнаментального текстиля.

Высотные здания советской эпохи, построенные на игре вертикальных и горизонтальных ритмов, их узнаваемый силуэт могут служить источником для создания выразительных образов и текстильных композиций.

Яркими примерами использования современного городского пейзажа и архитектуры советского периода является творчество.

Интересен образ города в работе Артемия Лебедева. Им был создан паттерн для Мосгортранса. Татский рисунок с изображением основных архитектурных достопримечательностей Москвы можно видеть на обивках сидений в общественном транспорте столицы. Обращает внимание целостность композиционных ритмов выразительная графика рисунка, создающая образ ночного города.

Художница К. Шашкина создала панно на городскую тему в технике батика. Отказываясь от подробностей, доводя силуэт зданий до условных образов, герметизируя формы, автор добивается выразительного динамичного силуэта. Композиция построена на игре ритмов формы и цвета.

При создании сувенирного ассортимента часто используются произведения известных художников двадцатого века. Так сувенирный платок, созданный благодаря сотрудничеству Третьяковской галереи и Radical Chic, по работе Кандинского «Красная Площадь». Объединяет в одной композиции известные архитектурные памятники и силуэты обычных домов.

При проектировании современного текстиля часто используют фотоизображения в «трансформированном» или неизменном виде. Примерами таких композиций можно увидеть в оформлении сувенирных зонтов.

Высотки сталинской эпохи воплотили в себе гармонию и монументальность архитектуры послевоенного периода. Их выразительный силуэт формирует узнаваемый образ Москвы.

Такая узнаваемость создает ограничение в проектировании текстильных рисунков. Современные художники используют этот образ

только при создании сувенирной продукции и мебельных тканей специального назначения.

Список использованных источников:

1. Архитектура сталинской эпохи. опыт исторического осмысления/НИИ теория и история архитектуры и градостроительства; Рос.академия архитектуры и строит. наук; сост. и отв.ред.Ю.Л. Косенкова.- М.УРСС, 2010г.
2. Бархин М.Г. Метод работы зодчего. Из опыта советской архитектуры 1917–1957 гг. М, 1981. ст. 157–166
3. Васькин А.А. Сталинские небоскребы: от Дворца Советов к высотным зданиям. Спутник+, 2009г.
4. Васькин А.А., Назаренко Ю.И. Архитектура сталинских высоток Москвы. Спутник+, 2006г.
5. Гейдор Т.И. Стили московской архитектуры. Искусство-21, 2014г.
6. Зиновьева О.А. Символы сатанинской Москвы. Точну, 2009г.
7. История советской архитектуры 1917-1958г. Под редакцией Н.П. Балинкина и А.В. Рябушина. Гос. издательство литературы по строительству, архитектуре и строительным материалам, 1985г.
8. Кружков Н.Н. Высотки сталинской Москвы. Наследие эпохи. Центрполиграф, 2014 г.

© Мошкина А.В., Морозова Е.В., Кузнецова А.Н., 2019

УДК 687.124

Мурашова Е.М., Неоронова А.П. СОВРЕМЕННЫЕ ПРАКТИКИ ВНЕДРЕНИЯ ЭЛЕМЕНТОВ РУССКОГО НАРОДНОГО ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТВОРЧЕСТВА В ДИЗАЙНЕ КОСТЮМА

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Сегодня вопрос идентичности в дизайне и моде встает довольно остро. В мире высокой рыночной конкуренции «уникальность» – является одним из важнейших преимуществ. Элементы этнической принадлежности могут стать базой для создания дизайн-проектов для внутренней и внешней индустрии. Проблема развития «Русского стиля в дизайне и моде» в течение всего XX, а теперь и XXI, веков поднималась неоднократно. Для того чтобы понять, как интерпретировать его, стоит, в первую очередь, проанализировать уже имеющиеся отечественный и зарубежный опыт.

Что касается зарубежной практики, то о русском тренде за границей заговорили в начале XX века благодаря балетным сезонам Сергея Дягилева. Европейцы были очарованы красотой интерпретированных национальных образов, яркостью и насыщенностью цвета, невероятными головными уборами, многообразием узоров и фасонов. Просочившись за

рубеж, данное веяние произвело неизгладимое впечатление на мировую общественность и начало своё шествие не только по отечественным, но и по иностранным подиумам. Для того чтобы понять, в чём же заключаются его особенности, есть смысл отметить отличительные черты на примерах работ зарубежных и отечественных модельеров, вдохновлённых духом «старой» и «новой» России [1].

В 1958 году Ив Сен Лоран, через год после вступления в должность креативного директора Dior, представил свою первую коллекцию Trapeze. Модели сохранили узнаваемый «диоровский» силуэт, но дизайнер ввел в haute-couture свободную трапециевидную форму, которую он позаимствовал у русских платьев на бретельках – сарафанов. Так русская одежда стала революционной инновацией в мире моды. В 1976 году модельер представил комплекты «Opera-Ballets russes», образы которых были навеяны этно-модой и культурой в целом, буйством цвета, образцами народного творчества и, конечно же, балетами Дягилева. В свои модели Ив-Сен Лоран стилизовал под крестьян и казаков. Пышные юбки, подпоясанные шёлковыми шнурами блузы, цветастые шали, папахи и сапоги сразу вошли в моду [3].

Что касается современных иностранных модельеров, интересным примером воплощения стиля «А-ля Рус» является зимняя коллекция одежды Chanel 2009 года под названием «Париж – Москва» – кокошники, муфты и классическая чёрно-красно-золотая палитра отлично дополняют простой и выдержанный крой изделий [1].

Бренд Kenzo сумел этот же стиль с совершенно разных точек зрения. Зимние изделия прет-а-порте 2009 выдержаны в спокойных серо-голубых и землистых красно-зелёных тонах. Современные фасоны изобилуют красочной «народной» отделкой, такой как цветочные принты, имитация лоскутного шитья или меховая отделка. Сезон весна / лето 2011 стал полной противоположностью предыдущему: вычурные головные уборы, кричащая палитра, пёстрые вышивки и силуэт, напоминающий крестьянскую тряпичную куклу [8]. А John Galliano, в своих осенне-зимних коллекциях 2009 и 2010 гг., показанных в рамках Парижской недели моды использовал прием «Обильной эклектики». Сложно сказать, что в ней не использовано: вышивки, традиционная колористика, объемный декор из камней и металлических пластин, форма костюма [7].

В России «Моду на русское» начала Надежда Петровна Ламанова, до революции бывшая Поставщицей Ея Императорского Величества Александры Фёдоровны, превратилась в первую модельстку новой эпохи. Вместе с Верой Мухиной (автором знаменитой скульптурной группы «Рабочий и колхозница») она создала серию льняных платьев с русскими мотивами, взяв за основу бережную вышивку древних славян. В 1925-м году на Международной выставке декоративных искусств в Париже их

работы удостоились Гран-при «за национальную самобытность в сочетании с современным модным направлением». Подобного успеха в истории российского костюма не знал ни один последующий дизайнер. [2]

В конце 80-х в Европу выехал Слава Зайцев – легенда русской модной индустрии, «красный Диор», как до сих пор называют его на западе, показавший высочайший художественный, культурный и модный уровень России, сформировавшийся несмотря на «железный занавес» и оторванность нашей страны от общемировой моды. В своей коллекции «Русские сезоны» Вячеслав Зайцев использовал павлово-посадские платки, роспись и множество других традиционных элементов [1].

Вслед за ним к славянскому творчеству обратились многие дизайнеры одежды, продолжая развивать его в XXI веке. Каждого вдохновляет что-то своё. Анастасия Романцова, креативный директор и создатель марки A`la Russe, создаёт ансамбли со скромными элегантными силуэтами, навеянными аристократией Российской империи, а бренд Levadnaja Details удивляет ручной вышивкой бисером и полудрагоценными камнями [6].

Хохломские узоры в своих первых работах активно использовал Денис Симачёв. Работая с повседневной одеждой, дизайнер смело отыгрывается на декоре и принтах, изображая на вещах всё «отечественное», от росписи и портретов поэтов Серебряного века до героев советских мультфильмов и тюремных наколок.

На мировом уровне стиль продвигают Ульяна Сергеенко и Алёна Ахмадуллина, первая ориентируясь на национальные мотивы, вторая – на наше сказочное наследие.

В основу модного дома Ulyana Sergeenko легли истинно рукотворные вещи. За семь лет существования бренд наладил производственную связь со многими мастерскими и ателье народных ремёсел по всей стране. Елецкое и вологодское кружево, Ростовская финифть и скань, различные техники вышивки присутствуют в каждой коллекции Ulyana Sergeenko Couture. Сохранять и развивать драгоценные народные навыки – является одной из задач, которые ставит перед собой Ульяна. [4]

Акцент бренда Alena Akhmadullina в первую очередь направлен на уникальные образы для печати на ткани, создающиеся отдельно для каждой коллекции. Изначально ручной рисунок после переводится в цифровой формат для дальнейшего размещения на ткани. Тема русских сказок в творчестве Алёны Ахмадуллиной всегда на почетном месте. Например, в коллекции Resort 2016 дизайнер обратилась к сюжету былины «Садко», «творя» на ткани волшебный подводный мир. Основными приемами имитации живописи стали аппликация и мозаичная техника. Ключевым элементом был выбран образ волны, который повлиял на крой

изделий, декор и окраску. Объемный декор делает вещи живыми и пластичными, как само морское пространство [5].

Тем не менее, стоит отметить, что на мировых подиумах стиль «А-ля Рус» появляется редко, а ведь его достоинства очевидны. Он всегда воспринимается как нечто роскошное, дерзкое и нестандартное, по этой причине его сложно представить в формате целого комплекта повседневного костюма. Однако, сочетание отдельных элементов кроя и дизайна с современными тенденциями может дать интересный эффект за счёт контраста: нынешнее стремление к минимализму и простоте способно стать выгодным фоном для яркого декора и русской самобытности. Традиции каждого народа ценятся вне зависимости от стандартов моды и красоты, они прекрасный исходный материал для трансформаций и игры с авторскими вариациями. Помимо прочего – становятся очевидной базой для создания образа «национального дизайна». Именно поэтому стоит постоянно обращаться к данному материалу, перерабатывать и интерпретировать его в актуальные формы.

Список использованных источников:

1. <https://7days.ru/fashion/dressing/russkiy-stil-v-odezhde-chto-eto-takoe.htm>
2. <https://www.culture.ru/materials/179352/nadezhda-lamanova-kutyure-imperatorskoi-semi>
3. <https://anirish.livejournal.com/343480.html>
4. <https://ulyanasergeenko.com/about>
5. <https://www.google.com/amp/www.ok-magazine.ru/node-amp/25547>
6. <https://tass.ru/spec/fashion>
7. <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2009-ready-to-wear/john-galliano>
8. <http://fashion.telegraph.co.uk/news-features/TMG8045613/Paris-Fashion-Week-Kenzos-40th-anniversary-show.html>

© Мурашова Е.М., Неоронова А.П., 2019

УДК 76.03/.09

Мутик А.А., Буцера О.В. РОЛЬ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА В РАБОТЕ ПРИРОДООХРАННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Национальный исследовательский университет «МИЭТ»

Из-за деятельности человека около миллиону из девяти миллионов видов живых организмов, населяющих планету, грозит исчезновение.

Средняя численность местных видов животных и растений сократилась как минимум на 20%, в основном с 1900 года. Более 40% видов амфибий, почти 33% кораллов и более трети всех морских млекопитающих находятся под угрозой исчезновения. Также под угрозой вымирания 10% насекомых [1].

Согласно определению экология – это наука о взаимодействии человека с окружающей средой. А что, как не графический дизайн, в современную информационную эпоху является главным инструментом организации этого взаимодействия, инструментом создания визуальной коммуникации и формирования визуальной среды и культуры [2].

Экологическое направление в дизайне возникло в 70-х годах прошлого века и ориентировалось на активное влияние дизайна на охрану и восстановление природной среды. Сегодня «экологический» дизайн – это утверждение принципов экологической этики и ориентация на гармонизацию отношений человека с окружающим миром [3].

Все более возрастающее негативное воздействие человеческой деятельности на окружающую среду явилось стимулом к пониманию обществом причинно-следственной связи между деятельностью человека и экологическими проблемами [4].

Графический дизайн занимает заметную нишу в мировом «тренде» воспитания экологического мышления. Средствами графического дизайна мировое сообщество не раз привлекало внимание к социальным, политическим и другим проблемам. Креативные решения и широкий охват аудитории обеспечивают эффективность средств графического дизайна. Его проявления мы наблюдаем в интернете, в городской среде и других общественных пространствах в форме навигационных элементов, информационных стендов, рекламных сообщений, на упаковке, корпоративной и печатной продукции. Средствами современной инфографики в печатных изданиях, публикациях, докладах наглядно демонстрируются последствия экологических проблем. Благодаря структуризации, четкости, наглядности, высокой скорости восприятия данных инфографика повышает эффективность сообщений.

Больших успехов в современной графической экокоммуникации достигла социальная реклама. Социальная реклама не может решить проблем напрямую, но она является катализатором позитивных изменений, выдвигая на первый план те проблемы, которые особенно волнуют человечество. Социально-направленные визуальные сообщения продвигают экотенденции и формируют осознанный подход к заботе об окружающей среде [5].

Гринпис (Greenpeace – в пер. с англ. «зелёный мир») – это международная экологическая организация. Она является одной из самых крупных и известных в мире, и уже почти полвека занимается защитой окружающей среды. Гринпис предложил всем неравнодушным поучаствовать в конкурсе плакатов «Спаси Арктику» и нарисовать Арктику такой, какой они ее видят. Три лучших плаката разместят на бортах кораблей «Гринписа», а авторы работ отправятся в летнюю экспедицию в Баренцево море [7]. Данный пример показывает важную

роль графического дизайна в привлечении людей к данной проблеме экологии.

Всемирный фонд природы WWF (World Wildlife Fund) – одна из крупнейших независимых международных общественных организаций, занимающаяся сохранением и восстановлением окружающей среды. Символом Всемирного фонда природы является панда. Графическое изображение панды Чи-Чи стало символом природоохранного движения всего мира. Сегодня он входит в шестерку самых узнаваемых логотипов мира наряду с Олимпийскими кольцами и объединяет 5 миллионов сторонников WWF [6]. Выбор изображения панды в качестве логотипа особенно актуален, поскольку панда является редким животным, занесённым в Международную Красную книгу (см. рис. 1).



Рисунок 1 – Символ фонда WWF

Robin Wood – экологическая организация по охране окружающей среды, название которой навеяно легендарным Робин Гудом. Robin Wood с 1982 г. борется за сохранение лесов по всей планете и привлекает внимание к проблеме сохранения окружающей среды показательными акциями и плакатами (см. рис. 2) [8].



Рисунок 2 – Экоплакат Robin wood

Существуют международные конкурсы и фестивали, основной темой которых является визуальное изображение природоохранных экоплакатов, а также фотографий. «Золотая Черепаха» – это фестиваль, дух и философия которого направлены на сохранение природы через искусство. Творческие работы участников позволяют зрителям по-новому увидеть красоту окружающего мира и задуматься о его сохранении. Заветная цель авторов – показать бесценность этого мира и призвать всех людей быть к нему чуткими и внимательными. Фестиваль делает людей светлее, чище, добрее [9]. За все время существования фестиваля в конкурсах приняло участие более 4390 участников из 117 стран, которые представили 11130 работ.

Можно ли спасти планету? Исследователи отмечают, что исправить существующую ситуацию будет сложно, но реально. Для этого странам мира нужно будет пересмотреть современные принципы функционирования экономических систем и изменить сознание людей как на политическом, так и на общественном уровнях. Экоплакаты призывают людей бережнее относиться к природным объектам, прививают это чувство детям. Состояние природы и планеты находится в руках людей, поэтому экоплакаты, а также привлечение людей к этой теме сможет улучшить состояние дикой природы в современном мире.

Профессиональный подход, заинтересованность исполнителя и заказчика в результате обеспечат эффективность коммуникации и ускорение положительных изменений в экологической ситуации [5].

Список использованных источников:

1. Исследование: Под угрозой исчезновения находится миллион растений и животных [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://thebabel.net/ne-ws/29789-issledovanie-pod-ugrozoy-ischeznoveniya-nahodyatsya-million-rasteniy-i-zhivotnyh> (дата обращения: 22.10.19)

2. Об экологии, истории и графическом дизайне. Часть 1 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.designspb.ru/news/articles/graphic_design_eco_1/ (дата обращения: 22.10.19)

3. И.В. Пенова «Дизайн и экология» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://designreview.net/index.php?show=article&id=210&year=2008-&number=> (дата обращения: 22.10.19)

4. Экологический дизайн как направление современного дизайна. Определение понятия. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.science-education.ru/ru/article/view?id=9670> (дата обращения: 22.10.19)

5. Вопросы экологии средствами графического дизайна. Экология в фирменном стиле. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/43561/1/kie_2016_01_18.pdf (дата обращения: 23.10.19)

6. WWF – Всемирный фонд природы. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://naturaе.ru/ekologiya/prirodoohrannye-organizacii/wwf.html> (дата обращения: 23.10.19)

7. Спаси Арктику: конкурс плакатов от Гринписа. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://stip.isu.ru/grants/178354-save-the-arctic-poster-contest-from-greenpeace.html> (дата обращения: 23.10.19)

8. ROBIN WOOD экологическая организация по охране лесов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://multiurok.ru/blog/robin->

wood-ekologhichieskaia-orghanizatsiia-po-okhranie-liesov.html (дата обращения: 23.10.19)

9. Золотая черепаха [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://wncon-test.ru/design/archive/?SECTION_ID=221 (дата обращения: 23.10.19)

© Мутик А.А., Буцера О.В., 2019

А

Али кызы Курманжан, 169
Алибекова М.И., 10

Б

Белгородский В.С., 39
Бугровская А.С., 203
Буцера О.В., 293

В

Вадеева М.О., 232
Васин Ф.В., 55

Г

Гетманцева В.В., 50, 52
Грязева И.В., 179
Гусова Д.Т., 218

Д

Дембич Н.Д., 103, 141, 265
Дергилёва Е.Н., 156
Добрякова О.П., 28, 215
Дрынкина И.П., 278

Е

Егорова Я.Е., 10
Ерохина Е.А., 13
Ефанова М.А., 16

Ж

Журавлёва С.С., 19, 22

З

Заболотская Д.А., 25
Заборская Е.А., 28
Завьялова Е.К., 30
Задворная С.Т., 19, 243
Засва-Бурдонская Е.А., 149, 186
Закирова Л.С., 33
Затинщикова А.Н., 175
Захаров Р.А., 36
Зеленова Ю.И., 39
Зильбер А.С., 42

Зырина М.А., 165, 209

И

Ибрагимова А.А., 44
Иванова Д.К., 47
Иващишина А.С., 50
Ильинская Л.А., 52

К

Казарезов А.А., 55
Калашникова Д.В., 58
Калистратова К.С., 61
Камашева А.Г., 64
Капитанова А.Д., 67
Карпова О.А., 69
Картузова Е.Д., 72, 75
Кирсанова П.Д., 78, 82
Киселева А.Ю., 85
Клицук Е.И., 89
Ковалева А.К., 93
Ковалева О.В., 25, 276
Ковтун А.В., 67, 254
Кожухова Е.В., 97
Козлова А.С., 99
Козырь Е.П., 103
Коковина М.В., 107
Колесникова О.В., 110
Колташова Л.Ю., 72, 75, 138
Константинова В.Д., 114
Коренкович В.М., 117
Коржов Е.Г., 93
Корнеев А.А., 123
Коробцева Н.А., 39, 240
Косолапова А.Ю., 120
Котельникова С.С., 123
Кошелева В.А., 126
Крайняя Я.В., 130
Краснопевцева К.С., 134
Кровякова М.В., 138
Крохмаль А.С., 141
Кругалевич С.Ю., 165
Крылова С.В., 147
Крысенко И.И., 149
Кузнецова А.Н., 288
Кузнецова Е.Е., 156
Кузьмин А.Г., 159
Куликова М.К., 47, 110
Куликова Т.Ю., 282
Кулиш Д.И., 161
Курбанмурадова А.Ч., 165
Куртова К.Г., 117

Л

Лакизенко Е.Д., 172
Леванова Е.А., 175
Леонова О.А., 179
Леонтьева К.С., 182
Лихачева М.А., 186
Лобанов Н.А., 235
Лоскутникова П.А., 191
Лошанкова В.А., 193
Луговская Д.Д., 197
Лушпай А.Д., 200
Лыкова К.Ю., 203
Лысенко Д.Л., 206
Лысенко И.Н., 130
Люткина А.С., 209

М

Майборода М.А., 212
Макарова О.В., 215
Макарова Т.Л., 172
Маничева Е.В., 218
Маслов М.М., 221
Маслова А.Н., 228
Матаева Д.Х., 232
Матвеева А.С., 93
Матвеева М.М., 235
Махиня Е.В., 240
Мацнева А.И., 243
Маякова Е.Д., 246
Мекеня К.М., 249
Меринова Д.С., 254
Мирзоян К.А., 257
Миронова В.М., 262
Мирошниченко Е.С., 265
Михайлюк Е.А., 269
Мовчанова И.З., 273
Молоткова Д.А., 276
Мончинская А.О., 278
Морозова А.П., 282
Морозова Е.В., 288
Мосбах Л.А., 285
Мошкина А.В., 288
Мурашова Е.М., 290
Мутик А.А., 293
Мыскова О.В., 69

Н

Неоронова А.П., 290

П

Петушкова Г.И., 58
Пицинская О.В., 147
Прокошева М.М., 78
Пушкарев А.Г., 89

Р

Рогожина Ю.В., 169

С

Синицкая Д.М., 243
Смирнова Л.П., 107
Спектор Г.З., 130, 149, 186
Стрижак А.В., 16, 82, 212

Т

Тимохович А.Н., 120
Третьякова А.Е., 114
Третьякова С.В., 10, 75, 138

У

Уваров В.Д., 103

Ф

Фирсов А.В., 159
Фирсова Ю.Ю., 64, 72, 161

Ч

Чулкова Э.Н., 33

Ш

Шушлякова Е.А., 182

Научное издание

Всероссийская научно-практическая конференция

«ДИСК-2019»

Часть 2

В авторской редакции

Издательство не несет ответственности за опубликованные материалы.

Все материалы отображают персональную позицию авторов.

Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов.

Усл.печ.л. _____ Тираж 30 экз. Заказ № _____

Редакционно-издательский отдел РГУ им. А.Н. Косыгина

115035, Москва, ул. Садовническая, 33, стр.1

тел./ факс: (495) 955-35-88

e-mail: riomgudt@mail.ru

Отпечатано в РИО РГУ им. А.Н. Косыгина