

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



**ВСЕРОССИЙСКАЯ  
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ  
КОНФЕРЕНЦИЯ  
«ДИСК-2020»**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ  
ЧАСТЬ 4**

МОСКВА – 2020

**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-2020»**

**Часть 4**

**МОСКВА**

УДК 378:001:891

ББК 74.58:72

В 85

В 85 Всероссийская научно-практическая конференция «ДИСК-2020»: сборник материалов Часть 4. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2020. – 249 с.

**ISBN: 978-5-00181-003-2**

Сборник составлен по материалам Всероссийской научно-практической конференции «ДИСК-2020», состоявшейся 24-26 ноября 2020 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**

Силаков А.В., начальник Управления науки; Оленева О.С., доцент; Гуторова Н.В., начальник ОНИР; Рыбаулина И.В., заведующая кафедрой; Волкодаева И.Б., заведующая кафедрой; Андросова И.В., старший преподаватель

#### **Научное издание**

**ISBN: 978-5-00181-003-2** © Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», 2020

© Коллектив авторов, 2020

УДК 791.43

## **О ТРЕХ ЭТИЧЕСКИХ АСПЕКТАХ В СОВРЕМЕННОМ КИНЕМАТОГРАФЕ НА ПРИМЕРЕ НЕСКОЛЬКИХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ И ДОКУМЕНТАЛЬНЫХ ФИЛЬМОВ**

Синявская А.Н.

Научный руководитель Калашников В.Е.

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

Кинематограф со времен своего основания всегда являлся искусством синтетическим и многогранным, обладающим безграничными возможностями как управления зрительскими эмоциями и мыслями, так и воздействия на более скрытые структуры сознания, именуемые «струнами человеческой души». Кинематограф, базируясь и эксплуатируя древние мифологемы, создает современные сюжеты и все активней закрепляет свои позиции во взаимоотношениях со зрителем. На сегодняшний день, создатели массового кино точно улавливают желания зрителя, а зритель, в свою очередь, ищет в кино то, что необходимо ему: от легкомысленного и необременительного двухчасового развлечения, до возможности быть вовлеченным в изощренную интеллектуальную игру, переживая при этом эмоциональный и эстетический экспириенс. Само по себе понятие этики, имеющее философскую природу, несет в своей основе предметы исследования морали и нравственности. Таким образом, присутствие в киноленте этической составляющей напрямую не диктует формирование сюжетной основы произведения, но определяет внутреннюю атмосферу и настроение истории как таковой, это произведение обуславливающей. В связи с этим, данная статья имеет своей целью проанализировать три, на мой взгляд, основные категории этики в современном кинематографе на конкретных примерах.

### 1. Решение этических проблем внутри кинопроизведения.

В современной действительности в кинематографе, особенно голливудской школе последних лет, можно заметить тенденцию к так называемому «псевдоинтеллектуальному» кино, наполнение которого напрямую зависит лишь от эстетического аспекта подачи, но никак не подразумевает соответствующей морально-этической нагрузки. Однако, встречаются примеры, когда даже в массовом кинематографе (в частности, детской фэнтези-сказке) завуалированно решаются те или иные этические вопросы. Приведу на первый взгляд простой, но очень наглядный пример. Современная молодежь большинства стран, сформировалась под влиянием культурного явления, ставшего глобальным – серии фильмов про Гарри Поттера (2001-2011 гг.). На самом деле франшиза является интереснейшим

«экспериментом» глобализирующегося мира – ведь целое поколение людей одновременно, благодаря кинематографу и новым технологиям, усваивали с детства одни и те же этические установки. Ведь по сути, фильмы о Гарри Поттере, с первого до последнего, – это единый, очень непростой диалог главного героя с окружающими его людьми и с самим собой о добре и зле, о свободе выбора и об ответственности за этот выбор, о ценности каждой личности (даже такой непохожей на нас как эльф Добби). Успех фильмов о Гарри Поттере можно было бы списать на эффективную и эффектную PR-кампанию однако для того, чтобы то или иное произведение стало глобальным явлением, необходимы гораздо более серьезные причины, несущие в себе нечто объединяющее каждого человека (ребенка и взрослого) здесь и сейчас, а именно понятия нравственности и морали, вечные размышления о добре и зле.

Еще чаще к решению этических проблем в кино прибегают режиссеры не массового, а, так называемого, «авторского кино». Ярким примером проявления христианской этики в кино послужит фильм Юрия Быкова «Дурак» (2014 г.). Ситуация, задающая динамику действия фильма, вполне узнаваема: провинциальный российский город; ветхое здание общежития; циничные чиновники, закрывающие глаза на скорую аварию; и молодой неравнодушный слесарь – главный герой, то есть, дурак, который изо всех сил пытается предупредить скорую трагедию. Конфликт в произведении явен: большинство героев фильма живут по «законам жизни», а главный герой – по законам совести. Как итог, толпа людей, которых «дурак» пытался спасти, убивает своего спасителя – аналогия более чем исчерпывающая, а вывод Быкова однозначен: герой-идеалист настолько инороден общей массе, что в ее глазах он выглядит не более чем дураком, от которого необходимо избавиться.

## 2. Этический аспект в способах воздействия на зрителя.

Еще одной важной этической проблемой в киноискусстве является этика образа, то есть вопрос, связанный с тем, какими методами режиссер пытается воздействовать на зрителя, и насколько этичны данные способы воздействия. Мастером препарирования зрительских чувств и эмоций и большого любителя поиграть со зрителем в интеллектуальные игры является австрийский режиссер и сценарист Михаэль Ханеке. Сам режиссер заявляет: «Я хочу изнасиловать зрителя до состояния независимости. Независимости от клише, от простых ответов, от привычного способа взаимодействия с миром». Но хочет ли зритель быть изнасилованным? Нашумевший фильм Ханеке «Забавные игры» (1997 г.) сюжетно необыкновенно прост: молодые супруги с сыном приезжают в загородный дом на берегу озера, после чего двое молодых людей, неизвестно откуда взявшихся, буквально берут их в плен и заключают с ними пари, которое заложники выиграют, если им удастся выжить. Казалось бы, мотив семьи в опасности не раз исследовался в

кинематографе, однако спустя полчаса от начала фильма один из главных злоумышленников, смотря прямо в камеру (разрушая «четвертую стену») и нагло подмигивая, произносит: «А вы на кого ставите?». Таким образом, Ханеке, нарушая этическое пространство зрителя, стирая границу между реальностью экранной и настоящей, как-бы заставляет зрителя признать себя свидетелем, и более того, соучастником ужасающих пыток, даже если те происходят по ту сторону экрана. Российский историк философии, литературы и кино Дмитрий Хаустов, анализируя «Забавные игры» в своей статье «Nothing funny, или Насилие как неизбежность: аналитические заметки к фильму Funny games» пишет: «Возвращенный взгляд меняет соотношение уровней игры. Вот что было: уровень 1 – играет семейство-объект; уровень 2 – медиум играет с семейством-объектом; уровень 3 – зрительский взгляд играет со зрелищем (аттракционом), которое складывается на уровне 1 и 2; ... И вот, новый уровень, почти что революционный – уровень 4: медиум играет со зрителем, только что объективированным. Это значит, что зритель теряет свое королевское место по эту сторону псевдореальности, он втянут в нее, буквально вброшен туда, вовнутрь экрана» [3, с. 40]. Таким образом, все неприятные чувства, которые испытывает зритель при просмотре «Забавных игр», такие как разочарование, вина, беспомощность и отчуждение, являются кинематографическим проектом Ханеке – морального позиционирования зрителя, этическая сторона которого ставится под сомнение.

### 3. Этика в документальном кино.

Работа документалиста подразумевает под собой взаимодействие с реальными людьми. Естественно, что такая тесная коммуникация не могла не отразиться на вопросах этики при создании документальных фильмов. Интересно, что формирование этики в кинопроизводстве начинается с Дзиги Вертова и его мечты – вездесущего Кино-Глаза. В своих дневниках Вертов описывал идею Кино-Глаза так: «...основное и самое главное: киноощущение мира. Исходным пунктом является: использование киноаппарата как киноглаза, более совершенного чем глаз человеческий, для исследования хаоса зрительных явлений, наполняющих пространство» [2, с. 11]. Развивая свою мысль Вертов указывал, что в широком смысле Кино-Глаз не столько совокупность определенных технических средств съемки фильма, сколько – непрерывно нарастающее движение за воздействие фактами против воздействия выдумкой, как бы последняя сильно не впечатляла. Однако сегодня главный этический вопрос в документальном кино звучит так: имеет ли право документалист вмешиваться в жизнь своего героя? Сегодня творцы авторских документальных фильмов гораздо чаще, чем представители массового кино, нарушают этические нормы. Эдакая раскрепощенность сегодняшних документалистов видна не только в картинах, посвященных войнам и терактам, но и в тихих, внешне неброских работах, как скажем в

документальном фильме «В темноте» (2004 г.) Сергея Дворцевого, главным героем которого является одинокий слепой пенсионер, что плетет авоськи, которые затем раздает на улице первым встречным бесплатно. Данной истории вполне хватило бы для добротного, но тривиального моралите о несчастном герое и здоровых, поедающих попкорн зрителях. Однако авторский замысел простирается гораздо шире, и проясняет его только присутствие в кадре самого режиссера (мол не только снимает, но и помогает старику). Впрочем, так, кажется, только на первый взгляд. Модель режиссерского поведения продуманна и даже концептуальна, если учесть, что режиссер не только помогал своему герою справляться с бытом в минуты отчаяния последнего, но и виртуозно им манипулировал.

Подводя итог, можно говорить о том, что этика в современном кинематографе опирается на идею уникальности и непохожести современных людей, однако в ней делается акцент на особой ценности каждого для выживания в социуме. Киноэтика в современном мире является частью концепции этики возможностей, в которой непременно возникает вопрос согласия: к примеру, обязан ли человек, если ему предоставляется несколько предложений, согласится с наилучшим или выбрать менее очевидную, но более перспективную возможность. Говоря о этических проблемах, затрагиваемых непосредственно в массовом кино, можно отметить тенденцию к постоянному стремлению гармонии между эстетическим наполнением картины и ее этически-художественным началом. Корректное соотношение этих двух факторов влияют на восприятие зрителем тех идей, которые автор изначально закладывал в свое произведение. Этический аспект в способе воздействия на кинозрителя напрямую связан с «аттракционной» природой самого устройства кинематографа. Если рассматривать кино не как какую-то примитивную форму развития нарратива, а, напротив, как сконструированное зрелище и, соответственно, как антропологический феномен, то возникают следующие, не менее любопытные вопросы, требующие отдельного рассмотрения: почему зритель смотрит жестокое кино? Каким потребностям зрителя того или иного времени отвечает кино? Этику в документальном же кинематографе можно было бы отнести к числу самых хрупких областей в мире кинематографа. Французский кинокритик и теоретик кино Андре Базен говорил: «Объективный характер фотографии внушает доверие к ней» [1, с. 44]. Собственно, эту мысль Базена с легкостью можно переложить на документальное кино, ведь представление зрителя о том, что документальный фильм – это правдивая форма передачи информации, побуждает его доверять всему, что происходит на экране. Разумеется, это не так. Этический выбор автора документального фильма заключается лишь в степени манипуляции сознанием зрителя, начиная от выбора темы фильма, заканчивая монтажом и подбором аудио-сопровождения.

Так или иначе, рассмотренные мной кинопроизведения отвечают на запрос о новом человеке глобализирующегося мира, о человеке, который руководствуясь идеей о всеобщем человеческом благе, готов к постоянному совместному поиску новых ценностных ориентиров, способных адекватно ответить на новые глобальные, культурные и социальные вызовы, а также попытаться исправить ошибки прошлого, сохраняя и используя уникальность каждого. Безусловно, этические аспекты в кинематографе влияют на восприятие зрителем тех или иных идей, заложенных автором, и вместе с тем являются эффективными инструментами в процессе воспитания человека будущего, в формировании новой системы глобальных ценностей.

**Список использованных источников:**

1. Базен А. Что такое кино? // Сборник статей. Изд.: Искусство. – М. 1972. с. 44- 378.
2. Вертов Д. Статьи. Дневники. Замыслы. Изд.: Искусство. - М. 1966. с. 11 - 778.
3. Хаустов Д. Nothing funny, или Насилие как неизбежность: аналитические заметки к фильму Funny games // Михаэль Ханеке: кино как катарсис [сборник]. Изд.: Опустошитель. – М. 2019. с. 40- 344.

© Синявская А.Н., 2020

**УДК 685.34**

**КАСТОМИЗАЦИЯ ИЗДЕЛИЙ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ  
НА ПРИМЕРЕ ОБУВИ ИЗ КОМПОЗИЦИЙ НА ОСНОВЕ ЭВА**

Лапина Т.С., Карабанов П.С., Скрипин В.О.

*Новосибирский технологический институт (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина, Новосибирск*

В начале двадцатого века о конвейерном производстве речи не шло, люди покупали обувь у ремесленников. Индустриальная революция поменяла привычное течение времени. Численность горожан постоянно возрастала, и каждому нужны были одежда и обувь. При всем при этом ручной труд обесценивался, а производство изделий легкой промышленности становилось технологичным. Помимо этого, в жизни рабочих появилась форменная одежда и обувь, пошитая по единому образцу. В этот период труд ремесленников не мог больше удовлетворять потребности клиентов и сошел на нет. Наступила Промышленная эра.

Как бизнес-модель, массовое производство было чрезвычайно успешным на протяжении большей части 20-го века. Компании разрабатывали новый продукт, находили лучший способ его массового производства, тем самым получая некий стандартизированный продукт по низкой цене и со стабильным потоковым качеством. Эти товары поставлялись на крупные однородные рынки, что обеспечивало компании



и ее продукту долгий жизненный цикл. Время от времени, в соответствии с концепцией «жизненного цикла товаров», появлялся новый продукт, который приходил на смену старому, окупал затраты и цикл повторялся.

В начале 90-х годов двадцатого столетия все большее распространение получает термин «кастомизация». Так в 1993 автор V. Joseph Pine II публикует книгу «Mass Customization: The New Frontier in Business Competition («Массовая настройка: новый рубеж в конкуренции в бизнесе») и ряд научных статей, в которых подробно рассказывает об историческом переходе от массового производства к массовой кастомизации – производству недорогих, высококачественных товаров и услуг, созданных по индивидуальному заказу [1].

Причина появления кастомизация в том, что на первых порах рынок был совершенно не искушен. Люди покупали то, что им предлагали. И уже позже, с появлением разнообразия товаров и, следовательно, конкуренции, покупатели стали пресыщаться и желать чего-то особенного. Так стали появляться custom-продукты, правда, в ограниченных количествах, и по значительно большей цене. Но постепенно появились технологии по удешевлению процесса кастомизации, а люди к этому времени уже привыкли, что за персонализированные покупки приходится доплачивать.

На данный момент наиболее точно определение кастомизации можно сформулировать следующим образом: это адаптация массового продукта под запросы и желания конкретного потребителя.

Многие известные бренды, выпускающие изделия легкой промышленности, принимая участие в различных фестивалях и модных показах, устраивают мастер-классы, на которых любой желающий может дополнить приобретенные вещи вышивкой или же кастомизировать их иным способом. Тут же потенциальным клиентам предлагают приобрести уже кастомизированные вещи. А некоторые бренды выпускают сразу целые коллекции таких изделий.

Так, например, компания Levi's, предлагает клиентам сделать их вещь более уникальной и персонализированной, добавив на вещи патчи, нашивки и шипы. Бренд Gucci в 2018 году запустили на официальном сайте функцию кастомизации сумок и кроссовок, которая получила название Do It Yourself («Сделай сам»). Бренд предлагал дополнить покупку крупной буквой – инициалом, выбрав вид кожи и ее цвет (рис. 1) [2].



Рисунок 1 – Кастомизированная сумка бренда Gucci и сумки Dior Book Tote and Diorcamp

Французский дом моды Dior предлагает клиентам добавить свое имя и инициалы на культовые модели сумок бренда, тем самым персонализировав их (рис. 1).

Производители обуви тоже кастомизируют свою продукцию. К примеру, крупнейшая компания по производству обуви из ЭВА Crocs открыла, так называемую виртуальную примерочную, где потребитель можете выбрать модель, цвет обуви и подобрать интересные украшения, называемые джибитсы (рис. 2) [3].



Рисунок 2 – Виртуальная примерочная на сайте компании Crocs.

Компания «Обувь России» пошла тем же путем и предлагает покупателям кастомизировать выбранные изделия. На данный момент потребителям предлагается выбрать цвет обуви и подобрать джибитсы.

Авторами статьи предлагается расширенная карта возможностей дальнейшей кастомизации изделий из ЭВА (сополимера этилена с винилацетатом) ГК «Обувь России», что поможет повысить потребительский спрос на товары данной группы (рис. 3).



Рисунок 3 – Карта возможностей кастомизации сабо

Варианты изделий с различными исполнениями кастомизации приведены на рис. 4.



Рисунок 4 – Цветовая палитра обуви ГК «Обувь России».

Кастомизация изделий в современном мире, имеет большое значение. Брендам теперь недостаточно производить стильные и удобные изделия. Клиент хочет получить историю, частью которой он сам может стать. Идеи, изложенные в данной работе, помогут потребителю почувствовать уникальность своего изделия.

#### Список использованных источников:

1. История маркетинга [электронный ресурс] – Режим доступа: [https://www.marketch.ru/history-of-marketing/the-concept-of-\\_from-mass-production-to-mass-customization/](https://www.marketch.ru/history-of-marketing/the-concept-of-_from-mass-production-to-mass-customization/)

2. GUCCI DIY [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.gucci.com/int/ru/ca/diy-c-diy>

3. [Электронный ресурс] – Режим доступа:  
<https://www.crocs.ru/service/jibbitz-fitting/>

© Лапина Т.С., Карабанов П.С., Скрипин В.О., 2020

УДК 7.05

## БЕЗОТХОДНОЕ ПРОИЗВОДСТВО ВИРТУАЛЬНОЙ ОДЕЖДЫ

Скрипкина Л.А.

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

Современный костюм – кто он и что представляет из себя в 21 веке, в веке технологий и глобализации мира? Это уже не просто вещь, лежащая на полке магазина и ждущая своего потребителя, это что – то большее и имеющее в себе инновационную и интеллектуальную единицу. Костюм, одежда, вещь – как просто звучат эти слова и сколько несут внутри себя невозможное количество нового и неопознанного. Казалось бы, простая футболка или лонгслив, что может быть нового? Не промокающие материалы, адаптация материала к погодным условия и даже виртуальная реализация продукта все это применимо к обычным вещам, к которым мы давно привыкли. Мир меняется и вещи в нем с такой же скоростью трансформируются и приобретают новое значение в этом временном пространстве. Когда говорят, что инновации уже подступают к нам, мы не замечаем, что они уже здесь, перед нами. С каждым годом создается огромное количество различных компьютерных программ, внутренняя составляющая которых переходит границы 2d-плоскости и дает возможность перенестись в виртуальное пространство не только в сфере гейм игр, но и даже в сфере промышленного производства изделий.

Как много сил и материальных затрат в том числе затрат ресурсов нашей планеты человек использует без логического подхода или из-за того, что он вынужден это делать, так как другого выбор нет для производства одежды. Чтобы реализовать и носить синие джинсы Levi Strauss требуется около 3600 литров воды [1]. А теперь умножьте эти цифры на миллион если не на миллиард единиц таких изделий и предметов по всему миру, которые возможно даже и не купят, так как производятся большое количество вещей, которые не сидят или имеют не корректные размерные признаки. Что если этого можно избежать заранее с помощью развивающихся технологий?

Возможность увидеть изделие вживую, как оно будет сидеть и выглядеть без физического образца уже реально. Программа CLO 3D позволяет визуализировать вещь в виде трехмерного объекта [2]. Это дает возможность не только создать само изделие, но и увидеть его в движении в цифровом формате. Отличия от физического и виртуального образца

минимальны, так как задаются реальные характеристики материала. Для примерки изделия создается аватар (модель) по размерным признакам, которыми обладает потребитель или индивидуальный заказчик. Таким образом можно заранее увидеть и понять на сколько актуален будет полученный силуэт и формы для заказчика (рис. 1). При необходимости дефекты моментально исправляются и повторно проводится виртуальная примерка.



Рисунок 1 – Примерка виртуального комплекта одежды на аватаре

Полученные данные позволяют диагностировать факт экономии времени, а также ресурсов как человеческих, так и природных. Реализация виртуальной примерки может позволить потребителю подходить к выбору изделий более точно и индивидуально. Несмотря на это у многих поверхностное представление о возможностях и преимуществах виртуальной примерки одежды. Тем не менее, 60-69% потребителей заинтересованы в использовании технологий виртуальной реальности при примерке и покупке одежды и обуви [3]. Развивая эту структура дальше, можно сделать вывод, что перенос физических объектов в виртуальное пространство способствует уходу от схемы «дизайн – производство – продажа», и достигнуть «дизайн – продажа – производство», тем самым позволяя не только избавиться от огромного количества выпускаемой нецелесообразной продукции, но и снизить себестоимость изделия, так как в него уже не будут включены материал и работы швейного цеха по производству макета и его доработки, в случае дефекта, в том числе и многочисленные примерки.

В сфере развивающихся технологий данная возможность виртуальной примерки является не окончательной ступенью. Так созданный образ можно примерить не только на 3d-аватаре, но и на самом заказчике, по способу наведения камеры смартфона на его тело (рис. 2). Такая функция позволяет не покупать вещь или товар в принципе, а использовать только электронный вариант [4]. Это позволяет не тратиться, не производить огромное количество вещей и так же не складировать их, реализуя безотходное производство.



Рисунок 2 – Примерка виртуальной одежды по способу наведения камеры смартфона

### **Список использованных источников:**

1. Для изготовления джинсов требуется около 800 литров воды [Электронный ресурс]: РОСБАЛТ. Новости, статьи, мнения. 2009. – Режим доступа <https://www.rosbalt.ru/style/>.

2. Напалкова А.А, Никулина Т.А. Применение технологий дополненной и виртуальной реальности для привлечения потребителей к взаимодействию с брендами / А.А. Напалкова , Т.А. Никулина // Практический маркетинг. – 2019. – № 4. – С. 3 – 13.

3. Гетманцева В.В. Структура формирования электронного образа модели при виртуальном проектировании одежды / Гетманцева В.В. // Известия высших учебных заведений. Технология легкой промышленности – 2011. – С. 67 – 70.

4. Гетманцева В.В., Андреева Е.Г. Обобщенная модель процесса параметрического проектирования одежды / Гетманцева В.В. // Сборник: Современные задачи инженерных наук сборник научных трудов Международного научно-технического симпозиума. – 2017. – С. 86 – 90.

© Скрипкина Л.А., 2020

**УДК 745**

## **СКЛАДНОЙ ВЕЕР КАК АКСЕССУАР РУССКОГО ЖЕНСКОГО КОСТЮМА С XVII ПО XXI ВЕК И ЕГО РОЛЬ В КУЛЬТУРЕ**

Соковишин А.А.

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

Складные веера в больших количествах хранятся в российских музеях, они были изучены и описаны как предметы прикладного искусства и, хотя и являются неоспоримым символом дворянского сословия, но современное общество забыло многие значения и способы применения вееров в прошлом, о чём мы намерены рассказать в своём докладе.

Для решения данной задачи были изучены каталоги выставок и коллекций музеев, в которых присутствовали веера различных эпох, книги всецело посвящённые веерам и их истории, а также культурологические издания, рассказывавшие о применении раскладного веера через переписки, стихотворения, модные журналы и прочее. Период с XVII до первой половины XVIII века оставил нам несоизмеримо меньшее количество письменных источников, нежели более поздние изучаемые мною эпохи. В связи с этим об образе мыслей этого времени мы можем лишь догадываться, прибегая к некоторым допущениям.

Первый складной веер в России упоминается в описании казны царя Михаила Фёдоровича в 1634 году как «опахало сгибное». В XVII веке

русская аристократия предпочитала использовать опахала из перьев. Складной же веер считался дорогой заморской диковинкой, показывающей достаток владельца. Так со сложённым веером в руках изображена вторая жена царя Фёдора Алексеевича – царица Марфа Матвеевна (не позднее 1682 года). Удивительно, но женщины с портретов конца XIX века будут держать в своих руках веер практически схожим образом. Роль обязательного аксессуара женского костюма веер приобрёл в начале XVIII века, в ходе реформ Петра I. Само слово «веер» было заимствовано из столь симпатичной Петру Голландии, чей костюм он считал эталонным. Через порты Архангельска и Санкт-Петербурга в Россию прибывали купцы из Ост-Индской компании, привозившие с собой веера восточные и европейские [1]. Вместе с товарами была занесена и культура обращения с ними, а именно – язык веера. Это сложный перечень действий и жестов, которые производили девушки, держа в руке веер, с целью передать сообщение или выразить своё настроение, не используя слов [2]. Само слово «флирт» происходит от английской фразы "to flirt a fan", что означает обмахиваться веером. Такой тайный язык был одним из многих орудий кокетства, составлявшего неотъемлемую часть светской игры дворянской среды галантного века [3]. Значение имела рука, в которой веер находится, положение веера в пространстве (направлен ли он на вас, прижат ли к губам), закрыт он или раскрыт (и на сколько делений) [4]. Узнав это, вам может захотеться пройтись по залам художественных галерей, чтобы расшифровать скрытые послания на женских портретах, однако Раиса Мардуховна Кирсанова в своей книге «Портрет неизвестной в синем платье» предупреждает нас о том, что портреты в себе подобной информации не несут, по той причине, что сообщение, посланное веером, имело смысл лишь будучи обращённым к конкретному человеку в определённой обстановке [5]. К 1730-м годам веер основательно вошёл в обиход, что становится необходимым предметом в составе девичьего приданного [6]. Росту популярности вееров в России несомненно способствовал тот факт, что русский престол с 1730 по 1796 год занимали женщины. В 1740 году, в год смерти императрицы Анны Иоанновны, впервые упомянут чёрный траурный веер. Императрица Елизавета Петровна была признанной модницей, выписывавшей из Франции самые дорогие веера, с золотыми оправками, усыпанными бриллиантами. При этом в 1751 году, по указу Елизаветы, в Москве была создана первая русская веерная фабрика, просуществовавшая до 1770 года. Фабрика производила веера «на французский и турецкий манер», с гравюрами, деревянные, костяные, живописные, с золотом и перламутром, но также я считаю важным заметить, что помимо повторения иностранных образцов, фабрика выпускала и веера собственной разработки под семью номерами, которые создавались дюжинами и отправлялись на торги в разные города. По сохранившимся записям на 1766 год в Россию через порты было

ввезено 570 вееров, в то время как в первом полугодии того же года на московской фабрике было произведено 732 веера, что наглядно опровергает распространённое заблуждение, что русская аристократия не носила ничего русского. Французские веера всегда пользовались наибольшей популярностью среди других иностранных, но в 1770-х наступила «мода на всё аглицкое», что привело к заметному увеличению ввоза английских вееров в Россию. В 1782 году Екатериной II был введён таможенный тариф с высокими пошлинами на предметы роскоши, что сделало дорогие заграничные веера предметом контрабанды. В 1793 году вышел запрет на ввоз товаров из Франции, что было связано с прошедшей Великой Французской революцией. И не напрасно, ведь веера во Франции данного периода выступили настоящим орудием политической агитации. На них изображались новые денежные знаки, портрет Марата и других политических деятелей. Появления с таким веером в России было достаточным для допроса полицией. Сегодня мало кто об этом знает, но художники-вееровщики всегда отражали реакцию общества на исторические события в своих творениях. Примерами могут послужить веера, посвящённые запуску первого воздушного шара в Париже в 1783 году, окончанию турецкой войны 1791 года или воцарению Павла I в 1797 году, неизменно сопровождаемые текстом с обратной стороны веерного экрана. К 1790-м годам язык веера был более неактуален и порицался в светском обществе, однако он не пропал, но видоизменился в более подходящую духу сентиментализма форму, примером чего могут служить такие жесты, как обронить веер перед кавалером, или ударить веером по руке. В 1816 году император Александр I вообще запретил ввоз любых вееров. Но уже в 1820 году император издал «Манифест о новом тарифе», напротив, поощрявший ввоз предметов роскоши. Благодаря этому в Санкт-Петербурге открылись широко известные «Магазин китайских изделий» и «Английский магазин», наладившие прямые поставки вееров из-за границы. Наибольшей популярностью в XIX веке в России пользовалась продукция знаменитых фирм «Duvelleroy» и «Alexandre», но были и не менее выдающиеся русские производители вееров в 1880-х годах: фирмы «Александр» и «Ф. Трейман», чьи объёмы производства были скромны, но качество соответствовало лучшим зарубежным образцам. Из истинно русских вееров достойны упоминания архангельские веера-фризе из моржовой кости тонкой резьбы, подавляющая часть которых шла на экспорт, и вологодские кружевные веера, которые, в свою очередь, были более интересны для русской общественности [7]. Эти веера – пример удивительного сочетания народных промыслов и «новейших мод», встречавшееся в XIX веке в России неоднократно на волне интереса к русской народной культуре. В 1870-х годах Япония открыла свои границы для иностранцев и стены комнат русского дворянства украсили большие японские веера из бумаги. XVIII век добавил к костюму невесты новый

аксессуар – свадебный веер белого цвета, который, до начала следующего столетия, незадолго до свадьбы невесте дарил жених. На таком веере могли быть изображены молодожёны, цветы, голубки или прочие аллегории любви и верности. Стоит упомянуть об особой символике цветов, изображаемых на веерах, которые несли в себе тайное послание на так называемом «языке цветов». Во второй половине XVIII века издавались особые словари цветов, позволявшие составлять и расшифровывать особые послания в букетах, вышивках, рисунках и прочем. Такое послание даме мог передать кавалер, даря, к примеру, раскладной веер с вышитыми на экране незабудками, что значит «в твоей любви я вполне уверен» [8]. Вееровщики XVIII века в целом любили дополнять свои творения различными «курьезами» (от англ. curios – любопытный), к примеру вышитыми в медальонах ребусами, выдвигающимися на пружинке бумажными фигурами, слюдяными оконцами. Лицевая пластина веера могла быть украшена несколькими крупными камнями, как драгоценными, так и полудрагоценными, из первых букв названий, которых на французском складывается имя дарителя или владелицы веера. В некоторые веера могли быть встроены монокли и лупы, на балах-маскарадах последней трети века можно было встретить девушек, скрывавших лицо за веером с прорезями для глаз [9]. Девятнадцатый век, в свою очередь, может удивить современного читателя веером-зонтиком с массивной рукоятью и подвижным сочленением на конце, позволявшим превратить веер в парасоль лёгким движением. Также малоизвестны сегодня дорожные веера, спасавшие от палящего солнца, самые редкие из которых – веера из синего стекла, практически не сохранившиеся. Не менее интересны веера-несессеры, в которых хранились необходимые в пути мелочи: иглы, напёрстки, духи, ножнички и многое другое. Из модных поездок по Европе вместо открыток привозили веера-сувениры, к примеру с изображением римского Колизея. Памятные веера дарили участникам бала-маскарада, гостям на свадьбе, родителям на рождение внука. С развитием фотографии, в 1870-х, венская фирма «Rodeck» стала на заказ гравировать на костяных веерах людей с присылаемых им фотографий, в том числе им поступали заказы и из России. Благодаря сохранившимся «поучениям юным дамам», которые издавались постоянно на протяжении всего XIX века, мы можем судить о том, что приличествовало дамам в отношении вееров в разные периоды времени. Например, в первой половине XIX века замужним дамам позволялось иметь резные веера-бризе, а девушкам – гладкие. К слову, иногда молодые девушки давали кавалерам что-нибудь записать металлическим карандашом на экране своего веера, примеры таких вееров-альбомов можно найти в Государственном Эрмитаже. К 1870-м годам стало неприлично иметь веер, не совпадающий по цвету и стилю с платьем. В 1880-х стало модно носить днём светлый веер с изображением



Авроры – аллегии утра, а вечером – тёмный веер с Морфеем. В 1890-х стали критиковать девушек, которые в людных местах закрываются за веером со своим кавалером от прочих присутствующих. Новые художественные направления XX века также находили своё отражение на экранах вееров, будь то живопись модерна или работы декадентов. С 1880-х и до последних годов существования Российской Империи из моды не выходили большие веера из перьев страуса, кончики которых иногда были ярко окрашены [10]. Удивительно, но подобные веера встречались сугубо в театре ещё в годы НЭП-а и даже в 1930-х среди жён высокопоставленных чиновников и партийцев. Эти веера были не столь необходимы в помещении театра женщинам, не облачённым в узкий корсет, сколько являлись статусным предметом, ставящим этих женщин, в некотором смысле, вровень со старой аристократией. В 1950 году был подписан договор о дружбе между Москвой и Пекином, в Россию хлынули китайские товары, среди которых были и веера. Крупные веера вешали на стену в квартире, как когда-то это делали в царской России, а небольшие веера из бумаги или шёлка стали атрибутом курортной и пляжной моды, коими остаются и до сих пор. Веер в XXI веке утратил своё звание неотъемлемого атрибута женского костюма, изредка встречаясь нам летом на тёплом юге, однако веера остались атрибутами современной высокой вечерней моды, костюма для посещения театра, балльных вечеров. Изредка синтетические веера можно встретить в виде сувенирной продукции.

На данный момент веер замещён функционально, кондиционерами как средством охлаждения организма, и в роли статусного предмета, к примеру, сотовым телефоном, также постоянно находящимся в женских руках. В связи с этим следует выделить вышеописанные сферы, в которых веер всё ещё существует. На юге России всё ещё можно найти здания и транспорт, не оборудованные кондиционером, в которых веер становится спасением. В театре же, и на балльных вечерах, веер сохраняет некий подсознательный образ роскоши, красоты былой утраченной эпохи. Подобно тому, как варвары на руинах Рима пытались воссоздать конструкцию купола, также и жительницы Российской Федерации организуют клубы реконструкторов, шьют себе платья фасона начала XIX века и берут в руку веер – неизменный символ русской дворянки.

#### **Список использованных источников:**

1. Сулина Е. Н. Повседневная жизнь русских щёголей и модниц. – М.: Мол. гвардия, 2003. – 381 с. – (Живая история: Повседневная жизнь человечества).
2. Короткова М. В. Традиции русского быта: Энциклопедия. – М.: Дрофа-Плюс, 2008. – 320 с. – (Исторический альбом).
3. Рябцев Ю. С. Путешествие в историю старой русской жизни. – М.: ООО "ТИД "Русское слово - РС", 2006. – 304 с. – (Путешествие в историю...).

4. Современная энциклопедия Аванта+. Мода и стиль/ Глав. ред. В. А. Володин. – М.: Аванта+, 2002. – 480 с.
5. Кирсанова Р. М. Портрет неизвестной в синем платье. – М.: Кучково поле, 2017. – 544 с.
6. Короткова М. В. Путешествие в историю русского быта. – М.: Русское слово, 1998. – 256 с.
7. Плотникова Ю. В. Веера в России. XVIII - начало XX века : В собрании Государственного Эрмитажа / Ю. В. Плотникова; Государственный Эрмитаж. М.: Кучково поле, 2019. – 392 с.
8. Быков А. А. Язык цветов (язык любви). – Рига: Типография И. Трескина и К. Лемана, 1903. – 32 с.
9. Monument du costume. Картины жизни конца XVIII столетия / Авт.-сост. В. М. Успенский. – М.: Арт Волхонка, 2020. – 304 с.
10. Музей костюма / Авт. - сост. Н. М. Вершинина; Государственный музей-заповедник Павловск – СПб.: Информационно-издательское агентство "ЛИК", 2014. – 160 с.

© Соковишин А.А., 2020

УДК 378.147.76

## СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИКИ ФОРМИРОВАНИЯ ГРАФИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ

Соколова Т.В., Породзинский С.В.  
*Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство), Москва*

Дизайнер работает в мире графической информации, он создает графические образы и с помощью графики передает проектные решения. Графический язык становится профессиональным языком дизайнера уже на первых этапах его становления. Вся современная система подготовки дизайнера направлена на формирование совершенно нового типа профессионала, владеющего всеми доступными графическими средствами и обладающего достаточным уровнем графической культуры. В связи с этим актуальной задачей в системе подготовки бакалавров направления «Дизайн» является повышение качества подготовки будущих дизайнеров, призванных обладать комплексом качеств, обеспечивающих готовность к творческой деятельности на основе формирования проектного мышления в процессе обучения графических дисциплин [1].

Технический рисунок, в узком понимании, есть не что иное, как изучение теории построения плоских моделей пространств и теории и практики решения пространственных задач на таких плоских моделях.

Значение технического рисунка в системе подготовки дизайнера и его дальнейшей профессиональной деятельности трудно переоценить.

Рождающиеся в сознании дизайнера идеи, неожиданно возникающие новые образы объекта требуют немедленного закрепления. Именно технический рисунок приходит на помощь творцу для представления его проектных замыслов. Технический рисунок сразу позволяет увидеть преимущество новых проектных усовершенствований. Технический рисунок позволяет дизайнеру пользоваться доступным инструментарием, создавать как плоскостные, так и трехмерные образы до тех пор, пока маэстро не приблизится к идеалу.

Говоря о важности Технического рисунка для студентов, достаточно упомянуть только о том, как часто в начале в самом учебном процессе, а затем в профессиональной деятельности им будут необходимы знания и навыки, полученные в результате изучения данной дисциплины. На протяжении всей образовательной траектории при изучении абсолютно различных дисциплин студентам в той или иной степени придется столкнуться с проблемой формирования 3D образов с использованием различного инструментария, как ручным, так и компьютерным способом. Перечень этих дисциплин довольно большой: «Макетирование», «Конструирование объектов среды», «Проектная графика», «Основы эргономики в дизайне среды», «Проектирование объектов среды» и многие другие. Сам принцип изучения этих дисциплин основан на приобретенных навыках и умениях чтения и разработки различных чертежей, в том числе и комплексных многофункциональных объектов сложной конфигурации.

Современные методические комплексы в инновационных инженерных школах направлены на формирование графической грамотности будущих бакалавров техники и технологии опираясь на построение элементов деталей машиностроения, для более комплексного понимания сути предмета. Дизайнеры же в свою очередь нуждаются в совершенно иных методах, более приближенных к его профессиональному поприщу. Студентам мало знать теоретические законы построения различных перспектив, им необходимо научиться практически применять полученные знания при реализации поставленных задач.

Анализ учебного процесса и существующего методического комплекса показал необходимость совершенствования методики преподавания основополагающих дисциплин инженерно-графического профиля. Совершенствование методики должно быть направлено на формирование профессиональных компетенций с использованием инновационных методов проектного мышления.

Удовлетворенность полученными знаниями при изучении графических дисциплин на этапе формирования данного исследования составил 33%, а востребованность полученных графических навыков показала на низкий уровень подготовки для дальнейшего изучения профессиональных дисциплин достигла минимальных границ – 21%. Образовательный процесс достиг пика несогласованности действий и

настала пора применять совершенно новый подход к формированию профессиональных компетенций [2].

Стремясь к инновациям, нельзя забывать о традиционных методах формирования графической грамотности, лежащими в плоскости школьной геометрии. Используя накопленный опыт, студент должен выполнять поставленные задачи используя все способы создания графической информации. Построение выполняется как с использованием чертежных инструментов, с применением компьютерных технологий и отрисовки заданных форм от руки, это позволит провести сравнительный анализ полученных результатов и подготовит обучающегося к выполнению более сложных задач.

В процессе освоения дисциплин студенту необходимо применять все способы формирования графической информации: вербальный, графический, объемный и плоскостной. Навыки и умение переводить полученную информацию с одного способа на другой является катализатором развития объемно-пространственного мышления, что позволяет переводить вербальную информацию в изображение плоскостное и объемно-пространственное и наоборот.

Но при формировании новой методики необходимо четкое понимание того, что теоретические знания, полученные из учебников или от преподавателя это только, верхушка айсберга. Закрепление полученной теории возможно только в процессе осуществления длительной самостоятельной практической деятельности. Опыт, приобретенный в результате самостоятельной работы, является универсальным и применимым не только в поле изучения профессиональных дисциплин, данный предмет так же является междисциплинарным и стимулирует возникновение связей между блоком профессиональных, общехудожественных и смежных дисциплин.

По мере развития пространственного мышления при наличии развитого воображения объекты в пространстве и само пространство могут приобретать черты и качества, с которым обучающийся не сталкивался в процессе чувственного опыта. Иллюзия объема на плоскости, создаваемая с помощью перспективы с древних времен, была одним из основных способов передачи объема на плоскости.

Построение перспектив пространства и объектов в пространстве позволяют расширить границы пространственного мышления и вывести проектные навыки на более высокий уровень. Все дисциплины образовательного процесса направлены на формирование у обучающихся профессиональных знаний и навыков, в современном образовательном языке – профессиональных компетенций.

Для дизайнера так же характерно понимание пространства, как пустоты, незаполненного места. Для дизайнера пустота, в первую очередь, это характеристика пространства листа, а пространство – это не то, что

осталось на листе после расположения всех предметов. Пустота может помочь восприятию или обработке визуальной информации [3]. Таким образом формируется пространственное мышление, которое позволяет дизайнеру среды свободно ориентироваться в объективном трехмерном пространстве, представлять его мысленно, вращать, переставлять в нем объекты.

Навыки мыслить в рамках границ листа и понимание пространства листа необходимо развивать именно на первых этапах формирования графической грамотности, что в дальнейшем позволит дизайнеру избежать в практике ситуаций, когда изображение не вписывается в формат листа, как бы «вылезая» за его пределы.

Видение предмета с разных ракурсов и способы изображения этого предмета с разных точек обзора и есть еще один принцип модернизации и совершенствования методики формирования графического мышления на начальном этапе обучения (рис. 1).

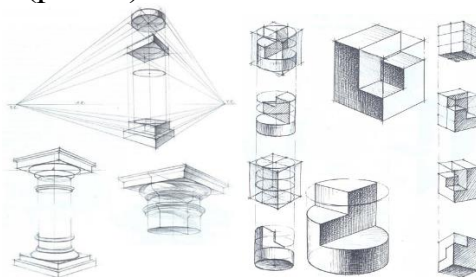


Рисунок 1 – Основы изучения перспективы на начальном этапе усовершенствованной методики дисциплины Технический рисунок.

Понимание и умение строить перспективы пространственных образов и объектов так же лежит в основе совершенствования методики преподавания технического рисунка.

Перспектива, как наиболее наглядный способ представления идеи, нужна для создания объема, реалистичности образа. Перспектива – это лишь зрительная оптическая иллюзия и дизайнер должен создать эту иллюзию, намеренно разрушая плоскость листа.

Чертежные инженерные навыки позволят обучающимся усвоить теорию построения перспектив и подготовить к более сложному графическому исполнению трехмерных образов. Заключительным и закрепительным моментом методики преподавания должны стать чертежи, выполненные без применения инженерных приспособлений, то есть «от руки» (рис 2, 3). Твердость и живость линии позволит сделать графические трехмерные образы более «живыми» и наглядными для сторонних наблюдателей.



Рисунок 2 – Пример итоговой работы по дисциплине «Технический рисунок» для профиля «Графический дизайн»

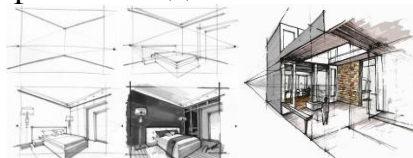


Рисунок 3 – Пример итоговой работы по дисциплине «Технический рисунок» для профиля «Дизайн среды»

Анализ проведенной модернизации образовательного процесса показал увеличение заинтересованности в получении специализированных графических навыков при изучении дисциплины Технический рисунок среди студентов возрос до 85%. Удовлетворенность приобретенными навыками при дальнейшем изучении профессиональных дисциплин достигла 78% [2].

Проведенные исследования показали, что дисциплина «Технический рисунок» должна иметь практический характер. Как уже говорилось выше, первая часть должна быть построена на изучении построения проекций начиная с простых объемных форм и заканчивая построением планов и разверток исходя из заданных параметров объекта.

Именно на этапе формирования творческой личности будущего дизайнера с первого курса необходимо дать знания и прикрепить навыки, которые позволят ему «раскрыться», дать ему основополагающие основы графической культуры, позволяя ему овладеть не только конкретным чувственным восприятием, но и пространственным языком.

#### **Список использованных источников.**

1. Писканова Е.А., Петрова В.В. Совершенствование геометрико-графической подготовки как основа формирования проектного мышления студентов – дизайнеров. // Международный научно-исследовательский журнал, 2014, № 11-4(30), стр. 37-38

2. Породзинский С.В., Арутюнян Г.М., Соколова Т.В., Белгородский В.С. Особенности формирования графической культуры на этапе профессиональной подготовки дизайнеров// Сборник стендовых докладов Международного Косыгинского форума «Современные задачи инженерных наук», 2019, стр. 173-176

3. Лугина Я. А., Кошелева О. М. Развитие пространственного мышления у студентов-дизайнеров // Омский научный вестник, 2012, № 2(106), стр. 236-239

© Соколова Т.В., Породзинский С.В., 2020

## УДК 74.01.09

### ВОЗМОЖНОСТИ ИНДИВИДУАЛИЗАЦИИ В ДИЗАЙНЕ КОСТЮМА

Соколова А.А., Курилина Н.С.

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

На современном этапе производители одежды заметили, что у покупателей появился интерес к индивидуализации костюма, к его самостоятельному преобразованию. Высокая стоимость и ограниченный тираж – еще не гарантия эксклюзивности и защиты от подделок. И многие бренды стали предлагать услуги по индивидуализации одежды: персонализацию, кастомизацию, партисипацию.

Этот процесс возвращает нас к традиции создания национального костюма, уникальность которого определялась декорированием, с большим количеством ручной работы [1, с. 12].

Цель данной статьи рассмотреть способы индивидуализации дизайна в костюме, такие как партисипаторный (включенный) дизайн одежды, интерактивное проектирование дизайнерских вещей, модульные трансформации.

Партисипаторный подход в дизайне возник в 1970-е гг. и предполагал, что при создании костюма покупатель может участвовать в процессе проектирования. Один из вариантов применения – кастомизация, когда покупатель сам или при помощи дизайнера придает вещи уникальные свойства для авторского преобразования готового изделия, используя богатый ассортимент доступных декоративных элементов и материалов. Вспомним потертые до дыр джинсы с большим количеством фактур и украшений. Чтобы придать брюкам индивидуальность, модники расшивали их контрастными лоскутами ткани в технике пэчворк [2].

Персональная вышивка на костюме и аксессуарах стала идеей для создания необычного подарка. Например, компания Burberry предлагает такую услугу, как украшение монограммой фирменного шарфа [3]. Louis Vuitton «горячим тиснением» наносит инициалы на кожаные изделия [4]. Клиенты Ralph Lauren привлекаются к проектированию одежды, текстиля для дома, вещей для домашних питомцев. Они могут выбрать цвет ниток, изображение для вышивки и другие декоративные элементы. Проекты по персонализации предлагаются на официальном сайте компании [5].

Процесс интерактивного проектирования позволяет создавать вещи под конкретного человека, избегая перепроизводства и позволяя покупателям проявить свою личность в костюме. Так, Adidas смело противопоставляет индивидуальность обезличенности и дает возможность каждому почувствовать себя частью любимой футбольной команды и изготовить футболку с клубной символикой, разместив на ней свое имя, а

также путем термопечати нанести символы на поверхность кроссовок [6]. Nike предлагает клиенту разработать дизайн эксклюзивных кроссовок на основе фирменных моделей, выбрав цветовую гамму и рисунок, декор. На сайте компании для автора-дизайнера определены 3 шага: получи чистый холст и инструменты, создай уникальный дизайн в своем стиле, получи личную модель через 3-5 недель [7].

Интернет-магазин FAB LAB предлагает услугу печати на кедах с собственным принтом. Всё что нужно, это выбрать высокие или низкие текстильные Converse, предоставить изображение в хорошем разрешении и подробно описать идею. Изображение наносится в технике прямой печати на японском оборудовании – принтер Brother, что позволяет сохранить максимальную детализацию и высокую чёткость. Также можно добавить небольшую тайну и напечатать с внутренней стороны язычка у высоких кед небольшую надпись. Знать о ней будет только владелец. Обязательно клиенту присылается разметка макета – размещение изображения на кедах, чтобы визуализировать результат и согласовать его. Главное, что размер и сложность принта не влияют на стоимость заказа [8].

Основатель обувной компании AFOUR ещё в 2008 г. обозначил проблему, что многим клиентам нравится обувь, но она может не подходить по размеру, цвету или фасону. Сейчас ателье воплощает идеи заказчиков, используя базовые модели, или создаёт индивидуальный дизайн обуви с правильной посадкой и верно подобранным размером. Клиент всегда может заказать свое цветовое сочетание и современные материалы. Также компания прибегает к самым неординарным решениям в создании креативной пары обуви. В рамках своей лаборатории AFOUR специально для спортивной организации Ballaholix, которая занимается развитием культуры баскетбола и хип-хопа, выпустили кроссовки sabotage с деталями, выполненными из их старых баскетбольных мячей. Они использовали мячи, с которыми команда ранее выступала [9].

В 2009 г. компания Shoes of Prey из Австралии создавала обувь ручной работы по индивидуальному заказу и доставляла в любую точку мира. Бренд пытался взломать рынок массового потребления, но в 2017 г. он потерпел банкротство. Бизнес Shoes of Prey был ориентирован на индивидуальность покупателей и работал вместе с клиентом над созданием нового дизайна обуви. Но идея компании – «покупатель и есть создатель» – не смогла конкурировать с крупными ведущими брендами. Время создания одной пары обуви для клиента слишком энергозатратно и не выгодно. Большинство потребителей просто не хотели брать на себя расходы, неопределенность и трудоемкий процесс разработки и внедрения собственной обуви на рынок, который насыщен доступными по цене уже разработанными моделями обуви [10].

Фирма Rubashka-na-zakaz, занимающаяся производством мужских рубашек ручной работы, предлагает клиентам выбрать цвет и рисунок



ткани, пуговицы и вышивку инициалов, а также другие конструктивные и декоративные детали. Кроме того, они изготавливают рубашки по индивидуальным меркам заказчика, используя программу «Умная мерка». Для создания индивидуального дизайна, фирма предоставляет услуги стилиста, налажена система скидок и акций, бесплатная доставка и гарантия [11].

На наш взгляд, подобные проекты мало перспективны, потому что без профессионального снятия мерок одежду сложно подогнать по фигуре. Но покупатель может предлагать следующее: количество пуговиц в ряду, удобное для него расположение карманов, другие конструктивные и декоративные детали, не влияющие на конструкцию и посадку. Этот выбор показан на рисунке (рис. 1).

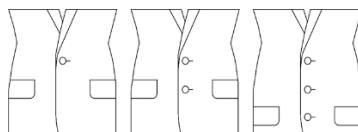


Рисунок 1 – Выбор клиентом конструктивных деталей одежды

Самый простой вариант интерактивного проектирования – это принт, печать логотипов, надписей, различных изображений на ткани. Такие фирмы как PRINT BAR, Спорт Принт М, Проект 111 и др. – предлагают клиентам нанести задуманный проект различными способами – флексом, шелкографией, сублимацией или текстильным принтером [12-15]. Эта продукция особенно востребована спортивными клубами России, крупные компании заказывают нанесение логотипа на одежду корпоративного внутреннего использования, частные лица стремятся с помощью рисунков сделать вещь более выразительной, подчеркивают индивидуальный стиль, готовят приятные подарки друзьям и родственникам.

Производителю желательно помочь клиенту в технических вопросах, таких как размер, разрешение и расположение рисунка, а также предложить интересные готовые изображения. Достаточно часто фирмы, предлагающие печать, заказывают у дизайнеров необычные авторские изображения (рис. 2).

Принт на одежде – перспективная тенденция, а возможности нанесения рисунков на футболки, толстовки, майки и шорты практически безграничны. Заказчики могут экспериментировать, передавая свое душевное состояние. Но рациональный подход нашего времени ведет к тому, что мало кто хочет переплачивать за персонализацию от брендов. Поэтому порой выбираются самые дешевые варианты интерактивного проектирования, когда на одежду выводится уже созданные дизайнерами принты, которые, к тому же часто используются, без учета авторских прав. И онлайн печать, к сожалению, порой попадает на одежду плохого качества, сшитую из дешёвого материала и не подходящую фигуре.



Рисунок 2 – Принт с изображением петуха. Автор А. Соколова

Возможность смены дизайна предоставляет также направление – модульная трансформация. Создание одежды с возможностью трансформации – перспективно, к тому же оно имеет богатую историю. Наиболее распространена трансформация, заложенная в особенности кроя. В этом случае трансформируемый объект – это модуль, который можно носить в разных вариантах.

Британский бренд Marks & Spencer предлагает дополнить свой гардероб изделием оригинальной технологии пошива – Reversible. Это реверсивные, двусторонние изделия – вещи-перевертыши [16]. Носить их можно лицевой стороной и изнаночной. Вещи, с пометкой Reversible, как будто объединяют в себе два костюма. Оба имеют одинаковый покрой, но различаются по цвету, материалу, принту, декору или др. Одежда смотрится настолько органично, что незнающий человек никогда не догадается, что это одна и та же вещь, а покупатель получает возможность сэкономить на гардеробе и разнообразить свой стиль. Причем все модели-перевертыши не теряют таких важных характеристик, как комфорт и удобство при повседневном использовании. Данная технология пошива применяется в изготовлении верхней одежды, жилетов, юбок, детских комбинезонов и аксессуаров (ремней, шарфов, шапок).

Примером модульной трансформации является факт добавления, замещения или удаления определенных элементов на объекте. Потребитель, приобретая одно изделие, способное к трансформации, практически приобретает несколько одинаковых по цветовому и стилевому решению, материалу, но различных по функциональному, эксплуатационному назначению изделий. Такие модули зарекомендовали себя в одежде для школьников, беременных женщин, туристов [17].

Важно отметить, что в наши нелегкие времена защиты от вируса потребители обратили внимание и на дизайн масок. На Всероссийском конкурсе молодых дизайнеров «МаскаART» в июле 2020 г., участники персонализировали лицевые маски в соответствии с авторским дизайном [18]. Конкурсанты, предлагая различные варианты и размеры средства защиты, реализовали двойственный подход к внешнему виду маски: реалистический вид – простота как отсутствие ненужных элементов и акцент на сохранении душевного и физического здоровья; романтический вид – сложность как наличие множества объектов, декорирование и смысловая избыточность.

Дизайнеры-романтики, увлеченные внешним видом маски, считают, что она, закрывая половину лица человека, должна выражать его самобытность, статус, жизненную позицию. Так, А. Соколова предложила маску, под названием «Небесная корова», которая олицетворяет древнюю космическую силу, сотворившую и защитившую мир. В Египте этот символ связан с коровой – богиней неба, в Индии корова символизирует благополучие и покой, у славян она небеса, ее молоко поит поля и луга (рис. 3).



Рисунок 3 – Маска «Небесная корова» дизайнера А. Соколовой

Основные направления индивидуализации и персонализации ярко демонстрируют интерес к авторскому дизайну. Но многие фирмы стали сдерживать полет фантазии своих клиентов в целях экономии, они часто запускают блоки, где предлагают самый бюджетный вариант персонализации – на классические модели вывести принт или вышивку. Конечно, чем больше видоизменяется модель, тем она становится дороже. Но всегда будут покупатели, которые согласятся платить даже за намек на индивидуальность. Таким образом, сейчас производители ищут баланс между персонализацией, востребованной покупателем и экономической выгодой, необходимой для функционирования бизнеса.

#### **Список использованных источников:**

1. Курилина Н.С. Разработка системной модели экологического дизайна в модной индустрии/ Н.С. Курилина, Г.И. Петушкова // Дизайн и технологии. – № 62 (104). – М.: РГУ им. А. Н. Косыгина, 2017. – с. 6-16
2. Эффекты на джинсах [Электронный ресурс]: BEAUTY.UA. - Режим доступа: <https://beauty.ua/fashion/how-to-wear>
3. Burberry [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://ru.burberry.com/women/>
4. Louis Vuitton [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ru.louisvuitton.com/rus-ru/women/handbags>
5. Ralph Lauren [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.ralphlauren.com/custom>
6. ADIDAS [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.adidas.ru/personalization.html>
7. NIKE [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://www.nike.com/ru/ru\\_ru/c/nikeid](https://www.nike.com/ru/ru_ru/c/nikeid)
8. FAB LAB [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://fabstore.ru/fab-lab/>
9. AFOUR [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://afourcustom.ru/>

10. Shoes of Prey [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.thefashionlaw.com/how-custom-footwear-co-shoes-of-prey-went-from-retail-success-story-to-bankruptcy/>
11. Rubashka-na-zakaz.ru [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://rubashka-na-zakaz.ru/>
12. Технология цветной печати на ткани [Электронный ресурс]: Спорт-Принт-М. – Режим доступа: <https://sportprintm.ru/>
13. PRINT BAR [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://printbar.ru/>
14. Проект 111 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gifts.ru>
15. Натали [Электронный ресурс]: Натали 37 – Российское швейное производство. – Режим доступа: <https://natali37.ru/blog/stati/print-na-odezhde-populyarnaya-i-vostrebovannaya-tendentsiya>
16. Marks & Spencer [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://marksandspencer.ru/about/technology>
17. Сильчева Л.В. Современные подходы к проектированию трансформируемой одежды [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n>
18. Всероссийский конкурс МаскаART [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://kosygin-rgu.ru/podrobnее.aspx?p1=2422>

© Соколова А.А., Курилина Н.С., 2020

## УДК 7.05

### СКЕВОМОРФИЗМ В ПРОМЫШЛЕННОМ ДИЗАЙНЕ

Соколова А.В., Куртова К.Г.

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

Скевоморфизм – это элемент дизайна, в основе которого лежит форма другого объекта. В век развития технологий задачей производителя является быстрое внедрение объекта в широкое пользование. Актуальность исследования заключается в том, что использование скевоморфизма в дизайне технически сложных устройств позволяет в кратчайшие сроки наладить контакт с пользователем, так как упрощает использование гаджета, делает его понятней массовому потребителю.

Цель данного исследования – доказать практическую значимость скевоморфизма при знакомстве пользователя с новым предметом. Для реализации этой цели были поставлены следующие задачи: рассмотреть не менее трех предметов, имеющих в основе своего внешнего вида скевоморфизм и показать эффективность данного явления при введении новых технологий.

Человек охотно идет на контакт с тем, что ему уже знакомо, и с опаской контактирует с незнакомым объектом. Технический прогресс никогда бы не наступил, если бы не использование скевоморфизма в проектировании визуальных качеств изобретений. Люди старались бы обходить стороной непонятные предметы и никогда не начали бы ими пользоваться. Однако Томас Эдисон в стремлении внедрить электрическое освещение в массовое пользование, намеренно делал лампочки накаливания более тусклыми, такое свечение максимально напоминало газовую лампу. Даже провода для лампочек прокладывали по трубам, где раньше шел газ в лампы. Таким образом, создавался знакомый образ, и люди охотней покупали новый товар. Во времена первых автомобилей новые средства передвижения практически ничем не отличались от повозок, за исключением отсутствия лошади, которая приводила в движение транспорт. Лошадь заменил мотор, но остался на прежнем месте – в передней части. Это создавало иллюзию привычного порядка вещей – что-то спереди должно тянуть вас вперед, а не толкать сзади, хотя практической пользы в этом нет никакой.

По сей день скевоморфизм проникает в облик вещей. Изначально раскладка «QWERTY» (первые шесть букв клавиатуры, которым соответствуют русские «ЙЦУКЕН») использовалась на печатных машинках. В такой раскладке буквы, часто пишущиеся в словах друг за другом располагались подальше, так как при нажатии двух соседних клавиш, их рычаги сцеплялись, и машинка переставала работать [1]. Сейчас в компьютерных клавиатурах таких проблем нет, а тем более на клавиатурах смартфонов, но расположение букв осталось.

Электрогитара появилась в 1930 году благодаря Джорджу Бишампу и сразу приобрела привычный всем внешний вид [2]. Форма электрогитары повторяет форму акустической гитары. Дизайн акустической гитары имеет практическое назначение (она полая внутри, а изгибы формы позволяют звуку определенным образом гулять внутри пустого пространства и выходить через резонаторное отверстие), а дизайн электрогитары – это скевоморфизм. Основная ее часть монолитна, ведь звуку не нужно гулять в полости, а форма остается все равно прежней, потому что человеку привычнее видеть гитару именно в таком виде. То есть, фактически облик электрогитары – это рудимент, доставшийся от предшествующей ей акустической, которая использовалась человечеством на протяжении нескольких веков.

Скевоморфизм встречается не только в дизайне предметов, его можно увидеть и в архитектуре. Так, Харбор-бридж в Австралии на первый взгляд держится на двух 90-тонных столбах, но это не так. Весь мост держится на стальных каркасах в виде дуг. Такой внешний вид кажется ненадежным, ведь мост должны держать крепкие опоры внизу, а не вверху. Чтобы мост Харбор казался более крепким, архитекторы

поставили по два столба с каждой стороны, но на самом деле они даже не прикреплены к нему [3]. Тот же принцип, создающий иллюзию физического и наиболее привычного воздействия на предмет, применялся и в первых автомобилях, о которых говорилось выше (мотор, приравнивающийся к лошади, располагается спереди и как бы тянет за собой транспорт). Фальшивые опоры моста располагаются именно внизу, потому что в сознании человека что-то снизу должно поддерживать мост от падения и якобы толкать вверх.

В графическом дизайне противоположностью скевоморфизма является минималистичный «плоский» дизайн, который повсеместно используется последние несколько лет, хотя точнее было бы считать его упрощением данного стиля, нежели антагонизмом. Однако, человеческая природа такова, что мы быстро устаем от чего-то одного, тренды периодически сменяют друг друга, поэтому сегодня людям опять начинает нравиться скевоморфизм, и можно говорить о его возвращении в разные сферы дизайна.

Массовое использование ламп накаливания, автомобилей и т.д. говорит об эффективности метода скевоморфизма. Привычный облик непривычных вещей позволяет ускорить внедрение технологии и наладить коммуникацию с пользователем.

Таким образом, можно сделать вывод, что скевоморфизм в дизайне позволяет наиболее безболезненным образом познакомить потребителя с инновациями. На основании вышесказанного становится ясно, что среди дизайнеров популярен такой прием в проектировании. Его часто можно встретить в предметах повседневного использования.

Одной из главных задач дизайнера является создание наиболее комфортного образа предмета. Секретом успешного введения новых технологий в жизни людей является незаметность. Кардинальные перемены отталкивают человека, поэтому всему новому придается вид чего-то уже знакомого.

#### **Список использованных источников:**

1. Андерсон Х. Почему именно qwerty? // BBC.com. <https://www.bbc.com>
2. История электрогитары. // GuitarOn. <http://guitaron.ru>
3. Низовский А. Сто великих чудес инженерной мысли. // ЛитМир. <https://www.litmir.me>

© Соколова А.В., Куртова К.Г., 2020

УДК 677.004.519

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ САД И ЗД-ТЕХНОЛОГИЙ В ПРОЕКТИРОВАНИИ ОДЕЖДЫ

Солодова И.А., Кузьмин А.Г., Тюрин И.Н.  
*Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство), Москва*

Системы САД/САМ играют важную роль в проектировании одежды. Эта система стала возможной благодаря 3Д-сканированию. Основная цель САПР (системы автоматизированного проектирования) – улучшить качество проектирования и увеличить продуктивность конструктора [1]. Программы для трехмерного конструирования моделей одежды позволяют получить 3Д-визуализацию результата с реалистичным отображением формы изделия, складок и фактуры ткани. Проектирование – это первый и самый важный шаг в создании одежды. Раньше проектирование выполнялось по эскизам или лекалам, но теперь в современных технологиях для проектирования используется САПР. Программы САД (computer-aided design/drafting) для одежды обычно включают один или несколько из пяти основных процессов [2]. К ним относятся: создание 2Д-лекала, предварительное позиционирование рисунка, процесс виртуального шитья (также называемый виртуальной примеркой), имитация драпировки и модификация проектирования в 2Д или 3Д. С развитием технологий 3Д-сканирования индивидуализированное человеческое тело можно легко запечатлеть и смоделировать с помощью рабочей модели. Многие производители выкройки используют трехмерное моделирование одежды для оценки своих лекал и основных фигур при проектировании лекал, чтобы обеспечить правильный баланс и наклон одежды [3].

Данные могут быть получены с помощью системы трехмерного лазерного сканирования Konica Minolta VIVID 910 (рис. 1). Конечная 3Д-модель человеческого тела будет представлена в виде «облака точек», формата OBJ либо STL.

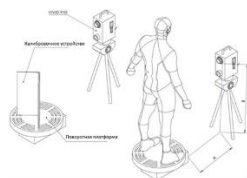


Рисунок 1 – Схематический вид Konica Minolta VIVID 910

Для устранения каких-либо неудобств или ошибок, оставшихся после сканирования, была проведена проверка 3Д-сканирования данных в другой программе [4]. Программа, используемая для проверки и обработки данных, называется Studio Geomagic (рис. 2).

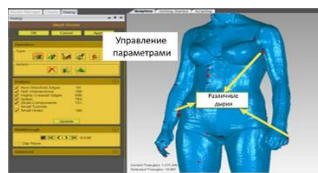


Рисунок 2 – Обработка данных в программе Geomagic Studio

Пользователь имеет возможность импортировать информацию в программное обеспечение после разработки твердотельной 3D-модели тела. Мы использовали Marvelous Designer 3 и CLO 3D для создания 3D-моделей одежды. Это программное обеспечение используется в индустрии моды для создания одежды длительное время, то есть по шаблону проектирования в 3D-аватаре для визуализации и моделирования одежды [5].

В индустрии моды процесс создания одежды зависит от знаний и опыта конструктора. Его нужно строить после завершения проектирования одежды. Как правило, с использованием инструментов САПР этот процесс выполняется в 2D. После этого есть некоторые проблемы, с которыми сталкивается конструктор одежды при изучении и понимании проектирования лекал [6]. Но в настоящее время использование 3D-технологий решило эту проблему недопонимания между конструктором и дизайнером на этапе производства. Мы импортировали 3D-модель, полученную при 3D-сканировании тела, в программу Marvelous Designer, чтобы измерить размер ткани на отсканированном теле [7]. Обычно лекала готовят на окне раскладки лекал в 2D-форме. При активации команды синхронизации лекало накладывается на 3D-сканированную модель аватара [8]. Лекала размещаются вокруг аватара. После этого определяем линии сшивания на границах выкройки. Затем аватар просматривался в разных положениях и вращался на 360 градусов. На этом этапе мы можем изменить цвет и рисунок ткани, чтобы определить, какой цвет больше подходит [9].

Современные программные средства САПР позволяют существенно снизить время на разработку коллекции одежды. Презентация новых изделий может иметь вид трехмерного фотореалистичного рендеринга, в том числе видеоряда проходки виртуальных манекенов.

#### **Список использованных источников:**

1. R. B. Speaker Jr, G. Levitt, and S. Grubaugh, “Professional Development in a Virtual World,” *Adult Contin. Educ. Concepts, Methodol. Tools, Appl. Concepts, Methodol. Tools, Appl.*, p. 419, 2014.

2. V. A. Nemtinov, A. A. Gorelov, Y. V. Nemtinova, and B. A.B., “Visualization of a virtual space and time model of an urban development territory,” *Sci. Vis.*, no. 1, pp. 120–132, 2016.

3. Кузьмин А.Г., Фирсов А.В. Методика цифрового проектирования аксессуаров с применением послойной 3D-печати // В сборнике: Дизайн и



искусство - стратегия проектной культуры XXI века. Москва, 2019. С. 159-161.

4. Tyurin I.N., Getmantseva V.V., Andreeva E.G. Analysis of innovative technologies of thermoregulating textile materials. // *Fibre Chemistry*. -2018, Vol.50, No.1. -P.1-9.

5. Кузьмин А.Г., Фирсов А.В. Методика проектирования аксессуаров с использованием аддитивных технологий // В сборнике: *Инновационное развитие техники и технологий в промышленности (ИНТЕКС-2020)*. Москва 2020. С. 115-118.

6. Tyurin I.N., Getmantseva V.V., Andreeva E.G. The finite element modelling of compression sportwear // В сборнике: *AUTEX 2019. Proceedings of the 19th World Textile Conference*. 2019. С. 0366.

7. Tyurin I., Getmantseva V., Andreeva E., Belgorodsky V. The technology of shape memory as a way of clothing fit improvement // В сборнике: *AUTEX 2019. Proceedings of the 19th World Textile Conference*. 2019. С. 0369.

8. Tyurin I.N., Getmantseva V.V., Andreeva E.G. Van der Pauw method for measuring the electrical conductivity of smart textiles // *Fibre Chemistry*. 2019. Т. 51. № 2. С.139-146.

9. Тюрин И.Н. Проектирование высокофункциональной одежды // В сборнике: *Всероссийская научно-практическая конференция "ДИСК-2018"*. Сборник материалов. 2018. С. 85-87.

© Солодова И.А., Кузьмин А.Г., Тюрин И.Н., 2020

**УДК 677.024.52**

### **УЗОР «ЛЯГУШКА» В БРАННОМ ТКАЧЕСТВЕ: ПРОБЛЕМЫ ТРАКТОВКИ И СЕМАНТИКИ**

Соломатова В.Ю., Морозова Е.В.

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

Узоры, используемые в ручном ткачестве при изготовлении костюмов, домашнего и свадебного текстиля, имеют глубокие корни. Истоки узоров XVIII-XIX веков встречаются в славянских орнаментах, и чаще всего имеют религиозную и обережную функцию. Внешне узоры больше походят на сплетение геометрических фигур. Порой в таких орнаментах можно распознать женскую фигуру, птиц, лошадей, но чаще всего мотивы не понятны для современного человека. Однако в своей основе они несут глубокий сакральный смысл, и нашли место в ткачестве не случайно. «Существует ряд орнаментальных символов, возраст которых составляет тысячи лет – это ромб, квадрат, крест, свастика и меандр. Есть различные формы толкования значений древнейших орнаментальных

мотивов, однако исследователи сходятся во мнении, что они представляют собой некий текст, несущий определенную информацию» [3, с. 29]. Имеется проблема распознавания и прочтения смысловой нагрузки, которую вкладывали в тканые узоры, тем более по прошествии времен. И существует ряд различных вариаций толкования. Некоторые из которых, будут освещены в данной статье на конкретном примере.

Почему именно акцент сделан на тканых узорах (узорах, которые изготавливались с помощью ручного ткачества)? К XIX веку, когда стало наиболее широко использоваться такой вид рукоделия, как вышивка, мотивы стали более разнообразными. Их арсенал пополнился. Вышивка позволила создавать округлые формы, что невозможно, например, в бранном ткачестве. Также вышивка позволяет больше фантазировать, т.к. можно использовать различные формы и цвета. Браное ткачество имеет свои правила, оно линейно и геометрично, в нем не всегда возможно использование большого количества цветов.

Вышитые узоры XIX века отдаленно напоминают орнаменты XVII-XVIII вв., изображения изменялись, подстраивались под современные представления и понятия. Стали распространенными растительные, зооморфные или антропоморфные мотивы. Цветы роз, лоза винограда, колосья ржи, надписи, бытовые сцены – стали все чаще встречаться в узорах XIX века в вышивке.

Вернемся к геометрическому орнаменту, как основополагающему орнаменту в ручном ткачестве. Рассмотрим один из них. Например, узор «лягушка» (рис. 1), который представляет собой ромб с исходящими из него по краям в разные стороны отростками. В разных губерниях в XIX веке его называли по-разному: «лягушка», «лягушечка», «решетка». Чаще всего узор «лягушка» трактовали, как женский водный символ, связывая его с «Владычицей вод» или «купальным узором» в Белоруссии. Также этот узор связывали с «женским образом месяца» [Ошибка! Источник ссылки не найден., с. 88].



Рисунок 1 – Узор «лягушка»

При этом не всегда узор «лягушка» выглядел одинаково. По прошествии многих столетий, он видоизменялся и модифицировался (рис. 2).

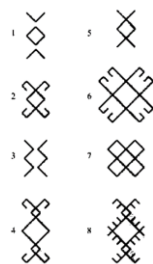


Рисунок 2 – Эволюция узора «лягушка» (или «решетка») [1, с. 25]

Порой узор видоизменялся существенно, хотя ромбический центр этого узора практически всегда оставался. В вариациях, где отростки имеют более витиеватые формы, «лягушка» наделяется еще и любовным смыслом, девы с «огненной яростью», носительницы жизни и смерти, громовницы. Связь с огнем, светом может быть связана с самим центральным элементом узора, а именно ромбом. «Распространенным является мнение, что орнаменты в виде ромбов и квадратов могли быть стилизованными изображениями небесных светил, в первую очередь солнца. Первоначально такие орнаменты были круглыми, но, перейдя в ткачество, вследствие особенностей техники получили геометрическую стилизацию, но в сознании крестьянина продолжали ассоциироваться с кругом» [3, с. 30].

Если узор располагался внутри других узоров, то «лягушка» трактовалась, как символ зачатия и любви. Поэтому этот узор использовался и в свадебном текстиле, как пожелание продолжения рода. «Образ лягушки с древнейших времен был связан в сознании человека с образом рожающей женщины» [3, с. 30].

Возможно, свое название узор берет из русских народных сказок, где Царевна-лягушка выступает, как красивая, умелая девушка, ставшая в последствии невестой и женой Ивана-царевича. Эту взаимосвязь подтверждает еще одна трактовка этого символа, как «символа невесты», символа преобразования «девушки в женщину», при этом женщины ведущей, т.е. владеющей магией [2, с. 21]. Также в изображении узора есть элементы символа «Мироздания», «Мирового древа», как символа создания всего живого на земле. Возможно, это и связано с идеей продолжения рода и зачатия.

Таким образом, на примере узора «лягушка» (или «решетка») в бранном ткачестве можно видеть не только разнообразие вариаций изображения мотива в разных районах, но и различия в смысловой нагрузке, хотя общим остается то, что узор считался «женским» и как следствие, нес в себе значение продолжения рода, зачатия.

В славянских узорах, важным являлось и то, где именно, на каком месте располагался символ, и для кого предназначалось изделие, будь то свадебный текстиль, узоры в костюмах «молодухи» или полотенцах для дома. При этом узор «лягушка» постоянно видоизменялся, вбирая в себя

все больше разнообразных деталей, при этом центр изображения всегда оставался одинаковым.

#### **Список использованных источников:**

1. Качаева М. Сокровища русского орнамента/ Марина Качаева. – М. : Белые альвы, 2008. – 202 с.
2. Никитина А. Узорочье. Общий каталог узоров. – Серия книг: Кладезь Рода. – Выпуск 2. – Новосибирск : Сибпринт. – 138 с.
3. Цветкова Н.Н. Искусство ручного ткачества / Н.Н. Цветкова. – М. : Изд-во СПбКО, 2014. – 161 с.

© Соломатова В.Ю., Морозова Е.В., 2020

#### **УДК 745.03**

### **ТРАНСФОРМАЦИЯ ОТНОШЕНИЯ К СВАДЕБНЫМ РУШНИКАМ В СОВЕТСКОЙ ПЕРИОДИКЕ**

Соломатова В.Ю., Морозова Е.В.

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

Свадебные рушники или полотенца были неотъемлемой частью свадьбы в дореволюционный период. На рушниках выносили каравай, им повязывался дружка на свадьбе, как отличительным знаком, закрепляя на плече. На полотенца вставляли молодожены во время венчания, полотенцами обвешивали свадебный картеж и лошадей, ими украшали избы (при этом не только во время свадьбы). При этом не каждое полотенце можно считать свадебным рушником. Цветовая гамма, наличие определенных орнаментов, отличали эти изделия от обычных полотенец. Свадебные рушники отличались преимущественно красным цветом узоров, которые располагались по обоим краям прямоугольного полотна. Центр рушника оставался всегда без узора и был, преимущественно белым.

Революция 1917 года стала катализатором изменений и утраты традиционных устоев. Изменилась и свадебная процедура. Теперь вопросами бракосочетания ведала не церковь, а государство. Свадьба преобразилась в гражданскую регистрацию брака, при этом свадебные рушники не ушли полностью из употребления. Газеты Прибайкалья, на основе которых проведен анализ бытования рушников в советский период показывают, что в период 20-40 годов XX века в газетах слово «рушник» не встречается. В них можно встретить другое однокоренное слово – «двурушник», то есть «предатель», «двуличный человек». «Он срывал маску с двурушников и предателей, он клеймил маловеров, нытиков, трусов» (посвящено С.М. Кирову) [Ошибка! Источник ссылки не найден., с. 1]. Или «Захаров исключен райкомом партии из рядов ВКП(б), как

двурушник, на протяжении целого ряда лет скрывавшего от партии свои связи с троцкистами» [Ошибка! Источник ссылки не найден., с. 3]. Особенно часто слово «двурушник» встречается в газетах 1930-х годов (пестрят этим газеты «Восточно-Сибирский комсомолец», «Советская молодежь», «Восточно-Сибирский путь», «Восточно-Сибирская правда», «Черемховский рабочий»).

По факту эта аналогия не имеет отношение к свадебному обряду. Из статей становится понятным, что в этот период вопросы трудовой дисциплины и верности делу партии становятся приоритетными темами государственной печати.

Несмотря на то, что понятие «свадебный рушник» было забыто, в некоторых изданиях оно встретился в рассказах и заметках о прошлой жизни. Так в газете «Восточно-Сибирская правда» за 1940 год приводится рассказ «Хутор», в котором можно прочесть: «Иван с белым рушником на плечах стоял у притолоки на крыльце. Держал в руках непочатый каравай хлеба» [10, с. 2]. Можно сказать, что в этот период рушники остались только в текстах рассказов и воспоминаниях.

Интересно и само отношение к свадьбам, например, в газете «Голос бедноты» за 1929 год, слова «дебоширить», «пьянствовать», и «гулять на свадьбах» стоят в одном ряду. В другой газете «Комсомолия» за 1924 год приведен сам процесс свадьбы под говорящим заголовком «Борьба за новый быт». «Вот пример: Комсомольская свадьба. Родители комсомольца Бутнова – крестьяне, крепко верующие. Таковы же родители и его жены. Она – беспартийная. В субботу, 12 июля «молодоженами» были приглашены предвик, секретарь Вик`а, член кресткома, представитель РКП и РКСМ, все по-простому. Предвик и другие товарищи приветствуют комсомольца, говоря, что он понял сущность борьбы за новый быт и выполнил его на деле. Как видите, ячейка деревни не отстаёт от города. Нам стоит ее только приветствовать!» [7, с. 2]. Здесь можно видеть негативное отношение к прошлым традициям, в том числе к свадебным. Понятно, что отрицание всего прошлого, и появление нового уклада жизни, исключают использование, а, следовательно, и упоминание в периодике рушников на свадьбах.

В период Великой отечественной войны газеты Прибайкалья писали в основном о трудовых подвигах тружеников тыла и положении дел на фронте.

Однако в 60-х годах XX века, рушники начинают упоминаться в периодической печати в своем первоначальном свадебном значении. При этом они играют роль не только важного атрибута свадьбы. Но и символа отличия, значимость гостя на торжестве. Рушником и караваем встречают и одаривают важных гостей. «– Я был там. «Ранили его», – говорил мне худощавый мужчина, задержавшийся у стенда, посвященного генералу армии Ватутину. Жена тянула его за руку – пойдём! – а он все смотрел на

шинель командующего, на его оружие, на рушник, что подарили ему жители Украины...» [3, с. 3]. Речь идет о военных годах, воспоминаниях. И рушнике, как символе благодарности, подарке. «... В зал в сопровождении девушек входит нарядная Весна (Катя Черных) и на красочном русском рушнике преподносит директору совхоза каравай хлеба» [9, с. 3]. Также в газетах Прибайкалья в советский период можно прочесть традиционное свадебное применение рушников:

«... Председатель сам в боярах  
С рушником на перевязи  
Улыбается не даром...» [8, с. 13]

Дружки (иное название бояре) повязывались рушником на одно плечо на свадьбе. И поэт живописует:

«Все с узорными балясами  
С полосатыми воротами-  
Рушниками опоясаны,

Ясной радугой обмотаны» [4, с. 4]. (Здесь можно видеть отсылку к использованию рушника, как пояса в свадебной церемонии).

Интересно, что в советской периодической печати 60-х годов уже встречаются описания использования рушников для украшения православных икон. «... В семье Ивана «матриархат». Три дочки, две бабушки и жена. Чистота, цветы в побеленных горшочках, вышитый крестом рушник, окаймляющий бабушкину икону. – Наверное, с Украины еще рушник? – Да нет, здесь уже супруга вышивала...» [1, с. 4] «На стенах, выбеленных белой глиной, висели вышитые рушники. В переднем углу тускло поблескивала единственная икона божьей матери – приданое, полученное Лушкой в день ее свадьбы» [2, с. 3].

Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы:

в период 20-40 годов XX века в периодической печати Прибайкалья свадебные рушники не упоминаются. Вопросы быта освещены мало. Изменился и уклад самих свадеб, церемония проходила без празднеств и гуляний, так как сама свадьба ассоциировалась с драками и пьянством.

с 1960-х годов в газетах начинают появляться упоминания рушников. Их используют, как в самом свадебном процессе, для приветствия особо важных гостей, так и в убранстве комнат.

в 80-90-х годах XX века, информация о рушниках в периодике встречается все чаще. Появляются первые попытки возрождения прежних свадебных традиций.

#### **Список использованных источников:**

1. Бутаков Г. Отцовская пашня // Советская молодежь. - №155/156 (30 дек.). – 1972. – С. 4.
2. В Чаше // Восточно-Сибирская правда. - №205 (1 сент). – 1957. – С.3.

3. Кириченко А. Этих дней не смолкнет слава... // Советская молодежь. - №41 (5 апр.) – 1975. – С. 3.
4. Киселев В. Шагают первооткрыватели // Восточно-Сибирская правда. - №10 (12 янв.) – 1962. – С.4.
5. Ковальков А. Троцкистский покровитель исключен из партии // Сталинский путь. - №77 (4 сент.). – 1936. – С. 3.
6. Любимец партии (к 6-й годовщине со дня смерти С.М. Кирова) // Илимский партизан. - №97 (2 дек.). – 1940. – С. 1.
7. Сарно Д. Борьба за новый быт // Комсомолия. - №6 (20 июля). – 1924. – С.2.
8. Трофимов М. Снегиревка // Литературный Иркутск. – Спец.вып. - 1983 (февр.). – С. 13.
9. Романенко Л. Весенним вечером // Восточно-Сибирская правда. - №120 (23 мая). – 1963. – С. 3.
10. Шишов Ал. Хутор // Восточно-Сибирская правда. - №156 (9 июля). – 1940. – С.2

© Соломатова В.Ю., Морозова Е.В., 2020

УДК 687.16:747.02:746.2

## КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ КРУЖЕВА И ЕГО СОВРЕМЕННЫЕ ВАРИАЦИИ В ИНТЕРЬЕРЕ И ОДЕЖДЕ

Солонина А.А., Громова М.В.

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

Ажурные плетеные полотна начинают свою историю еще в эпоху палеолита. Костяные иголки, челноки для плетения и коклюшки найдены археологами на территории Египта, Китая, России и не только. Поэтому споры о том, какую же страну мы можем назвать родиной кружева, ведутся по сей день. Восток утверждает, что именно он первый смог оценить эстетическую ценность кружева и сыграл значительную роль в его признании и создании этого термина в целом.

В России первые упоминания датируются 1252 годом. Рассвет кружевоплетения приходится на XII век. Город Торжок Тверской Губернии активно развивает это ремесло и восхищает своим мастерством даже зарубежных гостей.

Мастера создают затейливые сюжеты, экспериментируя с материалами, осваивая новые технические приемы и удивляя колористическими решениями. В XVIII веке Галич, Рязань, Великий Ростов, Орел, Елец начинают активно развиваться, приобретая свои характерные черты, позволяющие различать кружева из разных областей. Ниже приведена таблица позволяющая проследить эти различия.





Таблица – Сравнительная характеристика кружевных изделий

Область	Характерная семантика	Колористика
Балахна	Для данной области характерны узоры в виде пышных букетов цветов, гроздьев винограда и плодов граната. Часто орнамент обрамляет шелковая толстая нить, скань. Присуще сочетание различных видов решеток. Но самым известным символом данной области является «балахонская роза»	Чаще обычного использовались кремовые и черные цвета для украшения платьев и шарфов
Елец	Для Елецкой области характерны следующие узоры «речёнка», «гречишка», «жемчужка», «паучки», «вороний глаз» и «павлинка»	Разноцветные шелковые и хлопчатобумажные нити. Самый часто встречающийся цвет – белый, реже - черный. В особых изделиях полотно плелось из серебряной и золотой нити, также использовалась канитель.
Калязин	Характерны: «старорусский калязинский» геометрический орнамент, представляющий из себя сетку, «сыпчатое» – цепь из клеток, заключающих в себя такие рисунки: «пять дырочек», «паучки» и «денежки». Так же были популярны растительные орнаменты, один из которых представлял собой семилистник с расположенными по краям птицами.	Использовались как цветные шелка, так и металлизированная пряжа
Торжок	Для данной области типично сцепное кружево. Вдохновением для мотивов служило местное двустороннее шитье. Символы: Двуглавые орлы, женские фигуры с поводьями в руках. Они являлись олицетворением матери земли и посланников солнца.	Белые, цветные хлопчатобумажные и шелковые нити
Рязань	Наиболее характерными узорами кружевоплетения здесь «ветка с виноградом» и не менее значимая «ветка травчатая». Использовались и растительные, и геометрические и зооморфные мотивы.	Использовались цветные льняные нити. Так же применялась золотосеребряная скань.
Михайлов	Преобладала техника называемая «выкладывание вавилонов». Так «вавилонами» выделялись и обрамлялись кусты и деревья, силуэты птиц и зверей.	Палитра нитей была многоцветной, нити яркими, жизнерадостными.
Вологда	Самые известные узоры: «вологодское стекло» со «снежинками» и «паучками» «Меленка», «ключики», «черепашка», «веерок», «фарфорики», «гусиные лапки», «морозы», «звездочки», «устьянская терка»	Преобладал белый цвет

Проанализировав данную таблицу, можно утверждать, что не смотря на кажущуюся типичность техник и приемов кружевоплетения, мастера всех областей и тогда находили способ выделиться из общей массы. На мой взгляд, в этом проявляется стремление человека к индивидуальности и уникальности, которое в конечном итоге всегда ведет к преобразованиям, развитию новых технологий, и поискам новых способов решения.

Так в течение не одного столетия кружево продолжало быть неотъемлемой частью жизни человека и менялось вместе с ним. Оно приобрело не только новые назначения и функции, но и новые формы.

Ажур в интерьере вовсе не дань старине. Он смотрится актуально и современно, а за счет использования различных несвойственных ему материалов и вовсе может стать арт объектом. Оно может украсить стену в качестве декоративного панно. Размеры и формы зависят только от фантазии дизайнера. Единственные законы, которые следует соблюдать – законы физики. Не менее интересным решением станет выделение отдельных зон комнаты ажурными полотнами. Так же часто в современном дизайне используется имитация плетения. Резные узоры теперь создаются на пластике, металле и даже бетоне в виде оттисков. При использовании подобных приемов интерьер становится сложнее, интереснее. Пастельные и нежные тона станут классическим решением, а вот контрастные и яркие цвета в кружеве добавляют интерьеру стиля, авангардной и даже эпатажа.

Самым быстрым способом добавить кружево в интерьер может стать плетеное покрывало. Вероятно, оно склонит стилевую принадлежность интерьера в сторону кантри или бохо. Более смелое решение – ажурные вставки на мебели. Кружево может быть не только наложено или вшито, оно может стать основой для покраски мебели из пульверизатора, как трафарет. Резные металлические, деревянные элементы мебели и лестниц могут быть все так же вдохновлены этим прекрасным резным узором.

Кружевные шторы можно смело назвать классикой, этим уже мало кого можно удивить, так же, как и обоями с ажурными рисунками. Скатерть станет легким решением для оформления кухни, вот только подойти к выбору кружева в этом случае следует очень тщательно, в противном случае кухня может ни приобрести стиль, а лишиться его.

Теперь мы видим, что кружево в оформлении интерьера надежный друг, на которого мы всегда можем положиться. Оно поможет добавить романтики и бунтарства, нежности и страсти.

Что же в это время происходит на подиуме? Кружево не только не утрачивает своих позиций, но и становится более востребованным, более утилитарным. Дизайнеры предлагают покупателям кружевные изделия на любой вкус и цвет. Вещь может быть не только украшена кружевом, но и полностью из него состоять. Когда платья, блузы и юбки становятся обыденностью в глазах покупателя, появляется кружевная шубка. Носить ее в холодное время года, конечно, «на свой страх и риск». Придумавший её дизайнер Erin Fetherston предлагает сочетать её не только с обычной одеждой, но и даже носить поверх пальто. Александр Макуин же создаёт пальто с рисунком, имитирующим кружево. Это более практично, ведь такое изделие намного легче в уходе. Сейчас это довольно распространенная техника. Печать может быть нанесена на ткани

практически любой плотности, это позволяет создать впечатление воздушности и легкости даже на пуховике или плотном зимнем пальто, и вот в таком уже никакие морозы не страшны.

В это же время Российский дизайнер Ульяна Сергиенко активно использует в своих коллекциях кружево. В них четко прослеживается сохранение русских традиций и верность своим корням. Потому что использовано именно вологодское и елецкое кружево. Как утверждает сама Ульяна, именно оно сейчас пользуется огромной популярностью в Европе. Так же она предлагает использовать бабушкины кружевные салфетки из серванта в качестве модных элементов наряда, например в качестве вставки, на спинке платья, или в разрезе юбки.

Проанализировав всё вышесказанное, можно с уверенностью сказать, что современное общество старается ценить и приумножать культурное наследие, накопленное веками. Ремесло кружевоплетения вовсе не забыто. Оно все так же актуально, меняются лишь технологии, позволяющие делать его более доступным потребителю. Дизайнеры предлагают нам широкий ассортимент кружевных вариаций в интерьере и одежде. Кружево никогда не уйдёт из нашей жизни. Это наша история, наша современность и наше будущее!

#### **Список использованных источников:**

1. Русское плетеное кружево / Russian Pillow Lace | Фалеева Валерия Александровна Народные промыслы РСФСР 1983

2. Кружево. От интимной моды до идеологических панно издательство «Кучково поле» 2016

3. Журнал «VOGUE», статья «Русские промыслы: Балахнинское кружево» Даша Масленникова. 2 ноября 2020 г

4. Журнал «TATLER», статья «Золото, кружево и розаны: главные тренды будущей весны» 4 октября 2018

© Солонина А.А., Громова М.В., 2020

УДК [7.04:746.3](470+571)(091)

### **ОСОБЕННОСТИ ОРНАМЕНТА РУССКОЙ НАРОДНОЙ ВЫШИВКИ СЕРЕДИНЫ XIX – НАЧАЛА XX вв. И ЕЕ ПРИМЕНЕНИЕ МОЛОДЫМИ ДИЗАЙНЕРАМИ**

Спиридонова А.В., Коробцева Н.А.

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

Вышивка – один из источников познания народной культуры и искусства. Интерес к ней в научном мире и мире моды наблюдается до сих пор. Однако, на сегодняшний день, современный человек – невольный

свидетель глобальных трансформаций и вариативных изменений различных этнических групп, которые некогда существовали и развивались в едином ключе.

В последнее время, как в нашей стране, так и соседних государствах (Украине, Белоруссии) наблюдается всплеск интереса к родной истории и культуре с позиции единоличного, а не глобального существования (самоидентификация). Отсюда происходят искажения определенного характера в восприятии, понимании и трактовке русской народной вышивки, русского народного костюма в целом.

Для примера рассмотрим некоторые области России, Украины и Белоруссии, которые граничат между собой и играют особую роль, так как с одной стороны – сохранившийся там материал позволяет говорить о древних архаичных славянских традициях, с другой – наблюдается непрерывное развитие этих традиций с учетом влияний городского искусства и соседних регионов, стран.

Современная мода генерирует на заложенных советскими модельерами традициях XX века. Однако в современной индустрии моды, вышивка воспринимается дизайнерами и модельерами в меньшей степени, как декоративный элемент со смысловой нагрузкой (обережное значение символики), а в большей – как элемент костюма, позволяющий интерпретировать ее, используя современные технологии (принты, соединительные фактурные элементы и т.д.).

Фундамент русской народной вышивки – основы понимания мира, непоколебимые устои быта. Это важное связующее в цепочке «Вселенная – природа – человек» (именно в этой последовательности!), то сегодня мы видим иную картину, такую как «Человек – природа – вселенная».

Современный рынок моды, который популяризирует народную вышивку, отдаляется от источника. Каждый год модельеры и дизайнеры в угоду покупателям экспериментируют с созданием одежды, прибегая к таким критериям как «яркость», «красивость» (!), «эпатаж», «доступность» что приводит к тиражированию большого количества некачественной одежды с точки зрения дизайна (см. рис. 1).

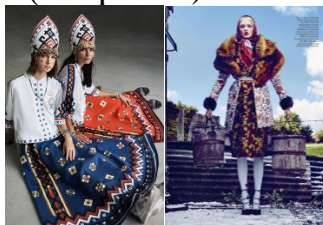


Рисунок 1 – Примеры применения русской народной вышивки и ее мотивов современными дизайнерами

Поэтому современным дизайнерам, которые транслируют обществу традиционные формы в одежде, украшенной вышивкой, необходимо иметь информативную и визуальную базу – например, фотокаталог вышивок, с четким стилистическим анализом орнамента.

Каждый начинающий дизайнер должен осознано подходить к использованию народной вышивки в своем продукте, если речь идет о культурном наследии страны и сохранении ключевых традиционных элементов.



Рисунок 3 – Примеры орнаментальных композиций рушников из собрания музеев России, Украины и Белоруссии

При создании коллекции или одной текстильной единицы нужно учитывать комплекс, состоящий из ряда характеристик: цветового решения; декоративных швов; композиционного размещения орнамента на предметах, декорированных им; выделения основных видов композиции: бордюра, розетки, сетки, геральдической композиции и т.д.; характеристики мотивов и элементов орнамента, а также их стилистических вариантов.

Стилистика декора (орнамента) дополняется интерпретацией символики. Искусствоведы выделяют несколько разновидностей орнамента русской народной вышивки: геометрический (архаический); растительный; анималистический.

Основываясь на различных исследованиях, автор дополнил стилистические особенности орнамента с учетом времени исполнения и модных тенденций, зарождающихся в то время, когда были выполнены предметы (середины XIX – начала XX вв.): геометрический (архаический); растительный; синтез геометрического и растительного; анималистический; синтез растительного и анималистического; антропоморфный (вышитая картина) (см. рис. 4).



Рисунок 4 – Схема стилистических типов орнамента русской народной вышивки середины XIX – начала XX вв.

Народное искусство различных регионов и областей помогает исследователям создать картину того, как жили люди, что было у них в

приоритете при создании произведений искусства, какие религиозные или другие ритуальные феномены существовали в народной среде. Понимание особенностей народного уклада позволяет сделать более детальный анализ разных сфер народной культуры.

Истоки орнаментальных мотивов углубляются в архаическое прошлое восточнославянских народов. Эти корни в целом являются общими для русской, украинской и белорусской вышивки. Этот факт необходимо учитывать начинающим дизайнерам при создании своей коллекции или проекта.

Народы пограничных областей России, Украины и Белоруссии – этнические славяне. Данная культура важна сегодня как никогда, поскольку в погоне за массовой культурой и удовлетворением комфорта, она переходит в разряд ширпотреба, не неся в себе заложенного изначально информационного импульса «Вселенная – природа – человек», как говорилось ранее. Славянская культура, в том числе и народная вышивка, имеет мощную силу исторического развития, однако сегодня именно в руках грамотных дизайнеров она может продолжить свою эволюцию с учетом современных технологических инноваций (см. рис. 5).



Рисунок 5 – Примеры применения русской народной вышивки и ее мотивов современными дизайнерами

#### **Список использованных источников:**

1. Воронов В.С. Крестьянское искусство. – М., 1924. – 139 с.
2. Амброз А.К. О символике русской крестьянской вышивки архаического типа. – Сов.археология, 1966, № 1, С. 61–76.
3. Дурасов Г.П. Тайна старого узора. – Юный художник, 1983, №8, С. 24-27.
4. Емшанова Н.А. Орнаменты. Стили. Мотивы. Ч.1: Текст. – Ижевск, 2004. – 120 с.
5. Маленко Л.И. Белорусский костюм XIX-XXвв. – М.: Белорусская наука, 2005. – 140 с.
6. Попова В.В. Инновационный текстиль. Принципы формообразования: дис...канд. искусств. наук: защищена : 21.12.2017 /В.В. Попова – М.: РГУ им. А.Н. Косыгина, 2017. – 199 с.

© Спиридонова А.В., Коробцева Н.А., 2020

## УДК 7.05

# ВЗАИМОСВЯЗЬ ОДЕЖДЫ И ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ТИПА ЛИЧНОСТИ ЧЕЛОВЕКА

Спирина А.В., Миллер А.А.

*Новосибирский технологический институт (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина, Новосибирск*

Можно ли утверждать, что все люди выбирают одежду по единым алгоритмам? Естественно, нет. Каждый индивидуум составляет свой гардероб в зависимости от темперамента, внутренней и внешней культуры, а также различных внешних факторов.

Основываясь на теории шведского психолога и бизнес-тренера Томаса Эриксона в книге «Кругом, одни идиоты. Если вам так кажется, возможно, вам не кажется» и автора книги «Как прожить свою, а не чужую жизнь или Типология личности» Барсовой Анны, можно сделать вывод о наличии взаимосвязи между основными типами личности и их внешним видом, соответственно и выбором одежды.

В своих работах Эриксон и Барсова схожи в составлении типологии и выделяют четыре основных типа личности, каждый из которых обладает уникальными ярко выраженными характеристиками. Благодаря разным системам типологии (рис. 1), мы получаем комплексное описание каждого типа:

красные/контролеры – авторитарны, организованы, мгновенно принимают решения;

желтые/поддержка – инфантильны, требуют особого внимания и оказывают поддержку любому из типов;

зеленые/моторы – доминирующие, надежные, экспрессивные и коммуникабельные;

синие/аналитики – скептики, аналитики и интроверты.



Рисунок 1 – Типология по теории Эриксона и Барсовой

В рамках тренинга личностного роста «ИНР» был проведен эксперимент в городе Новосибирск, в ходе которого психологи распределили группу участников из 60 человек на четыре подгруппы по психологическим характеристикам личности. Каждая подгруппа имела свои особенности гардероба. В подгруппе «поддержка» преобладали приглушенные, природные и пастельные цвета в одежде, принты с композицией зверей и орнаментов, цветочные и абстрактные рисунки на ткани, а также различная бижутерия и украшения из пластика и дерева. У

мужчин – клетчатые пиджаки и костюмы приглушенных тонов, джинсы различных цветов с легкими потёртостями. У женщин – платья А-силуэта, сборка на рукавах, рюши, платки на шеи и сумках, а также множество различных инфантильных деталей. В противоположной подгруппе «контролер» цветовая гамма в основном монохромная, присутствовал только яркий красный цвет в аксессуарах (сумках, часах и губная помада у некоторых женщин), брючные классические костюмы черных, чернильных и серых цветов, классические джинсы равномерного окраса, белые и черные футболки без принтов, однотонные и полосатые сорочки без декора. Женщины данной подгруппы выглядят брутально и самодостаточно. Украшения лаконичные (часы из металла и керамики, женские украшения миниатюрные с драгоценными камнями). На контрасте с монохромными и серьезными «контролерами» в подгруппе «моторы» каждый участник выглядел очень ярко. Особенности подгруппы – это множество ультрамодных деталей в образах, большое количество декора в одежде. Пиджаки и костюмы ярких цветов, джинсы с потёртостями и дырами, футболки с яркими принтами. У женщин – платья прямого силуэта со сложными деталями кроя. Аксессуары яркие и крупные. В противоположной подгруппе «аналитик» цветовая гамма приглушенных тонов и камуфляжных цветов. Эта единственная подгруппа, в которой не было костюмного сегмента, при этом присутствовали различные трикотажные изделия и преимущественно спортивная обувь. Футболки с абстрактными и текстовыми принтами. Однотонные фактурные рубашки с мягкими воротниками и рубашки в клетку. Джинсы классических синих и голубых цветов без декора с легкой потертостью. Аксессуары лаконичные или отсутствуют.

Таким образом, мы можем говорить о зависимости выбора одежды от типа личности. При условии самостоятельного выбора, без участия окружающих людей (стилистов, членов семьи и друзей). Для подтверждения данной теории по взаимосвязи типа личности и одежды человека, мы провели дважды повторный эксперимент с другими группами людей. При эксперименте было зафиксировано среднее процентное соотношение типов личности. Результат представлен на диаграмме, рис. 2



Рисунок 2 – Диаграмма соотношения типов личности в г. Новосибирск.

Так же эксперимент был проведен в городе Москва и Хабаровск. Соотношения типов личности представлены на диаграммах на рис. 3-4.





Рисунок 3 – Диаграмма соотношения типов личности в г. Москва.



Рисунок 4 – Диаграмма соотношения типов личности в г. Хабаровск.

В ходе эксперимента была выявлена зависимость соотношения типов личности от регионов.

Рассматривая алгоритмы выбора одежды каждого психотипа личности и их соотношение в разных регионах, а также особенности восприятия информации, возможно проектировать более коммерчески успешные коллекции с наименьшим количеством невостребованного товара. Данное исследование так же актуально для рекламных агентств и баеров при составлении коллекции на различные регионы. Обладая информацией о различных типах, возможно точно выстраивать рекламную компанию и создавать продукты, ориентированные на ту или иную группу людей, тем самым попадая точно в целевую аудиторию

#### **Список использованных источников:**

1. Ларичев О. И. Теория и методы принятия решений, а Также Хроника событий в Волшебных Странах: Учебник. - М.: Логос, 2000. - 296 с : ил.
2. Пол Кларк, Дж. Фриман «Дизайн» - М.: АСТ , Москва, 2003. – 217с.
3. Барсова Анна . «Как прожить свою, а не чужую жизнь.» - М.: АСТ-пресс. 2001.
4. Эриксон Т. «Кругом одни идиоты. Если вам так кажется, возможно, вам не кажется»/ Thomas Erikson. – М.: Издательство «Э», 2018. – 336 с.

© Спирина А.В., Миллер А.А., 2020

## УДК 7.05

# МЕТОДИКА ПОСТРОЕНИЯ СЕЗОННОЙ КОЛЛЕКЦИИ ОДЕЖДЫ ДЛЯ КОНКУРСНЫХ ПОКАЗОВ «ПОЗИТИВНОЕ ВОСПРИЯТИЯ ЦЕЛОСТНОГО ОБРАЗА КОЛЛЕКЦИИ»

Спирина А.В., Миллер А.А.

*Новосибирский технологический институт (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина, Новосибирск*

Важной частью обучения по специальности «дизайн костюма» является выполнение исследований в области дизайна, истории костюма и проектирование коллекций одежды. Студенты ежегодно представляют свои коллекции одежды на различных конкурсах молодых дизайнеров, однако количество участников ежегодно уменьшается, во многом это связано с прогрессивными социальными сетями, которые студенты и молодые дизайнеры применяют для саморекламы без финансовых затрат, низким уровнем мотивации на конкурсах, а также отсутствием структурированной методики построения коллекции.

При обучении студентов была использована авторская методика построения коллекции по психологическим и аналитическим показателям восприятия – «позитивного восприятия целостного образа коллекции», что позитивно сказалось на проектировании дипломных коллекций. В предыдущих статьях была опубликована общая схема формирования коллекции, которая описывала методику создания, однако в ходе работы у студентов наблюдались сложности с формированием первых пунктов, которые по теории «позитивного восприятия целостного образа коллекции» являются основными для проектирования подиумной коллекции. Методика включает в себя 4 основные группы создания проекта – 15 этапов и итоговое представление образов:

Основа коллекции: определение цели и назначения коллекции; источник творчества; философия; название.

Планирование коллекции: эмоциональная нагрузка; целостный силуэт коллекции; силуэт моделей; цвет; фактура, текстура, принт.

Проектирование коллекции: форэскизы; подбор материалов; эскиз; технический эскиз; аксессуары.

Производство коллекции: реализация проекта.

Итог: представление образов на подиуме и художественной съемке.

Нетипичная постановка действий в методике для студентов вызвала затруднение, т.к. зачастую определение цели и назначения коллекции совершается после формирования философии, а название коллекции разделяют с источником творчества и определяют по завершению работы, что в корне противоречит данной методике. Таким образом, методика «Позитивного восприятия целостного образа коллекции» требует

детализацию первой группы (пунктов 1-4. Определение цели и назначения коллекции; источник творчества; философия; название)

Первый пункт методики – это предпроектный анализ, в котором следует определить влияющие факторы на состояние социума такие как: политическая обстановка (международная и внутригосударственная политика, отношение с соседними государствами, смена власти, выборы, войны, новые законы, политические деятели); экономическое развитие и кризис, дефолт, резкая смена курса валюты; психологическое и физическое состояние населения (влияние пандемии, массовая депрессия и волнения); религиозная принадлежность и культура региона; климат и сезон. Затем от общего к частному рассматриваем более конкретно личность героя: пол; возраст регион проживания; назначение изделий; социальный статус; темперамент личности (рис. 1)



Рисунок 1 – Влияющие факторы и характеристики героя.

После проведенного предпроектного анализа результаты структурируются для определения цели и назначения проектируемой коллекции. Учитывая перцептивную модальность ведущего типа восприятия, создаётся синтез аудиального, визуального и кинестетического объекта (рис. 2) для образования источника творчества.



Рисунок 2 – Синтез источника творчества

При использовании исторических тематик для источника творчества рекомендуется выбирать противоположные темы в современности, при этом имеющие сходства по каким-либо параметрам. К примеру, основой для проектирования свадебной коллекции женских брючных костюмов использовались декор русских резных ставень и костюм для фехтования, имеющие общие качества такие, как элитарность, закрытость. Индийский национальный костюм и баскетбол слились в концепцию коллекции «Bollywood», коллекция стала победителем многих всероссийских и международных конкурсов дизайна.

Исходя из синтеза источника творчества, формируется творческая концепция работы, называемая «философия» – это важнейшее звено дизайнерской задачи, короткое описание основных целей средств проектирования и идеологии, которые автор заложил в создание коллекции. Философия является ядром проектируемого проекта и

определяет ценностное и смысловое содержание коллекции. На данном этапе следует учитывать не только субъективное мировоззрение дизайнера, а также современные тенденции моды и различные микротренды, благодаря взаимодействию источника творчества с глобальными макротрендами, создается актуальная коллекция. В качестве примера используется философия к коллекции «Антигерой» студентки В. Сорока: «ты взял свой внутренний мир, свои страхи, свои мечты заоблачной реальности, вытащил из глубины сознания, надел и вышел из дома». При создании коллекция «Антигерой» учитывался тренд 2021-2022 «Одиночество».

Исходя из философии, формируется название коллекции. Оно может являться характеристикой какого-то явления, быть определением или частью одного из используемых в синтезе аудиального, визуального или кинестетического объекта.

Данная статья более подробно рассказывает об основной части методике «позитивного восприятия целостного образа коллекции». Методика апробирована при индивидуальной работе с молодыми дизайнерами и в условиях обучения 4 курса по дисциплине «проектирование коллекций» по специальности «дизайн костюма». Результат работы по данной методике: повышенный интерес к работе над проектом, уменьшение временного ресурса для проектирования, создание более сложных концепций и как следствие успешные коллекции на конкурсах молодых дизайнеров.

#### **Список использованных источников:**

1. Next look/ Womenswear trendbook styling trends high fashion & casual. – 2017 – №1(2). – с. 58.
2. Ларичев О. И. Теория и методы принятия решений, а Также Хроника событий в Волшебных Странах: Учебник. - М.: Логос, 2000. - 296 с : ил.
3. Фрилинг Г., Ауэр К. «Человек – цвет – пространство» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.aquarun.ru/psih/ct/ctpril2.html>
4. Пол Кларк, Дж. Фриман «Дизайн» - М.: АСТ , Москва, 2003. – 217с.

© Спирина А.В., Миллер А.А., 2020

УДК 75.03

## ОТГОЛОСКИ ЛАГЕРНОГО ПРОШЛОГО В ЖИВОПИСНЫХ РАБОТАХ

Ступова Е.В., Сапрыкина М.Н.

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

Политика репрессий занимала достаточно длительный период времени в истории СССР и, конечно, это не могло не отразиться в искусстве. Художники – люди, которые тонко чувствуют мир, они не могут пройти мимо столь масштабных событий, потому выражают своё видение и ощущение ситуации путём создания произведений искусства.

Я анализирую живописные работы двух художников, бывших в заключении. Работы были созданы после реабилитации авторов и содержат в себе воспоминания о лагерной жизни.

Первый художник – Федоров Сергей Степанович. Родился в 1927 году в Омске, окончил Московское художественно-промышленное училище имени М.И. Калинина и поступил в МЦХПУ в 1945 г. Являясь студентом второго курса в ноябре 1947 года был арестован и осуждён на десять лет ИТЛ (исправительно-трудовых лагерей). Отбывал наказание в Карпольлаге. В 1954 г. был освобожден по УДО, жил в Кемерово, не имея права выезжать в большие города. В 1958 г. был реабилитирован, восстановился в училище и окончил его в 1961 году. В 1968 году стал членом Союза Художников. В 1970 г. написал серию работ «Страшные годы», в ИТЛ. Умер в Москве в 1995 г.

Серия работ «Страшные годы», в ИТЛ представляет собой три небольших работы, написанные маслом. Все картины объединяет достаточно сдержанная цветовая гамма. Она подчеркивает общую уныние и атмосферу подавленности.

Работа «В столовой» (рис. 1) раскрывает нам подробности лагерного быта. На первом плане изображен исхудавший, осунувшийся человек. Он едва держит в руках миску со своей порцией. Судя по его позе и выражению лица: прикрытые глаза, опущенные плечи, голова чуть повернутая в сторону, заключенный пытается продлить данный момент. Он наслаждается запахом пищи и растягивает процесс приёма еды. Становится очевидным, что для него эти минуты обеда или ужина обрели сакральное значение. Возможно, он фантазирует о том, как он ест на воле, а не за колючей проволокой. И от этих маленьких мечтаний в этот миг его жизнь в заключении становится чуточку лучше.

На заднем плане мы видим толпу безликих эков, стоящих в очереди для получения пищи. Путём изображения этих фигур обобщенно, автор

показывает зрителю суть системы, в которой отдельный человек, как личность, значения не имеет.



Рисунок 1 – «В столовой» Федоров С.С.

Этот мотив находит продолжение в следующей работе художника под названием «Работяги». На картине мы видим размытые, сгорбленные силуэты рабочих. Их позы указывают на усталость от тяжелой работы и сложностей лагерного быта, а также на подавленность от общей атмосферы в пределах лагеря.

Заканчивает серию самая, на мой взгляд, психологически сложная для восприятия работа: «Похороны». Картина выполнена в тёмных тонах. Цветовая гамма в полной мере отражает все отчаянье и боль, царящие в душах заключённых. Мы можем лишь догадываться, как трудно каждодневно видеть смерть знакомых людей, как сложно хоронить их, зная, что память о большинстве из умерших канет в лету.

После ознакомления с данными работами, мы можем сделать следующий вывод: художник выбрал для изображения самые значимые моменты лагерной жизни: приём пищи, потому что еда поддерживает жизнь в организме, изнуряющая работа, которая занимает большую часть времени в жизни эков и смерть, которая постоянно сопровождает репрессированных.

Второй художник – Николай Иванович Гетман. Родился в 1917 году в Харькове. Получил художественное образование. С 1940 по 1945 гг. служил в армии, затем был арестован. В 1946-1953 годах отбывал наказание в разных ИТЛ в Сибири, затем был досрочно освобождён. Дальше работал по специальности: создавал произведения станковой живописи и писал портреты видных политических деятелей на заказ. Но начиная с 1953 года тайно создавал работы, воспроизводящие лагерные жизнь и быт. Так была написана серия работ «ГУЛАГ глазами художника».

Первая картина, на которую я хочу обратить внимание, носит название «Колымское шоссе». На полотне изображен осенний пейзаж под закатным солнцем. Автор произведения выбрал достаточно мрачные цвета, тем самым подчеркивая, показанный на холсте тяжкий труд заключённых. Вдали виднеется полоска голубого неба, которая даёт надежду на счастливое будущее и словно является предвестником счастливого конца.

Наиболее яркой работой, раскрывающей правду о страшной жизни в ГУЛАГе, является картина «Цинготники» (рис. 2). Первое, что бросается в глаза - худые, обнаженные и изнеможенные болезнью и изнурительным

трудом заключённые. Из многочисленных рассказов о лагерях ставится ясно, что в больничный блок попадают только те, кто близок к смерти. Сюда людей отправляют умирать. По искаженному от усталости и голода лицу больного понятно, что конец его близок. Врач подходит к своему делу ответственно и пытается отыскать в своих скудных запасах медикаментов что-то, способное облегчить муки несчастных. Но окружающая обстановка показывает зрителю безвыходность ситуации.



Рисунок 2 – «Цинготники», Гетман Н.И.

Следующая работа автора: «Морг узников ГУЛАГа», продолжает тематику смерти и безысходности. Морг – последняя остановка на пути жизни узников лагерей. Но вопреки всему по центру полотна изображен живой человек. Он словно смотрит сквозь раму и стекло прямо на зрителя. В этом взгляде видна большая сила воли: не каждый сможет ежедневно видеть подле себя такое количество мёртвых людей, не каждый способен провожать их в последний путь. Главное действующее лицо на картине – инженер Иван Павловский, который изготавливал из сподручных материалов – консервных банок и проволоки – бирки для умерших. Мастер удалял с проволоки колючки, таким образом, проявлял уважение по отношению к погибшим, которых затем складывали за лагерной оградой. Железные бирки по ночам бились от ветра о проволоку, издавая «звуки смерти», тем самым напоминая заключённым о близости к смерти.

Глядя на эти и другие работы автора, становится несложно понять, что длительное заключение в лагерях оставило сильный отпечаток на жизни этого человека. И, конечно, художник не мог не осветить столь трепетные темы в своих работах.

Таким образом, мы видим, что людей с совершенно разными судьбами связывает одно – страшные годы в заключении, которые они не смогли забыть. Творцы отразили свои эмоции и переживания посредством обращения к лагерной тематике в своём творчестве.

Период репрессий занимал достаточно длительное время в истории нашего государства, но столь сложную тему довольно редко освещают. Воспоминания художников о лагерях не могут оставить равнодушным никого. Это искусство людей, прошедших через ад. Об этом должны знать, поскольку это наше общее прошлое и только визуальное искусство своей наглядностью способно донести до массового зрителя важность данной темы.

**Список использованных источников:**

1. <https://ru-prichal-ada.livejournal.com/429819.html>
  2. <http://www.gulagmuseum.org/showObject.do?object=43604808&language=1>
  3. <https://www.sakharov-center.ru/asfcd/khudozhniki/?t=page&id=302>
  4. <https://andreas-zarus.livejournal.com/112696.html>
  5. <https://www.sibreal.org/a/29094213.html>
  6. <https://museum.sakharov-center.ru/izofond/index.php?p=135951:135953,135953:135955#0>
  7. <https://www.sakharov-center.ru/asfcd/khudozhniki/?t=page&id=315>
- © Ступова Е.В., Сапрыкина М.Н., 2020

УДК 747.023

**ИННОВАЦИОННЫЙ КОМПОЗИТ  
КАК АЛЬТЕРНАТИВА ТРАДИЦИОННЫМ  
ПРОЗРАЧНЫМ МАТЕРИАЛАМ**

Сударева П.А.

Научный руководитель Никонов В.В.

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

Согласно Международному энергетическому агентству на освещение приходится 23% от всей энергии жилого сектора [1]. И хотя с каждым годом происходит поэтапный отказ от использования галогенных ламп и ламп накаливания в пользу эффективных светодиодов, проблема энергосбережения все еще имеет значительную роль. Освещение – одно из важнейших средств дизайна предметно-пространственной среды. Восприятие форм, цветов, пространства и даже физическое самочувствие, и настроение человека зависит от светового дизайна. Одна из ветвей развития технологий в данной сфере направлена на совершенствование и максимальное приближение искусственного освещения к естественному свету.

Исследовательской группе из Королевского технологического института в Швеции совместно с группой из Мэрилендского университета в США удалось разработать экологически чистый метод получения прозрачного древесного биокомпозита. Биокомпозитный материал – это материал, в котором в качестве матрицы используются смолы, армированные натуральными волокнами, позволяющие получить новый материал с сочетанием физических и механических свойств обоих материалов. Особенность таких материалов заключается в минимизировании воздействия на окружающую среду в процессе производства материала и его использования.



Использование древесины при производстве композита дает некоторые преимущества. Дерево – это натуральный растительный материал, дешевый и возобновляемый. Оно обладает важными механическими характеристиками – хорошей твердостью и прочностью, износостойкостью и низкой теплопроводностью. Внешний вид древесины определяется ее цветом. Древесина не является прозрачной в естественном состоянии, что обусловлено содержанием вещества, которое содержится в ее клетках – лигнина. Древесина может содержать до 35% лигнина, на него приходится около 90% поглощения света. Именно в снижении количества лигнина и заключается процесс получения прозрачной древесины [2]. Для заполнения пространства, освобожденного лигнином, используются различные полимеры, например, полиметилметакрилат. В результате получается композитный материал, сочетающий в себе свойства древесины и полимера, оптически прозрачный, с текстурой дерева. На рис. 1 представлен образец подобного композитного материала.



Рисунок 1 – Образец прозрачного древесного композита

Хорошие результаты показывает древесина липы и березы, эти породы обладают слабовыраженной текстурой и светлым цветом, из них были получены наиболее прозрачные образцы. В зависимости от породы древесины возможно также сохранение естественного рисунка дерева, что придает материалу большую декоративность.

Прозрачный древесный композит обладает высокой оптической прозрачностью – до 80% и опалесценцией (мутностью) – до 70%, которая обеспечивает рассеивание света и может служить для получения мягкого освещения. Композит демонстрирует также более низкую теплопроводность, чем стекло. Немаловажным является предотвращение раскалывания материала, по сравнению со стеклом, что делает его более безопасным. Благодаря сочетанию оптических свойств и механических характеристик, появляется возможность использования прозрачной древесины в качестве строительного материала. Замена оконных стекол прозрачной древесиной или даже использование в качестве материала для крыш, позволит уменьшить потребление энергии от систем освещения, заменить искусственное на солнечное и более благоприятное естественное освещение. Благодаря высокой опалесценции происходит равномерное распределение солнечного света. Низкая теплопроводность может помочь улучшить климат в помещении при использовании материала в строительстве, а также снизить использование электропотребления на системы отопления и кондиционирования [3].

Возможность окрашивания композита в различные цвета и легкость его обработки также расширяет возможности применения материала в производстве предметов интерьера, где требуется оптическая прозрачность в сочетании с высокой прочностью. Одним из вариантов применения является конструирование межкомнатных перегородок, где прозрачная древесина может выступать в качестве умного стекла, которое под воздействием электрического напряжения может изменять степень матовости.

Таким образом, натуральные материалы, такие как древесина, являются важной альтернативой в разработке новых инновационных экологичных материалов, из-за их возобновляемости, низкой стоимости и механических характеристик. Благодаря этим свойствам прозрачный древесный композит становится многообещающим материалом, который имеет перспективы в развитии и может найти широкое применение как в строительстве, так и в производстве декоративных предметов.

#### **Список использованных источников:**

1. Energy Efficiency Indicators 2020 [Электронный ресурс]. – Электрон, дан. – IEA – International Energy Agency. – Режим доступа: <https://www.iea.org/reports/energy-efficiency-indicators-2020>

2. Прозрачная древесина, экономящая тепло - строительный материал будущего [Электронный ресурс]. – Электрон, дан. – Мир современных материалов. – Режим доступа: <https://worldofmaterials.ru/536-prozrachnava-drevesina-ekonomvashchava-teplo-stroitelnyi-material->

3. Ученые создали прозрачную древесину, которая сохраняет тепло [Электронный ресурс]. – Электрон, дан. – Хайтек+. – Режим доступа: <https://hightech.plus/2019/04/04/uchenie-sozdali-prozrachnuyu-drevesinu-kotoraya-sohranyaet-teplo>

© Сударева П.А., 2020

**УДК 685.34.012**

## **ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ВОСТОЧНОГО КОСТЮМА В СОВРЕМЕННОЙ МОДЕ**

Сулайманова Д.И., Карасева А.И., Костылева В.В.  
*Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство), Москва*

Исследования истории культуры разных стран показывает, что в практической деятельности наблюдается циклический процесс обращения к народной культуре [1].

Актуальность исследования по предложенной тематике определяется изучением функционирования традиционной культуры Китая в современных тенденциях моды, а именно в применении цветов,

традиционных орнаментов, материалов и формы изделия. Национальные костюмы являются одним из основных этнокультурных источников для современных дизайнеров [2].

Ярким примером можно считать Нью-Йоркскую выставку музея Метрополитен под названием «Китай: Зазеркалье» [3]. Примерами такой интерпретации были работы именитых дизайнеров, вдохновленные элементами китайской культуры, представленные на этой выставке.

С 1948 года первый понедельник мая традиционно считается самым важным днем в году для модной индустрии. Потому что именно в этот день в Нью-Йорке проходит Бал Института костюма – своеобразный модный Оскар. В этот день каждый год музей Метрополитен открывает свои двери для десятков знаменитостей, которые приходят продемонстрировать лучшие творения именитых дизайнеров. Именно здесь создается настоящая fashion-история. Ярким примером соединения китайских традиций и современной моды является Выставка «Первый понедельник мая – Китай: Зазеркалье». В 2015 году данная выставка стала самой посещаемой в истории моды [3].

В изысканной выставке, которая черпает вдохновение в Восточной культуре, в концептуальном, историческом, эстетическом и художественном контексте, принимали участие самые знаменитые и влиятельные люди шоу бизнеса. Все приглашенные гости готовили костюмы на заданную тему. Американские и европейские дизайнеры, такие как Ив Сен Лоран, Джон Гальяно для Кристиан Диор, интерпретируют и демонстрируют Восточный дизайн и культуру в своих произведениях (рис. 1).



Рисунок 1 – а) фарфоровая ваза пятнадцатого века с кобальтовым изображением дракона. Ваза покрыта прозрачной эмалью; Атласное платье Роберто Кавалли из осенне-зимней коллекции 2005/6 и платье из шелковой органзы, расшитое кусочками белого и синего фарфора, на создание которого Сару Бертон вдохновило искусство эпохи Мин; б) платье и ткань из коллекции Александра Маккууина «Весна-лето 2001» [3]

На презентацию прибывают самые яркие лица Голливуда и Авангард Китая: через Зазеркалье. Грандиозный вход впечатляет элегантностью и веет тонкой исторической атмосферой. Звезды одеты и украшены с головы до ног с основной темой гала-концерта; роскошные детали, головные уборы, сложный дизайн, неуловимые прозрачные и украшенные платья не разочаровывают. «Шоу стоппер» – певица Рианна, в качестве одной из самых влиятельных звезд на красной ковровой дорожке с ее

умопомрачительным платьем от китайского дизайнера Го Пэй, который сочетает в себе имперский желтый цвет Цин с современным авангардным кроем, который крадет сердца с первого взгляда (рис. 2) [4].



Рисунок 2 – а) Главный вход на выставку, декорированный в бамбуковые деревья. Выставка 2015 «Китай: Зазеркалье»; б) Певица Рианна в платье от китайского дизайнера Го Пэй на гала-концерте «Китай: Зазеркалье» [4]

Мет Гала служит самым важным сборщиком средств для Института костюма в Музее искусств Метрополитен, через выставку Зазеркалье, были собраны более 12 миллионов долларов. Документальный фильм, снятый о выставке, исследует позднюю революцию моды Александра Маккуина, которая вызвала это понятие моды как искусства, театра и спектакля.

«Документальный фильм «Бал», снятый о этом мероприятии, расширяет кругозор и представления о моде, как она рассматривается и интерпретируется, как искусство или просто «прикладное мастерство» – цитирует Карл Лагерфельд – главный дизайнер и креативный директор брендов Chanel и Fendi [4].

Стоит отметить, что такая потрясающая, красивая и безмятежная сцена выставки, вызывает дрожь у посетителей и зрителей фильма, поскольку совершенно потрясающие современные наряды контрастируют с их безупречной постановкой и историческими артефактами (рис. 3) [3].



Рисунок 3 – а) Вечернее платье с пайетками, сшитое Томом Фордом для осенне-зимней коллекции Saint Laurent 2004/2005 и женское платье XIX века на фоне шелковых обоев с металлической нитью; б) Праздничный наряд эпохи Цин (1644-1911 гг.), XIX век. Получен музеем в дар в 1944 году, даритель пожелал остаться анонимным; в) Вечернее платье Valentino из коллекции «Шанхай» 2013 года; г) вечерняя накидка, сшитая примерно в 1925 году, из коллекции Бруклинского музея, куда попала как подарок в 1958 году [3]

Выставка определенно создает глубокие эмоции, как от изделий от кутюр, так и артефактов, которые показаны в музее. Независимо от того, признается мода искусством или нет, нет сомнений в том, что она является основным средством самовыражения, концептуальных понятий, исторических влияний, художественных воздействий и др.

У каждого потребителя свои предпочтения, и они не случайны. Обувь – это психологическое отражение нашей индивидуальности. В настоящее время, в предприятия, производящие товары народного потребления, вынуждены постоянно учитывать настроение рынка и чутко реагировать на любые изменения спроса потребителей [5].

Целью исследования является разработка изделий женского гардероба с элементами китайской культуры, а также проектирование таких моделей обуви (рис. 4), которые будут пользоваться популярностью у женщин широкой возрастной группы. Модели, которые выражают свою индивидуальность: быть романтической или задорной, элегантной или спортивной. Изысканная простота, чувственная роскошь – так выражается данная коллекция.



Рисунок 4 – Коллекция одежды и обуви под девизом «Китайский символ – дракон»

Разработанная нами коллекция обуви и костюмов под девизом «Китайский символ – дракон» была представлена на 26-ом международном конкурсе дизайнеров обуви и аксессуаров «Shoes Style».

#### **Список использованных источников:**

1. Арзаканьян Ц.К. Культуры и цивилизация: проблемы теории и истории. Вестник истории мировой культуры. 1999. - № 3. - С. 5-11.
2. Карасева А.И., Костылева В.В. Традиции древнего Китая в современной моде // Этническая культура в современном мире: материалы V Всероссийской научно-практической конференции (часть 1) / БОУ ВО «ЧГИКИ» Минкультуры Чуваши; ред. кол.: Г.Н. Петров (гл. ред.) [и др.]. – Чебоксары: Плакат, 2018. – С. 42
3. China: Through the Looking Glass [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.metmuseum.org/exhibitions/listings/2015/china-through-the-looking-glass>. – Дата обращения 06.10.2020
4. Бал The First Monday in May [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.timeout.ru/msk/artwork/359497>. – Дата обращения 18.10.2020
5. Сулайманова Д.И., Карасева А.И., Костылева В.В. Разработка инновационных трансформируемых конструкций обуви с элементами этнокультурного стиля театра «пекинская опера» // Инновационное развитие техники и технологий в промышленности: сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием, посвященной Юбилейному году в ФГБОУ ВО

«РГУ им. А.Н. Косыгина» Часть 3. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н.Косыгина», 2020. – с. 279-283

© Сулайманова Д.И., Карасева А.И., Костылева В.В., 2020

УДК 004.414

**РАЗРАБОТКА ПРИЛОЖЕНИЯ  
ДЛЯ МОНИТОРИНГА ЦЕН НА КНИГИ  
В ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНАХ:  
АНАЛИЗ РАННЕЙ ВЕРСИИ,  
ЗАПЛАНИРОВАННЫЕ УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ,  
ТРЕБОВАНИЯ К ДИЗАЙНУ  
ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКОГО ИНТЕРФЕЙСА**

Сухова А.П., Фирсов А.В.

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

Данная работа освещает процесс анализа ранней версии приложения для мониторинга цен на книги в специализированных интернет-магазинах, в результате которого выявляются недоработки, требующие исправления, описываются планируемые в следующей версии нововведения и создаются требования к дизайну пользовательского интерфейса с учетом появления новых функций для пользователя.

Предметом данной работы является анализ ранней версии приложения для мониторинга цен на книги в интернет-магазинах. Данная версия выполняла следующие функции: осуществляла поиск по введенному пользователем ISBN издания в ряде поддерживаемых интернет-магазинов, выводила эти данные, отсортированные по возрастанию, на экран пользователя, при соответствующем действии пользователя эти данные сохранялись в базе данных «Вишлист», и их можно было посмотреть в отдельно одноименной вкладке.

При запуске приложения спустя несколько месяцев после завершения разработки ранней версии выявилась проблема, связанная с изменениями на одном из поддерживаемых интернет-магазинов. Во время работы над ранней версией сайты вели себя стабильно и за время разработки не менялась их верстка или политика магазинов. Теперь магазин закрыл доступ к своему html-коду, в результате чего процесс парсинга (синтаксического анализа) останавливался и не завершался. Парсер был запрограммирован на то, чтобы возвращать нулевой ответ с сайта и продолжать работу в случае, если сайт отвечает ошибкой или книги нет в наличии. Таким образом, когда сайт не пускал парсер к коду, при этом, не выдавая ошибок – нулевой ответ не засчитывался и парсер бесконечно ожидал ответа. Таким образом первая задача – исправить эту

проблему путем добавления новых условий в работе парсера, чтобы он пропускал магазины, на которых появились данные проблемы.

Следующей важной задачей улучшения приложения является расширение базы поддерживаемых сайтов. Сюда входят решения дополнительных задач, связанных с сайтами с необычно организованной версткой, организацией парсинга на сайтах, использующих редирект при переходе на ссылку книги из поиска, а также составлением отдельного алгоритма работы с сайтами, которые не указывают в описании книги ISBN издания. Так как эта основная характеристика для максимально грамотного поиска, нужно разработать метод, при котором парсер будет собирать побочные данные о книге на сайтах, где эта характеристика указана, и осуществлять дополнительный поиск по ним на проблемных сайтах, после чего дополнительно проверять найденную книгу путем сравнения всех дополнительных характеристик издания. Таким образом, база магазинов будет значительно расширена, что положительно скажется на мониторинге и позволит полнее оценить цены на конкретную книгу на базе большого количества магазинов в интернете.

Важным усовершенствованием будет возможность выбрать интересующие магазины из списка, в результате поиск будет осуществляться только в них, кроме того, информация о неинтересных магазинах исчезнет и из сохраненных в базе данных книг. Если пользователь добавит новые магазины в избранное – цены на книги из «Вишлиста» в этих магазинах появятся при ближайшем обновлении базы.

Необходимо ускорить процесс поиска, на данном этапе он занимает несколько секунд и проходит внутри программы, без визуального отображения для пользователя. Такой подход неудачен, так как для пользователя неочевидно – запустился поиск или нет, и сколько времени он еще будет длиться. Для этого первым шагом поиска в сети будет поиск книги в базе данных на случай, если пользователь уже находил книгу раньше и добавил ее, но успел забыть. Вторым важным шагом в ускорении процесса будет отказ от специального модуля сбора цен. В ранней версии этот модуль отвечал за сбор всех данных со всех сайтов и их сортировку, уже после того, как он давал ответ модулю вывода, тот показывал пользователю всю информацию. В новой версии приложения планируется задать функции этого модуля прямо в модуле вывода – поиск на всех сайтах будет осуществляться отдельно и сразу выводиться на экран пользователя, что позволит сразу понять, что процесс проходит успешно, а также ускорит получение результата, так как первую строчку информации пользователь получит очень быстро. По мере продолжения поиска новые цены будут появляться на экране и сортироваться в реальном времени, а о завершении поиска оповестит специальное всплывающее окно.

Требуются некоторые дополнения в работе базы данных. Во-первых, необходимо добавить сохранение не только нынешней цены на книгу, но и

предыдущей для сравнения. Во-вторых, новым полем в базе данных будет комментарий и теги пользователя, если он захочет добавить эту информацию в «Вишлисте». Кроме того, будет реализована система обновления базы по одному из сценариев: автоматическое ежедневное или при каждом включении приложения и вручную пользователем.

В результате работы над следующей версией приложения будут добавлены многие функции, которые будут осуществляться пользователем. Таким образом теперь он сможет не только осуществлять поиск в интернете и сохранять данные, как это было раньше. Теперь пользователь сможет обновлять всю базу данных или отдельную ее позицию вручную, осуществлять поиск в базе, добавлять заметки и теги, сортировать книги, удалять отдельные пункты из базы, а также сохранить файл базы данных для переноса на другое устройства.

Разумеется, такие нововведения нужно обдумывать не только с точки зрения практической реализации, но и внешнего вида. Увеличение возможных действий, совершаемых пользователем, заставляет тщательнее обдумывать, как реализовать их с визуальной точки зрения. Главными правилами пользовательского интерфейса являются структурированность и связность элементов, сгруппированность элементов в разделах, понятность и доступность [1].

Элементы интерфейса должны быть связаны друг с другом и структурированы. Значит пользователь может перейти из вкладки «Поиска» к «Вишлисту», посмотреть только что найденную и сохраненную книгу в «Вишлисте» прямо из окна выполненного поиска, а по возвращении из «Поиска» в «Вишлист» программа должна запомнить предыдущее положение страницы и вернуть его.

Элементы следует сгруппировать в меню или разделы. В данном приложении есть три вкладки, отвечающие за структуру: «Поиск», «Вишлист» и «Настройки». За структурирование в «Вишлисте» отвечает сам пользователь. Он может добавить теги, которые программа превратит в своего рода папки меню, по которым можно будет переходить, как по оглавлению. Пользователь может распределить книги, например, по жанрам, видам изданий или приоритету приобретения. Приложение будет предлагать готовые решения, чтобы упростить процесс работы с ним, однако пользователь в праве сам настроить систему и создать систему тегов вместо предлагаемой или в дополнение к ней.

Еще одним важным пунктом при взаимодействии пользователя и приложения является понятность. Пользователь должен не только понимать, что именно он делает за счет понятных надписей на кнопках и их расположении, но и получать подтверждение своих действий, например, после нажатия кнопки «Удалить» будет полезно всплывающее окно, которое подтвердит, что книга действительно была удалена. Особенно это касается процессов, которые не видны визуально, либо



продолжаются некоторое время. Строка поиска в «Вишлисте» должна отличаться от поиска в сети так, чтобы сразу была понятная ее функция. В приложение будет добавлено большое количество необходимых поясняющих окошек, а также текстовые вставки, понятно рассказывающие как правильно осуществить поиск и работать с приложением. Особенное внимание следует уделить вкладке «Настроек», чтобы пользователь сразу понимал, как сделать работу с приложением максимально удобной для себя.

Таким образом, в результате анализа ранней версии приложения были приняты важные решения по дальнейшей разработке. Благодаря выбранному курсу работы новая версия приложения исправит несовершенства старой, добавит множество функций, необходимых для комфорта пользователя и, благодаря продуманным требованиям к дизайну пользовательского интерфейса, эти функции будут наиболее эффективны и понятны пользователю.

#### **Список использованных источников:**

1. Что такое UX/UI дизайн, или как сделать посетителю сайта приятно. [Электронный ресурс] // <https://idbi.ru/blogs/blog/chto-takoe-uxui-dizayn> (дата обращения: 13.11.2020).

© Сухова А.П., Фирсов А.В., 2020

**УДК 004.9**

## **ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РАЗРАБОТКЕ АНАЛОГА 3D-ОРУЖИЯ ИЗ КОМПЬЮТЕРНОЙ ИГРЫ**

Сухова А.П., Никитиных Е.И.

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

В настоящее время не представляется возможным жить в обществе, не используя компьютерных технологий и достижений. Компьютерные технологии совершили настоящий прорыв во многих областях нашей жизни, они открыли невероятный мир удивительных возможностей не только для оперативной обработки большого количества данных и информации, но и для творчества. Таким образом, информационные системы стали играть огромную роль в дизайн проектировании. Компьютер многократно увеличил скорость работы и расширил возможности дизайнера.

Средства компьютерной графики, особенно визуализация, существенно помогают при проектировании, показывая конструктору, что может получиться в результате, и, давая ему многовариантную возможность сравнить это с тем, что сложилось у него в голове.

В современное время самые искусные из возможных программных решений, позволяют моделировать любые формы любых объектов, визуализировать цвет, текстуру, постановку света, создавать анимацию движения и т.д. [1]. При проектировании и внесении изменений и обработки проекта, компьютерные технологии позволяют вывести процесс разработки проекта на новый уровень с помощью определенных редакторов. Возможность создания проекта, выбора библиотек текстур, материалов и 3D-моделей для выполнения архитектурной или интерьерной визуализации в программах компьютерной графики объективно важны при работе. Благодаря появлению и популяризации 3D-печати, 3D-моделирование перешло на новый уровень и стало востребовано как никогда.

Существует большое множество компьютерных программ по 3D-моделированию. Одна из наиболее современных и удобных программ для проектирования в дизайне это 3Ds MAX. В отличие от большинства программ, в 3Ds MAX существует возможность применять разнообразные плагины, что улучшает качества и разнообразия картинки. В 3Ds MAX все модели создаются с помощью набора инструментов, позволяющих выполнять как простые, так и сложные многоэтапные операции, ориентированных на создание сложных форм и подготовку к производству на станках с ЧПУ. Любое изделие, будь оно единичное или для массового потребления, начинается с этапа эскизирования.

Работа с аналогами – прежде всего поиск своего источника вдохновения, стиля и настроения. Подобранные аналоги подвергаются тщательному изучению. Оттенок, форма, текстура, композиция, эмоция – все имеет значение и ложится в основу нового произведения. Опираясь на этот материал, дизайнер создает серию быстрых эскизов.

При разработке 3D-модели оружия из видеоигры за основу была взята пила изображенная на рис. 1. Основная задача проекта заключалась в подробном воссоздании дизайна, обеспечение подвижности необходимых для анимации элементов, настройка текстур для различных областей модели. Кроме реалистичного дизайна требовалось создать анимации атаки, совпадающей со звуковым эффектом этой атаки и записать анимационный ролик.



Рисунок 1 – Аналог 3D оружия.

Построение трехмерной модели выполнялось в программе 3Ds MAX. Основная задача 3D-моделирования заключается в том, чтобы дать наиболее полное представление о несуществующем на данный момент объекте, создание которого планируется в ближайшем будущем. 3D-

модель помогает создать представление о необходимых материалах, размерах и прочих характеристиках будущего объекта.

Любая профессия, связанная с проектированием, моделированием, программированием, редактированием, 3D-визуализацией, рекламой и рекламной продукцией, не обойдется без хорошего программного обеспечения. Синтез дизайна и технологий даст эффективность разработанной методики. На данный момент времени почти все этапы в методике создания предмета выполняются при помощи программных продуктов и техники [2].

Базовая форма состоит из тонких цилиндров (Cylinder) и цилиндров с отверстиями посередине, созданных из двух окружностей (Circle), которые объединялись и модифицировались инструментом Extrude. Центральную часть модели образует фигура Star, специально настроенная, чтобы походить на внутренние зубцы пилы.

Декоративные элементы создавались по единому сценарию: согласно образцу рисовалась замкнутая линия (Line), редактировалась при свойствах каждой точки Bezier или Bezier Corner, затем модифицировалась инструментом Extrude. Некоторые объекты затем переводились в Editable Mesh, где прорисовывалась полигональная сетка. После этого к объекту применялся модификатор MeshSmooth для сглаживания. Объекты, повторяющиеся по кругу, дублировались с помощью «Tools – Array». Смоделированные в программе 3Ds MAX детали показаны на рис. 2.

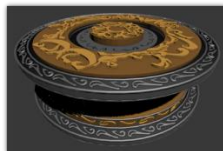


Рисунок 2 – Создание декоративных элементов в 3Ds MAX.

Кольца создавались из цилиндров, которые модифицировались при помощи Bend. Рукоятка – цилиндр, каждое кольцо которого было трансформировано. Зубцы созданы из линии с применением Extrude, затем переведены в Editable Mesh. Там, в режиме редактирования вершин, их форма была создана вручную, как показано на рис. 3.

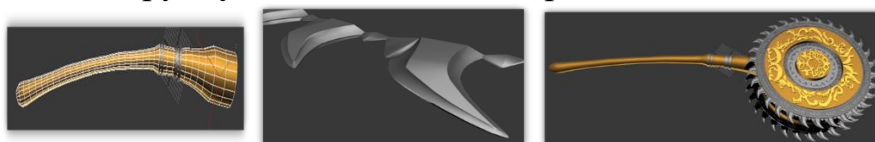


Рисунок 3 – Созданная 3D модель оружия.

При сравнении оригинального внешнего вида оружия и созданной в данной работе модели заметно, что модель имеет более четкие детали, так как не ограничена техническими характеристиками игровой консоли и может иметь большее количество полигонов.

Основная задача 3D-моделирования заключается в том, чтобы дать наиболее полное представление о несуществующем на данный момент объекте, создание которого планируется в ближайшем будущем. 3D-

модель помогает создать представление о необходимых материалах, размерах и прочих характеристиках будущего объекта. [3]

3D-моделирование служит ключевым элементом для изготовления прототипа в масштабе 1:1.

Благодаря открытой архитектуре в программе 3Ds MAX аниматоры могут воспользоваться преимуществами за счет использования более чем ста подключаемых приложений. В результате их использования появляется возможность быстро и легко добавить на сцену впечатляющие эффекты. Также в программе 3Ds MAX возможно создание и собственных приложений-модулей, позволяющих настроить оригинальный вид своих творений.

Программа 3Ds MAX предоставляет инструментарий не только для создания трехмерных объектов, но и для их оживления, обрабатывая объекты и используя различные команды можно изменять исходную форму смоделированных объектов. В задачах дизайна с помощью программы 3Ds MAX есть только один предел – это наше воображение.

В трехмерной графике существует много возможностей. Эту программу используют в различных сферах, особенно художники-дизайнеры и web-мастера используют программу для создания 3D-изображений и текстильных изделий. Аналогично можно создавать другие различные формы: проекты больших зданий, фонтанов и т.д. [4].

#### **Список использованных источников:**

1. Основные этапы в разработке комплекса детской мебели из дерева/Гуляева Е.В., Никитиных Е.И.// Инновационное развитие техники и технологий в промышленности (ИНТЕКС-2020). Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием, посвященной Юбилейному году в ФГБОУ ВО "РГУ им. А.Н. Косыгина". 2020. С. 139-143.

2. Разработка 3D моделей для проектирования изделий текстильной и легкой промышленности/ Михайлов М.М., Никитиных Е.И.// Инновационное развитие легкой и текстильной промышленности (ИНТЕКС-2019). Сборник материалов Международной научной студенческой конференции. 2019. С. 129-131.

3. 3D-моделирование комплекта модульной системы мягкой мебели для зоны отдыха в школах/Лукина Е.С., Никитиных Е.И.// Инновационное развитие техники и технологий в промышленности (ИНТЕКС-2020). Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием, посвященной Юбилейному году в ФГБОУ ВО "РГУ им. А.Н. Косыгина". 2020. С. 147-150.

4. Трехмерное моделирование и визуализация здания университета/Никитиных Е.И., Элеменкин А.Н.// Инновационное развитие техники и технологий в промышленности (ИНТЕКС-2020). Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей

с международным участием, посвященной Юбилейному году в ФГБОУ ВО "РГУ им. А.Н. Косыгина". 2020. С. 133-136.

© Сухова А.П., Никитиных Е.И., 2020

УДК 7.03:2

## ИСКУССТВО И РЕЛИГИЯ ART AND RELIGION

Телелюшина А.А., Новикова Н.В.

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

What is art? Very often it is defined as the creative reproduction of the world. Art is one of the fundamental parts of our cultural heritage.

What is religion? Religion is a set of people's views, based on a common belief in the supernatural. Religion is built on a whole set of rules, restrictions, norms of behavior and rituals.

How do they work together? Both contribute to the spiritual revelation of people and the development of their creative potential.

Both art and religion show emotional attitudes towards the object, though in case of art feelings arise in the process of interaction with reality, while religious experiences are directed towards the supernatural.

Throughout human history, religion and art went side by side and complemented each other.

Art borrowed a lot from religious mythology, while art works were included in the system of religious cult.

Religion formed only at a certain stage in the development of human society. It was preceded by a pre-religious period. During the Paleolithic, when people did not know religion, there was both morality and art.

In the pre-religious period, people worshipped the forces of nature and this was reflected in their art. A lot of rock paintings have come down to our time, which mainly depict animals, these images were of great importance to people. The most famous are the images in the Altamira cave, which is located in Spain. It was the discovery of these rock paintings that shocked scientists, and later many more places with Paleolithic paintings were discovered. For example, the French cave of Chauvet, where many animals are depicted, such as woolly rhinoceros, tarpan, cave lion, bears, panthers and bison.

Over time, cave painting also underwent changes. If the painting of the Paleolithic era consisted of lines and was devoted mainly to animals, then in the painting of the Mesolithic and Neolithic epochs there are both animals and handprints and images of people, their interaction with animals and with each other, as well as the deities of primitive cults, their rites.

At the moment, scientists are still arguing about the meaning of rock paintings. But there are hypotheses that the images are part of the shamanic beliefs of primitive people, rituals, "hunting magic", which was supposed to bring good luck.

The progress of mankind was manifested in the form of people mastering new tools of labor and the sign systems. The progress of society is the progress of human culture.

The rudiments of artistic activity were among Neanderthals. There are no grounds to separate the time when the rudiments of art appeared from the time when the rudiments of religion appeared. The formation of both went on at the same time.

In the ancient world gods were not separated from the elements of nature, animals and people. In Egypt the god Horus was shaped as a falcon, Anubis had the head of a dog, there was also a goddess with the head of a lioness. These gods resemble people in terms of physical appearance and in terms of their behavior. The gods of Ancient Hellas were idealized images of people who were characterized by virtues and by vices.

Religion and art intertwined with each other. The ancient Greek art drew its plots from religious sources, such as myths. The statues dedicated to gods are still breathtaking. They are among the biggest treasures of such world famous museums as the Louvre and the British Museum.

Temples in Ancient Greece were open altars in beautiful olive groves. Images of gods and goddesses were everywhere: in the local market, in houses and at crossroads. Temples were full of works of art.

There is no denial that ancient culture has had a strong influence on the development of modern Europeans. Since the Renaissance, the images of ancient Greek mythology have attracted the attention of such great artists as Leonardo da Vinci, Sandro Botticelli and Titian.

One of the most famous paintings in which we see ancient Greek mythological subjects is the painting by Sandro Botticelli "The Birth of Venus". Venus in this picture is the embodiment of the ancient canon of beauty. Her entire posture, the way she leans on one leg, the line of her hip, the chaste hand gesture, and the very proportions of her body are based on the canon of harmony and beauty.

Another example can also serve as a picture of Titian's "Perseus and Andromeda", which also displays the mythological story. The picture shows the hero Perseus flying through the air and trying to kill a sea monster that came to kill Andromeda, chained to a rock on the seashore.

The artistic means and techniques used in medieval religious art were determined by the needs of the church. Hence the symbolic nature of artistic images in religious art. The symbol is a kind of sign. The symbol acts in the process of cognition as a kind of substitute for real objects.

The process of interaction between art and religion became quite systematic in the world religions of Christianity, Buddhism and Islam, though the principles of using art for their own purposes in them are different.

When we think about Christianity we imagine pictorial art, icons and frescos.

One of the most famous and beautiful frescoes in the world are the ceiling paintings of the Sistine chapel. These paintings are a number of frescoes by Michelangelo Buonarroti. In the Central part of the ceiling there are 9 scenes from the Book of Genesis, as well as frescoes showing other biblical stories, prophets and sibyls, as well as the ancestors of Christ. One of the most famous frescoes from this cycle is the fresco "the Birth of Christ".

In countries where Islam is spread, art was rather decorative. Mosques, minarets, and mausoleums of sheikhs were built by the best professional master architects. The doors, portals, walls and windows are decorated with ornamental carvings and decorated inscriptions on stone and wood.

Built in 1653 by the ruler of the Mughal Empire Shah Jahan in memory of his wife Mumtaz mausoleum, the Taj Mahal became one of the most recognizable and famous landmarks in the world. Tourists from all over the world come to see it every day.

The symbolic picture of the world developed during the transition from Antiquity to the Middle Ages. Understanding symbols is understanding what values guided Europe during the millennium. A symbol is something that helps people communicate with each other and to understand a religious society. The symbol is not self-sufficient, it can have different meanings different in different communicative situation.

The harp meant the path to another world also this picture means psalms or musical instruments that are used to glorify God.

The tower was the symbol of chastity. The tower with three windows is a symbol of Saint Barbara, who for her imprisonment demanded to build a tower not with two, but with three (in honor of the Trinity) windows.

An empty vase symbolizes the body from which the soul has been separated. The lily vase speaks of the purity of the Virgin Mary.

The rope is a symbol of betrayal. The hanged woman in the picture is a symbol of despair.

The keys symbolize the power of the church to forgive sins. Two keys – double power – to open the doors of hell and the doors of heaven.

The book symbolizes the Bible. An open book means truth and revelation. The closed one contains the names of the elect and symbolizes the Last Judgment.

The sword is the symbol of power and the emblem of many saints and martyrs who suffered death by the sword.

It should be mentioned, that works of art that did not fit into a religion were condemned as sin. The church condemned the values of earthly joy and optimism. Religious intolerance was tough.

Many works of art were banned and condemned by the Church for not conforming to certain canons or beliefs. Works by famous artists can also be banned and condemned. Examples include works by Caravaggio such as "Saint Matthew and the Angel", "Assumption of the Virgin Mary". The Church was the customer of these works, but rejected them, as they considered the paintings extremely obscene, outrageous and distorting the history of the Church.

Some icons were also prohibited. Some of these icons were those that depict the mixed hypostatic Trinity. The iconography of the mixed hypostatic Trinity assumed the combination of the three faces of the Lord - God the Father, God the Son and the Holy Spirit – in one. In Europe, the mixed-hypostatic "Trinity" was banned as "heretical and blasphemous" even under Pope Urban VIII in 1628. In Russia, a ban on it was imposed only in 1764.

The main content of religious art was the images of spirits, saints and gods.

Many famous artists got orders from the church. Religious plots inspired many masters such as Rembrandt and Velazquez. They tried to convey human experiences, earthly passions and conflicts through religious paintings.

#### **Список использованных источников:**

1. Hogan C. The Art of Religion: Aestheticizing Christian, Jewish, and Muslim Religious Artifacts / Cynthia Hogan. – Brill, 2017. – 164 p.
2. Rosenzweig R. Worshipping Aphrodite: Art and Cult in Classical Athens / Rachel Rosenzweig University of Michigan, 2004. – 264 p.
3. Apostolos-Cappadona D. Religion and the Arts / Diana Apostolos-Cappadona. – Brill, 2017. – 80 p.
4. Apostolos-Cappadona D. Religion, art, and visual culture: a cross-cultural reader / Diana Apostolos-Cappadona. – Plate ed., 2015. – 280 p.

© Телелюшина А.А., Новикова Н.В., 2020

#### **УДК 304.2**

### **РАБОТА С ПОДРАСТАЮЩИМ ПОКОЛЕНИЕМ КАК ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННЫХ ПРАКТИК КУЛЬТУРЫ**

Тимофеева А.Н.

Научный руководитель Лаврентьева Е.А.

*Московская государственная*

*художественно-промышленная академия имени С.Г. Строганова, Москва*

Дизайн-концепции в современном мире играют особую роль. Важно также, что они применимы к большому количеству разнообразных отраслей (промышленная, транспортная и т.д.). Но для того, чтобы умело



разрабатывать дизайнерские решения, необходимо наличие хороших специалистов, и, дело даже не в технически-грамотном аспекте этой деятельности, а скорее в её творческой составляющей. Формирование креативного мышления у ребёнка, введение его в проблематику и механизмы функционирования современной культуры, способно воспитать не только будущего творца (дизайнера, архитектора и художника), но и чуткого зрителя. Такой «симбиоз» (художник – зритель) является неотъемлемой частью художественных практик.

Ежегодно в мире проводится огромное количество разнообразных массовых мероприятий, куда входят и выставки, и концерты, и фестивали; внедряются всевозможные проекты по улучшению городской и транспортной инфраструктуры. И для того, чтобы всё это реализовать, необходимы идейные вдохновители проекта, их «разработчики» и «наладчики». Чаще всего это взрослые, уже опытные специалисты, мастера своего дела или же новые лица, юные специалисты, «молодая кровь», способная посмотреть на любые ситуации под новым углом, с современной прогрессивной, инновационной точки зрения.

Последнее время люди всё чаще рассуждают о том, что необходимо давать дорогу молодым, так как будущее не за горами и оно в их руках. Но мало кто задумывается, что для того, чтобы молодое поколение действительно смогло стать достойными преемниками и реализовывать по-настоящему масштабные и стоящие проекты, применять и создавать конкурентоспособные, выигрывающие на фоне других дизайн-концепции, необходимо не просто перенимать опыт старших поколений, быть насмотренными в соответствующей среде, информационно подкованными, но и с малых лет развивать в детях способность творческого мышления.

Всё начинается с дошкольного образования: с детских садов и всевозможных творческих и интеллектуальных кружков, в которых занимаются дети. Важно именно с такого возраста начать развивать у юных ребят воображение и выявлять творческие способности, внедрять опыт дизайн-концепций и художественных практик. В наши дни дети растут и развиваются очень стремительно, и многие из них уже с малых лет проявляют себя в той или иной сфере, в таких случаях следует обращать на это внимание и помогать двигаться ребёнку в направлении, которое пришлось ему по душе или получается у него лучше других. Но педагоги не должны забывать и про тех, кто возможно не проявляет себя так явно. Для этого необходимо заниматься абсолютно с каждым ребёнком не только по заданному образовательному клише, но и давать детям разнообразные задания на воображение, проводить творческие мастер-классы, водить на всевозможные экскурсии, квесты и так далее. Подобный подход к воспитанию позволит в будущем стать маленькому человеку личностью, быть коммуникабельным, желающим всегда познавать мир, придумывать неординарные решения на различные вопросы и задачи,

разрабатывать и внедрять новые интересные дизайн-концепции в различных сферах жизни.

В наше время с каждым годом всё больше внимания начинают уделять творческому воспитанию с малых лет, что не может не радовать. Это достигается посредством открытия школ студий, творческих мастерских, выпуском ярких интерактивных детских печатных изданий. С их помощью, повзрослев, молодое поколение сможет реализовывать потрясающие идеи, достойно представлять страну на международном уровне, быть законодателями дизайн-концепций. «А поскольку изменить мышление взрослого практически невозможно, мы должны заботиться о детях...если мы заинтересованы в изменении общества к лучшему, мы должны позаботиться об этих людях, которые уже здесь, с нами» [1].

#### **Список использованных источников:**

1. Бруно Мунари в Брере. Остальные-мы. [Электронный ресурс]: Пинакотека Брера, проект Мунари 70-х годов. URL:<https://pinacotecabrera.org/brera-stories/bruno-munari-a-brera/> (дата обращения: 11.11.2020).

2. Бахрах Эстанислао Гибкий ум. Как видеть вещи иначе и думать нестандартно/ Эстанислао Бахрах; пер. с исп. Е. Куприяновой; [науч.ред. К. Пахорукова]. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. – 240с.

3. Марина Москвина Учись видеть. Уроки творческих взлётов/ Марина Москвина. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 360с.

© Тимофеева А.Н., 2020

**УДК 745:749**

### **ПРОЕКТИРОВАНИЕ АВТОРСКОЙ КОЛЛЕКЦИИ: ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ФОРМЫ И ДЕКОРАТИВНОГО ИСКУССТВА В ПРОЕКТИРОВАНИИ КОСТЮМА**

Тимошенко В.О., Лобанов Н.А.

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

В настоящее время в проектировании костюма наблюдается «кризис смыслов», от чего мода лишается новых идей, что ведет к бездумному транслированию на подиуме одного и того же образа, меняя лишь его презентацию.

Проведя исследование и изучив последние показы высокой моды осень-зима 2020-2021 гг., можно отметить следующее:

повторение дизайн-формы, от чего узнаваемость бренда стирается;  
уникальность презентуемого костюма теряет свой изначальный смысл, от чего интерес потенциального потребителя к бренду снижается;

однотипные материалы и их «обычность» не повышает заинтересованность к коллекции бренда.

Данные тенденции можно отметить в коллекциях Alexander McQueen и Valentino, Versace (рис.1) и т.д.



Рисунок 1 – Модели из коллекций: а) Alexander McQueen; б) Valentino; в) Alexander McQueen; г) Versace [1]

Заимствование и цикличность моды, обуславливается тем, что в современном проектировании утрачивается творческий подход, где лидирующие позиции занимает коммерческое составляющее костюма. Костюм не рассматривается с позиции искусства и уникальности, а вбирает в себя тренды, от чего всемирная мода приобретает единый цвет «серости». Это ведет к тому, что у потребителя развивается безразличие к высокой моде и такое проявление как, ремесленный подход к костюму, рассматривается с позиции актуальности.

В современном проектировании художнику для того, чтоб сделать изделие уникальным, нужно уметь грамотно соединить две ипостаси в дизайне костюма – это декоративно-прикладное искусство и форму костюма. Два этих направления в проектировании редко выступают как единое целое. Зачастую в коллекциях, которые презентуют на подиумах, можно отметить разделение изделий, художественная выразительность которых достигается декоративным оформлением костюма или путем моделирования простой формы в дизайн-форму. В связи с этим, целью исследования, является разработка конкурентно способной коллекции основной на принципах взаимодействия формообразования и декоративного искусства костюма.

Прежде чем приступить к материальной части проекта, необходимо провести исследование, и изучить принципы работы с дизайн-формой костюма, а также рассмотреть влияние на костюм декоративно-прикладного искусства.

Процесс формообразования костюма является неотъемлемой частью в проектировании и неразрывно связано с пропорциями человека. Человеческий глаз при изучении и анализе формы сопоставляет величины (длины, диаметры и высоты) между собой и по отношению к целому, тем самым определяет композиционный центр, объемность, тяжесть и легкость композиции [2, 4].

Изучив литературное пособие по проектированию костюма, а также проанализировав терминологию, автором были составлены ниже следующие понятия.

Дизайн-форма –это особая организация композиции костюма, которая возникает как предмет деятельности дизайнера в результате содержательного преобразования материала с целью воссоздания новой формы, соответствующей современным трендам и удовлетворяющей эстетическим, эргономические требованиям костюма.

Декоративно-прикладное искусство –это вид деятельности человека, где задачей является создание изделия с эстетически-утилитарными функциями. То есть изделие должно нести не только «указательную» функцию, а также могло использоваться в быту [5].

Вышивка – это вид декоративно-прикладного искусства, где мотив выполняется ручным или машинным способом на различных материалах, таких как ткань, войлок, кожа, трикотаж и т.д. Изображения, полученные путем вышивки, могут быть разнообразны, например, узор, орнамент, сюжетные композиции, портреты [3, 5].

Для того, чтоб создать качественный дизайн продукт, в котором будут сочетаться эстетические, эргономические функции, а также демонстрироваться его актуальность, нужно забыть про тенденции и тренды. Следовать за всеми и делать как все, это означает не создавать абсолютно ничего. Эксперимент и новаторство – это двигатели, которые ведут в новое будущее.

При создании новой формы, вбираемой в себя, как модельные особенности формообразования, так и авторские мотивы вышивки, нужно ориентироваться на источники вдохновения и концептуальную составляющую проекта. Концепция – это философия дизайнера, которая транслируется путем материальной формы, через семантику и внутреннее содержание костюма. При таком подходе важно учитывать читаемость идеи и ее социальную значимость.

Проектируемая коллекция одежды «Мрачные тени» несет ценностное послание, так как концепция отражает духовную составляющую человека, его путь души в этом мире. В основе идеи коллекции лежит человеческая душа и ее демоны. Каждый человек в отдельности сражается со своими личными демонами, которых он не хочет признавать. Что такое демон? В древнегреческой мифологии, это существо среднее между богом и человеком. В переводе с греческого ДЕМОН – имеет корень «МОНОС», что означает единство, а приставка «ДЕ» имеет смысл отрицания, то есть ДЕ-МОН – это отрицание единства. В итоге каждого сражения человек должен понять, что его демоны, это он сам. Его нежелание принимать и познавать себя, рождает все больше демонов, которые истязают и разобщают целостность человеческой души. Исход один – «прими себя».

В ходе проектирования и обдумывания основной концепции, был спроектирован идол коллекции, который отражает идею, а также является прототипом для будущего формообразования костюма (рис. 2).



Рисунок 2 – Прототип формообразования коллекции «Мрачные тени»

На основе теоретического и практического анализа, была спроектирована авторская коллекция «Мрачные тени». В данной коллекции демонстрируется взаимодействие формы и авторской вышивки, через идеологию понимания бытия. Эскизный вариант коллекции представлен на рис. 3.



Рисунок 3 – Авторская коллекция «Мрачные тени»

Основываясь на вышесказанном, можно отметить, что современная мода носит циклический характер и ее основная задача «угодить массам». В связи с этим такое понятие, как «искусство костюма» отодвигается на задний план, отчего содержание костюма страдает в современных реалиях. Это отражается на общем понимании формы, которая повторяется из года в год, где нет новаторских идей. Выход из сложившейся ситуации один: «Искусство не терпит игру, в него нужно окунуться». То есть при проектировании костюма, на первое место нужно ставить «эксперимент», который ведет к новым открытиям. Только так рождаются новые идеи, методом проб и ошибок.

#### **Список использованных источников:**

1. Vogue / [Электронный ресурс] URL: <https://www.vogue.ru/> (дата обращения 27.09.2020)
2. Art Gallery / [Электронный ресурс] URL: <http://shedevrs.ru/materiali/316-formoobrazovanie.html> (дата обращения 31.10.2020)
3. Основы художественного проектирования костюма / [Электронный ресурс] URL: ресурс] URL: <https://nashaucheba.ru> (дата обращения: 31.10.2020)
4. Гусейнов Г.М., Ермилова В.В., Ермилова Д.Ю. Композиция костюма: Учеб.пособие для ВУЗов./ Гусейнов Г.М., – 2007 - М.: Академия, 2-е издание. - 432 с.
5. Еременко Т.И. Вышивка: Техника. Приемы и изделия. / Т.И. Еременко. – М.: АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2001. – 192 с.

© Тимошенко В.О., Лобанов Н.А., 2020

**УДК 7.067**

## **ПРИНЦИПЫ АДАПТАЦИИ ВЫСТАВОЧНЫХ ПРОЕКТОВ ДЛЯ НЕЗРЯЧИХ И СЛАБОВИДЯЩИХ**

Титова В.И.

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

При посещении музеев у незрячих и слабовидящих людей может возникнуть множество трудностей, поэтому необходимо адаптировать для них пространство в целом: удобная навигация, доступная стойка информации, гардероб, уборные и зоны отдыха. Для того чтобы обеспечить этим людям комфортный осмотр экспозиции необходимо: создавать условия для тактильного восприятия объектов (скульптура, графика, живопись, инсталляция) и снабжать эти объекты тифлокомментариями; разрабатывать экскурсионные маршруты и ответственно подходить к обучению сотрудников музея, которые могут взаимодействовать с этой аудиторией.

Произведения искусства необходимо сопровождать тактильными моделями и небольшим пояснительным текстом, написанным шрифтом Брайля и укрупненным этикетажом (для слабовидящих и пожилых посетителей). Тотально незрячему посетителю не будет достаточно только тактильной модели ему необходимы условия мультисенсорного восприятия произведения, то есть помимо активации тактильных анализаторов необходимо задействовать органы слуха, прибегнув к тифлокомментированию. Это поможет дать зрителям представление о цветовой гамме, подробнее разъяснить сюжет, и соответственно достигнуть как минимум первой ступени восприятия художественного образа.

Тифлокомментарий – подробное и корректное описание объекта, которое переводит визуальную информацию в текстовую. Тифлокомментарий должен быть по возможности кратким и исчерпывающим. Описание должно включать в себя сведения о названии, категории, размерах, материалах и тональности, сюжете произведения.

Помимо тактильной модели и тифлокомментария незрячим и слабовидящим посетителям можно предложить ознакомиться с материалами, из которых сделана работа, а также попытаться задействовать другие анализаторы: осязание, обоняние, слух, вкус и кинестетическое чувство.

Тактильная модель безусловно не дает посетителю представления о габаритах скульптуры, однако, в тексте тифлокомментария обязательно уделяется место описанию размера, лучше всего описывать размер, ссылаясь на параметры человеческой фигуры. Скорее всего у слепых от

рождения людей в голове будет возникать образ отличный от представления зрячих людей, однако они все же смогут сформировать свое представление о работе основываясь на тактильной модели и тексте тифлокомментария. Это будет опыт отличный от нашего, но можем ли мы называть его неверным или неполным только потому что он другой?

Объемные виды искусства наименее доступны для незрячих, познавательная информация или концептуальная составляющая этих произведений искусства будет усваиваться незрячими без особых проблем. Однако внешнее эстетическое содержание менее доступно для них. Доступными тактильному и мышечно-суставному чувству незрячих элементами будут линия, контур, рельеф, форма, объем и структура объектов. Динамичность или статичность конструкции, характер соединений различных элементов, симметричность и асимметричность - всё это доступно при тактильном восприятии макета произведения. Слепоглухой психолог, скульптор-любитель Юрий Лернер предложил барельефно-горельефный способ построения изображений для слепых. Наиболее оптимальный размер скульптурной модели для тактильного осмотра 80-100 см. Важно, чтобы фактура материала макета или слепка сама по себе являлась выразительным средством.

Есть несколько видов адаптации литературных произведений для незрячих и слабовидящих. Книги с укрупненным шрифтом, они подойдут для слабовидящих и пожилых людей. Высота шрифта в таких книгах составляет не менее 14 кеглей (4,5 мм). В России используются кегли высотой 16 и 20 пунктов. Бумага должна быть матово-белой, а буквы – контрастными.

Книги с рельефно-точечным шрифтом – текст в этих книгах выполнен шрифтом Брайля и считывается кончиками пальцев. Подойдут для незрячих, знающих шрифт Брайля. Эти книги массивные и тяжелые, часто комплект одной книги является многотомным изданием.

«Говорящие» книги – это аудио воспроизведение плоскочечатного издания, появились в России с конца 1950-х годов. «Говорящие» книги на флеш-картах, относятся к разряду специальных форматов, обеспеченных криптозащитой, которая позволяет исключить возможность их прослушивания на обычных флеш-плеерах и компьютерах.

Тактильно-рукодельные книги предназначены для восприятия находящейся в них информации через тактильные ощущения. Они содержат рельефные рисунки и/или объемные изображения, выполненные из разных материалов, так же могут содержать укрупненный текст и/или тексты, написанные шрифтом Брайля.

Для незрячих людей также адаптируют видеоролики и фильмы. Для этого разрабатывается аудиодескрипция (словесное описание) видео. Термин аудиодескрипция по смыслу идентичен тифлокомментированию, это его международный эквивалент, корректно составленная

аудиодескрипция не мешает восприятию видео или фильма. Она описывает действия героев, их внешний вид, окружающее пространство, то, как герои взаимодействуют друг с другом и пространством, также если по репликам и диалогам героев непонятны их эмоции, это можно отразить в аудиодескрипции. Фразы-описания помещаются между репликами героев, чтобы не мешать восприятию диалогов.

В 2017 году вышел закон, который обязывает снабжать тифлокомментариями все фильмы, выходящие при государственной поддержке. В кинотеатрах, где показывают эти картины, не менее трёх зрительских мест в зале должны быть оборудованы системами для прослушивания тифлокомментариев, то есть наушниками и передатчиками. В России аудиодескрипцией и аудиовизуальным переводом занимается отдел цифровой доступности компании «РуФилмс». Крупнейшие российские производители кинолент для незрячих: Культурно-спортивный реабилитационный комплекс Всероссийского Общества Слепых (КСРК ВОС) и киноконцерн «Мосфильм». У последнего на Youtube-канале есть отдельная подборка фильмов снабженных тифлокомментариями. Также свой вклад в адаптацию кинолент для незрячих вносят региональные библиотеки для слепых.

Сертифицированных специалистов, способных готовить тифлокомментарии в России готовят в учебном заведении «Реакомп». Его директор Сергей Николаевич Ваньшин – автор методики тифлокомментирования в России.

Подготовка и запись комментария к одному полуторачасовому художественному фильму в России занимает в среднем одну-две недели, осуществляется одним специалистом и стоит около 80 тыс. рублей. За рубежом над аналогичной задачей будут работать три человека, а займёт процесс две-три недели. К сожалению, в России часто прибегают к услугам неквалифицированных специалистов чтобы сэкономить средства, что безусловно отражается на качестве итогового материала.

Существует приложение Тифлокомментатор, которое позволяет получить синхронизированный с фильмом тифлокомментарий (аудио дескрипцию) из библиотеки, доступной на смартфоне. Синхронизация производится автоматически по звуковой дорожке фильма, получаемой с микрофона.

Чтобы сделать спектакль доступным незрячему, его сопровождают тифлокомментарием, в театре этот тифлокомментарий чаще всего происходит в режиме реального времени и осуществляется через специальный наушник. Тифлокомментатор рассказывает незрячим зрителям о том, что происходит на сцене. Тифлокомментарий к театральной постановке разрабатывается заранее. Как и в случае с кино, комментатор встраивается в паузы между репликами, чтобы не перекрывать голоса актеров. Сам он при этом находится в специальной



кабине, изолированной от посторонних шумов и позволяющей следить за тем, что происходит на сцене. Также существует приложение с тифлокомментарием для театральных постановок «Искусство. Вслух».

Незрячие могут посмотреть спектакль в Москве в следующих местах.

Московский театр кукол имеет в своем репертуаре несколько адаптированных для незрячих детей спектаклей. Московский Губернский театр – несколько спектаклей ежемесячно сопровождаются тифлокомментарием и доступны для незрячей публики. Проект «Спектакли-невидимки» подойдет и незрячему зрителю и зрячему, желающему пережить новый, необычный опыт. Всем зрителям предлагают надеть маски на глаза в самом начале действия, а сам спектакль задействует слуховое, обонятельное и даже тактильное восприятие.

Регулярное проведение мероприятий для незрячих и слабовидящих, или адаптация многих мероприятий для них через какое-то время сформирует постоянный костяк аудитории этих программ, которые со временем наберутся опыта и будут обладать определенной экспертностью, что позволит им продвигаться дальше в восприятии художественного образа. Активная коммуникация с ними поможет развивать и улучшать инклюзивные программы музея и улучшать качество восприятия художественных образа за счет опыта и насмотренности.

Адаптация нескольких Московских музеев для незрячих. Библиотека и музей при Российской Государственной Библиотеке для Слепых максимально адаптированы для незрячих, так как именно они являются их целевой аудиторией. Вход оснащён информационными таблицами, выполненными шрифтом Брайля. Лестницы оснащены поручнями, ступени имеют контрастное выделение. В музее регулярно проходят специализированные экскурсии, разработанные и модифицированные совместно со слепыми.

В фонд музея входят тактильно-рукодельные книги для детей, «говорящие книги», книги с укрупненным шрифтом, книги с рельефно-точечным шрифтом. Есть большая подборка книг для аудитории всех возрастов, книги на английском языке. Библиотека оборудована небольшими машинами для самостоятельного производства адаптированных литературных изданий. Также в фонде представлена подборка видеофильмов с тифлокомментариями.

Несколько скульптур в Музее Бурганова оснащены табличками, выполненными шрифтом Брайля. Однако эти скульптуры находятся в разных местах, и даже зрячий посетитель не сразу распознаёт на какой скульптуре есть необходимый этикетаж, а на какой он отсутствует. Также само расположение табличек не соответствует нормам (табличка на уровне 30-40 см от пола не удобна для восприятия). Лестницы в музее оснащены поручнями, ступени имеют контрастное выделение.

Для незрячих посетителей музеев Гараж проводит специализированные экскурсии, которые ведут специалисты, обученные тифлокомментированию и пользующиеся тактильными моделями.

Важно отметить, что форма интерпретации того или иного вида искусства для незрячих и слабовидящих людей должна быть образной, передавать характер произведения, транслировать заложенную в нем эмоцию. Поэтому помимо знания ГОСТов, и понимания особенностей тактильного восприятия слепых, человек, создающий для них тактильные модели, должен обладать познаниями в искусстве, уметь считывать и воспроизводить художественные образы.

#### **Список использованных источников:**

1. А.С. Майданов «Восприятие незрячими красоты» Сокращённый вариант книги. Москва, 2009 г.

2. Ваньшин С. Н. Слепые и живопись. Научно-информационный журнал вузов культуры и искусств. Москва, 2015 г.

© Титова В.И., 2020

#### **УДК 745**

### **ВЛИЯНИЕ ИСКУССТВА XX ВЕКА НА ТЕХНИКУ КОЛЛАЖ В СОВРЕМЕННОМ ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ**

Тихонова Ю.С., Веретенникова А.А.  
*Санкт-Петербургский государственный университет  
промышленных технологий и дизайна, Санкт-Петербург*

В современном мире человек каждый день сталкивается с огромным потоком информации, которая неосознанно запоминается человеком, благодаря своему эмоциональному воздействию. Визуализация информации является частью сферы дизайна. Дизайн воплощает в себе синтез художественной эстетики и технологичности. В конкретных социальных, культурно-исторических, экономических условиях дизайн приобретает различные черты, отражает стилистические тенденции своей эпохи. Эти тенденции проявляются и в театральном дизайне: оформлении спектаклей, рекламно-информационной продукции, художественном конструировании предметного мира, разработки образцов рационального построения окружающей среды, творческой деятельности в которой взаимообусловленная связь эстетики и технологий задает содержание вещи и форму. Первая школа индустриального дизайна в России, начавшая подготовку и выпуск специалистов в этой области, ВХУТЕМАС, повлияла на формирование принципиально нового подхода к подготовке художников, исходя из требований производства и социокультурных условий. В 1920-е годы был провозглашен лозунг «Искусство – в производство». Шёл поиск нового стилистического и визуального языка в

технической эстетике. Дизайн возникает в сфере массового производства в XIX – начале XX вв. как особая проектная культура. И если на ранних стадиях своего развития дизайн представлял собой проектирование именно промышленных изделий, продуктов массового производства, то позже рамки дизайна были расширены, появились такие направления, как «арт-дизайн» и «элитарный дизайн». Понятие дизайн в современном мире охватывает не только графическую направленность материальных объектов, но и экономические, национальные, социальные, нравственные и эстетические категории. Где художественные приемы, сложившиеся в искусстве за много лет, по сей день не теряют своей актуальности. Одним из таких художественных приемов является коллаж.

Приемы использования коллажа художниками применялись еще с конца XIX века во многих видах творчества: как технический прием для создания декоративно-художественных произведений, как профессиональный метод быстрого эскизирования, способ оформления общественного пространства, создания театральных декораций и многое другое. Сам коллаж, в качестве самостоятельного произведения имеет важное значение, в образовательном и индивидуальном творческом процессе, более того, он обладает специфическими выразительными свойствами: контрастное взаимодействие разнородных элементов, материалов, форм, быстрой и точной работы художника, ясности в прочтении зрителем.

С возникновением коллажа искусство более не копирует природу, коллаж создает особое пространство для творчества с самыми разными формами и объектами для создания нового неповторимого художественного образа. Пространство коллажа состоит из сплавов различных тем и стилей, текстов и изображений, графики и рисунка, но вместе с тем коллаж представляет собой единой, цельное произведение.

Целью данной работы является изучение техники коллаж в области графического дизайна и различных видов искусства, а также способов их применения.

Коллаж (от фр Collage – наклеивание, аппликация, от англ. – комбинация разнородных элементов) – прием в изобразительном искусстве, представляющий собой создание живописных, графических или декоративно-прикладных произведений искусства путем наклеивания на какую-либо основу материалов, отличающихся от нее по цвету, форме и фактуре. Главным образом коллаж используется в качестве способа для импровизации за счет столкновения на первый взгляд несовместимых материалов, что позволяет создать остроту образа художественного произведения. Суть этого приема заключается в спонтанности, быстром воплощении идей, а потому он как точно выражает предпочтения художников в быстроразвивающемся обществе XX века. Коллаж как техника проходит длительный этап формирования в искусстве – от

плоскостных вкраплений в пространство картины, до включений в полотна объемных предметов, обозначая переход к ассамбляжу, что впоследствии вызвало изменение статуса утилитарных вещей и способа их репрезентации в искусстве. Первые отдельные приемы коллажа стали использоваться в коптских тканях в IV-VII вв. В сферу искусства коллаж был введён как формальный эксперимент кубистами, футуристами и дадаистами, придумал сам термин Жорж Брак и Пабло Пикассо в начале XX века, когда коллаж стал отдельной частью современного искусства. Они, желая расширить спектр изобразительных средств живописи, создавали полотна с использованием бытовых материалов: газетных вырезок, тканей, бахромы, веревок, металла. На такую «борьбу с холстом» встали многие художники XX века, от Малевича и Татлина до Д. Поллока и Ричарда Принса. Это был настоящий вызов, взрыв академических постулатов того времени. Так в 1912 году рождается «Натюрморт с плетёным стулом» П. Пикассо. Художник в этом произведении использует фрагмент клеенки, который имитирует сиденье стула, а также толстую веревку, в виде рамки. Работы Пикассо представляют собой живописные композиции, сконструированные хаотично распластанными линиями, плоскостями и объемами. Это настоящие шарады, головоломки для зрителя, увлекающие его в попытках разобраться, различить детали, понять, что же изобразил автор («Игрок в карты», «Арлекин», «Партитура и гитара» и др.).

В отечественном искусстве начала XX века главенствовали радикальные эксперименты художников, в число которых входил коллаж и его разновидности. Коллажная техника дала жизнь целому ряду новых видов изобразительного искусства: фотомонтаж, ассамбляж, искусство объекта.

Главенствующим направлением искусства того времени был авангард, в течение которого одновременно существовали сразу несколько направлений: кубизм, кубофутуризм, конструктивизм, супрематизм и абстракционизм. В период авангарда произошел пересмотр всех ранее, присущих искусству значений и функций. Искусство перестало воплощать обычные жизненные ценности, моральная оценка человека и мира перестала быть главной его задачей. Знаковыми чертами авангарда в России стали беспредметность, стремление сделать искусство более понятным человеку, стилевое многоязычие, приоритет формы над содержанием, удаление от природы с целью ее интерпретации, отказ от слепого копирования, признание двух настоящих ценностей: природы и искусства [1]. Хочется отметить, что коллаж в то время пользовался популярностью, это было обусловлено творческой свободой русского искусства. Жизнь художника того времени требовала активных действий, смелых решений, для которых коллаж был методом для реализации новаторских концепций, поскольку предполагает быструю, активную

работу. Коллаж также оказался удобен благодаря своим свойствам: подвижности, ассоциативной емкости.

Первым коллажем в русском искусстве принято считать произведения А. Лентулова: панно «Москва» (1913), в котором художник использовал наклейки из бумаги, и «Василий Блаженный» (1913), с наклейками из фольги. А. Лентулов состоял в художественном объединении «Бубновый валет», участники которого также работали в технике коллажа (П. Кончаловский «Палитра и краски» (1912), А. Лентулов «Автопортрет» (1915)). Далее коллаж разрабатывается в искусстве кубофутуристов (К. Малевич «Дама у афишного столба» (1914), «Частичное затмение» (1914), Л. Попова «Итальянский натюрморт» (1914)) и кубистов (Н. Удальцова «Синий кувшин»).

В это же время появляются Окна РОСТА В. Маяковского, где развиваются новые формы плакатной графики. «Окна РОСТА» (1919-1921 гг.) представляют собой серию плакатов агитационного содержания. Художники, работающие над созданием этой серии, прибегали и к методу коллажирования. Так, например, знаменитый плакат С. Сенькина «Подхватим почин ударников. Дадим трёхнедельный заработок на Заём выпуска 2-го решающего года пятилетки» (1931) был выполнен в технике фотомонтажа. Следует рассмотреть эту технику подробнее. Техника фотомонтажа, возникла в конце 1910-х – начале 1920-х годов, как модернизация коллажа. В начале своей истории искусство фотографии не считалось полноценной художественной формой, на помощь ей пришел фотомонтаж, который позволил передать картину реальной жизни, заменяя рисунок фотографией, художник более правдиво, более понятно для масс изображал тот или иной момент. Художник складывал по методу коллажа различные части фотографий и рисунков, получая при этом новый интересный объект [2].

Первой работой в технике фотомонтажа в СССР, стало произведение художника Г. Клуциса «Динамический город» (1919), где фото впервые было использовано в качестве элемента фактуры и смонтировано по принципу разномасштабности, нарушая вековые каноны изображения, перспективы и пропорции. В дальнейшем этот метод активно использовался Г. Клуцисом и С. Сенькиным в ленинских плакатах (Г. Клуцис «Ленин и дети» (1924), «Поверните оружие против своей буржуазии!» (1924)). Политические лозунги, фото и цвет стали основными деталями фотомонтажа, сделав его новым видом агитационного искусства. В этой технике также работали А. Родченко, Г. Клуцис, Л. Лисицкий, А. Лавинский и другие. Существовало несколько техник фотомонтажа:

многократная экспозиция или мультиэкспозиция – прием, заключающийся в экспонировании одного и того же кадра фотографии несколько раз;

фотогамма – прием, осуществляемый фотохимическим способом (без применения фотоаппарата): предмет помещают на фотобумагу или пленку, и освещают лампой так, чтобы на фотоматериал попала его тень;

светопись или фотопись – прием, заключающийся в получении изображения путем засвечивания фотобумаги, на которой расположены различные по своей прозрачности предметы.

В технике коллажа также работали Л. Бруни, И. Клюн, В. Пестель, Л. Попова, С. Дымшиц-Толстая. Нередко к коллажу прибегали и советские карикатуристы М.В. Куприянов, П.Н. Крылов, Н.А. Соколов, вошедшие в историю под псевдонимом Кукрыниксы. Это еще раз подчеркивает сильное эмоциональное воздействие коллажа.

В отечественном искусстве второй половины XX века также наблюдается широкий спектр использования коллажных техник. Например, литовский график С. Краскаускас использовал коллаж в иллюстрациях к сборнику стихов Э. Межелайтиса «Человек». К коллажному принципу тяготел и Д. Жилинский в своих живописных произведениях («У моря» (1964), «Гимнасты СССР» (1965), «Воскресный день» (1974) и др.). Эффективное использование коллажа наблюдается и в портретных произведениях, например, «Маршал Жуков» К. Васильева (1975). Здесь автор смонтировал фон: поверженная атрибутика фашистской Германии, железная колонна солдат, бушующее пламя пожарищ. Поп-арт, движение, о котором уже говорилось ранее, также проявило себя в отечественном искусстве. Это наблюдается в творчестве А. Косолопова («Прибой» (1973)), И. Кабакова («Коммунальная кухня» (1974)), О. Кандаурова («Владимир Набоков» (1975)) и других.

Единственным жанром, в котором художник сравним по степени власти над материалом с фотографом, можно назвать фотоколлаж. Фотоколлаж, также, как и художественный коллаж, представляет собой свободное соединение разных, часто не связанных напрямую элементов, с целью создать уникальную декоративную или смысловую картину. К наиболее ярким представителям мира искусства в области фотоколлажа можно отнести Д. Хартфильда, Р. Хаусманна, Х. Хоха, М. Эрнста, Л. Мохой-Надя, А. Родченко, В. Степанову, Э. Лисицкого, Ю. Рожкова, Г. Клуциса и других. Коллажи, сделанные посредством, в том числе фотомонтажа, активно использовал в своей работе Ласло Мохой-Нади. Его коллажи отличались использованием большого количества фотоизображений, имели явно выраженный конструктивистский характер и обычно состояли из линейных и плоскостных соединений позитивных и негативных изображений. Он начинает заниматься фотоколлажем в 20-е годы XX века. Художник создаёт изящные композиции, которые сам он именуется как фотопластику и «опытом одновременных представлений» [3]. Для его фотоколлажей характерны следующие черты:

использует в композиции элементы в виде вырезанных с фотографий человеческих фигур, тиражируя и создавая определённую структуру в композиции;

в отличие от коллажей дадаистов, с изучения которых в какой-то степени началось обращения Мохой-Надя к этому приёму, у венгерского художника в композиции есть абсолютно пустое пространство, в принципе не свойственное типичным коллажам;

пустое пространство и помещённые в него человеческие фигуры создают эффект невесомости или парения; как будто таким образом художник показывает свойство того времени – изменения, подвешенное состояние важных процессов и в мире, и в искусстве, нежелание опираться на старые стандарты и догмы.

К характерным фотоколлажам Мохой-Нади можно отнести такие его работы, как «Мечта о школе-интернате» (1924, илл. 17) и «Леда и лебедь» (1925, илл.16). В обеих композициях большая часть листа остаётся без изображения. В работе «Мечта о школе-интернате» также использован приём с тиражированием человеческих фигур. Также эта работа является яркой метафорой своего времени: в ней можно проследить «воспевание» (а может быть и сарказм) идей коммунизма, всеобщего равенства, желания индивида быть частью стаи, команды, партии.

Самые известные живописные коллажи принадлежат Анри Матиссу. Он стал составлять композиции из обрезков цветной бумаги. В 1943 году он начал серию иллюстраций к книге «Джаз» из раскрашенных гуашью обрезков (была закончена в 1947) [4]. Фотоколлажи также, как и фотографию отличает от художественных коллажей зависимость фотографа от того, как поведёт себя технике. Также фотоколлаж по своей технологии более сложный процесс, чем коллаж обычный, что задаёт большие рамки фотографу. Коллаж художника же полностью зависит от воли художника; относительная простота изготовления бумажного коллажа позволяет творцу максимально сосредоточиться именно на творческой стороне работы. В то время как фотограф вынужден оглядываться на большое количество условий, что, конечно, может очень сильно отвлекать его от самого творческого процесса, почти полностью убирая эффект спонтанности именно от ручного творческого процесса, который делает практически каждую работу художника абсолютно уникальной изначально.

История показывает примеры использования коллажных техник в живописи и графике, а современные художники и дизайнеры, опираясь на эти образцы, находят новые применения коллажа в графическом дизайне. В дисциплине академическая живопись, мы видим коллаж как самостоятельное произведение с включением разнообразных материалов, в качестве композиционного решения. Так, например, произведения современного американского художника Адама Колдуэлла представляют

собой смесь классической живописи и коллажа («The very Earth» (2012), «Cauldron» (2013)) [5]. В графике коллаж представляет собой полностью выполненное из «вырезок», или же созданное в графической технике с дополнением различных фактур путем приклеивания произведение. К графическому коллажу относится также фотомонтаж, коллаж в плакате, полиграфическая реклама, созданная при помощи компьютерных технологий.

Что касается декоративного искусства, коллаж может быть использован при работе с текстилем, керамикой, стеклом и другими материалами. Кроме того, широкое распространение коллажных техник мы видим в театральном-декорационном искусстве, искусстве костюма. Важно, что техника коллажа часто используется художниками на первом этапе работы – в эскизах. Движение объектов коллажа, их быстрая и простая замена дает художнику возможность пересмотреть множество вариантов решения. Такой метод эскизирования для своих графических и живописных произведений использовали А. Матисс, С.В. Малютин, а О.В. Розанова, Л.С. Попова, В.М. Ермолаева в работе над книжной и журнальной продукцией [6]. Этот метод хорош и при обучении студентов творческих специальностей, поскольку он предоставляет возможность увидеть начинающему живописцу, графику или дизайнеру произведение в цельном виде, без деталей, а также быстро найти композиционное, колористическое и тональное решение творческой и учебной задачи на различных этапах обучения в следующих учебных дисциплинах: «Академическая живопись», «Пропедевтика», «Основы композиции», «Колористика и цветоведение», «Искусство фотографии» и др. В дисциплине «Академическая живопись», метод коллажа может быть использован, как один из приемов при работе над заданиями по творческой пленэрной практике. В данном случае использование техники коллажа позволяет решить следующие задачи: ясность изобразительной формы элементов; вариативность цветосочетаний для поиска колористического решения; анализ взаимоотношений между фигурами в пространстве композиции; цельная, гармоничная, легко воспринимаемая зрителем композиция.

Коллаж разрушил принципы традиционного искусства, ворвавшись в него в начале XX. Он помог художнику создать из разных форм и материалов, калейдоскопическую картину, каждый фрагмент которой мобилен и открыт для взаимодействия со множеством семантических, символических, стилистических контекстов. Коллаж расширил технические и творческие возможности, позволив создавать быстрые, но в то же время не лишённые художественной ценности произведения. За десятки лет своей истории коллаж усовершенствовался, прошел путь от наклеивания случайных фрагментов газет до многослойных коллажей, выполненных при помощи компьютерной графики.



### **Список использованных источников**

1. Коваленко Г.Ф. Русский авангард 1910-1920-х годов: проблема коллажа. Часть 1. М.: Наука, 2005. – 430 с. - ISBN 5-02-033902-4
2. Якимович А.К. Двадцатый век. Искусство. Культура. Картина мира: От импрессионизма до авангарда. М.: Издательский дом «Искусство», 2003. – 491 с.
3. Вакар И.А. В поисках утраченного смысла. Кризис предметного искусства и выход к «абстрактному содержанию»//Беспредметность и абстракция. Искусство авангарда 1910-1920-х годов. М.: Наука, 2011.-630с.
4. Савельева А. Мировое искусство. Иллюстрированная энциклопедия: Направления и течения от импрессионизма до наших дней. – СПб: Кристалл, 2006. – 192 с.
5. Демченко А.И. Коллаж и полистилистика. От экспериментов авангарда в общехудожественное пространство. Саратов, 2015. – 43 с.
6. Векслер А. К. Коллаж в системе профессиональной подготовки художника-педагога: Дис. канд.пед.наук /А.К. Векслер – СПб, 2011. – 278 с.
7. Векслер А.К. Коллаж как метод творческой работы в системе вузовской подготовки художника–педагога / Научно-теоретический журнал «Среда. Общество. Развитие». №4 (17). –СПб: ЦНИТ «Астерион», 2010. – С. 104-111.

© Тихонова Ю.С., Веретенникова А.А., 2020

**УДК 745. 677; 7.049**

### **РЕТРОСПЕКТИВА ПЛЯЖНОЙ МОДЫ**

Тицкая Е.В.

Научные руководители Куликова М.К., Щербакова А.В.  
*Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство), Москва*

Рассматривая данную проблему, прежде всего стоит начать с разбора ретроспективной эволюции пляжной моды в целом, в частности с развития купальников с самого начала их возникновения вплоть до нашего времени.

Ретроспектива – термин, обозначающий некое возвращение к истокам, в данном случае – к модным тенденциям прошлых лет. Мода – это абсолютно цикличное явление и для того, чтобы понимать и прогнозировать актуальные тенденции нашего времени и недалекого будущего стоит смотреть на истоки тех или иных изделий, орнаментов, фасонов и дизайнерских решений.

Пляжная мода отличается от других направлений. Ее тенденции меняются реже и не в таких масштабах. Так происходит не только из-за особенностей именно данной отрасли в моде, но и из-за культуры разных

стран, а также религиозных убеждений. Так, в большинстве Европейских стран свое предпочтение потребители отдают более открытым, смелым, в цветовой гамме и в фасонах купальникам. В то время, как в Северной Африке, а также в Южной, Юго-Восточной, Центральной и Западной Азии женский гардероб в целом не допускает открытых частей тела, что, конечно же, отразилось и на пляжном ассортименте. Соответственно фасон для купальников предполагаются исключительно закрытый и выполненный в сдержанной цветовой гамме.

Одни их первых моделей купальных костюмов имели глухой закрытый крой, включающий в себя платье и подобие шорт, сшитых из плотных тканей. Их появление датируется периодом Викторианской эпохи. Для дополнительного утяжеления юбки служили специальные тяжелые предметы, которые вшивались в ткань для того, чтобы юбка не задиралась в воде и не мешала человеку плавать. Статистика показывает, что многие тонули в этих костюмах и вскоре стало понятным, что они не предназначены для купания и отдыха. Женщины и мужчины купались отдельно друг от друга. Иной вариант был абсолютно не приемлем. Вследствие чего появляются машины для купания, в которых человека помещали, как в капсулу и на время плавания его совершенно никто не видел. Спускали плавательную машину благодаря лошадям или рельсам. Данное пляжное времяпровождение было сложно назвать отдыхом, тем более оно не предполагало никакой активности. Машины исчезли только к двадцатому веку, когда был разрешен общий пляж для мужчин и женщин.

С развитием курортной инфраструктуры начали появляться первые костюмы для купания. Их зарождение приходилось на эпоху Возрождения, когда прогресс католической церкви был необратимо запущен. Виды отдыха, граничащие с водной средой, постепенно возвращаются в обиход человеческой жизни, их посещение прописывали врачи, так как их положительное влияние на организм сложно было отрицать. В это же время начинают функционировать курорты в Карловых Варах и на Балтийском побережье. Подобные курорты посещало только высшее общество, ведь не каждый мог имел возможность добираться до места на протяжении нескольких месяцев.

Олимпийские игры, не считая античного периода, впервые провели в 1897 году в Афинах, но участвовать смогли не все. Прекрасный пол не допустили до участия, что напоминало по своей сути времена, когда состязания проходили в Древней Греции. Но своего расположения они добились уже спустя 4 года на еще одних Олимпийских играх, теперь уже в Париже.

Девушки смогли принять участие сразу во множестве дисциплин, таких как гольф, большой теннис, конный спорт и многие другие. Со временем появились общие спортивные соревнования, такие как плавание и парусный спорт.

В 1904 году была получена Нобелевская премия за открытие полезного влияния на организм солнечных ванн. С их помощью врачам удалось лечить туберкулез кожи. В это время повсеместно врачи рекомендовали загорать на солнце в качестве профилактики лечения многих заболеваний. Тем не менее до массового увлечения загаром оставалось еще достаточно много времени.

В 1920 году начинает появляться мода на спортивные виды отдыха и на загар. Главным образом перемена пляжной моды обязана борьбе прекрасного пола за право соревноваться в спортивных играх точно также, как это делали мужчины. Непристойная, на тот момент, смелость актрисы и родоначальницы участия женщин в соревнованиях по синхронному плаванию А. Киллерам, привела к полному перевороту в мире спорта. Ее выход в свет в купальнике слитного фасона привел к аресту Аннет. Общественность долго спорила на эту тему и разделилась на два лагеря. Процесс борьбы за равенство запустился. Профессиональные пловчихи с подачи Келлерман добились того, что спустя непродолжительное время стали появляться новые, более открытые модели купальников, которые не сковывали движения и не создавали угрозы жизни при плавании.

Продолжительный период времени признаком вульгарности считалась загорелая кожа. Это обосновывалось тем, что чаще всего смуглый оттенок кожи был отличием работающих в поле крестьян. Аристократическая бледность была признаком принадлежности к высшему обществу. Первым человеком, который смог изменить эту ситуацию, стала Коко Шанель – главная законодательница моды своего времени. Произошло это достаточно случайным образом: во время своего морского круиза, она обгорела, сидя на палубе, и загорелая предстала перед папарацци. С этого момента абсолютно стремительно развивается модный виток на смуглую, загорелую кожу. Теперь от производителей время и ситуация требовали новых фасонов, позволяющих больше открывать тело.

Помимо женского ассортимента пляжной моды, менялся и мужской. В 1930 годы сильной половине человечества дозволялось оголять грудь, тем самым на плавательных состязаниях они начали появляться в шортах длины миди.

Неоспоримое влияние на абсолютное множество сфер жизни и на модную индустрию произвела Вторая мировая война. К 1942 году ткань стала в дефиците. Дабы его снизить Совет по военному производству Америки установил произвести сокращение использования натуральных материалов: хлопка, льна и шелка в одежде. Пляжный ассортимент также попал под удар. Таким образом, производители купальных костюмов были вынуждены придумать двухсекционные модели. Такие фасоны состояли из лифа и высоких трусов, подчеркивающих женскую талию. Люди из мира кино и типографии стремительно подхватили набирающий обороты тренд.

Героинями пененых плакатов становятся дамы в подобных купальниках. Такие иллюстрации создавались для поддержания боевого духа американских солдат.

Инженер Луи Реар произвел большой взрыв в этой индустрии. В то время он возглавлял компанию своей семьи, где руководил заводским производством нижнего белья. Луи обратил внимание на действия женщин, которые в свою очередь направлены на достижение ровного загара. Многие из них, отдыхая на побережьях Сан-Тропе заворачивали края своих купальных костюмов. Таким образом, Луи Реар придумал создать новую, ни на что не похожую деталь сегмента модной индустрии. В 1946 году, 26 апреля Реар произвел модель купального костюма, которая в последствии получила название «бикини». Купальник, который обнажил, первым в истории женский пупок, произвел настоящий взрыв на суде мировой общественности.

Многие Европейские государства не восприняли данный тренд и приняли решение запретить его использование на пляжах этих стран. Благодаря этому действию бикини не пользовалось всеобщим ажиотажем. До 1960-х годов прекрасная половина общества выбирала элегантные модели, которые подчеркивали талию, игнорируя нововведения Луи Реара. Неоспоримое влияние оказали кинематографические картины на общую востребованность бикини. Помимо общей популярности содержания отдельных картин появляется востребованность на использование ролей, в которых женщины находились в раздельных купальниках. Первой актрисой кино, появившейся в таком образе, была Бриджит Бардо в киноленте «И бог создал женщину» 1956 года. Урсула Андерс поддержала данный тренд в кинофильме «Доктор Ноу» 1962 года. Ее эффектное появление из волн Карибского моря было по праву оценено многими поклонниками и зрителями этой нашумевшей ленты. Через 2 года уже Рэжел Уэлч, появилась на экране в кинофильме «Миллион лет до нашей эры», продемонстрировав меховое бикини, чем вызвала непревзойденный ажиотаж.

Именно благодаря кинематографу девушки перестали загонять себя в рамки исключительно одного фасона, а модельеров уже ничего не останавливало в производстве все новых моделей.

Бренд Speedo, который занимался производством одежды для водного спорта в 1970-е годы добавил в свои изделия, такой элемент, как эластан. Этот прием производителей позволял уменьшать процент сопротивления воде, благодаря своим синтетическим купальникам. Помимо этого, они эстетично выглядели на фигуре. Примером актуальности и востребованности данного вида купальных костюмов послужила женская сборная Германии, установившая семь мировых рекордов на Чемпионате мира 1973 года по водным видам спорта.

В заключении можно сказать, что развитие пляжной моды шло вровень с развивающимся обществом. Общественность перестала осуждать женщин за слишком открытые, по их мнению, купальники, благодаря чему появилась огромная свобода выбора и новые, интересные фасоны, подчеркивающие фигуру и выставляющие свою обладательницу в наилучшем виде.

#### **Список использованных источников:**

1. Цветкова Н. Н. История текстильного искусства и костюма. Древний мир. Учебное пособие. - «СПБКО», 2010. – 120 с.
2. Соловьев С. А. Декоративное оформление. – Москва: Просвещение, 1987. – 144 с.
3. Обухов Г. Г. Краткий словарь терминов изобразительного искусства. -Москва, 1961. – 192 с.
4. Лоренц Н. Ф. Орнаменты всех времён и стилей. – Санкт Петербург, 1898. – 100 с.

© Тицкая Е.В., 2020

#### **УДК 687.023**

### **ЗОЛОТОШВЕЙНЫЙ КОСТЮМ – ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ**

Турсунова З.Н., Ражабова Г.Ж.

*Бухарский инженерно-технологический институт, Узбекистан*

В мире золотое шитье было известно уже более 20 веков. Одним из мировых золотошвейных центров была и территория современного Узбекистана. Подтверждением тому служат остатки золотого шитья, найденные на раскопках территории республики. По преданию, золотое шитье знали в Согдиане еще до появления шелка. Арабы, завоевавшие Центральную Азию в восьмом веке, отмечали обилие золотого шитья в одеждах согдийской знати.

Золотое шитье в Узбекистане достигло особого расцвета в XIX в. Центром золотошвейного промысла была Бухара. Золотошвейное искусство Бухары, достигшее блестящего расцвета в руках среднеазиатских мастеров, занимает по своей художественной выразительности значительное место.

На протяжении ряда столетий мастера – зардузы выработали изощренную технику шитья, доведенную до совершенства. Богатство техники давало возможность варьировать сочетания блестящих, как бы кованых, металлических узоров с матовыми, мягко переливающимися золотыми и серебряными поверхностями. С большим колористическим чутьем в золотое шитье вводились шелка ярких расцветок. С неисчерпаемой фантазией создавались отдельные элементы и композиционные построения орнаментов.

Несмотря на широкое использование традиционных мотивов и не менее традиционных композиционных схем, здесь нет застывших трафаретов и шаблонов. Все говорит о напряженном живом творчестве, которое позволило мастерам создать подлинные шедевры искусства, ценным вкладом вошедшие в общую сокровищницу культурного наследия народов Узбекистана [1].

Золотошвейный костюм состоял из халата, головного убора, пояса, обуви для мужчин. Для женщин костюм дополнялся верхним платьем и аксессуарами.

Шитая золотом мужская одежда – халаты, камзолы, мундиры, шаровары, обувь, пояса, головные уборы – «салля» (чалма) и «кулях» (высокая остроконечная шапочка, одевавшаяся под чалму), а также попоны для лошадей – изготавливались только для самого эмира и по его заказу или по заказу его приближенных для подношения ему по случаю семейных торжеств и праздников (рис. 1).



Рисунок 1 – Исторические принадлежности Бухарских эмиров: халат, головной убор «Кулях» и «Махси» (сапоги эмира Хайдара 1809-1810 гг.)

Никто, даже из самых высших сановников государства, не мог заказать для себя ни одного из упомянутых выше предметов – вся шитая золотом одежда получалась ими в виде подарков от самого эмира, и только ее они могли носить [2].

Сотни искусных потомственных мастеров-вышивальщиков были заняты изготовлением богатой золотошвейной одежды, являвшейся принадлежностью пышного придворного этикета Бухарских эмиров. Почти вся золотошвейная продукция Бухары потреблялась эмирским двором, и только незначительная ее часть поступала для продажи на рынок.

Шитье золотом в XIX – начале XX вв. производилось как по привозным фабричным тканям, так и по тканям местного кустарного производства.

подавляющее большинство шитых золотом предметов, дошедших до нашего времени, в особенности мужских халатов, изготовлено из бархата. Для халатов использовались исключительно высококачественные сорта бархата – «бахмали – беришими» (шелковый бархат).

Употреблялся как русский бархат, называвшийся «бахмали – фаранги» – «франкский» (в смысле европейский, фабричный), так и получавшийся транзитом через Россию из Западной Европы, известный под названием «бахмали – заграниш» – заграничный.

Фабричный бархат был гладкий – одноцветный, полосатый, клетчатый, тисненый, и так называемый рытый бархат, самых различных сортов: петельчатый, полуразрезной и т.д., с пышным, преимущественно цветочным узором. Предпочтение отдавалось более скромным гладким бархатам.

Не меньшим разнообразием отличались бархаты и по расцветке, но самыми излюбленными считались: красный, фиолетовый, зеленый и синий. Для женской и детской одежды употреблялись исключительно гладкие бархаты преимущественно красного и фиолетового цветов.

Кроме чисто шелкового, широко использовались гладкие полушелковые бархаты – «бахмали – муси», употреблявшиеся для всех видов изделий, кроме мужских халатов. Местный Бухарский бархат – «бахмали – джойдор» в золотом шитье употреблялся сравнительно редко и известен только на пополах и обуви, и только гладкий, двух цветов: темно-красный и темно-зеленый [3].

Кроме бархата для золотого шитья использовался шелк, атлас, кисея, сукно, шерстяные ткани, местная полушелковая (кустарная) ткань – «алоча» и, наконец, кожа. Шелковые ткани, как фабричные, отличавшиеся большим разнообразием сортов, так и кустарные гладкие, которые в большом количестве вырабатывались в Бухаре, шли преимущественно на изготовление верхних женских рубашек – «курта» и некоторых принадлежностей мужского и женского костюма.

Для мужских золотошвейных халатов шелк употреблялся редко, причем исключительно фабричный, гладкий или полосатый. Чрезвычайно редко встречаются предметы одежды, шитые по атласу, что, возможно, объясняется быстрым изнашиванием ткани под тяжестью золотого шитья.

Атласные ткани как гладкие, так и узорные употреблялись главным образом для изготовления женских головных платков и повязок, а также мужских и детских поясных платков. Кисея в Бухарском золотом шитье использовалась только для одного вида изделий – мужских головных уборов – салля (чалма).

Городское население Бухары в своем подавляющем большинстве носило салля белого цвета из различного сорта кисеи фабричного производства. Для салля шитых золотом употреблялась преимущественно «стамбульская» кисея, так называемая «доки – мисколи» или «доки – ханджари», отличавшаяся своими высокими качествами – прочностью и шелковистостью. Сукно, в противоположность бархату, в быту Бухарцев употреблялось очень редко. В золотом шитье сукно использовалось почти исключительно для изготовления мундиров и попон, и только в редких случаях для обуви [4].

По сведениям старых мастеров – золотошвеев Бухары золотые нити, начиная со второй половины XIX века, привозились исключительно из Москвы. Относительно предшествующего времени у них сохранились

лишь неясные воспоминания о том, что эти нити происходили «из Англии». В Россию нити для золотого шитья до начала 17 века завозились преимущественно с Востока, когда впервые при дворе московских царей было заведено производство золотых и серебряных нитей и канители немецкими мастерами [5].

В настоящее время, с возрождением национальных традиций и ремесленничества, золотошвейное искусство обретает новую жизнь. Сейчас этим видом искусства заняты в основном женщины.

Золотошвейные мужские халаты стали обязательной частью свадебного костюма жениха, их надевают в особо торжественных случаях, дарят почетным гостям и т.д. Современная торжественная одежда гармонизирует с золотошвейным орнаментом, применяемым для украшения. Чаще всего костюм для жениха и невесты специально вышивается золотошвейными нитками. Это является обязательной частью приданого. Обычно жених должен приготовить комплект золотошвейного костюма для невесты, а невеста для жениха.

Золотым шитьем украшают детали парадного туалета: нарядные тубетейки, женские безрукавки, туфли, сумочки, а также футляры для очков, чехлы для диванных подушек, переплеты для альбомов, декоративные покрывала, а также изделия крупных монументальных форм – большие настенные панно с изобразительными мотивами из современной жизни, театральные занавесы.

Женская золотошвейная одежда – более легкая, облегающая. Славятся Бухарские золотошвейные жилеты, которые невесты надевают поверх платья. Платья украшают тесьмой – пешкурта, представляющей собой золотошвейную полосу длиной 110-120 см и шириной 8-10 см, разрезанную пополам по продольной оси. Помимо этого, в нарядной женской одежде из бархата применяются золотошвейные узоры в области горловины, низа рукавов, переда или низа изделия. Всё зависит от модели и от того, насколько она современна и для какого возраста предназначена. Для вышивки чаще всего применяются следующие виды орнаментов (рис. 2).

В зависимости от технических приемов золотое шитье делится на несколько видов:

- 1) «зардузи – заминдузи» – сплошная вышивка фона золотом;
- 2) «зардузи – гульдужи» – шитье по рисунку, вырезанному из кожи, картона или бумаги;
- 3) «зардузи – гульдужи – заминдузи» – комбинированная техника шитья, сочетающая «заминдузи» и «гульдужи»;
- 4) «зардузи – беришимдузи» – комбинированное шитье, в котором мотивы, выполненные шелком, чередуются с шитыми золотом элементами узора;



5) «зардузи – пулякчадузи» – золотое шитье сочетается с нашитыми блестками – «пулякча».

В настоящее время старинные узоры сохранились, но только иногда рисунок преобразовывался на современный лад.



Рисунок 2 – Современные золотошвейные изделия

Таким образом, при изготовлении современной одежды применяются золотошвейные орнаменты с использованием как традиционных мотивов, так и новых элементов.

#### **Список использованных источников:**

1. Ражабова Г.Ж. Историческое наследие национальной культуры древней Бухары. Научно-технический журнал «Развитие науки и технологий». БухИТИ, 2019 г., № 2, с. 158.

2. Ражабова Г.Ж., Савриева Г.А. «Национальное ремесло – тюбетейки Узбекистана». Журнал «Молодой ученый», 2016 г., № 7 (111), с. 1086-1089.

3. Турсунова З.Н., Амонова М.Ж. Золотошвейный костюм древней Бухары. Материалы международной научно-практической конференции на тему: «Проблемы и перспективы развития инновационного сотрудничества в научных исследованиях и системе подготовки кадров». Бухара, 2017 г., с. 193-195.

3. Гончарова П.А. Золотошвейное искусство Бухары: [Альбом]. Ташкент: Издательство литературы и искусства им. Г. Гуляма. 1986 г. – 110с.

4. Сидоренко А.И., Артыков А.Р., Раджабов Р.Р. Золотое шитье Бухары. Ташкент: Издательство литературы и искусства им. Г. Гуляма. 1981. – 112 с.

© Турсунова З.Н., Ражабова Г.Ж., 2020

УДК 687.023

## **ПРОЕКТИРОВАНИЕ МНОГОАССОРТИМЕНТНЫХ ГИБКИХ ПОТОКОВ В ШВЕЙНОМ ПРОИЗВОДСТВЕ**

Турсунова З.Н., Ражабова Г.Ж., Очилов Ш.Б.  
*Бухарский инженерно-технологический институт, Узбекистан*

На современном этапе развития науки и техники во всех цивилизованных странах производство развивается ускоренными темпами. На ряду, с этим в Узбекистане создаются очень многие совместные

предприятия с зарубежными странами в регионах свободных экономических зон. К ним относятся Навоинский и Джизакские области. Так как Узбекистан является передовой страной по выращиванию хлопка сырца, в республике организованы многочисленные предприятия текстильной и швейной промышленности во всех областях страны. Для дальнейшего развития легкой промышленности организация современных рациональных и гибких многоассортиментных швейных потоков является злободневным, и очень актуальным вопросом. Так как быстрая переквалификация производства с одного ассортимента на более востребованный рынком вид изделия предотвращает перебои в работе и повышается производительность труда. В данной работе предлагается одно из направлений проектирования многоассортиментного потока по выпуску различных видов швейных изделий для девочек младшего школьного возраста.

В настоящее время рыночной экономики, во времени молниеносных перемен в современной моде, переход с одного вида выпуска ассортимента в другую за короткий период очень сложно. В связи с этим разработка технологии проектирования рациональных гибких многоассортиментных потоков для изделий нестабильного ассортимента актуальна. Существовавшая на протяжении многих лет организационно-техническая политика швейного производства была ориентирована на предприятия с высокой степенью предметной специализации и ограниченным разнообразием моделей. Это привело к тому, что в рыночных отношениях крупные предприятия легкой промышленности оказались не готовы к жесткой конкурентной борьбе и не способны чутко реагировать на изменения требований потребительского рынка, особенно при производстве одежды нестабильного ассортимента. Такой ассортимент требует частого переключения технологических процессов с одной модели на другую, что сопровождается снижением производительности труда рабочих, ухудшением технико-экономических показателей работы потоков и в целом предприятия. Это связано с тем, что характерная для индустриальной эпохи модель массового производства основывается на процессе изготовления больших объемов однотипной продукции с использованием жесткого разделения труда. Данная стратегия способствовала возникновению и развитию конвейерного метода производства, просуществовавшего более полувека, но ставшего несовместимым с современными технологиями и требованиями рынка [1].

Для проектирования детских изделий необходимо изучить современные требования потребителей, учитывать специфику физического развития ребёнка. Характер детской одежды определяется рядом объективных факторов. Это социальные основы восприятия детей, климатические условия, возрастные особенности телосложения детей, влияние моды, промышленный способ производства. Являясь составной

частью предметного мира, в котором живут дети, одежда активно воздействует на их психику, вызывая положительные (или отрицательные) эмоции. Тем самым одежда способствует утверждению (или наоборот) растущего человека в коллективе и развитию определенных черт характера (активности, уверенности или застенчивости), влияет на отношение ребят к трудовой деятельности взрослых и на собственное стремление приобщиться к ней.

Таким образом, детская одежда в очень большой степени выполняет общественно значимую воспитательную функцию. Поэтому подходить к проектированию детской одежды следует с позиции идеологии нашего общества, с позиции социальной ответственности за содействие средствами костюма выработке определенных норм и манеры поведения. Одежда теплого климатического пояса также требует многослойного решения с целью регулирования «теплового комфорта», при этом важно учитывать возможность защиты человека от палящих солнечных лучей и горячих сухих ветров. Младшие школьники приобщаются к основам серьезных знаний о мире, о себе самих, к навыкам жизни в коллективе, чему способствует форменная одежда. Дети – наши маленькие спутники в жизни, и детская одежда должна быть решена в едином стилевом решении с одеждой взрослых, но с учетом возрастной специфики.



Рисунок 1 – Внешний вид проектируемых изделий: а) модели 1; б) модели 2; в) модели 3

В целом детская одежда не подвержена такому всевластному влиянию моды, как взрослая. Отличаясь от одежды для взрослых большей функциональностью, выполняя воспитательную функцию, детская одежда «отбирает» из моды только возможное для себя, не противоречащее ее главному назначению – обеспечивать удобство для жизнедеятельности ребенка. На основе проведенных исследований, для проектирования гибкого многоассортиментного швейного потока по выпуску одежды для девочек младшего школьного возраста рекомендуются следующие изделия: для выпуска в летнее время рекомендуется платье из хлопчатобумажной ткани, для выпуска в других сезонах костюм, состоящий из жилета и юбки, а также брюки из полушерстяной ткани. Ниже приведены описания внешнего вида моделей.

Описание внешнего вида Модели 1 – летнего платья для девочек младшего школьного возраста.

Повседневное платье для девочек младшего школьного возраста из хлопчатобумажной ткани. Платье, расклешённое к низу, состоит из кокетки и юбки. Кокетка отделана аппликацией. На переднем полотнище

расположены два накладных кармана. Карманы отделаны аппликацией. Спинка со средним швом, состоит из двух частей. Платье без воротника, рукава типа «крылышко». Спинка с центральной бортовой застежкой, которая застёгивается на шесть петель и пуговиц. Срез горловины, пройма рукавов, внешний срез рукавов «крылышко», боковые и нижние срезы карманов, нижний срез подола юбки окантованы косой бейкой контрастного оттенка. Рекомендуемые размеры: 64-72 см, роста: 128-140 см; (рис. 1а).

Описание внешнего вида Модели 2 – костюма (жилет и юбка) для девочек младшего школьного возраста Современный школьный костюм для девочек младшего школьного возраста из полушерстяной ткани. Костюм состоит из жилета и юбки. Жилет полуприлегающего силуэта. Застежка жилета центральная, застёгивается на пять петель и пуговиц. Полочка жилета цельнокроеная. Спинка жилета тоже цельнокроеная. Жилет без рукавов и без воротника, срез горловины «У» образного покроя. Жилет на подкладке. Юбка костюма со встречными кругообразными складками. Юбка на застежке «молния» в правом боковом шве. Складки притачиваются по линии бедер. Юбка на притачном поясе. Пояс юбки застёгивается одну петлю и пуговицу. Длина юбки до линии колен. Рекомендуемые размеры: 64-72 см, роста: 128-140 см (рис. 1б).

Описание внешнего вида Модели 3 – брюк для девочек младшего школьного возраста. Брюки для девочек младшего школьного возраста из полушерстяной ткани. Брюки прямого силуэта, свободного покроя. Передняя половинка брюк цельнокроеная, с боковыми карманами в шве с наклонным входом. Задняя половинка брюк тоже цельнокроеная, с талевыми выточками. Брюки на боковых застёжках с двух сторон. Боковые застёжки – застёгиваются на четыре петли и пуговицы. Пояса притачные, цельнокроеные с подкладкой. Пояса застёгиваются с двух сторон по бокам на две петли и пуговицы. Брюки из полушерстяной ткани предназначены для повседневной носки. Рекомендуемые размеры: 64-72 см, роста: 128-140 см (рис. 1в).

Научной значимостью данной работы является зависимость конкурентоспособности предприятий от понимания предпочтений покупателей в настоящее время, для чего необходимо обладать четкой концепцией позиционирования, и последовательностью в общении с целевой аудиторией. В условиях рыночной экономики необходимо оперативно реагировать на изменения спроса: быстро переходить с одного вида ассортимента на другой, изменять объем выпускаемой продукции. Эти требования способствовали созданию потоков с гибкой организационно-технологической структурой, в которых задействованы рабочие с высокой квалификацией, предполагающей совмещение одним исполнителем различных функций и операций трудового процесса. При этом рабочие места должны быть спроектированы с учётом выполняемых

движений. Так в статье З.Н. Турсуновой и И.В. Карцевой «Изучение развития антропометрических данных населения с целью правильного проектирования рабочего места», опубликованной в научно-техническом журнале БухИТИ, «Развитие науки и технологий» Специальный выпуск №5/2019, изучены основные статические размеры человеческого тела. Приведены понятия функциональной взаимосвязи отдельных параметров, влияющих на разработку рабочего места. При этом выявлено необходимость изучения рабочих движений человека на рабочем месте, пространство для его естественных физических движений, досягаемость конечностей, положение туловища и т.д. [2].

В статье Турсуновой З.Н. «Изучение и выявление особенностей конструкции мужского пиджака с целью её совершенствования», опубликованной в научно-техническом журнале БухИТИ «Развитие науки и технологий» №3/2018., с 156, изложены сведения о видах и формах основных деталей одежды составляющих её конструкцию, о количестве и разновидностях применяемых швов и декоративных элементов. Детально изучены конструкция, срезы и направления нитей основы всех верхних, подкладочных и прокладочных деталей пиджака. Унификация и стандартизация деталей одежды способствует более полному использованию швейных машин специального, и полуавтоматического действия. Исходя из вышеуказанного, выбраны рациональные модели костюма для девочек младшего школьного возраста [3].

В статье авторов Турсуновой З.Н. и Камоловой Г.Ш. «Изучение типологии стран мира», опубликованной в журнале «Молодой ученый», 2017 - №14 (148), стр. 139-142, изложены сведения о размерной типологии, приведены необходимые данные размерных стандартов по поводу соответствия размеров одежды, размерам человеческой фигуре. При проектировании детских изделий для девочек младшего школьного возраста необходимо учесть особенности фигур детского населения для более полного соответствия требований потребителей [4].

Таким образом, на основе проведенного литературного обзора установлено, что для производства многоассортиментной одежды необходимы гибкие потоки, приспособленные к выпуску неоднородных по величине серий различных ассортиментных видов изделий при частой их сменяемости. Изучены основные направления проектирования гибких потоков и установлено, что производственная структура, ориентированная на средства производства, то есть на технологический принцип, обеспечивает эффективное использование оборудования. Выявлены основные признаки гибких потоков, которыми являются размер серии одной модели, количественная структура занятости рабочих, количество изготавливаемых видов изделий, вид технологического процесса, принцип организации рабочего места, способ транспортирования полуфабрикатов. Установлено, что успешное функционирование гибких производственных

систем основывается на системном подходе, который предусматривает рациональное построение производственной структуры гибких потоков; применение высокоманевренного оборудования общего назначения, имеющего возможность переналаживаться на производство разных видов одежды; обслуживание рабочих мест работниками с поликвалификацией; производственно-технологическую однородность объектов производства. Установлено, что проблемы формирования ассортимента одежды носят системный характер и зависят от таких факторов как условия окружающей среды потребителя, социальных признаков его личности, назначения и функций одежды, и оказывают влияние на проектирование и производство одежды. Впервые предложено исследовать влияние досуга потребителей на предпочтения в одежде.

На основе проведенного литературного обзора можно прийти к выводу, что ряд разработанных методик проектирования гибких потоков основан на модульном принципе организации рабочих мест и не учитывает требование рационального использования оборудования. Другие методики опираются на технологический принцип, обеспечивающий эффективное использование оборудования, но разработаны для крупносерийного и массового производства.

Таким образом, разработанная методика проектирования рационального многоассортиментного потока по выпуску различных изделий для девочек младшего школьного возраста основана на швейном потоке с неизменным количеством рабочих мест и оборудования. В зависимости от трудоёмкости изготовления изделия мощность потока может быть различной. Систематизация и упорядочение сведений показателей, помогут в дальнейшем целенаправленно и обоснованно решить вопрос смены ассортимента в технологическом потоке. На сегодняшний день проблема проектирования многоассортиментных гибких потоков является актуальной. Исходя из спроса населения, мы разработали и провели исследования над непрерывным многоассортиментным гибким потоком по изготовлению сезонной одежды: летнего платья из хлопчатобумажной ткани, осеннее-весеннего костюма (юбка и жилет) из полушерстяной ткани и зимних брюк из полушерстяной ткани для девочек младшего школьного возраста. При этом глубоко изучены психофизиологические показатели, включены показатели соответствия одежды физиологическим свойствам и психологическим особенностям детей, учтены показатели посезонного удобства надевания и снятия одежды.

#### **Список использованных источников:**

1. Гордеева Т.А. «Разработка технологии проектирования гибких многоассортиментных швейных потоков», Дисс. к.т.н. Спец. 05.19.04. - М. РосЗИТЛП 2008;

2. Турсунова З.Н., Карцева И.В. Изучение развития антропометрических данных населения с целью правильного проектирования рабочего места. Научно-технический журнал БухИТИ, “Развитие науки и технологий”, Специальный выпуск №5/2019.- с 156

3. Турсунова З.Н. Изучение и выявление особенностей конструкции мужского пиджака с целью её совершенствования. Научно-технический журнал БухИТИ, “Развитие науки и технологий” №3/2018.- с 156

4. Турсунова З.Н. и Камолова Г.Ш. «Изучение типологии стран мира», журнал Молодой ученый, 2017 - №14 (148), стр. 139-142.

© Турсунова З.Н., Ражабова Г.Ж., Очиллов Ш.Б., 2020

**УДК 745.52 + 746.1**

## **АЛЕКСАНДР МАККУИН – РЕВОЛЮЦИОНЕР В МИРЕ МОДЫ**

Уваров В.Д., Агамирян Д.М.

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

В данной статье путем изучения жизненного пути и принципов Александра Маккуина исследуются творческие методы работы модельера, способствовавшие его грандиозному успеху в мире моды, а также анализируются события, повлиявшие на столь широкую известность дома моды Маккуина как при его жизни, так и после его смерти.

Александр Маккуин родился в 1969 г. в Лондоне в семье таксиста. Он с детства хотел стать модельером и рисовал сестрам модели платьев, хотя родители были категорически против этого. В 16 лет он бросил школу и устроился в ателье Андерсен и Шеферд (Anderson and Shepherd), потом работал у Севил Роу. Такой опыт помог Маккуину изучить технику настоящего французского кроя, что впоследствии выделяло его среди других модельеров: Маккуин мастерски работал с тканью – мог раскроить ткань на глаз, не сделав ни одной мерки, приложить ее к манекену и создать вещь с идеальной пропорцией и посадкой. Он ввел в практику принцип раскройки шестиметрового материала, кроил ткань по диагонали и хорошо знал, что такое красота и шероховатость ручного шва.

Знаменитым Маккуина сделала его выпускная коллекция «Джек-Потрошитель Выслеживает Своих Жертв» (Jack the Ripper Stalks His Victims) в колледже Св. Мартина в Лондоне. По окончании колледжа стажировался и работал у Коджи Тацуно, затем у Ромео Гильи. В 1993 г. представил свою коллекцию на неделе моды в Лондоне, после чего его прозвали «хулиганом британской моды» – он поразил публику гротескными образами своих костюмов и дерзким характером (мог снять штаны перед зрителями или выехать на приветствие на самокате). В своих интервью Маккуин утверждал, что одежда должна вызывать сильные

эмоции, причем не важно, плохие или хорошие, главное, что она не должна оставлять зрителя безучастным [1].

Александр Маккуин был несколько раз, помимо других значимых премий, удостоен премии «Лучший дизайнер года». В 1996 г. Бернар Арно пригласил его на должность арт-директора Дома Givenchy вместо Джона Галльяно.

Первая же коллекция для Givenchy весна/лето 1997 г. доказала, что Маккуин достоин работы в доме высокой моды. Владелец дома устраивала эпатажность модельера: им важно было привлечь внимание Givenchy. Хотя многие не были рады приходу Александра Маккуина в Givenchy. Надо понимать, что здесь одевалась аристократия со всего мира, и не каждый одобрял «нахальные» революционные идеи модельера. Юбер Живанши называл полной катастрофой то, что творилось в доме моды, не видя в творческих методах Маккуина ни элегантности, ни новизны. Живанши считал все, что делал молодой модельер, лишь способом привлечения внимания к коллекциям.

Несмотря на огромное количество критики, направленной в сторону его работы в доме моды, каждое дефиле, которое устраивал Маккуин, становилось сенсацией. Он был мастером перформанса: заставлял моделей ходить на высоких каблуках по засыпанным гравием дорожкам или по щиколотку в воде, а в показе коллекции Givenchy осень/зима 1999-2000 гг. полностью отказался от моделей, заменив их на вращающихся вокруг своей оси манекенов. Сам Маккуин на критику отзывался таким образом: «Я не умолял дать мне работу. Они меня сами нашли. Значит, им нужно то, что я делаю. Меня волнует только мнение моего начальника. И клиентов. Все, кто находится между ними, пусть катятся к черту» [1]. Модельер считал своими козырями чувство времени и агрессивность. Он не собирался ориентироваться только на богачей из высшего общества, хотел создавать не музейные экспонаты, а одежду, которая привлечет клиентов разного возраста и положения и будет пользоваться спросом.

Многие утверждают, что именно Маккуин вернул моде жизнеутверждающую силу и притягательность, вновь начав использовать кружева, прозрачную ткань, сильно подчеркнутую талию времен 1940-х гг. и широкие накладные плечи. Он умело сочетал несочетаемое: то демонстрировал модели, наполненные аристократичностью, использовал дорогие и благородные материалы, то экспериментировал с мехом диких животных, создавал экстравагантные костюмы для молодежи и элегантные – для людей в возрасте.

Что же так удивляло публику на показах Маккуина? Его шоу всегда отражали время, заставляли испытывать эмоции. «Когда я начал устраивать свои шоу, я стремился показать журналистам то, что они как раз совсем не хотели видеть: голод, кровь, нищету. Смотришь на всю эту «фэшн-тусовку» в их дорогих прикидах и темных очках и понимаешь, что



они никакого понятия не имеют о происходящем в мире. Их интересы ограничиваются рамками моды. Я трачу деньги на свои шоу для того, чтобы показать этим людям другую сторону жизни. Пусть они испытывают ненависть и отвращение – меня это вполне устраивает. Буду знать, что хоть какие-то чувства в них пробудил» [2] – так Александр Маккуин говорил о своем подходе к творчеству. Именно эта решительность способствовала успеху собственного дома моды Маккуина, созданного в 1992 г.

Стоит рассмотреть несколько знаковых коллекций и шоу модельера, чтобы иметь представление о грандиозности его показов и значимости их для мира моды.

В 1993 г. Маккуин устроил показ весенне-летней коллекции «Нигилизм» («Nihilism») в еще не перестроенном торгово-развлекательном центре «Гараж Синей птицы» (Bluebird Garage) в Челси, а в 1996г. представил коллекцию осень/зима «Данте» («Dante») в Церкви Христа в Спиталфилдсе. Позднее эту подрывающую устои практику переймут другие именитые модные дома.

Об этих коллекциях нужно сказать еще несколько слов. «Nihilism» была первой коллекцией, выпущенной домом моды Маккуина. Модельер шокировал публику ставшими знаменитыми брюками-бамстерами, у которых была до неприличия заниженная линия талии. Модельер позже высказался, что хотел лишь удлинить фигуру, а не оголить ягодички. Тем не менее, заниженная талия вошла в моду на целое десятилетие.

Выпустив в 1999 г. коллекцию «Dante», Маккуин обозначил переходный момент в истории моды, объединив искусство и технологию. В финале шоу бывшая балерина Шалом Харлоу кружилась на механической пластине между двумя промышленными роботами, забрызгивавшими ее белоснежное платье черной и желтой краской, пока оно и сама модель ни были полностью ими покрыты. Эта инсталляция была жестом уважения абстрактного экспрессионизма Джексона Поллока. В основу задумки легла инсталляция Ребекки Хорн, в которой два пулемета стреляли кроваво-красной краской [3].

В 1995 г. была представлена коллекция «Насилие над Шотландией» («Highland Rape»). Модели ходили по подиуму в кружевных платьях и одежде из тартана, притягивавшей своей сексуальностью. Александр Маккуин, имевший шотландские корни, стремился показать историческое притеснение Шотландии со стороны Англии. После этой коллекции мнения о творчестве модельера разделились [4].

Тема насилия прослеживается почти в каждой работе модельера. Маккуин признался, что в детстве над ним часто насмеялся муж старшей сестры, и это оставило большой отпечаток в его характере. Интересно, что сам модельер в агрессивности своих моделей находил романтичность.

Так, например, в коллекции осень/зима 1998 г. главным образом выступает национальная героиня Франции – Жанна Д'арк. Показ проходил в одном из складов в Лондоне. Показ завершает сцена жертвоприношения: модель в маске была одета в красный наряд и находилась в огненном круге. По словам модельера, эта сцена показала всю жертвенность женщины и огромную скрытую в ней силу.

Своего пика в жизни Маккуина тема насилия обрела 11 февраля 2010 г., когда модельер был найден повешенным в собственной квартире. Это событие шокировало весь модный мир и поставило вопрос о дальнейшей судьбе дома моды «Alexander McQUEEN».

Однако наследие великого модельера не было утеряно, поскольку новым креативным директором дома моды стала Сара Бертон, правая рука Маккуина.

2010-2012 гг. оказались наиболее сложными для модного дома. Саре Бертон нужно было разработать концепцию дальнейшего развития дома. Было решено сделать бренд гораздо более универсальным, ведь раньше костюмы из коллекций Маккуина могла позволить себе носить даже далеко не каждая звезда. Все дело в подходе модельера к моде: каждый его показ, каждый костюм были способом взаимодействия с обществом. Через шоу он показывал то, что другие модельеры скрывали за люксовыми тканями и притягательными формами, – Маккуин мастерски отражал в коллекциях окружающие людей проблемы.

Теперь же одежда дома Маккуина служит не громким броским заявлением, а возвышенным украшением. Каждый год выпускаются успешные коллекции, но они уже не совершают грандиозных революций. Невозможно не признавать, что, несмотря на очевидную одаренность Сары Бертон, на данный момент дом Александра Маккуина имеет гораздо большее отношение к истории искусства, чем к современной моде [5].

Итак, в данной статье были исследованы творческие методы Александра Маккуина, позволившие ему стать культовым модельером рубежа 20 – 21 вв. Безусловно, что Александр Маккуин имел и имеет сейчас огромное влияние на современную моду. Главная его заслуга нужно считать установление связи между высокой модой и широкими слоями населения. Он стал известен благодаря своему желанию показывать людям то, что они действительно хотят. Модельер был против слепого потакания желанием светских дам, за что постоянно подвергался критике. Примечательно, что именно эта черта Маккуина позволила ему обрести заслуженную славу. Отражая в своих коллекциях истинное лицо мира: повсеместное насилие, несправедливость, нецененное значение женской природы и многие другое, – модельер одновременно повергал в шок светское общество и обретал снисхождение масс.

Интересы Александра Маккуина не ограничивались рамками моды. Он был художником, имевшим свое чуткое умение передачи времени,

которое его никогда не подводило – что в работе для Givenchy, что непосредственно для его дома моды. Правильно применяя свой бунтарский характер, Маккуин достигал гармонии и совершенства в своих коллекциях.

**Список использованных источников:**

1. Скрябина Т. Л. Романтические ретроспекции в коллекциях Александра Маккуина/Т. Л. Скрябина//Вестник культурологии. – 2020. – №2(93). –С. 60-71.

2. Юдина Е., Александр Маккуин: «Я – феминист в мужском обличье» [Электронный ресурс]: Elle Russia. – 1998. – Режим доступа: <https://www.elle.ru/moda/zvezdny-stil/aleksandr-makkuin/> (дата обращения: 13.11.2020)

3. Джинсы-бамстеры, туфли-броненосцы и еще 6 революций Александра Маккуина [Электронный ресурс]: Harper's bazaar. – 2010. Режим доступа: <https://bazaar.ru/fashion/trendy/8-revolyuciy-aleksandra-makkuina/> (дата обращения: 13.11.2020)

4. Стромбер П., Индустриальный шик: модные показы в реди-мейд-пространствах/П. Стромбер//Новое литературное обозрение. – 2019. – № 4(54). – С. 45-84.

5. Сухарева А., MCQUEEN после Маккуина: дом моды после смерти основателя? [Электронный ресурс]: Beatrice Magazine. – 2019. – Режим доступа: [http://beatricemagazine.com/mcqueen\\_after\\_alexander/](http://beatricemagazine.com/mcqueen_after_alexander/) (дата обращения: 13.11.2020)

© Уваров В.Д., Агамирян Д.М., 2020

УДК 745.52 + 746.1

**АНАЛИЗ ПУТЕЙ СТАНОВЛЕНИЯ  
И ПРИНЦИПОВ ФОРМИРОВАНИЯ АВТОРСКОГО СТИЛЯ  
КРИСТОБАЛЯ БАЛЕНСИАГА**

Уваров В.Д., Ващенко Т.П.  
*Российский государственный университет им. А.Н.Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство), Москва*

Предметом настоящего исследования служит творчество Кристобая Баленсиага. Статья представляет собой попытку дать комплексный анализ деятельности модельера, оценить его вклад в развитие моды в 20-м веке.

В качестве цели исследования авторы выдвигают анализ путей становления и принципов формирования авторского стиля Кристобая Баленсиага в представляемых им коллекциях. Статья демонстрирует многогранность его работ, его творческие поиски в области дизайна костюма.

В последние несколько лет популярность модного дома «Balenciaga» достигла своего пика. Бренд на слуху даже у тех, кто совсем не

интересуется модой. И на этом фоне теряется долгая история модного дома, который существует уже более ста лет. Испанский модельер Кристобаль Баленсиага, который по праву считается одной из значимых фигур высокой моды, родился в 1895 г. в небольшом испанском поселении Гетариа. Отец его погиб, когда мальчику было всего одиннадцать лет, поэтому на плечи матери взвалилось тяжкое бремя – обеспечивать семью в одиночку. Молодой Кристобаль не желал оставлять всё так поэтому стал помогать матери обслуживать клиентов швейной мастерской. Это и стало отправной точкой в карьере великого кутюрье. По легенде, в родной город Кристобаля приехала знатная маркиза Де Касса-Торрес в новом элегантном наряде, встретив её, молодой Баленсиага заявил, что если бы имел такие же ткани, то сделал бы платье лучше, чем то, что было на ней. Маркизу заинтересовала самонадеянность и храбрость мальчика, она выделила ему ткани и Кристобаль принялся за работу, готовый костюм понравился даме, и она стала его покровительницей на долгие годы. Знала бы она, что помогает расцвести одному из самых именитых модельеров испанской моды.

В 1917 г. когда Кристобалью было всего 22 года он открывает свой собственный модный дом C. Balenciaga на улице Вергара в Сан-Себастьяне. Вскоре из-за нестабильного положения дел в стране он становится банкротом. Парень больше не мог использовать свое имя в качестве названия. Следующие магазины, появившиеся в Мадриде и Барселоне, получили наименование Eisa от девичьей фамилии матери знаменитости. Когда в стране началась гражданская война, Кристобаль был вынужден перебраться жить в Париж, где в 1937 г. выпускает коллекцию одежды, которая с восторгом была оценена критиками. Кристобаль ослепил публику искусной стилизацией на тему исторического костюма. Каждая вещь из коллекции отличалась утонченностью и совершенной элегантностью, именно этот показ подарил миру моды огромные воланы, шлейфы и драпировки. Через два года модельер выпускает на подиум коллекцию «Инфанта», вдохновленную творчеством Веласкеса и его одноименными картинами. Работа принесла ему всемирный успех. Наряды были созданы из бархата и атласа, украшены кружевными аппликациями. Вечерние туалеты модельер дополнил мантильей, национальным испанским шарфом-вуалью, который одевался поверх высокой прически. С выходом этой коллекции клиентками Кристобаля стали Барбара Хаттон, Глория Гиннес, Полин де Ротшильд, принцесса Виндзорская, звезды кино Марлен Дитрих, Ингрид Бергман и другие. После окончания войны Кристобаль вернулся в Испанию, после чего изменил положение и руководство бутиков. Помимо испанской аристократии, среди клиентов кутюрье встречались знаменитости. Его одежда не утратила спрос даже после появления фирмы «Dior». Именно Кристиан Диор вдохновил Кристобаля вернуться к творчеству в период

кризиса идей и выпустить первый образец духов «Le Dix». Кристиан Диор не мог не признать гений состоявшегося к тому моменту Баленсиаги. «Мы делаем с тканями то, что можем. Баленсиага делает с ними, что хочет», так говорил Диор о своём конкуренте [1].

Кристобаль считал, что «кутюрье должен быть архитектором кроя, художником цвета, скульптором форм, музыкантом гармонии и философом стиля» [2]. Такие требования Баленсиага предъявлял, прежде всего, к себе и всю жизнь следовал им, воплощая в творчестве. Его коллекции отличались от привычных силуэтов той эпохи. Он один из первых ввёл безразмерную одежду, и революционные для того времени пропорции. Доведенная до совершенства форма, выраженная в простоте и строгости повседневной одежды и в роскоши вечерних платьев – основные приметы стиля кутюрье. Осознавая, что без традиций нет современной культуры, Баленсиага совместил традиции и искусство, и представил в этом гармоничном единстве высокое мастерство согласованности конструкции и формы. Вещи, которые придумывал Баленсиага противоречили законам женской моды, но при этом становились образцовыми, в будущем приобретая статус культовых.

После 1968 г. когда во Франции началась смена идеалов и в мир моды приходит выпуск одежды «прет-а-порте», Кристобаль заявил, что завершает свою карьеру. Его решение стало неким бунтом против новых порядков, Баленсиага был уверен, что искусство может являться таковым, только когда оно существует в единичном экземпляре. Умер великий кутюрье в 1972 г., оставив за собой большой след в истории развития высокой моды. Но история бренда не заканчивается на смерти его основателя.

Осветим нюансы того, что стало с домом моды через 15 лет после смерти великого кутюрье. В 1986 г. для бренда «Balenciaga» наступает новый период, права на него выкупает компания Jacques Bogart S.A. и нанимает дизайнера Мишеля Гома для разработки новых коллекций, но бренду не удаётся обрести былую славу и М. Гома покидает эту должность. Только когда на пост креативного директора пришёл французский дизайнер Николя Жескьер бренду удалось снова заявить о себе. Молодой дизайнер не только сумел вернуть известность времён его основателя, но с этим сумел сохранить и самобытность бренда. Например, он в 2006 г. возвращает в моду пальто-кокон – изобретение Кристобалья Баленсиаги 1957 г. Так бренд «Balenciaga» снова начал диктовать моду и занял место среди самых влиятельных домов. Но несмотря на то, что бренд оказался снова на слуху, Н. Жескьеру не удаётся заинтересовать новую аудиторию, а излишняя консервативность не даёт дизайнеру успевать за модными трендами. В 2012 г. Николя Жескьер покидает Balenciaga. За 15 лет работы Н. Жаскьеру бесспорно удалось возродить былую известность забытого на тот момент модного дома. Он стёр пыль с некогда великого

бренда, и снова вывел его на арену высокой моды. В 2012 г. на пост креативного директора назначают 28-летнего американца Александра Вэнга, который прославился своими оверсайз футболками и свитшотами, сделанными в уличном стиле. Ошеломлённые критики сразу же хоронят бренд. Почти никто не верил в то, что высокая мода может сочетаться со «стритвир» эстетикой. Но сразу после первого показа критики перестали быть столь радикальными. Например, вот как о его показе отозвалась Анна Винтур: «Я очень горжусь первой коллекцией Вэнга для Balenciaga. Это было довольно сдержанное шоу. Мне кажется, все вещи были подходящими, с явным кивком в сторону Баленсиаги. Я считаю, это был разумный ход – не давать нам сразу слишком много фейерверков» [3]. Вэнг смог всем доказать, что уличная мода тоже может считаться искусством. Он упорно черпал вдохновение в архивах Кристобая Баленсиаги, создавая новые ни на что не похожие образы. Но в 2015 г. Александр покидает Balenciaga для того, чтобы сосредоточиться на своём собственном бренде. После этого модный дом ждали ещё большие перемены.

Слухи о новом креативном директоре Демне Гвасалии не переставали утихать. Все ожидали увидеть опытного дизайнера, который смог бы вывести бренд на новый уровень. Но оказалось, что руководство пригласило человека, ещё более удалённого от высокой моды, чем был когда-то Вэнг. Но на удивление всем новоприбывший Демна Гвасалия отлично вписался в рамки столь высокой должности. Только прошедший стажировку в Мезон Мартан Марджеля, он смог воплотить свою страсть к «стрит-фешну» в кутюрных коллекциях. Он настолько сильно перевернул эстетику Balenciaga, что трёхлетнее руководство Вэнга кажется небольшим мостиком к настоящим переменам. Он окончательно увёл дом в сторону уличной культуры, от чего перед смертью отрёкся Баленсиага. Гвасалия понимал уже тогда, что уличная мода станет будущим трендом, и он не ошибся. Курс Гвасалии обеспечил феноменальный финансовый успех, неординарные решения Демны выводят марку «Balenciaga» на первое место среди самых популярных мировых брендов. Среди почитателей модного дома появилась не только гламурная элита, но и лидеры общественных мнений, которые распространили одежду в массы. Гвасалия можно назвать гениальным бизнесменом, так как то, что он делает имеет невероятный коммерческий успех. Он вывел уродство в тренды, заставив людей полюбить оверсайз и многослойность, дизайнер специально акцентирует внимание на чрезмерном брендинге, выводя узнаваемость вещей в абсолют. Всё это отлично отражается на его последних показах. К примеру, на Balenciaga показе «Зима 18» (winter 18 show) градус эпатажа не сбавлялся на протяжении всего мероприятия. По середине подиума была установлена конструкция, напоминающая пирамиду, а вещи на моделях разбавлялись разными неоновыми цветами. Классическое платье-

футляр пересматривается и становится ультракоротким, украшенным цветочными орнаментами или драпированным по всему телу (рис. 1а). Жакет вместо этого становится скульптурным, стягивая талию и становясь, как и пальто, настоящей одеждой «от кутюр». Клетчатые рубашки сочетаются с юбкой-карандашом, создавая фантастический гибрид. И, наконец, куртка «Пуфа» (puffa) в своем самом техническом варианте выбирает слишком большие пропорции и играет с сопоставлениями основных цветов (рис. 1б). Таким образом Демна сделал Balenciaga максимально носибельным и доказал, что большинство вещей с подиумов можно носить в обычной жизни.



Рисунок 1.

Сравнивая Кристобая с его приемниками, нужно ещё раз отметить, что он был радикально против выпуска одежды в массовое производство, из-за чего и бросил своё ремесло. Баленсиага никогда не преследовал цель наживы, он был деятелем искусства, и ему посветил всю свою жизнь. Сейчас же бренд Баленсиага превратился в коммерческий проект. То, что происходит с модным домом сейчас безусловно бы не понравилось его основателю. Нынешняя одежда бренда выглядит очень просто. Вместо роскошных тканей, мастерски сшитых между собой, одежда заимела другой козырь – аккуратную надпись «Balenciaga», показывающую статус и причастность человека, который её носит, к моде. Но, несмотря на это, он провёл полную реформу модной идеи и модного силуэта. За короткое время он достиг того, чего многие не могли добиться десятилетиями. Именно поэтому Демна такой же революционер, как и Баленсиага. Да, безусловно нынешний курс которого придерживается модный дом сильно противоречит видению его основателя. Те же джинсы, которые Баленсиага презирал; на их производстве Демна сделал целое состояние. Но тем не менее Гвасалия использует те же инструменты и приёмы, с которыми когда-то работал Баленсиага, Он играет с формами и объёмами делая это в лучшей манере Кристобая, он создает противоречивые вещи, которые идут наперекор современным представлениям о моде, но в конечном итоге, выворачивающие её до неузнаваемости, делая одежду бренда ведущей в индустрии моды. Именно за это мы никак не можем его корить, он отлично делает свою работу, параллельно с этим прославляя имя великого модельера

### **Список использованных источников:**

1. Иващенко И.Н., Яценко Е.О. «Синтез теории и практики в муляжировании костюма» Сборник научных трудов по материалам III Международной научно-практической конференции. 2019. Краснодар, 2019 г. с.127-128

2. Сеницына Е.И., Ковалева О.В. «Проектирование вечернего платья с элементами стиля 50-х годов 20-го века на основе маркетингового исследования с использованием современных технологий». сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей. 2016 .Москва, 2016 г. с.149-150

3. Зимовщикова Д.Г., Карицкий И.Н. «Психологические типы мужчин в индустрии моды» сборник материалов Всероссийской научной студенческой конференции. Московский государственный университет дизайна и технологии. Москва, 2015 г. с. 188-189

© Уваров В.Д., Ващенко Т.П., 2020

УДК 745.52 + 746.1

## **СПЕЦИФИКА СОВРЕМЕННОЙ ТЕХНОЛОГИИ В АРТ-ОБЪЕКТАХ ТАПИССЕРИИ**

Момин С.Р.

Научный руководитель Уваров В.Д.

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

Во второй половине 20-го века возникли всевозможные новые технические устройства, и искусство не осталось в стороне от этого технологического взрыва. Достижения последних десятилетий глубоко изменили основы нашего образа жизни в различных областях, таких как компьютеры, наука, безопасность, досуг и культура. В этом исследовании необходимо подчеркнуть роль, преимущества и неудобства цифрового искусства в таписсерии. Искусство нового тысячелетия живёт только в инновациях, цифровое творчество, в широком смысле этого слова, является самостоятельным видом деятельности многих художников. Поэты, в принципе, не прибегая к бумаге, пишут стихи на компьютере и выкладывают их напрямую в цифровые сети, даже живописцы сегодня рисуют свои картины сразу в цифровом формате и реальные объекты искусства прошлого сегодня получают вторую жизнь, их модифицируют компьютерными средствами и приглашают взглянуть на них под новым углом.

Искусство является формой общественного сознания, отражающей мир через виртуальные образы, его цель – поиск идеала, поиск прекрасного, воспитание хорошего вкуса. Искусство носит субъективный



характер как с точки зрения Творца, так и с точки зрения потребителя. Ценность произведений искусства субъективна, а выводы науки объективны. Можно сказать, что вся история искусства, художественных традиций это история работы художника с проблемой восприятия. Само произведение является своего рода исследованием, выраженным образным языком искусства [1].

Цифровая революция ускоряет перекрёстное оплодотворение между искусством и наукой, гибридизацию, создающую новые ценности. Творения художников материализуются в виде скульптур, картин, таписсерии, видео, фотографий или рисунков. Они погружают зрителя в бесконечность ощущений, иногда сбивают его с толку, часто изумляют. Ориентация общественной жизни с середины 20-го века на информацию и знание, виртуализацию и глобализацию привели к возрастанию роли инноваций [2].

Таписсерия – принятый специалистами термин для обозначения современных произведений авторского ручного ткачества, использующих опыт шпалерного ткачества, различные виды переплетений, современные материалы и технологии. Слово «таписсерия» происходит от греческого «тапес» – ковер. Современные английское и французское названия обозначают приблизительно «ковровая картина», а немецкое – «картинный ковер» [3]. Традиционная таписсерия одна из видов декоративно-прикладного искусства является настенный безворсовый ковёр с сюжетной или орнаментной композицией. Он, как один из пластических видов искусства, отличается своими, только ему присущими выразительными качествами в создании художественных образов, в решении их композиции. Каждая работа – это художественный эксперимент, попытка выработать новые принципы организации его пластики. Но в дизайне возможности таписсерии ещё далеко не исчерпаны, их осмысление должно «идти рука об руку» с практикой [4].

Исходная точка рассуждений английского искусствоведа Б. Тейлора – анализ изменений, ключевым образом повлиявших на дальнейшее развитие искусства. Он считает, что высокие технологии, интернет, обострение социальных противоречий, межконфессиональные конфликты – породили новые тенденции в живописи и скульптуре, в кино и фотографии [5].

Художественный мир в конце 1960-х и в начале 1970-х годов разделился на два лагеря: некоторые исследователи считали, что выход текстиля в пространство предвещает ему будущее, а другие категорически выступали против дальнейшего деформирования таписсерии, считая, что «художественная ткань по мере освобождения от своей прикладной функции, от места на стене, от жанра на наших глазах освобождается от всего и становится калеккой» [6].

Говоря о влиянии уровня развития техники и средств массовой информации на искусство второй половины 20-го века, можно выделить наличие следующих особенностей: развитие научной и технической мысли привело к изменению пространственного образа мира, плюрализму и фрагментарности культуры [7].

Обобщая основные положения, отметим, что процесс развития современной таписсерии, во многом, проходил и проходит под влиянием концепций авангарда, неоавангарда и трансавангарда. В силу этого тесная связь или даже, в некоторых случаях, соприкосновение разнообразных представлений и направлений творчества вызвали активное взаимодействие различных сфер искусства. В этой связи, значительный интерес представляют вопросы интеграционных взаимодействий. К видам и направлениям современного искусства, оказавшие непосредственное или опосредованное влияние на развитие таписсерии относятся живопись, графика, скульптура, фотография, сценография, народное искусство, инсталляция, инвайронмент, перформанс, хеппенинг, концептуальное искусство, поп-арт, оп-арт, минималь-арт, видео-арт, лендарт, процесс-арт и миксед-медия [8].

В настоящее время в прямом и переносном (метафорическом) смысле получило широкое распространение слово «технология». Оно вошло в обиход различных сфер человеческой деятельности. Мы встречаем такие понятия, как промышленная технология, высшая технология (хай-тек), нанотехнология, цифровая технология, педагогическая технология, политическая технология, художественная технология и др. В основе слова «технология» лежит слово «техника» (от греч. *texne* – «искусство, мастерство, умение»), означающее совокупность средств человеческой деятельности, создаваемых для осуществления процессов производства и обслуживания непроеизводственных потребностей общества. Основное назначение техники – частичная или полная замена производственных функций человека с целью облегчения труда и повышения его производительности. Техника прошла исторически длительный путь развития – от примитивных орудий первобытного человека до сложнейших автоматических устройств современной промышленности. Хотя, справедливости ради, до сих пор мы ещё по инерции говорим «искусство машиностроения», «искусство боя», «искусство пилотирования» и «техника живописи», «техника танца», «техника пения» и т.д. Этому есть объяснение, исходящее из эволюционного процесса формообразования вещей. Искусство технологии обработки камня было связано с необходимостью создания инструмента, компенсирующего ограниченные возможности человеческих рук. И, хотя руки являлись тоже инструментом, поиск подручных материалов увеличивал функциональные возможности обработки камня [9].

Цифровые технологии нашли самое широкое распространение в искусстве. Как пишет Е.В. Жердев в статье «Аксиология цифрового искусства», «в контексте аксиологии цифровое искусство включает в себя и как произведения цифрового искусства, перенесённые в новую среду, на цифровую основу, имитирующую первоначальный материальный носитель, так и принципиально новые виды художественных произведений, основой существования которых является виртуальная среда. Между тем цифровое искусство как новая художественная деятельность, основанная на использовании компьютерных технологий, вызывает у реципиентов противоречивое аксиологическое отношение. Это связано с отсутствием единой научной гипотезы, позволяющей непротиворечиво трактовать как сам феномен цифрового компьютерного искусства, его отдельные формы и направления, так и включение его в современную культурную парадигму» [10]. В данный момент художественная сфера и современные технологии являют собой единое целое новообразование в искусстве.

Формирование дигитального искусства обусловило рождение ранее не существующих форм проектирования и гештальтов. Например, виртуальная реальность, диалоговые концепции, цифровое 3D-сканирование и 3D-печать, виртуальные посещения выставочных площадок при помощи робота удаленного телеприсутствия. Художники-папирсыеры изготавливали картоны чтобы они были созданы в таписсерии. Сегодня это берет на себя, цифровое искусство, потому что с 1980-х годов оно развилось как полноценный художественный жанр, коррелирующий с воздухом времени. Отношения между миром современного искусства и миром цифрового искусства пересматриваются [11].

Несмотря на то, что традиционно существует довольно строгое институциональное разделение между цифровым искусством и современным искусством, каждое из которых имеет свои области обучения, производства, распространения и маркетинга, а также определённую историю, все больше художников из программ изобразительного искусства ориентируют свою работу на вопросы, связанные с воображением или использованием цифровых технологий. Благодаря вычислительной мощности компьютера и разработке электронных интерфейсов, позволяющих творческую интерактивность между созданным человеком предметом и программным интеллектом, Цифровое творчество предлагает смелые инновации для искусства таписсерии. Такие художники, как Сэм Барон, Мартин Крейссен, Франсуа Делькло, Хайди Вуд и многие другие, не колеблясь учредили диалог между вековой традицией и новыми средствами массовой информации, которые априори склонны были бы избегать. Этот новый подход был разработан Ноэлиса Р., «Абюссон цифровое искусство» [12].

Традиционный картон заменяется цифровым рисунком, с которым художник общается через интернет. Уже сделано множество таписсерий, использующих различные материалы, в том числе шерсть, хлопок, шёлк, бамбук, люрекс, синтетические волокна. Эти различные текстильные творения являются самым ярким доказательством того, что цифровой рисунок является моделью памяти. Как и цифровая книга, которую можно прочитать на планшетах, цифровая таписсерия является революционным шагом в создании пространства, где предметы постоянно обновляются. Речь идёт уже не о хранении, а о изобретении с точки зрения сохранения [13].

Основное призвание этого искусства состоит в том, чтобы повысить осведомлённость зрителя, поместить его в полноразмерное погружение в мир интерактивных технологий, со свободой манипулировать ими работы, смешивая видео, изображения, звуки, огни и робототехнику.

Противоположение цифровых технологий в искусстве традиционным произошло чрезвычайно быстро и агрессивно, с одной стороны, с другой – эта интеграция решает задачи художника на совершенно другом инновационном уровне. Таким образом, интерференция цифрового искусства прежде всего затронула академические области искусства [14].

Современное искусство даёт возможность полного взаимодействия зрителя как с произведением, так и с самим художником, где стирается граница недоступности «творца». Захватив общекультурную парадигму современного искусства, они стоят на одной ступени в роли рекуператора перекрёстно с постмодернизмом и вместе с тем дают возможность художнику не потерять профессиональную значимость и индивидуальность. Цифровые технологии в сфере искусства значительно расширили возможность становления постмодернистской культуры [15].

В заключении можно сказать, что для терминологического прояснения проблемы влияния уровня развития техники и технологий на культуру 20-го века в современном гуманитарном знании предлагается обратиться к таким понятиям, как «информационное общество», «репродукция произведений искусства», «симулякр» и «симуляция творчества». Анализируя проблемы современной культуры, исследователи отмечают сложность существования человека в постиндустриальном обществе, болезненность современной культуры, опошление прекрасного, возможностью массового тиражирования произведений искусства. Новаторские аспекты науки, ужасы возможных атомных и экологических катастроф, преступления тоталитарных режимов, поиск человечеством все нового и неизведанного выразилось в искусстве 20-го века появлением различных направлений и способов выражения [16]. Для художника живописца компьютерные технологии в таписсерии, в живописи и дизайне предоставляют возможность расширить и воплотить свои творческие идеи,

являются уникальной технической возможностью создавать любые формы, стилизовать их с помощью различных программ, создавать выразительные образы, сократив при этом массу времени. У художника в компьютерной живописи также есть возможность вырабатывать свой творческий почерк, стиль, индивидуальный метод. В современном мире появляются новые варианты искусства, и они законно находят и заполняют нишу в общем потоке авторского искусства таписсерии.

**Список использованных источников:**

1. Афонский С.А. Элементы дизайна в творчестве русских художников конца 19-го - начала 20-го веков. /Гуманитарные технологии и интеллектуальное лидерство. сборник тезисов докладов Международной научно-практической конференции. 2017. С. 241-248.

2. Буханов Г.В. Проектный метод обучения в практике кафедры рекламы, связей с общественностью и дизайна РЭУим. Г. В.Плеханова. Проектная культура и качество жизни. 2017. № 8. С. 46-57.

3. Уваров В.Д. Экспериментальные поиски в современном искусстве таписсерии. Бизнес и дизайн ревю. 2020. № 1 (17). С. 13.

4. Мереняшева М. А. «Художественно-композиционное моделирование в контексте дизайн-образования». Традиции и инновации. / Перспективы науки и образования, март-апрель 2014, №2 [Электронный ресурс] URL: <http://pnojurnal.wordpress.com/archive14/14-02/>(дата обращения: 13.11.2020)

5. Christian Ruby «Arts et Sciences / Sciences et Arts» Sur une médiagraphie en cours de réalisation paru dans Le Philosophoire 2011/1 (n° 35), P. 129 -143

6. Keith Garubba «Art/Science and a Blended Inquiry» The Ohio State University 2014 - P.9-303.

7. Emmanuel Ferrand, « L'art contemporain dans le complexe technoscientifique », Marges, 26 | 2018, P.75-87.

8. Уваров В.Д. Таписсерия как "модель" общих закономерностей развития мирового искусства. Дизайн и технологии. 2017. № 59 (101). С. 22-29.

9. Калимуллина О.В. «Современные цифровые образовательные инструменты и цифровая компетентность: анализ существующих проблем и тенденции» Троицкий Университет ИТМО, Москва, Россия URL: DOI: <http://dx.doi.org/10.21686/1818-4243-2018-3-61-73>. (дата обращения: 13.11.2020)

10. Жердев Е.В. «Аксиология цифрового искусства»/Цифровая революция 2017. Всероссийская научно-практическая конференция 17 марта 2017. С. 87-97.

11. Ernst Hans Gombrich « Ce que l'art nous dit» Adam Biro, Paris 1991 p. 82

12. Christiane Paul. L'art numérique Paris, Thames et Hudson. Collection l'univers de l'art. 2004, P. 224

13. Уваров В. Д. Проблема эстетической организации предметно-пространственной среды интерьера «Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА» /Московская государственная художественно-промышленная академия имени С. Г. Строганова. – МГХПА, 2016. – №2. –Ч. 1 16

14. Caen Barbara. «Renaissance d'un médium artistique: la tapisserie en France et en Belgique au XIXe siècle» University of Zurich ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-136529>. France. 2016 (дата обращения: 13.11.2020)

15. Christiane Paul. L'art numérique Paris, Thames et Hudson. Collection l'univers de l'art. 2004, P. 224

16. Tina Kane «Tapestry Technology 1400-2004» Textile Society of America Symposium Proceedings URL:<https://digitalcommons.unl.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1486&context=tsaconf> (дата обращения: 13.11.2020)

© Момин С.Р., 2020

УДК 745.52 + 746.1

## **ИСТОРИКО-СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ТЕХНИК ИСКУССТВА ТАПИССЕРИИ**

Уваров В.Д., Пинчук А.М.

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

На Руси скань известна издавна – филигранные изделия встречаются ещё в раскопках курганов девятого века [3]. Эпоха конца девятнадцатого начала двадцатого веков стала временем рождения современного мирового дизайна. Современные красивые интерьеры, мебель, автомобили, одежда, ювелирные украшения появились из того, что было привнесено в художественное творчество по большей части русскими творцами традиционного искусства на рубеже именно этих веков [1]. Можно с уверенностью теперь сказать, чтобы создать что-то новое художникам пришлось переработать старое. Вернутся к своим корням, к традиционности, к традиционным и смежным техникам, и посмотреть на это новым взглядом. Общекультурные взгляды общества вряд ли бы приняли революционный или авангардный подход к переменам, поэтому маленькими и очень понятными шажками ювелирное искусство двинулось вперед. Привычная технология изготовления филигрانی осталась прежней, но украшение увеличилось в объеме, стало многослойным, композиционно

сложным. Визуальное мышление имеет множество форм. Коллаж, смешанные техники способны определить проектное решение. Когда мы пользуемся графическим языком для выражения идеи результат отличается от вербального описания, становится объемным, полифоничным и, часто, решает задачи быстрее [2].

С 1983 г. в Брюсселе стали проводить международные биеннале кружева. Так сложилось исторически, что бельгийские кружева снискали славу лучших в Европе, а Брюссель был центром этого древнего текстильного ремесла. И не случайно, что активная деятельность по его возрождению вспыхнула с новой силой именно здесь. Эта биеннале была культурной инновацией для жителей города, показавшей достижения современных художников-дантильеров (от франц. dentelle – кружево). Кружево – достаточно редкая разновидность художественного текстиля. Люди привыкли к традиционному кружеву, используемому для украшения костюма, а то, что они увидели на выставке, было оригинальным. Наш век изменил отношение к ремеслу кружевоплетения, сделал его разновидностью современного искусства. Биеннале предлагала посетителям богатое разнообразие поисков в области кружевоплетения – это расширение диапазона пластических форм, эволюция материалов, изобретение новых техник [4].

Выставка проходит под попечительством королевы Бельгии Фабиолы, и самый главный приз биеннале носит ее имя. Президент – основатель биеннале Колетт ван Стейвурд-Стандаерт поставила перед мастерами кружева такие вопросы: по каким причинам они не могут больше отражать мысли и чувства современного человека, с помощью каких новых средств возможно реализовать этот процесс корреспонденции и коммуникации? При этом существовало одно давнее право на участие условие: все немислимое разнообразие форм и пластических экспериментов должно было «соответствовать кружеву» [5].

Тема выставки вызвала новые размышления о сущности кружева, привела к изменениям в расстановке акцентов, в новых подходах к технике кружевоплетения и его методах. Какие же формы художественного творчества свойственны искусству кружева? Ответ на это связан с вопросом онтологии, который можно резюмировать следующим образом: что есть и что не есть кружево в современной визуальной культуре? Обязательно ли считать кружевом лишь те изделия, которые выполнены с применением многовековой техники при помощи коклюшек, крючка и швейной иглы? Что приобрело или потеряло искусство кружева в связи с утратой в конце века его точных классификационных признаков?

Кроме того, на фоне многочисленных артистических находок не прекращались дебаты, следует ли отнести кружевоплетение к искусству или ремеслу, кустарному производству или художественному творчеству. В искусстве кружева сложилась ситуация, аналогичная положению дел в

искусстве новой таписсерии. Неограниченная свобода в поиске новых средств выражения, выборе материалов и расширении тематического диапазона привела к размыванию границ между разновидностями текстильного ремесла и изящными искусствами. Так, очень трудно определить, по какой причине экспонаты 6-й биеннале кружева попали в раздел кружев, а не в раздел таписсерии. Многие века из кружев обычно изготавливали воротники и манжеты, небольшие размеры которых определялись размерами человеческой фигуры. В экспозиции 6-й биеннале миниатюрные кружева выросли в крупные монументальные композиции, украшающие стены архитектурных сооружений на манер ковров. Таковы, например, произведения польской художницы Анны Вичуковской, широко известной представительницы классической таписсерии, которая получила «Главный приз королевы Фабиолы» за работу «Кружево погоды» размером около 4 м<sup>2</sup> из синтетического сырья и вискозы, японки Норико Нарахира, награжденной «Золотой коклюшкой» за артефакт «Ночной лунный свет и весеннее море» размером 110×180 см, и бельгийки Колетт Бертен – обладательницы «Коклюшки из эбенового дерева» за композицию «Далматик» размером 150×200× 0,5 см. Художники из Центральной Европы сконцентрировали свое внимание на создании произведений суперсовременного текстиля, восприятие которого было инспирировано кружевом. Японцы, искусство текстиля которых снискало славу благодаря высокому уровню креативного мышления, основанного на традиционной эстетике, демонстрировали видение, исполненное глубокой философии, и представляющее несомненный интерес для европейцев.

В 1996 г. состоялась 7-я биеннале кружева под девизом «Кружево и прозрачность – предложения для XXI века». Среди главных вопросов, ответы на которые должна была дать выставка, фигурировали следующие: какое место будет занимать творчество дантильеров в завтрашнем дне и что ждет его на рубеже веков в 2000 году? В последнее время стали распространяться печальные прогнозы, что в мире упал интерес к haute couture (высокому шитью) и аналогичная судьба ждет кружево. Какова творческая рефлексия художников на эту ситуацию, тем более что XX в. изменил отношение к ремеслу кружева, сделав его разновидностью современного пластического искусства? До сих пор не решены проблемы, связанные с взаимоотношениями авторов-креаторов и исполнителей-дантильеров: почему художники, которые реализуют свою концепцию через исполнителя, остаются авторами, а ремесленники, которые дали жизнь творческому замыслу художника, остаются только исполнителями? Эта двойственность вносит определенные трудности в деятельность различных художников текстиля, часто работа кружевницы или дантильера-исполнителя сводят на нет поэтический образ, созданный автором-креатором. В области кружева неразделимость процессов создания произведения является поводом для творчества, что говорит о



принципиальном превосходстве труда художника-дантельера, изготавливающего изделия собственноручно, над трудом ремесленника.

Биеннале показала различные варианты понимания термина «прозрачность». Счастливый симбиоз современного графизма и естественной выразительности кружева продемонстрировала работа Розмарин Спиллиарт из Бельгии «Никогда не реализуется счастье, только во сне» размером 50×50 см (×6), получившая «Главный приз королевы Фабиолы». Благородные вариации Вассербауеровой из Чешской Республики были посвящены теме ожерелий и завоевали «Бронзовую коклюшку». Замечательный мастер текстильного оп-арта из Польши Дорота Гринчел удостоилась коклюшки из серебра. Два японских художника Аmano и Нарахира сформулировали свои предложения по обновлению кружева на основе исторического наследия Западной Европы в области кружева и таписсерии.

Участники из Бельгии показали блестящее умение сочетать новые тенденции со старыми, их классические формы выражения были поливариантны, они стремились к безукоризненному совершенству с целью достижения чистоты линий силуэтов художественных объектов. Тема прозрачности оригинально реализуется в творчестве художницы из Атенховен-ланден Юлианы Свиннен. Она неоднократно получала призы биеннале: «Бронзовую коклюшку» в 1983 г. на 1-й биеннале и в 1994 г. на 6-й биеннале и «Серебряную коклюшку» в 1987 г. на 3-й биеннале. На 7-й выставке была представлена композиция «Алло, с кем я разговариваю?» размером 210 × 117 × 28 см. Трансформируя технику кружевоплетения, Ю. Свиннен использовала в качестве нити цветные телефонные провода. Провода имеют символическое значение, потому что посредством телефонной связи человек общается, устанавливает нужные контакты, передает свои эмоции. Объединение людей через соединения различных звеньев – вот концептуальная идея этого кружева.

Серия кружевных панно «Медитация I–II–III» размерами 65×71, 65×65, 65×68 см возникла под впечатлением от фресковой живописи XIV в. в церкви Сент-Труиден (Бельгия). Текст Священного писания инспирировал Ю. Свиннен на напряженный творческий поиск. Своими руками она изготавливает разрыхленную пряжу, затем сочетанием медной проволоки, природных материалов, вуали и нейлоновой сетки пробует найти визуальный эквивалент фрески. В результате получилось чрезвычайно самобытное художественное произведение. Ю. Свиннен удалось создать новый имидж бельгийского кружева.

В 1999 г. в Брюсселе состоялась 8-я кружевная биеннале современного искусства. Отбор произведений на выставку осуществляли известные художники текстиля Шейла Хикс (США) и Изабелла де Боршgrave д'Алтена (Бельгия). По решению жюри Гран-При в размере 3.835 евро получила молодая художница из Нидерландов Христа тен

Вринке, создавая в технике машинной вышивки по раскрашенной и свернутой бумаге работу «Квадратная композиция», вызывающую ассоциации с абстрактной живописью. «Золотую коклюшку» получил бельгийский художник Жорж Тийс за ансамбль «Мое тело» и «Изабель». Объект Ж. Тийса «Мое тело» размером 35 × 70 × 15 см представлял собой повторяющийся очертания мужского тела прозрачный комбинезон, выполненный в традиционной технике коклюшечного кружева. «Серебряную коклюшку» получил пространственно-средовой объект корейского автора Санг Лан Ким «Развертывающийся цветок», который представлял собой разнообразные объемные формы, расположенные на полу.

Биеннале кружева отражают тенденции развития как кружева, так и таписсерий. Это подтверждается тем, что, с одной стороны, произведения многих художников могли бы с равным успехом демонстрироваться на выставках и таписсерии, и кружева, а с другой стороны, если такие крупные мастера таписсерии как Шейла Хикс отбирают произведения для экспозиции, то их вкусовые предпочтения будут отданы образной системе таписсерии.

В современных тенденциях ювелирного искусства мы видим много воздушных, невесомых украшений? созданных с учетом опыта и мастерства художников прошлого. Также, учитывается опыт ремесла кружевниц и вязальщиц. Техники плетения кружева давно взяты за основу создания коллекций и высокими ювелирными домами. В пример можно привести коллекции ювелирного дома «Buccellati» секреты производства передаются из поколения в поколение, ювелирный дом приобрел мировую известность тем, что при исполнении украшений в металле и драгоценных камнях используется только ручной труд и старинные технологии. Искусство создания ювелирных изделий ювелирного дома можно сравнить с плетением тончайшего кружева. Источником вдохновения служит известное во всем мире кружево провинции Венеция, городов Брюгге и Валенсии. Кроме того, художник черпал идеи в архитектурных мотивах XV и XVI вв. – завитках, спиралях, полосах, геометрических рисунках и мозаике. Марио Буччеллати вдохновлялся и восточным искусством, бывшим в моде в эпоху ар-деко, когда художник стал по-настоящему известным во всем мире. Взяв за основу ренессансное мышление и мастерство, он практически восстановил старые техники XIV-XVI вв. «Кружевные» драгоценности и виртуозная гравировка – визитная карточка Буччеллати. Изобретенная Марио Буччеллати особая техника, характерная для многих его работ, а также для сегодняшних произведений фирмы Буччеллати, заключается в обработке драгоценных металлов так называемым мозаичным способом [9].

Современные художники, например, Суханик Ленка – кружевница и дизайнер кружева из Канады создает ювелирные произведения из черной

эмалированной меди и кристаллов Сваровски. Она работает в многовековой европейской технике, ручного кружевоплетения «Шантильи» и технике игольного кружева. Ленка Суханик специализируется на металлических кружевах, она использует тонкие провода из меди, бронзы, сталь, янтарь, гранат, пресноводный жемчуг и драгоценные металлы, чтобы создавать уникальные предметы, которые являются традиционными и современными одновременно. Работы Суханик выставлялись по всему миру, и получал награды и признание за оригинальный подход к традиционному ремеслу. «Чем больше я узнаю, тем больше я понимаю и ценю глубину знаний, широту мастерства и высота художественного слова прошлого кружевниц. огромным уважением, я следую по их стопам продолжая традицию вне времени в погоне за красотой» – признается автор [7].

Южнокорейский художник Sowon Joо также занимается имитацией текстиля в ювелирных украшениях. Таписсерийное плетение из металла требует огромного количества времени и усилий, а также высокого уровня осторожности и чувствительности. Я вкладываю свои мысли, воспоминания и дух в процесс, а хрупкое и нежное плетение из серебряной проволоки представляет собой уязвимость и хрупкость жизни, особенно на ранних стадиях, что требует нашей заботы и защиты. Благодаря моей работе, пользователь и я получаем общую нить, которая связывает наше ощущение жизни. Я надеюсь, установить взаимопонимание, между нами, в осознании чуда и трепета, которые мы испытываем при наблюдении жизни во всех ее проявлениях [8].

Вязаные изделия из проволоки от Joan Dulla. Оказывается, что из проволоки можно связать практически всё – от изящных женских украшений до кухонной утвари. Серебряная проволока плюс тунисский крючок. Украшения держат форму, легкие и изящные.

В России до сих пор техника филигрании вызывает интерес и производителей, и покупателей. Компания «Фиделис» много лет выпускает невесомые, кружевные украшения, которые восхищают многих своей нежностью.

На основе проведенного исследования сделан вывод, что переосмысление в современном ключе традиционных ювелирных техник, а также кружевоплетения, переплетения трикотажных петель и нитей ткачества – это способы внести новизну в ювелирные коллекции сегодняшнего дня. Заимствование технологий из искусства таписсерии дадут большой толчок к развитию ювелирного производства. Новые формы и конструкции облегчат вес изделия, что немаловажно для покупателя и производителя, тем более в условиях кризиса. Нужно как можно глубже изучать историю материального искусства, техники и технологии разных стран, чтобы найти ту изюминку, что будет отличать вашу торговую марку от многих других.

### **Список использованных источников:**

1. Афонский С.А. Элементы дизайна в творчестве русских художников конца 19-го - начала 20-го веков./Гуманитарные технологии и интеллектуальное лидерство. сборник тезисов докладов Международной научно-практической конференции. 2017. С. 241-248.
2. Буханов Г.В. Проектный метод обучения в практике кафедры рекламы, связей с общественностью и дизайна РЭУим. Г. В.Плеханова. Проектная культура и качество жизни. 2017. № 8. С. 46-57.
3. Чавушьян Д.М. Ювелирное искусство. Техника скань. Дизайн. Материалы. Технология. 2007. № 2 (3). С. 72-73.).
4. Уваров В.Д. Авторская таписсерия. Монография-М.: ГОУВПО «МГТУ им. А.Н.Косыгина» 2010. 325 с.
5. Уваров В.Д. Экспериментальные поиски в современном искусстве таписсерии. Бизнес и дизайн ревю. 2020. № 1 (17). С. 13.
6. Уваров В.Д. Таписсерия как "модель" общих закономерностей развития мирового искусства. Дизайн и технологии. 2017. № 59 (101). С. 22-29.
7. Имитация текстиля в ювелирных украшениях. URL:<https://sozdavaisam.ru/imitatsiya-tekstilya-v-yuvelirnyh-ukrasheniyah/2> (Дата обращения 30 09.2020)
8. Плахова О. Выставка арт-украшений в Нью-Йорке. Монреаль, Квебек, Канада URL: <http://lalafemme.ca/vsyo-na-sebe-vystavka-art-ukrashenij-v-nyu-jorke.html> (Дата обращения 30 09.2020)
9. Буччеллати. Официальный сайт ювелирного бутика. URL:<https://buccellati.ru/> (Дата обращения 30 09.2020)

© Уваров В.Д., Пинчук А.М., 2020

УДК 745.52 + 746.1

## **ПРОЕКТНАЯ КУЛЬТУРА В КОМПЬЮТЕРНОМ МОДЕЛИРОВАНИИ СКУЛЬПТУРНОЙ ТАПИССЕРИИ НА ОСНОВЕ ШАРА И КРУГА**

Уваров В.Д., Врублевский А.С.  
*Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство), Москва*

В последнее время в дизайнерском проектировании получила широкое распространение компьютерная графика, дающая возможность моделировать объект с мельчайшими подробностями. Она позволяет в трехмерном изображении и в реальном времени моделировать объекты скульптурной таписсерии в самых различных ситуациях. «В погоне за дизайном, нельзя потерять искусство, в погоне за внешней красотой, нельзя утратить вечных основ прекрасного, обучение дизайнера нельзя

свести к неким приемам без осмысления целостного видения. Решающее значение, кроме того, имеет умение осмысливать художественными средствами окружающую действительность, не только смотреть, но и видеть, а самое главное воплощать все это в художественные образы» [1]. Актуальность данной темы для мировой и отечественной искусствоведческой науки определяется большими возможностями исследуемого вида творчества в философско-эстетическом воздействии на сознание людей и образном формировании пространства интерьера, благотворно влияющего на психическое и эмоциональное состояние человека. Визуальный метод проектирования позволяет сохранить естественность и остроту проектного мышления [2]. Обращаясь к одному из видов искусства текстиля fiberarts – искусству таписсерии (tapestry), мы рассмотрели его как многокомпонентную структуру, синтезирующую в себе воздействия других видов художественной деятельности, связанных как с традиционными средствами выражения образа (живопись, графика, скульптура), так и новыми методами, и художественными приемами фото-, кино-, видео-техники [3]. Искусство таписсерии насчитывает многовековую историю. С течением времени взгляды на этот вид искусства менялись, научные разработки и прогресс диктуют новые правила для вдохновения и творчества. Характерной чертой мышления 21-го века является переосмысливание различных художественных приемов и эстетических представлений прошлого с нахождением в них резервов новой культуры. Обращение к корням, истокам искусства таписсерии, закономерностям многовекового ее развития позволяет лучше понять и многие современные процессы [4]. Рассмотрим символику в изобразительном искусстве, потому что – это древнейшая знаковая система, в которой сохранились культурные ценности эпохи. В статье ставится задача описать семантику и эстетику шара и круга на примере ряда объектов изобразительного и декоративно-прикладного искусства через феномены культуры, традиций и философии Древней Греции. Мировые универсалии, символы вечного вращения колеса времени, умирания и рождения интерпретируются в своей многозначности. Центральной проблемой статьи является анализ символов шара и круга, используемых в искусстве Древней Греции, что обусловлено настойчивой потребностью современного искусствознания в построении философской онтологии искусства. Данная работа призвана показать, что орнаментальное изображение круга в изобразительном и декоративно-прикладном искусстве является ключевым символом миропонимания и смыслообразующей составляющей культуры той эпохи. В исследовании применяются описательный и историко-типологический подходы.

В современной науке и искусстве интерес к анализу орнамента на предметах материальной культуры Древней Греции и его онтологической интерпретации не стихает на протяжении веков. Как расшифровать эти

закодированные послания, если, как считали в древности, рукой и резцом художника водит сам Бог, а произведение искусства – это результат наслоения традиций, вековой культурной памяти и собственных подсознательных исканий творца? Ряд авторитетных авторов полагает, и мы с ними согласимся, что «...смысл греческого искусства выражается в его мифологичности» [5]. Все мифы повествуют о столкновении героя со смертью и ее преодолением: победа новой жизни над смертью, восходящая к идее сотворения мира. По мнению Н.И. Брунова, «греческое театральное здание в своих истоках связано с культовыми плясками на круглой площадке вокруг алтаря, которую окружало кольцо зрителей...». Процесс появления монументального театрального здания тесно связан с историей развития греческой драмы и комедии [6]. Диск, круг в палеолите и неолите служил символом неба, что ярко отразилось форме ритуальных предметов, явившихся в результате слияния полуовальных фигур в виде концентрических кругов, обозначавших облако (символ богини) и символа неба в виде диска. В таких находках сохраняется точка в центре диска, которая в неолите стала обозначать ритуал орошения зерна небесной влагой [7].

Не случайно именно геометрия из всех математических наук в античности подвергалась наибольшей философской разработке. Если рассматривать эстетику геометрии, то она неразрывно связана с геометрией окружности. Почему окружность? Потому что нет другой фигуры, создающей столь простую и столь интересную симметрию [8]. Система, разработанная философом Демокритом, сообщала, что круглые атомы образуют ум и огонь, и «солнце и луна возникли из скопления гладких и круглых атомов» [9]. В свою очередь, у Платона круг – «подвижный образ вечности недвижимой», а в «Тимее» небо у него шаровидно, ввиду равного отстояния границ Вселенной от центра. «Интуиция шара и круга пронизывает решительно всю античность, так что совершенной формой движения является не прямолинейное движение, но обязательно круговое» [10].

Особенности мифотворческого, магического мышления всесторонне исследованы в книге О. М. Фрейденберг «Миф и литература древности». Она отмечает, в частности, что первобытное мышление не знает отвлеченных понятий [11]. Мышление древних людей было основано на представлении о цикличности бытия, нарушать возвратную поступь которого могла только смерть. Так, например, греческий Зодиак (от *zoe* – «жизнь» и *diakos* – «колесо») или «колесо жизни», выражает «качественное» понятие времени, характеризующееся влиянием планет на человеческое существование; хоровод Ор (круговращение жизни) символизирует возрождение природы. Оры традиционно изображаются в виде двенадцати юных дев в свите Гелиоса и Аполлона, которым поручено запрягать лошадей в солнечную колесницу; [12] солнце представлялось

как глаз Зевса, что свидетельствует о семантической связи понятий "глаз-светило" и знака в виде кружка с точкой; кольцо, большой медный шар и множество маленьких медных шариков, украшавшие Майскую ветвь из Фив (ствол лавра), вероятно, символизировали власть и удачу – такое Майское дерево носили на празднике в честь Аполлона [13].

Нужно помнить, что в самых древних греческих мифах первостепенная роль принадлежала матери и сыну, тогда как отцы не играли существенной роли. Так, на палеолитических изображениях женщин живот трактован в виде диска с точкой или отверстием в центре, из чего можно заключить, что форма круга ассоциировалась с такой палеолитической богиней. Только к IX-VII тыс. до н.э., с переходом от палеолита к неолиту, мужчина вышел на первый план и стал возрастным коррелятом женщины – ее отцом. Близичный миф возникает из ситуации, когда сын не мог быть устранен из системы и оставался рядом со своим отцом в качестве зрелого юноши. Именно эту драматическую картину вечного умирания и возрождения солнца-сына из матери-воды мы наблюдаем в росписи прекрасных ваз протогеометрики (X-IX вв. до н.э.). Своеобразным импульсом для развития геометрического орнамента явилось, по мнению Н.П. Бесчастнова, возникновение и развитие геоцентрической идеи, «завершившей модель познанного человеком-язычником мира» в солярных образах [14]. Кажется естественным заключить, что образы солнца и луны являются важным компонентом языка геометрического орнамента, реализуясь в композициях вазовой росписи. Круг-глаз неизменно оставался символом солнца: «один глаз, обрамленный устремленным вверх орнаментом, обозначает жизнь, другой, с доминантой знаков, направленных вниз, – смерть. Обратившись к афинскому фигурному фризу Софила (580-570 гг. до н.э.), мы увидим, что он круговой и цельный, эти качества осмыслены как образ совершенного, шаровидного космоса. На вазах же VIII в. до н.э. с хороводами изображен замкнутый ритмический круг, воспроизводящий ход бога-солнца (фрагмент кратера с Пирейской улицы в Афинах. Хоровод женщин вокруг треного котла. Последняя четверть VIII в. до н.э. Таким образом, мы можем заключить, что круг как символ являлся неотъемлемой, базовой формой для передачи мастерами древности извечного мифа о рождении и смерти, бесконечности и цикличности времени и невозможности человека уйти от предназначенного ему жребия.

Обратившись к форме шара (мяча), мы найдем, что одно из значений напрямую связано с такими его свойствами, как неустойчивость, постоянное изменение положения в пространстве, обтекаемость, непостоянство. Лисипп создает поразительную по пластике для своего времени статую Кайроса, бога благоприятного момента: скульптор изобразил бога балансирующим на шаре, которого он касается кончиком одной ноги. Никто из его предшественников не взялся бы

«характеризовать столь неуловимый образ быстро мелькающего времени и притом в позе столь шаткого равновесия» [15]. Сходная по этимологии с Кайросом богиня Тихе, перекочевавшая в римскую мифологию в облике богини Фортуны, символизирующая изменчивость мира, его неустойчивость и случайность, изображалась со своим главным атрибутом - колесом, вращение которого, – «то, что было вверху, будет внизу», – символизировало переменчивость удачи. Фортуна изображается в сопровождении паруса или крыльев, которые меняют направление в зависимости от ветра, или балансирующей в неустойчивом равновесии на шаре, символе непостоянства и непрерывного изменения судьбы.

Отметим, что в современном «хаосе порядка», в ситуации кризиса эстетики, важно помнить, что искусство, в сущности, является формой мифологического мышления, и оно есть иная форма освоения и понимания окружающего нас мира. Отсутствие целостного видения, непонимание природы внутренней сущности в ее связи с внешней формой ведут к созданию художником нелепых, эстетически безобразных произведений искусства. В этой связи является актуальным понимание символики формы шара и круга как не только первоэлементов, лежащих в основе космогонии и мифотворчества, но и как глубоко символических форм в визуальном искусстве, выстраивающих контакт человека с миром в некую иерархическую структуру.

Современный бразильский художник-таписсер Эрнесто саба де Альбукерке Нето (Ernesto Sabade Albuquerque Neto) часто использует форму шара. Он предлагает зрителю взаимодействовать с его работами. Его скульптуры – это абстрактные таписсерии-инсталляции, состоящие из ткани, нейлона, они представляют гигантские абстрактные формы, иногда они наполнены душистыми специями и висят в форме слезы или вытянутого шара.

Эрнесто Нето использует легкие эластичные материалы, создавая практические, органические формы. Он создает мягкие скульптуры, которые посетители могут ощупать через небольшие отверстия в поверхности, а порой – целые пространственные лабиринты, инвайронменты, в которые зритель может войти, ощутить работу и взаимодействовать с ней. Для художника важно, чтобы зрители могли активно взаимодействовать с его искусством и получать эмоциональный опыт, сразу при помощи нескольких чувств (зрения, обоняния, осязания).

Работа Нето «Антроподино» (Anthropodino) была классифицирована как «абстрактный минимализм». Его установки большие, мягкие, напоминающие слезы скульптуры, заполняющие выставочное пространство. Они изготовлены из белого, эластичного материала аморфной формы, набитые гранулами или, в некоторых случаях, ароматическими специями. В некоторых установках, он также использовал материал для создания полупрозрачных холстов, которые трансформируют



стены и пол в пространственный инвайронмент. Его текстильные скульптуры можно рассматривать как выражение дани традиционной абстрактной форме, но в их взаимодействии со зрителем, они работают на другом уровне.

Эрнесто Нето определяет себя как скульптора – его работы были созданы для того, чтобы можно было осматривать их, прогуливаясь, трогать и даже чувствовать запах, что позволяет зрителю познать свое собственное тело, свои чувства и свой ум через предмет искусства. Посетители взаимодействуют друг с другом, а также со своим окружением, погруженным в сплав текстильной скульптуры и архитектуры [16]. Появление в искусстве второй половины 20-го века новых течений стимулировало процесс взаимодействия мелкой пластики, декоративной скульптуры, художественного текстиля, и т.д. Это придало живописно-пластическим исканиям художников гибкость и широту, вызвало интенсивное творческое соприкосновение отдельных видов и направлений искусства, вывело на принципиально новый уровень его взаимоотношения с архитектурой [17].

В заключении отметим, что понимание символики формы шара и круга как глубоко символических форм в визуальном искусстве, выстраивающих контакт человека с миром в некую иерархическую структуру, открывает новые горизонты. В связи с этим чрезвычайно перспективным представляется использование формы шара и круга при компьютерном моделировании скульптурной таписсерии для размещения их в интернет-пространстве.

#### **Список использованных источников:**

1. Афонский С.А. Элементы дизайна в творчестве русских художников конца 19-го - начала 20-го веков./Гуманитарные технологии и интеллектуальное лидерство. сборник тезисов докладов Международной научно-практической конференции. 2017. С. 241-248.
2. Буханов Г.В. Проектный метод обучения в практике кафедры рекламы, связей с общественностью и дизайна РЭУим. Г. В.Плеханова. Проектная культура и качество жизни. 2017. № 8. С. 46-57.
3. Уваров В. Д. Проблема эстетической организации предметно-пространственной среды интерьера «Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА» /Московская государственная художественно-промышленная академия имени С. Г. Строганова. – МГХПА, 2016. – №2. –Ч. 1
4. Уваров В.Д. Экспериментальные поиски в современном искусстве таписсерии. Бизнес и дизайн ревю. 2020. № 1 (17). С. 13.
5. Акимова Л. И. Искусство Древней Греции. Геометрика, Архаика. СПб., 2007. 396 с.
6. Брунов Н.И. Очерки по истории архитектуры: Т. 2. М., 2003. 944 с.
7. Голан А. Миф и символ. М., 1993. 371с.

8. Раушенбах Б. В. Геометрия картины и зрительное восприятие. СПб., 2002. 320 с.
  9. Лосев А. Ф. Очерки античного символизма и мифологии. М., 1993. 962 с.
  10. Лосев А. Ф., Чистякова Н. А., Бородай Т. Ю. и др. Античность как тип культуры. М., 1988. 336 с.
  11. Фрейдберг, О. М. Миф и литература древности.–М., 1998. 798 с.
  12. Баттистини М. Символы и аллегории. М., 2008. 384 с.
  13. Нилльсон М. П. Греческая народная религия. СПб., 1998. 240 с.
  14. Бесчастнов Н. П. Художественный язык орнамента. М.: ВЛАДОС, 2010. 335с.
  15. Виппер Б. Р. Искусство Древней Греции. М., 2017. 559 с.
  16. Искусство Эрнесто Нето – странный симбиоз шаманизма и политики [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ernestoneto.guggenheim-bilbao.eus> (дата обращения: 11.11.2020).
  17. Уваров В.Д. Таписсерия как "модель" общих закономерностей развития мирового искусства. Дизайн и технологии. 2017. № 59 С. 22-29.
- © Уваров В.Д., Врублевский А.С., 2020

## УДК 7.01

### ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СТОРИТЕЛЛИНГА

Щербаков Д.Н., Ульянова В.В.  
*Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство), Москва*

В современном мире технологий и мультимедиа невозможно представить без сторителлинга. Сторителлинг – один из основных аспектов современного мультимедиа. Этот термин применим для разных сфер жизни и профессий–его используют маркетологи, преподаватели, менеджеры – все, кто хочет сделать так, чтобы его история была услышана и понята, побудив аудиторию и слушателей к определенным действиям. В данной статье будут рассматриваться теоретические аспекты сторителлинга, которые можно наблюдать в разных сферах деятельности человека.

Сторителлинг (с англ. «storytelling» – рассказывать истории) – метод коммуникации с аудиторией через сказительство, рассказ истинной истории, чтобы побудить аудиторию к действиям. Этот метод или техника, как указывает А.И Кузовенкова в статье «Сторителлинг как новая медиа технология» основана на механизмах человеческого мышления, психологии и восприятию современного общества, а также его

потребления. В медийной сфере у сторителлинга большие шансы стать одной из важнейшей частью коммуникации с аудиторией [1].

Алексей Каптерёв, автор книги «Мастерство презентации» рассказывает, что сторителлинг можно разделить на три фазы: фокус истории, контраст истории и единство истории.

В фокусе истории определить одну цель: какой я хочу получить результат? Цель объединяет оратора и аудиторию. Можно по-разному предоставить информацию, которую аудитория запомнит или нет. Для 100% результата необходимо вовлечь аудиторию. Воздействие = вовлечение аудитории. Для воздействия на людей нужно придать смысл для презентации. Вовлечение – мотивация – цель, которую смогут достичь люди после вовлеченности в данный проект.

Цель и ценность презентации – сделать лучше в глазах самого создателя презентации. Готовый продукт способен замотивировать публику сделать продукт и себя лично лучше.

Видение презентации – важная составляющая, которая сформулирует главную мысль презентации. Видение не должно быть нравоучением для аудитории. Никому неинтересно ваше видение мира. Просто расскажите историю, которая смотивирует людей на нужные для вас мысли и действия.

Важное правило: клиент не всегда прав. Для того, чтобы презентация была понята, говорите то, что вы сами верите и знаешь на 100%, что будет актуально и полезно для аудитории. Одно важное условие – правильная аудитория. Наглость – второе счастье, так говорят. На самом деле, это так. Вы можете критиковать продукт, если вы имеет несколько действительно сильных аргументов в пользу ваших выводов [2].

Из этого мы можем сделать вывод, что сторителлинг – очень универсальная единица для коммуникации с аудиторией, имеющая большой потенциал во многих сферах деятельности человека.

Но что ещё важно в эффективности истории являются основными критериями? Об этом можно судить по критериям, которые выделили авторы статьи «Сторителлинг как технология эффективных коммуникаций».

Идея – это основа любой истории. Обычно идея заключается в решение каких-либо проблем. Спикер должен отразить основную мысль во время всего повествования, обосновывая и описывая её с разных сторон. Только после этого аудитория сможет понять основную идею.

Герой – движущая сила истории. У каждого героя должен быть свой собственный характер. Персонаж истории – не всегда положителен, он не обязан быть всегда привлекателен для аудитории. Но всё же желательно, чтобы персонаж был наделен положительными качествами, которые позволят аудитории испытывать симпатию к персонажу. Качества, которые в какой-то мере каждый слушатель хотел бы иметь у себя, либо

понимал, что именно такими качествами должен быть наделен этот персонаж в данной истории. Это могут быть и сильные, и слабые стороны, которые аудитория хотела бы развить у себя. Для полной картины понимания поступков и действия персонажа аудитории необходимо знать все шаги героя для решения той или иной проблемы. Герой сквозь всю историю движется на встречу к решению проблемы.

Аналогия с реальной жизнью – залог успеха истории. Если аудитория найдет отклики к реальной жизни, а ещё лучше к своим проблемам, то история будет ещё более успешнее, так как слушатель сможет через историю решить какие-то свои реальные проблемы, найдя необходимые пути решения.

Структура – заранее подготовленный сценарий, который составляется по плану: обозначение проблемы, пути решения, кульминация и решение поставленных проблем.

Логика истории – логическая связь всей истории. Без логического повествования невозможно будет ни заинтересовать аудиторию, ни удержать её интерес.

Стиль повествования – стиль может задать настроение не только истории, которую рассказывает спикер, но и самой аудитории [3].

Когда спикер коммуницирует со своей аудиторией при помощи истории, то он манипулирует эмоциями слушателей. Жанры сторителлинга разнообразны: от анекдотов до полноценной истории со сложным сюжетом. Не каждый человек имеет талант к сказительству, так как даже самая интересная история может превратиться в скучное повествование, если его рассказывает не тот человек, либо спикер повествует свою историю не той аудитории. Если человеку повезло с аудиторией, а также он имеет талант к рассказам, то он может делать удивительные вещи: сознание человека будет всерьёз воспринимать всё, что скажет спикер. Данная история будет восприниматься как просмотр фильма, который потом захочется обсудить и обязательно посмотреть вновь, либо побудить сделать что-то, к чему повествование спикера призывало аудиторию.

Из этого можно сделать вывод, что жанр сторителлинга зависит от аудитории и самого спикера, так как спикер должен быть наделён хорошо поставленной речью, а также иметь хорошо подготовленный материал, который аудитория сможет понять и запомнить.

В сборнике «Гуманитарные и общественные науки» Хутыз И.П. приводит примеры того, как именно сторителлинг характеризуется в научной литературе: технология успешных и эффективных коммуникаций; способ передачи данных и знаний; инструмент, который используется в корпоративной этике для поддержания командного духа, а также для конкуренции с аналогичными командами; эффективный способ передачи информации, а также её презентации перед аудиторией; технология нарративной коммуникации.

Психолог О. Зотова определяет сторителлинг как нарратив отмечая, что это то же самое. В одном из определений сторителлинг описан как «понимание и проживание жизни через истории и беседы, которые пересказывают. В журналистике сторителлинг предстаёт перед аудиторией как пересказывание «старой новой» истории, которые помогают аудитории запомнить ту или иную историю [4].

Афанасьев Олег и Афанасьева Александра, авторы исследования «Сторителлинг дестинаций как современная технология туризма» подчеркивают, что в теории и практике менеджмента и маркетинга, где активно используется сторителлинг, он рассматривается как нарратив, который теоретизирован как механизм памяти, развития стратегий, управления и контроля за социумом. Крупные компании на протяжении многих лет используют сторителлинг для корпоративной этики, а также для увеличения прибыли компании. Обычно, это истории о том, как создатель компании пришёл к успеху, как долго они шли к тому, что имеют сейчас.

В маркетинге используют разнообразные классификации историй, которые отличаются методами распространения и подачи информации. Всё это зависит от цели, которую преследуют спикеры: истории-трамплины (успешная реализация прошлого опыта, которая поможет решить проблемы слушателей), истории-коммуникаторы (эмоционально сближение спикера и аудитории), история бренда (здесь могут быть истории создания, ценности бренда, а также мотивация к сотрудничеству со спикером или брендом, которое приведет к взаимному обогащению знаниями и положительным опытом) [5].

Симакова С. отмечает, что в журнале «Harvard Business Review» лучшим способом передачи сложной информации, презентации продукта в 2006 году – это сторителлинг, рассказывание истории. Метод сторителлинга был апробирован Дэвидом Армстронгом, который является главой международной компании Armstrong International. Этот метод был разработан после исследования Дэвида Амстронга о том, что личная история, которая будет рассказана аудитории будет иметь большее значение и эффект, чем сухой доклад о тех или иных новинках или презентации компании [6].

Юрген Саленбахер в книге «Создайте свой личный бренд» обозначает, что сторителлинг активно используется в брендинге. Бренды позиционируются как культурные истории, а бренд-менеджер – спикер, он же сторителлинг, он же нарратив – рассказывание о продаваемом продукте. Зачастую, каждый бренд имеет собственную историю, которая выделяет его на фоне остальных конкурентов, чтобы найти свою аудиторию. Эта легенда называется «core story» – концепция «дерева бренда», которая имеет внешнюю (внешняя реклама, СМИ) и внутреннюю (корпоративную историю) стороны [5].

Из этого можно заключить то, что сторителлинг – универсальный инструмент для коммуникации с аудиторией, несмотря на сферу деятельности: психология, брендинг, маркетинг и многие другие.

Вывод заключается в том, что сторителлинг – один из важнейших аспектов современной медийной жизни человека. Без него не обходится ни одна презентация, ни один бренд. Его часто используют в маркетинге, брендинге, психологии, туризме и других отраслях жизни человека. Многие этого не замечают, но зачастую именно благодаря грамотному сторителлингу мы делаем те или иные вещи. Юрген Саленбахер высказал мысль «В любом случае умение донести свою идентичность – ключевой фактор эффективности». Это значит, что чем интереснее история, тем больше она запомнится аудитории, тем больше будет отдача и обратная связь у аудитории.

#### **Список использованных источников:**

1. Кузовенкова Александра Ивановна Сторителлинг как новая медиатеchnология [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/storitelling-kak-novaya-mEDIATEHNOLOGIYA-1>.

2. Мастерство презентаций. Как создать презентации, которые могут изменить мир / Алексей Каптерев; пер. с англ. С.Кировой. – М.: Манн, Иванов и Фербер, Эксмо, 2018. – 336 с.

3. Челнокова Елена Александровна, Казначеева Светлана Николаевна, Калинин Ксения Владимировна, Григорян Нуне Мартины Сторителлинг как технология эффективных коммуникаций [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/storitelling-kak-tehnologiya-effektivnyh-kommunikatsiy>.

4. Хутыз И.П. Сторителлинг в лекционном дискурсе [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: DOI: 10.18721/JHSS.10206

5. Афанасьев Олег Евгеньевич, Афанасьева Александра Владиславовна Сторителлинг дестинаций как современная технология [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/storitelling-destinatsiy-kak-sovremennaya-tehnologiya-turizma>.

6. Симакова Светлана Ивановна, Енбаева Алена Павловна Сторителлинг как прием журналистской работы [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/storitelling-kak-priem-zhurnalistskoj-raboty>.

© Щербаков Д.Н., Ульянова В.В., 2020

**УДК 687.151.2**

## **ПРОЕКТ КОЛЛЕКЦИИ ЖЕНСКОЙ ОДЕЖДЫ ДЛЯ ТОРЖЕСТВЕННЫХ СЛУЧАЕВ С ЭЛЕМЕНТАМИ ЭТНИЧЕСКОЙ АУТЕНТИЧНОСТИ**

Умаева Ф.Т.

Научный руководитель Чулкова Э.Н.

*Новосибирский технологический институт (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина, Новосибирск*

Платье для торжественных случаев – это одежда индивидуальная, не допускающая стандарта. Выполняется она из дорогих шелковых или шерстяных тканей, различной толщины от тонких, полупрозрачных, до плотных, объемных. Платья и платья-костюмы этой группы отличаются изысканностью форм и линий. Различают свадебные, коктейльные, вечерние, бальные платья для торжественных случаев.

Идеальное свадебное платье для каждой прелестной невесты своё, оно отражает те представления, которые сформировались у изысканной леди за время её жизни. Рынок свадебных платьев в России насыщенный, если судить по числу компаний, которые на нем работают (даже в маленьких городах найдется несколько магазинов), но достаточно ограниченный по ассортименту. Главным событием, повлиявшим на состояние рынка Российской Федерации в 2020 году, стала вспышка коронавируса. При проведении социологических опросов было выявлено, что 42% российских граждан при необходимости готовы отказаться в первую очередь от покупки новой одежды, так как они отдают предпочтение товарам первой необходимости.

В период пандемии приблизительно 70% свадебных торжеств было перенесено на неопределенный срок, но количество торжеств увеличилось в середине лета, что оказало влияние на спрос на свадебные платья. По данным интернет сервиса «Авито» выявлено увеличение спроса на 36% в сравнении с предыдущим месяцем. В июле данная категория ассортимента заинтересовала на 7% больше россиян в отличие от показателей июня, а также на 78% увеличился показатель спроса по сравнению с июлем прошлого года [1, 2].

Привычное вдохновение классики и необычный роскошный декор отличают свадебные наряды известного дизайнера Oscar de la Renta. Под маркой бренда выпускаются невероятно женственные по крою и потрясающие по красоте подвенечные ансамбли, для отделки которых используются бисер, тончайшее кружево и ручная вышивка. Есть множество известных международных брендов: Pronovias, Rosa Clará, Vera Wang.

В результате исследования определены самые актуальные тренды свадебной моды 2020-2021 гг.: объемные рукава, корсет, не только белый

цвет (свадебные платья пастельных тонов), брючные костюмы, минимализм, цветочные аппликации, кружево, перья, высокий разрез, одно плечо, свадебный жакет или накидка, прозрачность, многослойность (разноуровневые юбки – классический выбор свадебного платья), блеск, пояс или ремень, оборки, рюши, брюки и шлейф [3].

Отдельное место занимает новый свадебный тренд – аутентичный этнический. Этнический стиль всегда был актуален. Сформировался в 60-х годах прошлого века как модная тенденция, в период, когда субкультура хиппи набирала популярность. Модельеры заинтересовались необычностью и разнообразием, которое могут дать современной одежде этнические элементы. Данный стиль становился все более и более востребованным. Этнические костюмы внимательно изучаются именитыми дизайнерами, вдохновляясь на новые идеи. Грамотная комбинация современных тенденций и этнических элементов позволяет создать необычный образ [4].

В наше время национальный костюм переживает возрождение, что связано с возрастающим интересом людей к своей национальной истории. Культура каждого народа индивидуальна и прекрасна по-своему. В проектируемой коллекции представлена частичка ингушской культуры.

Ингуши являются одним из древнейших народов Северного Кавказа. Они имеют свою самостоятельную историю и культуру. Предками ингушей была создана богатая, разнообразная, самобытная материальная и духовная культура, имевшая связи с культурой народов Кавказа и Передней Азии. Материальная и духовная культура ингушей развивалась в соответствии с характером их хозяйственной деятельности, социальных отношений, природно-географическими и историческими условиями. Как и все жители гор, ингуши обладают свободолюбивым характером, и их традиционное одеяние является таким же ярким, немного торжественным, как и сами носящие его люди [5].

Традиционный праздничный женский костюм ингушки (йодача-йоагIача дувхар) – сложный и изящный наряд. Поверх натальной рубахи надевали платье с воротником-стойкой, украшенной вышивкой, тесьмой, кружевом, с узкими длинными рукавами без пуговиц или с пуговицами, достигающее до щиколоток. Шилось платье в зависимости от возможностей семьи из шелка, сатина, ситца светлых тонов. Поверх платья надевали нагрудник (дато) – ювелирное украшение из симметрично расположенных пластинок на серебряной или оловянной основе, различной формы, украшенных камнями или цветным стеклом, гравировкой или накладной филигранью. Спереди платье украшали поясными подвесками (Гержилгаш) из той же ткани, что и нагрудник, украшенными вышивкой. Поверх надевали распашное платье (чокхи) из шелка, парчи, репса, бархата. Спереди оно застегивалось на талии на два-три крючка. Ложные рукава распашного платья, узкие до локтей, имели продолжение в виде длинных



лопастей. Ворот, передние полочки, подол и ложные рукава обшивали кружевом, тесьмой или мехом, украшали вышивкой. На верхнее платье надевали пояс (тЕхкар), который, как правило, составлял комплект с нагрудником. Праздничный костюм использовали и в качестве свадебного наряда. Головным убором невесты служила шапочка (кий) в форме усеченного конуса с плоским дном, обтянутая красным бархатом. Околыш и доньшко украшались золотым шитьем гладью, а изредка в прикреп. На рис. 1 представлено уникальное историческое фото, на котором запечатлено национальное свадебное платье ингушки 1955 года [6].



Рисунок 1 – Ингушское свадебное платье Дахкильговой Дибы, 1955г.

Одежда отражает внутренний мир человека, который формировался и передавался от поколения к поколению. Костюм отражает те понятия и ценности, которые нельзя выразить другими способами. С одной стороны, он служит для обеспечения жизненных потребностей, а с другой – отражает ментальность общества. Одежда ингушей отличается исключительным разнообразием, красочностью и обилием украшений.

Вдохновением на создание коллекции послужил образ горянки: храброй, гордой, одновременно женственной и скромной. Главный замысел коллекции «Зиз» – создать современный молодежный стиль свадебных платьев, отличающийся от привычной бытовой одежды. Для достижения этого эффекта используется национальная атрибутика в сочетании с выразительными формами кроя и ярким цветовым решением. Moodboard этнической коллекции женских платьев «Зиз» на рис. 2.

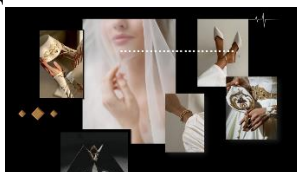


Рисунок 2 – Moodboard этнической коллекции женских платьев «Зиз»

Проектируемое платье предназначено для торжественных мероприятий, поэтому при формировании пакета материалов необходимо учитывать эстетические и эксплуатационные показатели свойств, составляющих пакета. Материал должен подчёркивать индивидуальные особенности потребителя. Основным материалом должен быть прочным на разрыв. Также проведен анализ модной цветовой гаммы 2020-2021 гг. и фурнитуры.

При разработке коллекции использовались следующие модные цвета сезона в разных соотношениях: для свадебного платья – PANTONE 11-4001 Brilliant White – Бриллиантовый белый в 100% соотношении. Для ручной

вышивки: PANTONE 14-1064 Saffron– Шафран 60%, PANTONE 16-1359 Orange Peel – Апельсиновая корочка 30%, PANTONE 20-0048 Gold Coast – «Золотой берег»10% [7]. Colorboard коллекции «Зиз» представлен на Рис. 3.



Рисунок 3 – Colorboard модных цветов 2020-2021 гг. для коллекции «Зиз»

Проведен анализ совместимости материалов в пакете и установлено, что материалы подходят друг другу по поверхностной плотности, толщине, волокнистому составу и прочим свойствам. Разработана конфекционная карта, наглядно представляющая весь пакет материалов и фурнитуру, рекомендации для проектирования и изготовления изделий, а также способы ухода за изделием и их маркировка.

Название коллекции определено ингушским словом «Зиз» (в переводе означает «Цветок»). На рис. 4 представлена коллекция «Зиз» с элементами этнической аутентичности.



Рисунок 4 – Коллекция «Зиз» с элементами этнической аутентичности

Разработанная коллекция в этническом стиле оптимальна для условий производства свадебных женских платьев, отличается оригинальным кроем и необычными для современности национальными атрибутами.

#### **Список использованных источников:**

1. Электронный журнал Techart [Электронный ресурс]: Спрос на свадебные платья -Режим доступа: <https://research.techart.ru/strategy/35.htm>

2. Status-media.com Портал для состоявшихся людей [Электронный ресурс]: В борьбе с вирусом и кризисом: ситуация в текстильной промышленности - Режим доступа: <https://status-media.com/sobytiya/novosti/pandemiya-lyubvi-ne-pomeha-v-novosibirskovyros-spros-na-svadebnye-platya/>

3. Журнал о моде [Электронный ресурс]: Тренды 2020 года -Режим доступа: <https://www.vogue.ru>

4. Сайт о моде и стиле Ohfashion.ru моде [Электронный ресурс]: Тренды 2020 года -Режим доступа: <https://ohfashion.ru>

5. Официальный сайт республики Ингушетия [Электронный ресурс]: Культура и история года - Режим доступа: <http://www.ingushetia.ru/about/kultura/duhov.php>

6. Ингуши / отв. ред. М.С.-Г. Албогачиева, А.М. Мартазанов, Л.Т. Соловьева; Ин-т этнологии и антропологии им. Н.Н. Миклухо-Маклая РАН; Ингушский государственный университет. - М.: Наука, 2013. - 509 с. - (Народы и культуры).

7. Официальный сайт института цвета Pantone моде [Электронный ресурс]: Тренды 2020 года -Режим доступа: <https://pantone.ru>

© Умаева Ф.Т., 2020

УДК 745/749

## **ПАНК DIY КАК СОВРЕМЕННОЕ ДЕКОРАТИВНО-ПРИКЛАДНОЕ ИСКУССТВО**

Феданова Е.С., Щигорец Н.А.

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

Мода циклична и спустя 30 лет на улицах городов представители и представительницы панк-культуры появляются в новом воплощении. Внешний вид панков вызывающий и эпатажный. Он включает в себя различные элементы индивидуального стиля: прическа, макияж, одежда, аксессуары. Каждый элемент либо сделан с нуля самостоятельно, либо представляет из себя кастом. Все, что производится вручную, является неповторимым произведением искусства.

Цель статьи заключается в том, чтобы доказать, что панк DIY можно считать современным декоративно-прикладным искусством. Данная проблема актуальна, так как панк-субкультура существует более 50 лет, и по сей день создаются уникальные предметы декоративно-прикладного искусства.

Панк-субкультура зародилась и сформировалась в начале 70-х годов в Англии, США и Австралии. В это время и появляется культура DIY (Do It Yourself). DIY – это не поделки своими руками, а философия самостоятельности и бунт против капиталистической системы. Изначально целью панков был протест и радикальное противопоставление себя обществу, поэтому внешний вид был вызывающим и даже оскорбительным. Среди панков были очень популярны футболки с перевернутым распятием, изображением сцен сексуального характера, нацистской свастики. Однако панки никогда не были приверженцами фашистских идей. Главной целью было привлечь внимание и спровоцировать общество. Более глубокого смысла эта символика не

несла. Блейзеры, рубашки и джинсы украшались нашивками с простыми слоганами: «Только анархисты хороши», «Punk's not dead», «Vacant» и т.д. Панки часто кастомили повседневную одежду. Например, было популярно разрезать одежду, а затем скрепить края между собой булавками. Для более агрессивного вида панки часто делали заклепки на куртках. Это очень долгая и ювелирная работа. Кожанка в заклепках, булавках и цепях весила несколько килограмм.

В 80-х годах формируются и стремительно набирают популярность такие направления, как Oi!, стрит-панк и хардкор (последнее преимущественно в США). Одежда панков становится более удобной, внешний вид – более простым. Повседневный вид панка: зауженные черные джинсы и футболки. На футболках с помощью маркеров изображают логотипы групп, пишут различные строчки из песен. Именно внешний вид панков 80-х впоследствии станет самым популярным образом «панка». Многие известные модельеры включают в свои коллекции панк-элементы. Панк-культура, таким образом, подверглась мощной коммерциализации. Одежду, которую панки делали вручную, теперь поставили на производство и стали продавать большими тиражами.

В 90-е годы панк-субкультура достигает пик популярности. Очень многое внесли в развитие российские, белорусские и украинские панки. Образы панка в это время были самыми разнообразными. Именно сама культура заканчивает свое становление и начинает активно распространяться в других странах. Пришедшее осознание полной свободы и возможности эпатировать без границ даёт толчок к открытому самовыражению. «Настоящий панк» – это выражение себя без границ и жестких правил. Очень популярным аксессуаром становятся булавки. Продолжает развиваться искусство нашивок и росписи одежды.

В нулевых годах популярность панка заканчивается, но культура не исчезает. Происходит осознанное воплощение культуры дизайна одежды в этом стиле.

Декоративно-прикладное искусство в стиле панк используется как в одежде, так и в аксессуарах – обувь, сумки, головные уборы. Встречаются даже в интерьере – пледы и чехлы для подушек, выполненные в данном стиле. Этот стиль можно классифицировать по изображениям: надписи(шрифты), иллюстрации, соответствующая символика и логотипы музыкальных групп. Цветовая гамма включает в себя простые цвета: черный, белый, красный, желтый. Реже встречаются розовый, зеленый и фиолетовый. Так как панк является культурой бунта и протеста, используются контрастные цветовые сочетания, чтобы сделать изображения кричащими. Самое распространенное сочетание – черный с белым. Белый акрил на черной ткани. Популярно сочетание красного и черного. Красный цвет – символ анархии и революции. Во многих логотипах музыкальных групп присутствует желтый цвет, который

выделяется на черном фоне. Розовый, зеленый и фиолетовый цвета чаще всего используется в надписях или иллюстрациях в различных сочетаниях друг с другом. Изображения в стиле панк классифицируются по форме. Базовые формы (круг, треугольник, квадрат, прямоугольник) и силуэт (по форме логотипа, надписи, иллюстрации). Изображения наносят на блейзеры, джинсовые и кожаные куртки, рубашки, джинсы, шопперы, панамы и рюкзаки.

За долгую историю панк-субкультуры сформировались различные направления. Каждое из них отличается не только музыкой и взглядами, но и тем, как представители и представительницы создают себя. Можно выделить основные направления и их особенности. Анархо-панк – одно из самых ранних течений, сохранившееся до сих пор. Характерна черная одежда с нашивками, росписями, рисунками и вышивками, посвященными анархии и анархистской теории. Гот-рок – эпатажный стиль панк-рока, который отдает предпочтение специально разорванной одежде, темному макияжу, черным ирокезам, ботинкам Dr.Martens. Глэм-панк – авангардный красочный стиль. Неоновые рубашки, кислотные футболки, цветные тай-дай вещи – атрибуты глэм-панка, которые было сложно найти в магазинах, представители направления делали вручную. Сибирский панк – направление, появившееся в конце 80-х в СССР. Оно отличается намеренной неряшливостью. За неимением средств советские панки создавали свой образ из подручных средств. Булавки и цепи были почти единственным украшением. На одежде писали акрилом лозунги и известное «Хой!», русский вариант английского «Oi!». Были популярны «варёнки» – джинсы, которые варились специальным образом в хлорке, после чего на одежде появлялись белые разводы. Из булавок и пивных крышек делали самодельные значки, на которых изображали логотипы групп или короткие слоганы.

На настоящий момент панк-субкультура не является модой. Это дает ей возможность развиваться независимо от внешних факторов. Типичный образ, транслируемый СМИ и медиа, стал «мейнстримным» и не так часто встречается непосредственно внутри самой субкультуры. Сейчас представители и представительницы панк-движения не имеют ярких визуальных отличий. В движении очень много разных творческих людей: ювелиры, парикмахеры, тату мастера, художники, поэты, музыканты, дизайнеры, фотографы. Все они являются мастерами своего дела, и их работы – произведения современного искусства.

Представителей и представительниц субкультуры волнуют проблемы современного мира, поэтому панк очень политизирован. Значки, нашивки, вышивки, надписи и рисунки на одежде (все выполнено методом DIY) посвящены политической повестке, феминизму, затрагивают проблемы гомофобии, проблемы экологии. Все панки являются антифашистами, поэтому лозунги и символы во внешнем виде

акцентируют внимание на проблемах расизма, национализма, антисемитизма. Среди панков распространены веганство и «straight edge». «Straight edge» – философия самоконтроля: отказ от любого вида наркотиков, в том числе от табака и алкоголя; верность в любви; спортивный и здоровый образ жизни. С помощью внешнего вида панки транслируют свои взгляды.

В современном мире образ панка остается вызывающим, но не обязывающим носить эпатажные прическу и одежду. DIY-культура дополняется новыми способами реализации. Сейчас доступны любые ткани, начиная от джинсы и заканчивая поливинилхлоридом, что дает возможность создавать элементы одежды в стиле панк. Большинство панков создают свои уникальные неповторимые трафареты для нашивок. Сложные и красивые нашивки требуют долгой и кропотливой работы. Искусство и мастерство с годами развиваются.

Актуальность растет с каждым годом. В 2017 в панк-культуре была очень популярна шелкография. В конце 2019 – начале 2020 гг. в моду вернулись «варёнки». Разводы от хлорки стали принтом и продавались во многих массмаркетах. В интернете стали популярны видео о том, как «сдиайваить» такую одежду с помощью «белизны».

Вклад панковской культуры DIY в развитие декоративно-прикладного искусства отрицать невозможно. Субкультура пропагандирует полную свободу и отказ от установок, а это именно то, что необходимо для любого творчества. В современном обществе аполитичность воспринимается, как моветон. Выражение своих взглядов через надписи на футболках, значки и прочее становится актуально. Панк-субкультура отвечает требованиям современного мира в своем выражении.

#### **Список использованных источников:**

1. О.А. Аксютин «Панк-культура как феномен молодежной контркультуры в постсоветском пространстве»// Современные трансформации российской культуры – 2005;
2. О.А. Аксютин «DIY протест против коммерческой культуры: массовая музыка и андеграунд», 2005;
3. Легс Макнил и Джиллиан Маккейн «Прошу, убей меня!», 1997;
4. Крейг О’Хара «Философия панка: больше, чем шум» London, San Francisco, Edinburgh: AK Press, 1999;
5. Иван Смех и Владимир Козлов «Следы на снегу», 2020.

© Феданова Е.С., Щигорец Н.А., 2020

УДК 741.021.2:677.027.511

## **ПРОЕКТИРОВАНИЕ ТЕКСТИЛЬНОГО ПЕЧАТНОГО РИСУНКА ДЛЯ ОФОРМЛЕНИЯ СПОРТИВНО-ТУРИСТИЧЕСКОГО СНАРЯЖЕНИЯ С УЧЕТОМ АКТУАЛЬНЫХ ТРЕНДОВ**

Федорова М.А., Щербакова А.В.

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

Проектирование текстильных рисунков является одним из основных видов декоративно-прикладного искусства и дизайна. С древних времен и до наших дней люди украшают свою одежду различными орнаментами и принтами.

Параллельно с историей развития человечества и становления современного мира, продолжается и активно развивается спортивная индустрия. Соответственно, всегда ощущается необходимость в производстве новой, функциональной спортивной и туристической одежды.

На развитие и становление спортивно-туристического сегмента повлияло много стран и временных факторов. У каждой страны существуют свои особенности и своя необходимость в производстве той или иной одежды. Каждая народность славится своим видом спорта. В горной местности активно развит альпинизм, горнолыжный спорт, в полях и лесных массивах – охота, стрельба, рыбалка, велоспорт и прочие. В мегаполисах существуют специализированные площадки для тенниса, гольфа, бега, футбола и других видов спорта.

Современный спорт уже давно фактически является соревнованием технологий и лабораторий. Специальные материалы используются не только для костюма олимпийских чемпионов, но и для простых людей, которые хотят заниматься спортом.

В спортивно-туристической одежде цвета обычно определяются необходимостью. Верхняя одежда для альпинизма и туризма должны быть яркой, чтобы человека было видно издалека, и при опасных случаях его можно было быстро и легко найти. Альпинистская одежда чаще всего преобладают яркие цвета – желтый, красный, оранжевый, ярко-синий. Такие цвета характерны для экипировки экстремальных видов спорта, чтобы значительно повысить безопасность. В альпинизме главное – функциональность, вопросы моды остаются на последнем месте. Помимо одежды с применением высоких технологий, существуют также стильные горнолыжные костюмы, при производстве которых, главное внимание уделяется дизайну. Для людей, относящихся к горным лыжам не как к спорту, а как к отдыху вопрос моды остаётся актуальным.

Правильный комплект одежды – это ключ к комфорту. При правильном выборе одежды и экипировки можно наслаждаться красивыми пейзажами и любимым видом спорта, не отвлекаясь на природные преграды: жару, холод, дождь, снег или ветер. Для улучшения качества продукции профессиональные альпинисты дают советы дизайнерам и технологам о том, на что стоит обратить внимание при проектировании.

Спортивная экипировка достаточно молодое направление в сфере моды. Оно активно развивается с каждым годом. Бренды, производящие экипировку для спортивного туризма, альпинизма, в основном, используют в своих коллекциях яркие цвета и однотонные материалы. Тем не менее с каждым годом появляется все больше изделий с необычными принтами, что положительно сказывается на цифрах продаж и приверженности бренду.

Существует несколько видов печати текстильного рисунка на спортивно-туристических изделиях. Основными являются четыре способа: шелкография; термотрансфер; сублимация; цифровая печать.

Печать на текстильных изделиях спортивно-туристического сегмента бывает двух видов: прямая и вытравная. К методу прямой печати относится печатание на неокрашенных или же светлых материалах. Печатная краска наносится в местах печати. Метод вытравной печати отличается тем, что печать может происходить по окрашенным материалам, даже в темный цвет. В состав такой печатной краски входят вещества, вытравляющие основной краситель с материала, после чего краска просто смывается и наносится другой цвет или же остается первоначальный цвет материала.

В наше время недостаточно внимания уделяется художественному оформлению спортивной одежды. Главным в производстве является функциональность и практичность изделий. В связи с этим целью данной работы было внедрение и усовершенствование текстильного рисунка и его значимости для спортивного сегмента. Текстильный рисунок вносит индивидуальность, делает коллекцию более узнаваемой и клиентоориентированной.

#### **Список использованных источников:**

1. Ю.Я. Герчук. Что такое орнамент, – М.: Издательство РИПХолдинг, 2013 -301с
2. Шугаев В. М. Орнамент на ткани. - М.1969.-87с.
3. Бесчастнов Н. П. Цветная графика: Учеб. пособие – М.: Гуманитарный издательский центр ВЛАДОС, 2014 – 176с.
4. Бесчастнов Н.П., Журавлева Т.А. Художественное проектирование текстильного печатного рисунка. Учебное пособие. - М.: МГТУ им. А.Н. Косыгина, 2003. – 294 с

© Федорова М.А., Щербакова А.В., 2020



УДК 74.01

## ОСОЗНАННОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ VS ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИЕ: КЛАССИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ И СОВРЕМЕННЫЕ РЕАЛИИ

Филенко С.С.

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

Концепции формообразования в дизайне исторически изменялись. В начале XX века в качестве первостепенных рассматривались вопросы взаимоотношений функции, конструкции и создаваемого образа; во второй половине XX века на первый план выходят вопросы, затрагивающие непосредственно процесс проектирования, разрабатываются методы проектных классификаций; в конце прошлого века акценты смещаются на понятие проектной культуры, которая тесно связана с реконструкцией культурной памяти общества и разработкой новых функций дизайна [1].

Формообразование в современном дизайн-проектировании включает пространственную организацию элементов изделия/комплекса/среды, которая определяется его структурой, компоновкой, технологией производства, а также эстетической концепцией [2].

Пространственную форму детали можно определить с помощью сочетания поверхностей различного типа. Существуют простые виды геометрических поверхностей (плоские, круговые, цилиндрические, конические, шаровые, торовые, геликоидные), которые могут быть представлены в любых сложных формах [3]. Следует отметить значение линий в любой геометрической поверхности: любая поверхность может быть рассмотрена как совокупность следов образующих линий и направляющих линий.

Формообразование современной одежды и аксессуаров представляет собой сложный и дифференцированный процесс, в котором можно выделить не только процесс разделения монолитной формы на части геометрического вида, но и выделить определенные детали [4].

Способы формообразования деталей в одежде и аксессуарах различаются в зависимости от конфигурации поверхности определенного участка (выпуклости или вогнутости), свойств материала, особенностей деформации материала, а также под воздействием модных тенденций. К основным способам формообразования деталей относят: конструктивный метод, суть которого заключается в членении плоских материалов на составные части, за счет чего достигается объемная форма; физико-механический метод, основным содержанием которого выступает воздействие на подвижную структуру материалов; физико-химический метод, основанный на использовании пластических свойств материалов [5].

В связи с трендом осознанного потребления, который активно развивается и получает все большее число последователей в современном обществе, автором была разработана идея создания украшений совместно с российским брендом технологичной одежды Cloudburst с использованием вторичного сырья.

За основу были взяты технологические объекты прошлых лет – нерабочие или устаревшие процессоры компьютеров и платы оперативной памяти. Идея заключалась в использовании обозначенных устаревших технологических объектов для создания украшений.

Первоначально планировалась дать вторую жизнь устаревшим технологическим объектам, то есть предложить потребителю непосредственно использовать элементы процессоров и плат в качестве украшений. Выбранные технологические объекты изначально имели острые углы, что являлось не совсем безопасным с точки зрения ношения данных объектов в качестве украшений.

Было принято решение обработать изделия сусальным серебром, однако, данный тип обработки имел кратковременный характер, по технологическим свойствам не соответствовал требованиям длительной носки изделий.

На следующем этапе разработки проекта было принято решение добавить серебряную окантовку по четырём сторонам и цепочку, которая позволяет носить изделие на шее или на запястье. Изделие приобрело окончательную форму (см. рис. 1).

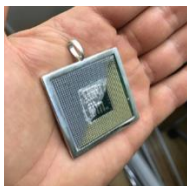


Рисунок 1 – Окончательная форма изделия

После того, как на производстве были получены финальные результаты, было решено провести фотосъемку для создания качественных изображений для социальных сетей и сайта бренда.

Автором статьи была разработана идея для проведения фотосъемки. Идея съемки заключалась в следующем: поскольку сами украшения сделаны из микросхем и плат, то необходимо показать украшения через увеличительное стекло, тем самым будет построена визуальная аналогия с процессом создания вторичного материала (работа над микросхемами и платами через увеличительное стекло), также будет установлена ассоциативная связь с ценностью непосредственно украшения (рассматриваем украшение через увеличительное стекло). Для проведения съемки было решено выбрать сине-бирюзовые цвета для того, чтобы показать футуристичность и современность коллекции.

Итоговое решение для рекламного поста было построено по принципу коллажа: на одной части изображения было представлено

украшение сквозь призму увеличительного стекла, на другой части – украшение на человеке (см. рис. 2).



Рисунок 2 – Рекламный пост украшений Cloudburst

Подводя итоги, следует отметить, что современное потребление превращается в процесс постоянного обновления вещей. Все большая часть населения задумывается о возможностях осознанного потребления. Известные бренды фэшн-индустрии задают вектор осознанного потребления, демонстрируя в своей деятельности приемы переработки устаревших материалов и объектов с целью их повторного использования. Данный тренд отражается и в дизайн-проектировании.

#### **Список использованных источников:**

1. Петушкова Г.И. Трансформативное формообразование в дизайне костюма. Дизайн костюма: теоретические и экспериментальные основы. – М.: ЛЕНАНД, 2015. – 464 с.
2. Кухта М.С. Технологии в дизайне. Дизайн и общество, 2016. - №1. - с. 135-165.
3. Бастов Г.А. Современный дизайн: костюм, аксессуары костюма, ювелирные украшения. – М.: РГУ им. А.Н. Косыгина, 2020. – 223 с.
4. Григорян А.О., Макарова Т.Л. Использование современных гаджетов в дизайне костюма. Костюмология, 2019. - Т.4. - №2. - с. 1-16.
5. Нартя В.И., Суиндигов Е.Т. основы конструирования объектов дизайна. – М.: Инфра-Инженерия, 2019. – 264 с.

© **Филенко С.С., 2020**

**УДК 74.01**

## **ПРЕДМЕТЫ ИСКУССТВА И ДИЗАЙНА КАК СПОСОБ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ВНИМАНИЯ К СОЦИАЛЬНОЙ ПРОБЛЕМЕ**

**Филенко Ц.С.**

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

В современном мире освещение социальных проблем является разносторонним. Социальные проблемы, в том числе проблема защиты бездомных животных, активно обсуждаются в СМИ, являются предметом различных акций, коммуникационных кампаний. Следует отметить, что проблема защиты бездомных животных вызывает неоднозначные реакции

аудитории, порождает дискуссии и вызывает широкий общественный резонанс.

Сегодня в мировой практике существует большое количество способов привлечения внимания аудитории к социальной проблематике, среди которых можно выделить четыре наиболее результативных метода: освещение социальных проблем в СМИ, персонализация социальных проблем, социальная реклама, социальные акции [1].

Рассмотрим более подробно метод социальных акций. Социальные акции представляют собой систему организованных мероприятий, главная цель организации и проведения которых – привлечь внимание общественности к существующим социальным проблемам, вызвать интерес людей и побудить аудиторию к активному вовлечению в решение социальных проблем. С позиции используемых технологий социальные акции можно классифицировать следующим образом: во-первых, медийные социальные акции (для их реализации используются различные средства массовой информации, привлекаются мировые корпорации и бренды); во-вторых, коммуникационные социальные акции (для планирования и проведения таких акций используются не только каналы СМИ, но и дополнительные коммуникационные ресурсы – средства наглядной агитации, листовки); в-третьих, комплексные социальные акции (как правило, для их реализации используются различного рода мероприятия, эвенты, флешмобы) [2]. В отличие от первых двух видов акций, которые в большей степени направлены на привлечение внимания к социальной проблеме, на оповещение широких групп общественности о существующих проблемах; комплексные социальные акции позволяют вовлечь аудиторию в решение социальной проблемы в конкретном месте в обозначенное время. То есть, посредством комплексных социальных акций, человек, испытывающий потребность в приобщении к решению конкретной социальной проблемы, не откладывает во времени свое решение, а непосредственно принимает участие в акции, способствуя решению социальной проблемы на локальном уровне. Хороший уровень вовлеченности аудитории в социальные акции разной направленности позволяет сделать вывод о достаточно высокой эффективности социальных акций.

Проблема бездомных животных существует практически в любом современном городе. Данная проблема имеет различные аспекты: санитарный, нравственный, юридический, социальный. Большинство горожан не радуется виду бродячих животных, многие люди относятся к бродячим животным равнодушно, некоторые люди демонстрируют сочувствие. Во многих странах, таких как Америка, Австрия, Германия, Франция, существуют государственные учреждения, специализирующиеся на оказании помощи бездомным животным; а также действуют законы, регулирующие ответственное содержание домашних питомцев.

Россия является одной из стран с наибольшим количеством семей, в которых проживают домашние питомцы. Также в России функционирует достаточно развитая сеть государственных и частных приютов для бездомных животных. Однако, проблемы финансирования и привлечения других ресурсов (в частности, привлечение трудовой силы, работников и волонтеров для осуществления деятельности в приютах) как для государственных, так и для частных приютов бездомных животных являются актуальными. По данным исследования ВЦИОМ, менее половины респондентов допускают для себя в будущем взять питомца из приюта для животных [3]. На основе исследования «Добро Mail.ru» о помощи бездомным животным в России, две трети опрошенных выразили готовность помогать фондам и приютам для бездомных животных [4].

Однако, существуют определенные группы людей, которые сознательно не готовы осуществлять поддержку приютов бездомных животных. Данные группы людей пытаются дистанцироваться от этой социальной проблемы. Для воздействия на такие группы людей будут более эффективными нативные методы.

В частности, мировые бренды и корпорации успешно привлекают внимание общества, в том числе и групп негативистов, к проблеме бездомных животных, создавая тематические коллекции одежды, обуви, аксессуаров, мебели с изображениями бездомных животных. Например, бренд Skechers создал коллекцию обуви с принтами животных, процент от продаж данной коллекции перечисляется в приюты животных. Такой нативный и ненавязчивый способ вовлечения в решение социальной проблемы положительно влияет на покупателей, не заставляя их углубляться в детали и испытывать негативные ощущения от проблемы.

Самостоятельные художники, дизайнеры, занимающиеся изготовлением собственной продукции и предметов прикладного искусства, также проводят социальные акции помощи бездомным животным. Изготовление деревянных статуэток в форме собаки или кошки, вязание варежек из собачьей шерсти, ювелирные изделия с изображением животных, расписная посуда, керамика, одежда, – все эти предметы дизайна и прикладного искусства создают равнодушные к данной проблеме люди. Процент от продаж такой продукции перечисляется в нефинансируемые государством приюты, благотворительные фонды и отдельным волонтерам, помогающим бездомным животным.

Многие люди не в состоянии помочь приютам бездомных животных и фондам материально или физически, они могут быть далеки от этой проблемы, либо не знать, как именно можно помочь таким организациям. Продажа предметов дизайна и прикладного искусства ненавязчиво демонстрирует обществу проблему и предлагает принять посильное участие в решении проблемы, купив понравившийся продукт. Такой

способ привлечения внимания и решения социальной проблемы бездомных животных, с одной стороны, является нативным, с другой стороны, достаточно эффективным.

Представленные способы привлечения внимания и решения социальных проблем активно взаимосвязаны и дополняют друг друга. Они позволяют оперативно освещать негативные тенденции, происходящие в отдельных сферах общественной жизни; повышать осведомленность широких групп общественности о социальных проблемах; вовлекать людей в решение социальных проблем. Разработка и продажа предметов искусства и дизайна с визуальной интеграцией образов, прямо или косвенно затрагивающих социальную проблематику, представляет собой действующий метод не только привлечения внимания к проблеме, но и метод решения проблемы на локальном уровне.

#### **Список использованных источников:**

1. Пономарева А.М. Коммуникационный маркетинг: креативные средства и инструменты. – М.: Инфра-М, 2016. – 248 с.

2. Филенко С.С. Соучастие как разновидность технологии вовлечения // «Проблемы управления 2018: материалы 26-й Всероссийской студенческой конференции». – М.: ГУУ, 2018. – с. 303-305.

3. Медникова В.М. Деятельность приютов для бездомных животных в московском регионе // Социологический нарратив 2020: поиски, угрозы и перспективы. Сборник статей по материалам XIX Всероссийской конференции студентов и аспирантов. – М.: РГГУ, 2020. – с. 255-263.

4. Угодникова А.Р., Тимохович А.Н. Разработка дизайна рекламных сообщений для приюта «Муркоша»: образы и слоганы // Дизайн и искусство: стратегия проектной культуры XXI века. Сборник по материалам Всероссийской научно-практической конференции в рамках Всероссийского форума молодых исследователей. – М.: РГУ им. А.Н. Косыгина, 2019. – с. 38-41.

© Филенко С.С., 2020

**УДК 687.01**

## **МИНИМАЛИЗМ КАК МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ ПРИНЦИП ДИЗАЙНА БУДУЩЕГО**

Хазанкина Е.А., Чулкова Э.Н.

*Новосибирский технологический институт (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина, Новосибирск*

Концепция минимализма как перезагрузки и обновления не нова: история термина берет начало в 1960-х, когда минимализм в искусстве шел в ногу с модой того времени и проявлялся в виде простых геометрических форм. Начало технической революции положило начало изготовлению одежды в промышленных масштабах и в унифицированных размерах. По

мнению Сары Мовер, ветерана модной журналистики, рецепт оптимального зимнего гардероба прост и его можно описать одним предложением: «Все, что для этого требуется, – это сшитое на заказ пальто, пара широких брюк, рубашка, юбка ниже колена и большой клатч», – ну и не уходить слишком далеко от бежевого/коричневого, черного/темно-синего, кремового/белого (возможно, с добавлением красных пятен) [1].

В кризис 2020 года минимализм снова обозначил себя как метод решения возникших проблем. Его суть – отрицание многого ради лучшего. Минимализм – это идеальный крой и высокое качество ткани, новый метод в дизайне для «замедления моды». Практики стилистов показывают, что потребителю, исходя из его образа жизни и работы, требуется гораздо меньшее количество одежды и аксессуаров, чем он предполагает и имеет. Функции современной одежды – удовлетворить основные физиологические эстетические и статусные потребности человека.

Современная ситуация в области проектирования и сбыта швейных изделий предполагает составление модных прогнозов не более чем на 1-2 года, однако это справедливо не для всего ассортимента. Для подтверждения принципов минимализма в дизайне одежды выполнен последовательный анализ развития композиционных элементов пальто за достаточно длительный период (15 лет) с целью определения закономерности развития и его экстраполяции в будущее на примере пяти коллекций дизайнеров, работающих в стиле «минимализм» (рис. 1, 2).



Рисунок 1 – Анализ развития композиционных элементов пальто 2005-2013



Рисунок 2 – Анализ развития композиционных элементов пальто 2015-2020

Выявленные «элементы пульсации» определили закономерности в изменениях структуры формы костюма во времени как наиболее устойчивого признака моды. В качестве основных элементов минимализма для дизайна пальто выделены:

- форма, силуэт модели (овал, трапеция, прямоугольник);
- цветовое решение;
- принт и фактура материала.

Для прогноза перспективы развития формы пальто проведено формальное исследование с помощью социальных сетей «ВКонтакте», «Instagram» и в приложении «WhatsApp». В процессе исследования приняли участие 50 человек (женщины в возрасте от 17 до 73 лет). Визуальный ряд программы исследования представлен в виде 10 слайдов: «модель», «цвет» и другие. При опросе предлагалось ограниченное количество цветов, присущее стилю «минимализм». Респондентам предлагалось просмотреть и оценить фото на слайдах, записать название и номер своего выбора. На рисунках 3-5 представлены визуальный ряд для оценки и круговые диаграммы полученных результатов опроса. Фотографии одежды с сайта Farfetch.com [3].



Рисунок 3 – Результат выбора респондентами формы пальто



Рисунок 4 – Результат выбора респондентами цвета



Рисунок 5 – Результат выбора респондентами принта

Результаты исследования подтвердили возникающую в обществе тенденцию минимализма в дизайне, стремление осознанного потребителя к лаконичным формам и цвету.

#### Список использованных источников:

1. Sarah Mower. The return to 1990s minimalist fashion – сайт ежедневной британской газеты The Telegraph. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://fashion.telegraph.co.uk/news-features/TMG7977307/The-return-to-1990s-minimalist-fashion.html>

2. Vogue Runway: Фото показов. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vogue.com/fashion-shows>

3. Farfetch. Интернет-платформа для розничной торговли модной роскошью. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.farfetch.com>



УДК 7

## СЕМИОТИКА КИНОПРОИЗВОДСТВА И ЕЕ ОТРАЖЕНИЕ В ДИЗАЙНЕ КИНОКОСТЮМА

Халдер С.

Научный руководитель Назаров Ю.В.

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

Статья посвящена исследованию взаимосвязи двух направлений визуального искусства - кинематографии и дизайна костюмов. В этом материале подробно исследуются семантические особенности каждого вида искусства, раскрываются особенности их визуального языка, демонстрируется механизм психологического и культурного воздействия процесса восприятия каждого вида искусства на зрителя. Отдельный раздел призван раскрыть специфику знака как инструмента семиотики и его проявлений в контексте кинопроизводства.

Жан Митри (1907-1988 гг.), известный французский режиссер, кинокритик и киноискусствовед, расширил понятие языка кино, применив к его анализу лингвистико-семиотический подход, в котором фильм рассматривается как особая эстетическая форма, который использует проецируемые изображения.

Митри рассматривал язык как систему знаков и символов. Следующая цитата Митри поясняет сложность кинопроизводства как системы знаков, образующих язык фильма: «Очевидно, фильм сильно отличается от системы знаков и символов. По крайней мере, она не представляет собой исключительно такую систему. Фильм – это в первую очередь изображения, но изображения чего-то. Это система изображений, цель которой – описать, развить и рассказать о событии или последовательности различных событий. Однако в зависимости от выбранной повествовательной стратегии эти образы организованы в систему знаков и символов; они становятся символами или могут дополнительно стать символами. Таким образом, в отличие от слов, изображения не являются уникальными знаками, скорее они являются первыми объектами или конкретной реальностью, и, как таковые, они являются объектами, которые приобретают (или получают). Другими словами, кино становится языком в том смысле, что это прежде всего представление, но становится значимым под прикрытием этих же представлений. Кино, если хотите, это язык второй степени» [Aumont et al. 1997, 140-141 on Mitry 1980, 53-54].

Фильм можно рассматривать как художественное пространство, которое балансирует между отражением нашей реальности и созданием нашей собственной реальности. Кино одновременно представляет и

создает предметы и идеи. Можно считать, что фильм – это особая форма визуального искусства, обеспечивающая визуальный баланс между реальностью и воображением, необходимый для активизации восприятия зрителя. Таким образом, можно констатировать, что язык кино сложен и многослоен. Семиотика обычно делит язык на знаки в форме жестов, звуков и изображений. Принятая семиотическая терминология в основном основана на семиотической лингвистике Фердинанда де Соссюра (1857-1913 гг.), признанного основателя социологической школы лингвистики, называемой французской школой. Сассер сосредоточился на лингвистическом значении персонажа, используя ключевые термины: означающее и означаемое. В любом языке слово может иметь два значения. Понятие значения подразумевает состояние, когда слово произносится или пишется. Под мысленным значением этого понятия подразумевается состояние, когда письменное или устное слово дополняется мысленным образом, например, когда человек пишет слово дерево и думает о березе. Таким образом, слово дерево может иметь разные мысленные образы в зависимости от того, кто его интерпретирует и как.

Стюарт Холл (1932-2014 гг.), известный британский социолог культуры и сторонник марксистской теории, определяет концептуальную репрезентацию как неотъемлемую часть процесса воспроизведения смысла и обмена между субъектами культуры. Концепция «значения» является частью изучения визуальной культуры и используется для анализа различных художественных средств и определения взаимосвязи между практическими исследованиями и теориями. Концепция «репрезентации» используется в контексте семиотики, поскольку связана с различными системы знаков, такие как знак и код. Мысленные представления и символы связаны с кодом, который «переводит» знак в мысленное сосание. Этот код используется, например, когда зеленый свет разрешает пешеходам ходить, а красный свет означает «стоп». Изучаемая взаимосвязь, определяющая, что один цвет означает определенное действие – код. Коды со временем меняются, и современные зрители «читают» фильмы иначе, чем их предшественники пятьдесят лет назад. Возьмем за основу отношение анализа к теории семиотики и к репрезентации. Холл определяет репрезентацию как процесс, связывающий значение знака с языком культуры. Представления не только субъективны; фактически, они являются материалом для соглашений, существующих в рамках одной культуры. Представление – это не конкретная среда, а процесс интерпретации: кто-то создает конкретное представление, которое затем используется и интерпретируется другими. Понятно, что в настоящее время публика следит за фильмами не только в процессе их просмотра, но и через СМИ, относящиеся к сфере кино.

Таким образом, мы можем рассматривать фильм как аудиовизуальное представление. Вы можете определить визуальное представление, содержащееся в фильме, как демонстрацию фильма, которое проявляется как комбинация кадрирования и двухмерности. Внешний вид фильма зависит от технических и эстетических потребностей фильма. Презентация фильма – это движущееся репрезентативное изображение. Он визуально передает узнаваемые объекты с помощью определенных традиционных методов, таких как рассказывание истории о вымышленном мире, которая затем материализуется посредством демонстрации. Репрезентация в фильме – это не только демонстрация объектов, но и смысл, который создатели фильма хотят донести до аудитории. Каждый объект в фильме – это дискурс, представляющий определенный набор ценностей. Объект является частью новой художественной или социальной среды, целью которой является создание вокруг него вымышленного мира кино. Поэтому презентация фильма – это небольшой рассказ о себе.

Культурный костюм фильма олицетворяет нечто важное для зрителей. Это представление определенного культурного контекста – определенной социальной ценности. Костюм фильма – это своего рода небольшая история или объект внутри фильма, который хочет что-то сказать о нашем мире, о его ценностях и приоритетах. Это можно наблюдать не только в реалистичных фильмах, но и в любых фильмах. Арт-объекты не только копируют аналоги из реальности, но и хотят сказать что-то о более важных, философских аспектах, таких как человечество, религия, поведение, природа или вселенная. Перспектива успеха презентации кинопродукции зависит от того, что фильм хочет рассказать зрителям, какова его основная тема.

Знак и мотивация – это семиотические характеристики, типичные для фотографии, но они имеют смысл только в отношении создания изображения и его последующей интерпретации. Мотивом костюма для фильма является то, что его внешний вид ограничен методами кинопроизводства или фотографии. Поэтому кинокостюм на пленке и на фото имеет большую культурную ценность, чем настоящая одежда, которую зрители постоянно видят. Изображение костюма в фильме связано с фотографией или кинопроизводством, но в то же время демонстрирует некоторые идеи, которые создатель кинопроизводства хочет донести до зрителя. Зрители не видят подлинную одежду, а только костюмы из фильмов, отправленные через фильтры фильмов или фотографии. Таким образом, даже если зритель видит образы кинофильмов через одежду, на самом деле он видит костюм только как средство изображения определенной темы. В отличие от условного знака, для которого требуется код, иконический знак выглядит естественным и понятным для зрителя.

Однако этот знак можно прочесть только в одной культуре и его трудно понять в другое время или в другой культуре.

Костюм из фильма можно рассматривать как часть языка фильма: знак в фильме можно отделить от его материального значения шагом, где крупный план, показывающий детали костюма, может превратить одежду в метафору. Другой часто используемый метод – это повторение, когда чередование одного и того же объекта в фильме создает ритмическую линию: объект как знак начинает отделяться от очевидной цели, для которой он предназначен, и проявляется как абстрактная, логическая и связанная имея в виду. По мнению известного советского искусствоведа Юрия Лотмана (1922-1993 гг.), фильм ориентирован на два способа подачи сюжета произведения: описательные изображения и условный текст. В контексте фильма Лотман рассматривает текст как письменное и устное слово. В период расцвета киноиндустрии оба типа повествования развивались параллельно.

Однако Лотман считал, что невизуальные элементы (слова, музыка) менее важны в фильме, чем изображения. Эти повествования и различные коды смешаны в фильме, где они создают третье значение: информацию о производстве фильма. Эта цель выражена на языке оригинала фильма, который нельзя понять вне контекста. Обращаясь к теме костюма фильма, можно определить, что зрители рассматривают одежду персонажей кинопроизводства не как отдельные единицы, а как часть фильма и как его важное визуальное средство. Каждое изображение на пленке (последовательность, кадр, прерывания и т.д.) – это знак, который включает информацию, и этот знак имеет два разных значения. Во-первых, он определяет реальные объекты, которые имеют семантическую связь с экраном: объекты становятся значениями изображений на экране, потому что мы видим только движущиеся виртуальные изображения, а не настоящие физические объекты. Во-вторых, изображения могут иметь неожиданные коннотации: такие инструменты фильма, как кадрирование, редактирование или глубина, могут придавать коннотации объекту на экране, которые становятся метафорическими, символическими или метонимическими.

Лотман считает кино искусством, поэтому костюм в кино – часть этого вида искусства. Как упоминалось ранее, у искусства есть свой язык. Чтобы изучить кино костюм как символ, необходимо понять принцип художественной коммуникации, по которой фильм и, следовательно, кино костюм общаются со зрителем. Таким образом, смысловая ценность кино костюма не является простой суммой значений его характеристик. Различные объекты соответствуют друг другу в кадре фильма и становятся активными посредниками в передаче художественного смысла. Их значение можно понять, изучив соединяющие и разделяющие элементы кинопроизводства. Язык кино и интерпретация семиотических значений

кинопроизводства относятся к общей культуре. Фильм обладает способностью воспринимать и отражать семиотику повседневных отношений и воспроизводить национальные или социальные традиции.

Следовательно, кино более тесно связано с жизнью вне искусства, чем любой другой вид творчества. В настоящее время фильм считается видом искусства, а в кинопроизводстве сам костюм рассматривается как часть его эмоционального содержания. Киностудия призвана не воспроизводить на экране повседневную одежду, а воплотить в кинопроизводстве ценности, важные для адекватного восприятия фильма зрителями.

Знаменитый французский философ и искусствовед Ролан Барт (1915-1980 гг.) был автором оригинальной разработки – «метода пяти кодов», предназначенного для анализа письменного текста. Барт также использовал этот метод для анализа изображений. Этот метод очень удобен при изучении характера изображения, нанесенного на слайд. Барт считал, что текст литературного произведения можно разделить на несколько лексиконов, иными словами, его можно представить как наименьшие количества, которые можно использовать для изучения семиотики текста. Согласно Барту, все лексические обозначения можно сгруппировать в пять различных кодов. Любое изображение также можно разделить на составляющие и изучить этим методом. Вот как Барт назвал эти пять кодов, передающих смысл сообщения: проаиретический код; герменевтический кодекс; код платежа; символный код; референтный код.

Чтобы понять семенной код, важно понять определение Барта денотативной и коннотативной стадий получения изображения или текста. Денотативный этап – это создание открытого значения текста, доступного человеку, понимающему его язык. Коннотативный этап – включает текст в культурные ассоциации. Значимое характеризует рассматриваемые семы как прилагательное, атрибут или сказуемое. Эти термины для свойств текста можно рассматривать в более широком смысле, как текст или как изображение. Когда субъект видит изображение человека, сидящего в машине, то, что он видит, говорит ему, что в машине есть объект. Коннотация может рассказать вам кое-что о профессии, богатстве, интересах и отношении человека к машине. Это зависит от того, на каких кадрах зритель фокусируется при просмотре изображения. Символический код означает, что текст или изображение многовалентны и обратимы. Символические коды создают широкую структуру характера с внутренними противоположностями. Это основа, созданная бинарными оппозициями, создающими смыслы. На символическом уровне семы связаны с символическими кодами культуры. Культурный код относится к культуре, взятой вне текста или изображения. Чтобы понять это, читатель должен обладать обширными знаниями, полученными из определенных

культурных контекстов, таких как грамотность, история, медицина, психология и т.д. Кодекс охватывает все части культурных знаний. Это то же самое, что и интертекстуальность текста. Текст считается более интересным, чем больше он относится к культурным системам, расположенным вне текста. Барт разработал метод риторики изображений как способ семиотического внимательного чтения для анализа изображений. Фильм, костюм, мода или символ также имеют несколько разных значений. Динамизм персонажа в костюме может содержать открытые или закрытые коды в зависимости от контекста культуры, пола и социального статуса зрителя.

Кинематографический костюм может иметь множество важных характеристик в зависимости от его формы, силуэта, цвета, отделки поверхности, техники вышивки и т.д. И каждый из них может выражать идентичность с точки зрения этнической принадлежности, религиозных убеждений, возраста, образования и социального происхождения. У костюма есть или, по крайней мере, должна быть своя собственная философия, как и у архитектуры; костюм для кино, в частности, и костюм для общества, хотя социальные тенденции влияют на оба этих искусства.

За последнее столетие костюм расширил свое культурное влияние благодаря многочисленным проявлениям в опосредованном повествовании через фильмы, телевидение и цифровые медиа. Связь между теорией и практикой, которая способствует расширению дискурса о семантике костюма, требует анализа социокультурных и художественных систем, скрытых в различных географических и исторических контекстах. Кроме того, неявный симбиоз с телом потребителя или киногероя перенаправляет изучение костюма на другие множественные и междисциплинарные отправные точки, которые ориентированы не только на использование в исторической, драматической и социокультурной областях, но и в других областях. области, которые могут быть положительно рассмотрены теоретическими разработками, предоставленными дисциплинами антропологии, феноменологии, истории искусства, теории познания и психологии.

#### **Список использованных источников:**

1. Барт, Роланд, 1977. Риторика образа. В публикации - изображение, текст и музыка. Лондон: Fontana Press, стр. 32-51
2. Холл Стюарт, 1997. Перформанс. Культурные репрезентации и означающие практики. Лондон: Sage Publications.
3. Лотман, Юрий, 1989. Merkkien maailma. Kirjoitelmiä semiotiikasta. Хельсинки: SN-Кирьят.
4. Митри, Жан, 1980. Эстетика и психология кино. 2 тома. Париж: Universitaires Edition. В: Aumont et al. (ЭДС.) 1997. Эстетика кино. Остин: издательство Техасского университета. Стр. 140-141

5. Пирс, Чарльз Сандерс; Обручи, Джеймс (ред.), 1991. Пирс на знаках. Работает по семиотике. Чапел-Хилл: Университет Северной Каролины Press.
6. Соссюр, Фердинанд де, 1966. Курс общего языкознания. Нью-Йорк: Макгроу-Хилл. В: Сеппянен, Янне, 2005. Visualinen kulttuuri. Teoriaa ja metodeja mediakuvan tulkitsijalle. Тампере: Вастапайно, стр. 107-110
7. Эстетика кино. Остин: издательство Техасского университета.
8. Нихан Акдемир, видимое выражение социальной идентичности: одежда и мода.

© Халдер С., 2020

#### УДК 7.04

### ШТУЧНЫЕ ИЗДЕЛИЯ ИЗ СТАБИЛИЗИРОВАННОГО МХА КАК ГЛАВНЫЙ ТРЕНД СОВРЕМЕННОГО ДИЗАЙНА

Хлебникова А.К., Куликова М.К.

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

С каждым годом направление «эко-дизайн» набирает все большую популярность как среди профессиональных дизайнеров, так и среди простых обывателей. В условиях постоянно нарастающих темпов индустриализации, окруженные стеклом и бетоном люди, стремятся добавить в среду своего обитания больше живого, растительного. Трендом фитодизайна 2021 года стала «биофилия» – любовь к живому, созидание природы. Одно из главных направлений дизайна – «растительное изобилие». Прошло время небольших цветочных горшков на столе, цветочные композиции теперь могут занимать всю стену, переходить на пол, располагаться под стеклом журнального столика, являясь уже не дополнительным элементом интерьера, а основным элементом композиции.

Данный тренд пришел к нам из скандинавского дизайна. Принципы этого направления были заложены в работах дизайнеров Дании, Швеции, Финляндии, Норвегии и Исландии ещё в 30-50-х годах прошлого века. Лаконичность и функциональность, простая, но выразительная форма, использование природных материалов – то, чем с самого начала выделялся скандинавский дизайн, и что как никогда актуально в настоящее время. Многие современные школы дизайна придерживаются тех же принципов: дизайн должен быть понятным и функциональным, но он не должен подавлять человека своей простотой форм и грубостью фактур.

Скандинавский дизайн – это не исключительно природные материалы. Используются также и пластик, и керамика, и металл. Главное условие – пространство должно быть комфортно для человека. Именно для

создания наиболее комфортных условий работы и жизни в скандинавском дизайне (и не только в скандинавском, но и во многих других стилях, например хай-тек или минимализм) используются различные растения. Идея использовать мох для организации жилого пространства далеко не новая. Народы скандинавских стран издавна применяли его для теплоизоляции своего жилища. На сегодняшний день необходимость в таком способе утепления дома отпала и дизайнеры пригляделись не только к теплоизолирующим свойствам ягеля, но и к его растительной структуре, напоминающей переплетения множества тонких веточек, его мягкой фактуре, неприхотливости в уходе и другим полезным свойствам.

Стоит помнить, что на самом деле ягель – это не мох, а лишайник, хотя это растение большинству знакомо под названием «олений мох», чем и обусловлено это небольшое заблуждение. Мхи относятся к Моховидному царству, также известному как Настоящие мхи, или Бриофиты. Это высшие споровые растения, которые не имеют цветков и корневой и проводящей систем и размножаются спорами. Лишайники же – это симбиоз грибов и микроскопических водорослей и/или цианобактерий. Мхи и лишайники отличаются по своему строению, что, однако, не мешает и тем, и другим быть отличными индикаторами качества воздуха. Эти растения способны хорошо удерживать влагу, поэтому одно из главных правил ухода за мхом – поддержание правильной концентрации влаги в воздухе. Кроме того, скандинавский лишайник не имеет корней: он способен выживать на различных каменистых и древесных поверхностях, принимая воду и питательные вещества всем своим «телом».

Чаще всего из ягеля изготавливают декоративные панно различных цветов, форм и размеров, но покрыть мхом можно любую поверхность. Для декоративных целей используют специально выращенный, стабилизированный мох. Стабилизация мха – это процесс физической замены сока растения специальной экологически чистой смесью [3]. Данная технология применяется не только для «оленьего мха», но и для других растений (хвойные, эвкалиптовые, розы, гортензии и многие другие), которые также используются для создания бонсаев, декоративных панно и цветочных композиций. Обработанные таким образом растения гипоаллергенны, долговечны, не требуют дополнительного ухода (грунт, удобрения, подрезки) и не теряют своих внешних данных долгое время. Смысл этого процесса – сохранение растения в свежем естественном виде на длительный срок. Стабилизирующий раствор может быть произведен на солевой основе, но при применении такого метода, мох станет более чувствительным к нехватке воды в помещении. Если влажность воздуха будет ниже 40%, то растение начнёт подсыхать, станет хрупким и ломким. Если же мох изготовлен с использованием глицериновой основы, то внешне по нему будет сложнее определить влажность воздуха в помещении. Однако, если условия долго остаются неблагоприятными, то



сократится срок эксплуатации изделия из такого мха (мох со временем усохнет из-за чего изменится его объем и пострадает внешний вид готового изделия) [3]. Стабилизированный мох не подвержен воздействию вредителей или плесени, однако, может изменить свои внешние данные, если в помещении будет слишком сырой или сухой воздух. Кроме стабилизации, мох может быть окрашен в различные цвета специальными красителями, наподобие пищевых. В зависимости от вида мха, его или сначала обесцвечивают, а затем вымачивают в растворе с красителем, или опрыскивают из пульверизатора.

Стабилизированный мох на солевой основе сохраняет свои свойства и внешний вид примерно на 7-10 лет, после чего может понадобится замена такого элемента интерьера. Вопреки распространённому мнению, после стабилизации, мох не «мумифицируется», он остается живым и любые изменения в окружающей среде влияют на внешний вид растения.

Декоративные композиции (это могут быть как букеты или небольшие бонсаи, так и масштабные панно с использованием одного или нескольких растений) могут быть использованы при оформлении офисов, госучреждений, детских игровых комнат, зон рекреации и даже в больницах, благодаря своей гипоаллергенности. Кроме эстетической составляющей панно из стабилизированного мха обладают и рядом других преимуществ:

- улучшение качества воздуха – частички пыли оседают на поверхности растения, а бактерии, находящиеся на нём, перерабатывают их в биомассу;

- повышение производительности труда – растения на рабочем месте способствуют улучшению мышления;

- повышение стрессоустойчивости – зелёный цвет способствует расслаблению и помогает сосредоточиться;

- звукоизоляция – слой мха способен поглощать часть высокочастотных звуков;

- стабильный уровень влажности воздуха – растения помогают контролировать и поддерживать комфортный микроклимат в помещении;

- уменьшенные уровни диоксида углерода – человек дышит кислородом и выдыхает углекислый газ, а растения поглощают углекислый газ и выделяют кислород;

- гипоаллергенность – стабилизированные растения не вызывают аллергическую реакцию, подходят для детей и аллергиков.

Таким образом, можно сделать вывод, что главное направление современного дизайна – соединение природы и современных технологий. Декор помещений с помощью стабилизированных растений – есть результат совместной работы природы и науки, направленный на улучшение качества жизни людей. На данный момент существует множество технологий для стабилизации большого количества различных

растений, но исследования на этом не заканчиваются и спектр возможностей дизайнеров постоянно пополняется новыми экземплярами для создания всё более масштабных композиций.

#### **Список использованных источников:**

1. Ульянов П. Северный дизайн, Журнал «Искусство», М., №2 (601), 2017 г.
2. <https://www.bfm.ru/special/expostroy/page/355953>
3. <https://eflora.com.ua/blog/polza-ot-skandinavskogo-mxa>
4. <https://www.wonderzine.com/wonderzine/style/style/194541-scandinavian-design>

© Хлебникова А.К., Куликова М.К., 2020

**УДК 72.04.03**

### **РАЗВИТИЕ ПОНЯТИЯ ТЕРМИНА «ТЕКТОНИКА»**

Мыскова О.В., Хомутова А.И.

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

Понятие «тектоника» является смысловым основанием архитектурно-художественного языка и напрямую связана с попыткой передать зрителю эмоциональное состояние. Архитектура воздействует на человека, например, как это происходит с древнеегипетскими пирамидами, дарит чувство радости и собственного достоинства, что и характерно для античной архитектуры классического периода.

Тектоника играет огромную роль в классической греческой архитектуре. Можно сказать, что тектоника равна архитектуре, отсюда появляется термин «архитектоника», которая появляется у греков, которые понимают под этим их архитектуру. Тектоника является элементом архитектуры и затрагивает только одну сторону классической греческой архитектурной формы.

Тектоника в своём максимальном выражении имеет вид почти голой конструкции, к примеру, именно такого направления в качестве идеального образца придерживается конструктивизм и близкие ему течения.

Сложение тектонической формы происходит значительно позже, чем возникает конструкция, тектоничной она становится в процессе художественного совершенствования.

Тектоника «возникает» в результате соединения конструктивных систем, работы строительного материала и художественно-выразительного решения. Анализ тектоники принято вести по типам конструкций: стеновая, ордерная, каркасная, пространственные конструкции, а также купола и своды.

Определение тектоники Готфридом Земпером является техническим и внешним. Суть тектонической формы не заключается в построении из полос, так как не всякое построение из полос в своей основе тектонично.

Под земперовское понятие тектоники главным образом подпадает архитектура, состоящая на основе античного ордера, и сама классическая греческая архитектура.

Понятие тектоники, затрагивает очень важную сторону и архитектурных стилей Европы. От Парфенона к Корбюзье тектоника начинает свой путь, которая противостоит Востоку, так же имея свое начало в классической греческой архитектуре. Все эти построения из полос, если следовать Земперу, говорят о том, что греки не создали ничего нового, а только переняли уже готовое у Востока. Можно указать на Стоунхендж и свайные жилые постройки как на образцы тектонических композиций, соответствующих определению Земпера.

В тектонике содержится одна из основных мыслей периптера: выразить в архитектурно-художественной форме конструкцию здания. Задача – выразить конструктивное соотношение частей – задача скорее чисто художественная и обусловлена идеологией эпохи. Архитекторы Древней Греции переосмыслили архитектуру освободив ее содержание от религии.

Понятие «тектоника» которое было введено теоретиками сильно отличается сегодняшнее понимание конструктивных систем.

Например, ордером пользовался конструктор Густав Эйфель. Выполненные им металлические конструкции обсерватории в Ницце, декорированные архитектором Шарлем Гарнье. Парижская металлическая башня, случайно названная Эйфелевой и ставшая символом города, бурно обсуждалась и поддавалась критике, хотя здесь были найдены особые пропорции конструктивного каркаса, вписавшегося в историческую среду. В таком же положении был русский инженер Владимир Шухов, многие творения которого были скрыты под эклектической декоративной архитектурной оболочкой.

Под влиянием эстетики авангарда 1920-х годов и послевоенного модернизма 1950-1960-х годов акцент на демонстрацию работы конструкции стал нормой. Сложилась мода на «конструктивный» стиль. Особое влияние на его формирование оказал реализованный в 1978 году проект Центра современного искусства им. Жоржа Помпиду в Париже, созданный Ренцо Пьяно и Ричардом Роджерсом. Желание архитекторов продемонстрировать всю технологичную начинку здания на его фасадах как художественный прием сначала вызвало бурю эмоций, но стало ясно, что за этим решением стоит мощное новое направление современной архитектуры.

В таком же духе действовал французский зодчий Жан Нувель, проектируя Институт арабского мира в Париже. На одном из фасадов этого

комплекса устроена солнцезащита, действующая на фотоэлементах, напоминающий. Множество диафрагм, которые работают по системе фотоаппарата.

Мы говорим о новой архитектурной тектонике модерна. Тектоничны не только произведения зодчих-новаторов, мастера также объясняли новые понятия ордера, хоть и отрицали его, а деконструктивисты показывали противоположную игру ордера. Например, Людвиг Мис ван дер Роэ разработал крестовидную колонну, которая сыграла очень важную роль в истории архитектуры, так же необычный ордер изобрел Оскар Нимейер, создав в конце 1950-х годов здание Национальной ассамблеи (опоры из железобетона), Ордер много раз интерпретировали крупные мастера современной архитектуры, и этот процесс неостановим, как и развитие конструктивной мысли.

Приемы лидеров напоминает архитектура здания Медиатеки в Японии напоминает приемы лидеров, спроектированной зодчим и дизайнером Тойо Ито. Это прозрачный куб, решение которого хорошо просматривается снаружи. Каркас, решенный в виде круглых опор-конусов, напоминает сетчатый силуэт шуховской башни. В японской версии опоры не такие симметричные и визуально ломаются в духе деконструктивизма, характерного для 1990-2000-х годов. Вертикальные конструкции, расположенные внутри конусов, спровоцировали появление небольших атриумов. Благодаря этому непонятно каким образом держатся перекрытия.

Художественная работа материала в строительной конструкции, преодолевающей силу тяжести – основа архитектурной выразительности. Длительная эволюция архитектурных конструкций и стилей спровоцировала появление новых строительных материалов – металла, стекла, железобетона – сильно изменили внешний облик современной архитектуры по сравнению с классическими образцами.

Анализ формообразования в архитектуре на основе исторически сложившегося знания и тем самым позволяет реконструировать логику профессиональных интересов и их взаимного проникновения в смежные сферы творчества. Это целесообразно и потому, что в большей мере соответствует природе категории тектоники, историчной по своей сути, что обогащает возможности тектонического анализа, так как позволяет выявлять динамику процессов формообразования, сложения во времени канонизированных конструктивно-тектонических систем. Поэтому значение термина «тектоника», как принципиальной основы универсального языка архитектуры остается, то есть художественное выражение конструктивной сущности сооружения за счет художественной работы материала. Сооружения достигли большой выразительности благодаря стройной тектонической системы. С развитием пространственных конструкций открывается возможность создания форм

более сложных, чем те, которые доступны элементарной геометрии, и подчиненных геометрическим закономерностям высшего порядка. Несомненно, что развитие пространственных конструкций оказывает революционное влияние на архитектуру. Художественное освоение новых систем – выявление их пластики и закономерностей восприятия – основная задача дизайнера-архитектора.

**Список использованных источников:**

1. <http://metamodernizm.ru/>
2. Бюттнер, О. Сооружение – несущая конструкция – несущая структура: Анализ живой природы и градообразующей среды : пер. с нем. / О. Бюттнер, Э. Хампе. – Москва : Стройиздат, 1983. – 340 с. : ил.
3. Ле Корбюзье, Город Завтрашнего дня и его Планирование, Дуврские Публикации, Нью-Йорк 1987, переведено с французского, оригинал Urbanisme, Париж 1925 г., стр.5.
4. [https://ru.wikipedia.org/wiki/Заглавная\\_страница](https://ru.wikipedia.org/wiki/Заглавная_страница)
5. <https://awdee.ru/metamodern/>
6. <https://www.admagazine.ru>
7. <https://docplayer.ru>
8. <https://losko.ru/10-corbusier-buildings/>
9. [https://tatlin.ru/articles/konstrukcii\\_i\\_tektonika](https://tatlin.ru/articles/konstrukcii_i_tektonika)
10. Туполев, М. С. Конструкции гражданских зданий : учебник для вузов по специальности «Архитектура» / М. С. Туполев. – Москва : Архитектура-С, 2006. – 240 с. : ил.
11. Волчок Ю.П. Тектоника / Волчок Ю.П. // Теория композиции в советской архитектуре / под ред. Кириловой Л.И. – М.: Стройиздат, 1986.
12. Земпер Г. Практическая эстетика. – М.: Искусство

© Мыскова О.В., Хомутова А.И., 2020

**УДК 658.512.23**

**СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ДИЗАЙНА  
КОММУНИКАТИВНОГО ПРОСТРАНСТВА**

Хосроева О.Т.

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

Концепция развития информационного пространства характеризуется ростом потребительского спроса и скорости коммуникаций. Современный медиарынок отличается большим количеством участников и высокой конкуренцией. Р.Ю. Овчинникова рассматривая методологические аспекты дизайна рекламной графики раскрывая природу дизайн-проектирования говорит, что современная визуальная культура, развиваясь, внедряется в устойчивые рыночные связи

типа «потребитель–товар» посредством эффективных коммуникаций. По мнению Р.Ю. Овчинниковой «Графический дизайн, ориентируясь на создание легко воспринимаемых образов, стремится к установлению быстрой и успешной коммуникации с потребителем, реализующейся в большинстве случаев через эмоционально-ассоциативное воздействие на него с целью формирования определенных установок» [1, с. 261].

Для привлечения потребителей медиаканалы применяют различные маркетинговые инструменты, в том числе разрабатывают и развивают собственные бренды. На это указывают публикации научного и прикладного характера, в которых рассматривается проблематика создания брендов, их продвижения. В частности, вопросы широкого применения технологий брендинга, разработки бренд-платформы, детализации графических элементов бренда, формирования коммуникаций бренда, изучения восприятия бренда потребителями.

Е.А. Джанджугазова пишет о том, что бренды максимально встроены в жизнь современного социума и открыты, по ее мнению, бренды «выражают смыслы и обозначают ценностные ориентиры», их роль эволюционировала во времени до уровня «глубокой философской концепции». Взаимоотношения человека и бренда действительность трактует как «эмоциональную игру», в которой потребители брендов повышают социальный статус, а владельцы экономические выгоды [2].

Кляйн Н. говорит о том, что мир глобально опутан сетью брендов, которая формируется современным экономическим порядком [3, с. 275]. Д.А. Аакер в свою очередь указывает на то, что бренд, являясь стратегическим активом, трансформируется и становится атрибутом, неотъемлемой частью повседневной жизни компании и потребителей. Тема бренда и его идентичности занимает особое место в работе Д.А. Аакера. Он говорит о том, что идентичность определяет направления развития личности, идентичность способствует установлению отношений бренда и потребителей. Иначе, бренд предлагает своим поклонникам особые ценности, новые возможности [4, с. 94]. Многие исследователи пишут о том, что основными носителями информации о тех или иных особенностях товара (услуги) становятся потребители. В свою очередь, бренд и его ценностные характеристики, отражают, отчасти формируют личностные характеристики индивида [2, 3, 4].

Е.Э. Павловская считает, что в основе приверженности бренду лежит добавление к продукту или услуге ценности, придание им индивидуальности путем создания определенного образа [5, с. 137]. Д. Огилви описывая «Откровения рекламного агента» утверждает, что наибольшего успеха добивается тот, кто направляет свои усилия на создание «наиболее благоприятного образа» и «ярко очерченной индивидуальности», так как потребитель сравнивает имидж. В другой своей работе «Огилви о рекламе» подтверждает данную сентенцию

«сегодня уже не нужно доказывать необходимость привлечения для разработки брендинга специалистов, владеющих методами визуализации образов» [6, с. 16]. Л. Дидье и Л. Синди разработали модель, отражающую влияние восприятия бренда на такие типы отношений как доверие, привязанность и приверженность бренду, рассмотрели взаимозависимости этих типов [7].

Э.А. Демченко, рассказывая в статье о символическом конституировании бренда, делает акцент на том, что бренд является результатом «систематических усилий по наращиванию смысла» в контексте культуры, о трансформации знака в символ [8]. С.С. Марочкина, Ю.С. Вегенер анализируют атрибутику бренда через основные аспекты его разработки, исследуя проблему роли атрибутов в выражении сущности брендов, как в узком, так и в широком смысле [9]. Принято считать, что к атрибутам бренда относят имя, его визуализация, медиастратегии, каналы продвижения и прочее.

Многие исследователи предлагают рассматривать ряд моделей бренда, в том числе к ним относят следующие:

одномерная модель бренда, основанная на тождестве: бренд – сумма концептов;

модель бренда в двух измерениях – эмоциональном и функциональном;

модель бренда в трех измерениях: функциональном, эмоциональном, и духовном, подход Х. Прингл и М. Томпсон, соответствует иерархии потребностей Абрахама Маслоу;

модель бренда предложенная Т. Гэдом: 4 D-бренд (мыслительное поле бренда), кроме упомянутых функционального, социального и духовного измерений, рассматривается еще одно – ментальное измерение;

А. Элвуд предлагает «модель ДНК бренда», в которой рассматривается совокупность характеристик бренда, определяющих его уникальность. Основными параметрами ДНК бренда считаются преимущества рационального и эмоционального порядка, «брендовые предложения» и «брендовый имидж»;

в рамках деятельности рекламного агентства Bates было разработано так называемое «колесо бренда» (Brand Wheel).

В современных условиях, как показывает практика решения маркетинговых задач, широко используются различные модели при разработке бренда медиаканалов. Актуализация брендинга обосновывает дальнейшие исследования проблем, связанных с дизайном коммуникативного пространства. Разработка бренда медиаканала с помощью приемов дизайн-графики позволит разработать образ, ориентированный на конкретные типы потребителей, отражающий их ценности.

### **Список использованных источников:**

1. Овчинникова Р.Ю. Дизайн-разработка рекламной графики: методологический аспект// ОМСКИЙ НАУЧНЫЙ ВЕСТНИК. ДИЗАЙН. РЕКЛАМА. 2013. №5 (122). С. 261-264.
2. Джанджугазова Е.А. Бренды, которые «Делают» людей, и люди, которые «Делают» бренды // Российские регионы: взгляд в будущее. 2015. №3 (4). С. 118-132.
3. Наоми Кляйн «No Logo. Люди против брендов». М., Издательство: «Добрая книга», 2005. 275 с.
5. Аакер Д.А. «Создание сильных брендов». М.: Издательский дом Гребенникова, 2003. 438 с.
6. Павловская Е.Э. Дизайн рекламы: стратегия творческого проектирования. Екатеринбург: Архитектон, 2002. 160 с.
7. Огилви Д. Огилви о рекламе: пер. с англ. М.: Эксмо, 2007. – 232 с.
8. Дидье Л., Синди Л. «Воздействие индивидуальности бренда на три основных типа отношений – доверие, привязанность, приверженность бренду» // Реклама. Теория и практика. 2012. №3 (51). С. 130-142.
9. Демченко Э.А. Символическое конституирование бренда // Социально-гуманитарные знания. 2013. №11. С. 350-358.
10. Марочкина Светлана Станиславовна, Вегенер Юлия Сергеевна Разработка атрибутов бренда // ОНВ. 2013. №5 (122). С. 258-261.

© Хосроева О.Т., 2020

**УДК 74.01/.09:159.931**

## **ВИЗУАЛЬНЫЙ ДИЗАЙН И ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ ПОТРЕБНОСТИ**

Цао С., Назаров Ю.В.

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

Дизайн как область проектной деятельности предназначена для удовлетворения материальных и духовных потребностей людей. Характер и масштабы человеческих нужд во многом зависят от социальных условий, что обязан учитывать дизайнер в своей работе. Постмодернистский этап развития дизайна сделал акцент на духовных потребностях общества. Текущие духовные потребности не ограничиваются только красотой, удовольствием, индивидуальностью и т.д. [1, с. 121]. Все больший вес приобретает умение специалиста раскрыть положительные качества продукта через активизацию эмоций потребителя. Для грамотной работы с клиентами дизайнер должен разбираться в особенностях повседневной деятельности человеческого сознания. Этот навык проектировщика поможет создавать произведения визуального дизайна, в полной мере удовлетворяющие запросам разных людей. Активность человеческого



сознания можно описать тремя различными уровнями: инстинкт, поведение и размышление.

Инстинкт – это врожденная реакция человека, включающая различные эмоции: гнев, печаль и другие прямые чувственные реакции на внешние раздражители. Инстинкт – одно из основных свойств сознания, связанных с центрами защиты и удовольствия. Инстинкт в качестве основных рецепторов использует зрение, слух, осязание, вкус и обоняние. Кроме этого, человек реагирует на гравитацию, температуру и радиацию. В дизайне визуальных коммуникаций в основном использовались особенности человеческой зрительной культуры.

Человеческие эмоции – это чувственная реакция мозга, сформировавшаяся в процессе эволюции и играющая важную роль в жизни людей. С помощью эмоций индивид способен молниеносно отличить хорошее от плохого, безопасное от опасного, что, безусловно, защищало человеческую жизнь на ранних этапах развития человечества. Сегодня эмоции вновь приобрели важное значение в связи с повышением качества жизни людей. Например, у зрителя может возникнуть ощущение счастья при взгляде на красивые и нежные цветы. Рассматривая громоздкие и уродливые предметы, реципиент может испытать чувство беспокойства и опасности. Эти инстинктивные реакции, спровоцированные зрением, помогают человеческому мозгу правильно ориентироваться в окружающей обстановке. Таким образом, благодаря зрению потребительская аудитория получает первое, наиболее яркое впечатление, которое в дальнейшем играет важную роль при выборе нужного продукта.

Поскольку постиндустриальное общество вступило в эру неограниченного потребления, в том числе и эмоционального, нужды людей не могут ограничиваться только приобретением самого продукта или выбором определенной услуги. Все большее внимание приходится уделять психологическим и духовным аспектам использования продуктов для наиболее полного удовлетворения потребностей клиентов. Отсюда повышенное внимание к визуальным эстетическим качествам продуктов таким, как внешний вид, цвет, упаковка и оформление среды торгового предприятия. Все это можно описать одной фразой – эмоциональный визуальный дизайн. Дизайнеры используют актуальные концепции дизайна и содействуют возникновению у потребителей эстетических эмоций посредством грамотной комбинации визуальных элементов в своих разработках, к ним относятся: текст, форма, цвет, фактура, материал и т.д. Это позволяет потребителям посредством визуального восприятия оценивать качество продукта и быстро получать бизнес-информацию. В частности, для расширения рынка продаж, компании сознательно подчеркивают уникальное качество производимых продуктов и делают акцент на эксклюзивной информации, используя внешние характеристики

и визуальные образы изделий и соответствующим образом организуя пункты продаж. Примером применения индивидуального визуального языка может служить реклама косметики (рис. 1). Анализ визуальных образов показывает, что данные изображения состоят из графических элементов, обогащенных коннотацией и одновременно вызывающих положительные эмоции [2, с. 62].



Рисунок 1 – Пудреница для макияжа

Профессиональное сообщество вступило в «эру визуальной графики». Современный графический дизайн играет ключевую роль в трансляции дизайнерских идей, в выработке дизайнерских концепций и в разработке художественных эффектов. Эмоциональное выражение художественных идей с помощью графических приемов предназначено для преобразования дизайнерских концепций, коннотации и эмоционального моделирования для преобразования визуальной формы в понятную информацию посредством графического креативного дизайна и непосредственной передачи чувственной информации потребительской аудитории. Часто этот процесс осуществляется с помощью ярких, эмоциональных графических решений, что способствует привлечению внимания клиентов к конкретному продукту.

Психологи, занимающиеся проблемами окружающей среды, считают, что «зрение более развито, чем другие органы чувств, и связано с большим объемом информации, поступающей из внешнего мира». В процессе генезиса общества общая информационная среда все более усложняется: с одной стороны, количество и разновидность информации резко увеличивается; с другой стороны, при большом объеме информации людям становится сложно повторно находить полезную информацию. А ненужная информация отнимает слишком много времени и энергии, как и заторы на дорогах, что влияет на эффективность работы людей и ритм их повседневной жизни. Таким образом, перед профессиональным сообществом стоит задача создания высокоэмоциональных, лаконичных и легко воспринимаемых работ в области визуального дизайна.

В результате большого количества эмпирических исследований, проведенных учеными в последнее время, было установлено, что чувственный контакт возникает не только между людьми и животными, но также между людьми и предметами. Например, у людей появляется эмоциональная тяга к определенному изделию, что часто используется в коммерческих целях. Если привязанность людей к предмету может быть

применена в дизайне визуальных коммуникаций, тогда эти конструкции имеют право на «жизнь» и могут заставить людей проявлять к ним положительные «чувства» [3, с. 36].

Потребители порой не могут объяснить, как и почему они испытывают привязанность к определенному предмету, и как это связано с их предыдущим жизненным опытом. «Эмоциональные» объекты вызывают у людей определенные воспоминания и чувства, привлекают внимание с первого взгляда и производят на потребителей глубокое впечатление. Для того, чтобы дизайнерские работы в области визуального дизайна обеспечивали данный эффект, необходимо, чтобы сама разработка способствовала формированию эмоций, требуемых для конкретной потребительской аудитории.

Например, для мужских шампуней, гелей для душа (рис. 2) и средств личной гигиены всегда используется упаковка продукта преимущественно синего или иного холодного цвета, что придает продукту характер мужественности, уверенности, свежести, спокойствия, опрятности и стабильности. Графический дизайн упаковки интуитивно передает потребителям функциональные характеристики продукта – его модный, современный и жизнеспособный характер. В то же время использование графики делает характеристики таких продуктов более заметными и артикулированными. Грамотное сочетание цвета наружной упаковки и графического решения вызывает активные положительные эмоции у потребителей. [4, С. 103]



Рисунок 2 – Мужской шампунь и гель для душа

Цель визуального дизайна – содействовать реализации товара через формирование у потребителей чувства удовлетворения от приобретенного продукта с помощью придания ему привлекательности. Дизайн – это не только формирование у продукта необходимых функциональных и конструктивных качеств, сегодня цель профессии – удовлетворять разнообразные эстетические и эмоциональные потребности пользователя. Внешняя привлекательность товара формируется через положительные эмоции и яркие эмоциональные переживания с помощью достижения визуальной целостности и гармонии, являющихся надежными средствами профессионального арсенала дизайнера.

#### **Список использованных источников:**

1. Ван Ш., История мирового современного дизайна. / Ш. Ван. – М.: Китайская молодежь, 2018, – 121 с.
2. Чжан М., Исследование дизайна эмоционального бренда / М. Чжан – М.:Цилинь паблишинг группа, 2020, – 62 с.

3. Лю Ш., Психология дизайна. / Ш. Лю – М.: Шанхай Жэньминь Мэйшу, 2020, – 36 с.

4. Мэн С., Дизайн упаковки / С. Мэн, Ц. Бянь, – М.: Дунхуа Университет Пабблишинг, 2015, – 103 с.

© Цао С., Назаров Ю.В., 2020

УДК 75.017.4

## **ЦВЕТ КАК СРЕДСТВО ГАРМОНИЗАЦИИ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ОБРАЗА НА ОСНОВЕ ТВОРЧЕСТВА ХЮЛИИ ОЗДЕМИР**

Чаплюк Н.А., Добрякова О.П.

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

Процесс создания костюма непрост, он порождает что-то совершенно новое и оригинальное. Модельер должен находить собственный путь к созданию нового образа и стиля, изобретать новые конструктивные и технологические решения, разрабатывать декор, выбирать цвет, материалы, аксессуары и дополнения. Мода настоящего времени – это проявление духа независимости и свободы, уход от стандартных решений, использование необычных материалов и сложных фактур, игра новых форм и линий, нестандартные силуэты, смешение различных направлений и возможность самовыражения. Но важно учесть, что цвет как средство композиции костюма одновременно является важнейшим ее элементом. «Цветовой композицией называют совокупность цветовых пятен (на плоскости, объемной фигуре или в пространстве), организованную по какой-либо закономерности и рассчитанную на эстетическое впечатление» [1, с. 198].

Эта взаимосвязь прослеживается в произведениях художницы Хюлии Оздемир.

Хюлия Оздемир (Hülya Özdemir) – турецкая художница-иллюстратор. Родилась в 1972 году в Стамбуле. Начала рисовать еще в средней школе, после чего в течение 20 лет работала в печатном издательстве и при этом никогда не переставала рисовать. Она называет себя охотницей за цветом. Использует свое воображение как сеть и собирает цветовые палитры для своих новых произведений, вкладывая в каждый цвет собственную определенную символику, раскрывающую характер и настроение героя картины. Ее стиль – это смесь чувственности и цветовой гармонии. Как говорит сама художница: «Моя слабость – это перфекционизм, а моя сила – превратить перфекционизм в преимущество» [2]. Хюлия Оздемир использует яркие, контрастные цвета и узоры, фигуры животных и цветов. Ее картины безвременны. Взгляды на ее работы

меняются, как и мы сами. Сегодня, глядя на одну из картин, можно видеть грусть, а на другой день можно увидеть на той же картине счастливое лицо.

Хюлия Оздемир не готовит заранее эскизы. Она рисует непосредственно на бумаге, предварительно накладывая узор. Художница работает в технике декоративной графики и живописи. Наиболее значимым элементом красочной поверхности чистого цвета в декоративной живописи является фактура, которая передает многообразие выразительных качеств визуального мира, проецируемого на плоскость картины. В картинах Оздемир сочетаются две противоборствующие силы: с одной стороны – это жажда абсолютной свободы в изображении предметов, что приводит к игре орнаментальных форм. С другой стороны, – это сила восприятия природы и природы. Характерными особенностями ее стиля являются мозаичная многоцветность, орнаментальность, для графики – геометрическая ясность рисунка при его общей свободной декоративности (рис. 1).



Рисунок 1 – Декоративная живопись в картинах Хюлии Оздемир

Главными героями портретов являются красивые женщины с прямым взглядом, которые почти бросают вызов зрителю своей сильной и живой женственностью: одни носят волосы, как черное облако тяжелых мыслей, другие всегда в общении с абстрактной природой, которая их окружает. Герои картин художницы как будто находятся между искусством и иллюстрацией. Художница старается обогатить и выразить внутренние миры женщин, которых она изображает на своих картинах, через цвет.

Хюлия Оздемир создает портреты женщин в акварели, наделяет своих персонажей множеством ярких цветов и длинными волосами, почти как облака над ними. Она руководствуется тем, что женщины ведут борьбу за существование в обществе, в котором до сих пор доминируют мужчины. «Женщины заключены в тюрьму роли, основанной на соблюдении всех ее норм: традиций, морали и семьи», – говорит она. В работах художника женщины занимают свое место, обретают уверенность, проявляют смелость и излучают свет в воображаемых мирах.

Стиль смелой цветовой гармонии в работах Хюлии Оздемир вдохновил автора данной статьи на создание коллекции моделей одежды, включающей такие цвета, как черный, алый, мятный, темно-бирюзовый, светло-желтый и фиолетовый. Гармония между моделями была достигнута при помощи грамотного сочетания контрастных по цвету тканей, комбинирования гладких и узорно-рельефных по фактуре материалов, а также декора ручной работы (рис. 2).

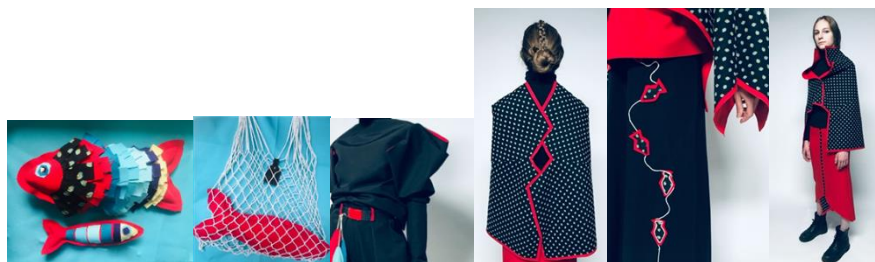


Рисунок 2 – Фрагменты моделей одежды из коллекции под девизом «Модный улов»

Определяющее значение в формировании авторской коллекции на основе исследования творчества турецкой художницы Хюлии Оздемир имеют гармоничные цветовые сочетания, производящие впечатление колористической гармонии и единства. При создании композиции костюма цвет нельзя рассматривать отдельно от линии, форм, фактуры, материала и функции костюма.

#### **Список использованных источников:**

1. Миронова, Л. Н. Цвет в изобразительном искусстве : Пособие для учителей. – 2-е изд. / Л. Н. Миронова. – Минск : Беларусь, 2003. – 198 с.

2. FoxOutBox. Живопись, искусство. Яркие и чувственные портреты Хюлии Оздемир. URL: <http://foxoutbox.ru/yarkie-i-chuvstvennye-portretyhulii-ozdemir/>

3. Hülya Özdemir Tumlr. 2012. URL: <https://hulyaozdemir.tumblr.com>

4. Герчук, Ю. Я. Основы художественной грамоты: Язык и смысл изобразительного искусства : Учебное пособие / Ю. Я. Герчук. – М. : Учебная литература, 1998. – 208 с.

5. Лобанов-Ростовский, Н. Д. Эпоха. Судьба. Коллекция / Н. Д. Лобанов-Ростовский. – М. : Русский путь, 2010. – 583 с.

© Чаплюк Н.А., Добрякова О.П., 2020

#### **УДК 391**

### **КАБАРДИНО-БАЛКАРСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ КОСТЮМ В СОВРЕМЕННОМ ОБРАЗЕ ДЛЯ СОХРАНЕНИЯ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ**

Чекеева А.А., Фирсова Ю.Ю.

Научный руководитель Алибекова М.И.

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

Национальная культура является не только выражением сущности людей, но и проекцией человеческой истории. Национальный костюм – неотъемлемая часть национальной культуры.

Сегодня это бесценное наследие не выдерживает конкурентного натиска современной культуры масс-маркетов. Это – проблема

национального костюма в целом. А уж если это костюм представителей малой народности – опасность утраты эстетического и духовного наследия предков существенно возрастает. Ведь национальный костюм – это не просто случайный набор аксессуаров, элементов декора и отделки, это – сплав национальных стандартов духовности, эстетической красоты, традиций, обычаев и менталитета. Кабардино-балкарский костюм подтверждение тому. Одна из сверхзадач, стоящая перед людьми, в разной степени влияющими на современную моду, не дать исчезнуть этому источнику самобытности – источнику эстетического наслаждения, творческого вдохновения, национального колорита и воплощения многолетнего исторического опыта.

Впервые про одежду черкесов заговорил арабский историк, географ и путешественник Масуди в X веке нашей эры. Он писал: «Черкешенки шили свою одежду из шелка и красного бархата. Все орнаменты они вышивали золотыми нитками». Одежда, которая дошла до нас сегодня, – это прототип того костюма, который носили черкесы в конце XIX и в начале XX вв.

Немалое влияние на костюм, особенно мужской, оказывала репутация Адыгов, они считались лучшей военной наемной силой. Эта слава появилась в связи с постоянным участием в сражениях, как в России, так и за ее пределами, а также из-за высокой ценности каждого воина, особенно в качестве элитных наездников.

Национальный костюм кабардинцев оказался настолько удобным и практичным в непростых условиях Кавказских гор и горного климата, что распространился среди всех окрестных народов. К концу первой четверти XIX в. его заимствовали терские и линейные казаки, сначала неофициально, но уже в 60-е гг. горский костюм стал униформой Кубанского казачьего войска. В последствии его отдельные элементы распространились куда шире. В 19 веке они оказали огромное влияние на русскую военную униформу, после того как у русских офицеров появилась мода сочетать элементы униформы и костюма (рис. 1).



Рисунок 1 – а) кабардино-балкарский национальный костюм, б) кубанские казаки в военной форме, в) виды русской военной формы

Эдмонд Спенсер (1836 г.) писал: «Самый хорошо воспитанный кавалер Европы не может сидеть на своей лошади с большей легкостью и грацией, чем эти свободные горцы. Все это едва ли соответствует бедности их одеяний и личного снаряжения; но, даже если бы они были одеты в веревки, парусину, самое грубое сукно и даже в овечью шкуру, я был бы

вынужден любоваться разумным видом их одеяний и превосходной способностью черкесов обнаруживать стройность фигуры, защищаться от погоды и соответствовать военному стилю» [1].

Кабардинский костюм, как и любой национальный костюм, подчеркивал лучшие качества представителей народности и передавал красоту людей его носивших. Его форма и пропорции усиливали впечатление об национальном идеале красоты. Кабардинские женщины всегда славились стройной фигурой и тонкой талией, так же красивой считалась плоская грудь, для ее приобретения, девочки, не снимали утягивающие грудь корсеты до 10-12 лет. Мужской костюм также демонстрировал атлетичность и подтянутость кабардинцев, гордую прямую осанку. Интересный факт, идеальной мужской осанкой считалось, если, лежа на спине под прогибом в талии могла пройти кошка в полный рост.

Мужская одежда кабардинцев и балкарцев была во многом однотипна. Чаще всего изготовлялась она из местных материалов: овчины, кожи крупного рогатого скота и т.д. Основными частями мужской одежды являлись бешмет и штаны. Короткий кафтан-бешмет надевали поверх рубахи, туго охватывал фигуру до пояса и плавно расширялся книзу. У него был высокий, стоячий воротник, длинные и узкие рукава. Штаны состояли из прямых, слегка суженных книзу штанин, были удобны для быстрой ходьбы, бега, верховой езды.

Полный костюм горца включал в себя черкеску, которая надевалась поверх бешмета (рис. 2а). Она плотно облегал фигуру до пояса и расширялась к низу, прямые и широкие рукава спускались значительно ниже кистей рук, вместо воротника имела вырез на груди, из которого выглядывал бешмет. Застегивалась у пояса. Газырницы, нашитые на груди, появились позднее, в связи с широким распространением огнестрельного оружия [2]. В газырях хранились дозы порохового заряда, завернутые в промасленную тряпицу круглые пули, сухие щепки и запас еды. В последствии газырницы утратили свое назначение и сохранились в качестве украшения. Верхней одеждой являлась и бурка, плащ в форме цилиндра без разрезов под руки и застежкой у шеи. Бурку надевали в любое время года, она заменяла непромокаемый плащ во время дождя, защищала от летней жары и холодного ветра, служила постелью в степи.

Одежда кабардинок и балкарок имела много общего с мужской, что свидетельствует об одном первоисточнике (рис. 2б). Женская рубашка имела прямой разрез и небольшой стоячий воротничок. Поверх рубашки обязательно надевалось платье, совпадавшее по покрою с черкеской – распашное до подола, без воротника, с открытой грудью и застежкой у пояса. Иначе шились только рукава. В начале рукав был разрезан почти до самого верха, спускался много ниже кисти руки и заканчивался лопастью. Важной частью женской одежды был кафтанчик, который надевали под



платье поверх рубашки. Покрой его совпадал с бешметом. Для украшения на груди нашивали несколько пар серебряных застежек. Из-под платья была видна грудь кафтанчика с застежками. Женский пояс не был обязательной частью костюма женщины, он был весьма дорогим, но играл важную роль, например, в процессах бракосочетания. При заключении брака часто оговаривалось, что родители жениха покупают для невесты пояс [3].



Рисунок 2 – а) мужской национальный костюм, б) женский национальный костюм

Теплая верхняя женская одежда не являлась общепринятой. По горскому обычаю девушки и молодые женщины в холодное время года не носили никакой теплой одежды, а могли лишь надеть второе стеганое платье или накинуть на плечи платок.

Крой национального костюма поражает простотой и лаконичностью, удобством в ношении и эксплуатации – набором качеств, бесценных во все времена. Ход времени и технический прогресс меняют не только образ человеческой мысли, но и его облик, его представление об идеале красоты. Однако, для дальнейшего развития, человечество не должно утратить главного – достоинства и опыта предков. «Люди, забывшие свое прошлое, не имеют право на будущее» – сказал древнегреческий философ Платон в 4 в. до н.э. Национальный костюм – одна из прекрасных нитей, связывающая нас с опытом предков.

Приятно, что все больше кабардинских и балкарских молодоженов в качестве свадебных нарядов выбирают слегка осовремененные праздничные национальные костюмы. Пока традиции живы – жива связь поколений, а значит обществу гарантирован прогресс во всех аспектах его деятельности.

#### **Список использованных источников:**

1. Эдмонд Спенсер. Путешествия в черкессию. предисловие, перевод и комментарии Н. Нефляшевой. г. Майкоп РИПО «Адыгея» 1994 TRAVELS in. CIRCASSIA KRIM TARTARY, etc.

2. Студенецкая Е.Н. Одежда народов Северного Кавказа XVIII-XX вв, Москва - "Наука" - 1989.

3. Мамбетов Г.Х. «Традиционная культура кабардинцев и балкарцев», Учебник, из-во «Эль-фа», Нальчик 2003г.

© Чекеева. А.А., Фирсова Ю.Ю., 2020

УДК 74.01/.09

## МЕТАФОРА В ДИЗАЙНЕ АРТ-ОБЪЕКТОВ

Черникова Е.В., Мыскова О.В., Стрижак А.В.  
*Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство), Москва*

В данной статье рассмотрено понятие метафоры в сфере дизайна, актуальность приема переноса свойств предметов, природных явлений на предметы искусства и арт-дизайна. Проведен разбор исследований ученых на тему использования метафоры в дизайне.

Сегодня, с учетом огромного разнообразия предметов дизайна, перед дизайнером ставится задача по созданию формы изделий, отличающихся оригинальностью, образностью, новизной художественных решений, соответствующих требованиям стиля и моды. В поисках лучшего дизайн-решения дизайнер должен стремиться к тому, чтобы в конечном продукте потребитель смог увидеть частичку себя – свой портрет, образ жизни, собственные потребности.

Одним из художественных средств в решении такой задачи является метафора, как наиболее универсальная категория языка, которая до настоящего времени не рассмотрена на теоретическом уровне в дизайне. Ценностная инновационная значимость метафоры заключается в том, что она позволяет на основе переноса черт различных социокультурных и природных явлений жизни человека на утилитарную форму объекта, достичь неожиданного, иногда парадоксального визуального эффекта, вызывающего обостренный интерес к вещи у потребителя.

Изначально метафора – слово или выражение, употребляемое в переносном значении, в основе которого лежит сравнение предмета или явления с каким-либо другим на основании их общего признака. Термин принадлежит Аристотелю и связан с его пониманием искусства как подражания жизни. Метафора Аристотеля, в сущности, почти неотличима от гиперболы (преувеличения), от синекдохи, от простого сравнения или олицетворения и уподобления. Во всех случаях присутствует перенесение некоторого смысла с одного слова на другое.

В «Словаре изобразительного искусства» метафора (от греч. *Metaphora* – перенос) определяется как вид художественного тропа, один из способов художественного формообразования, заключающийся в сближении и соединении отдельных образов (не связанных между собой в действительной жизни) в целое.

Опираясь на эту формулировку, можно сделать вывод, что в арт-дизайне и изобразительном искусстве метафору можно рассматривать как сложный вид сравнения-противопоставления, когда происходит перенос черт не только мысленно (как в литературе), но и наглядно, визуально.

Многие вещи в нашей повседневной жизни составлены в метафорах, потому что метафора – это не просто язык, но на самом деле мысль. Когда человеческое ухо или глаз получает сообщение, разум должен интерпретировать данные, чтобы преобразовать их в смысл.

Метафора выражает незнакомые вещи с точки зрения знакомых вещей. Когда мы говорим о чем-то абстрактном, мы часто используем метафоры, чтобы это объяснить легко и ясно. Дизайнеры общаются с пользователями через продукты, а дизайн для них – средство общения.

Поскольку метафора играет важную роль в коммуникации, дизайн также задействует процесс перекрестного сопоставления идеи (источника) и продукта (цели). Зная и применяя это в процессе проектирования, метафоры может дать дизайнерам интуицию и вдохновение для процесса их воображения.

В проектировании арт-объектов заметить метафору очень легко: многие дизайнеры активно используют этот прием для отражения смысловой значимости изделия и побуждения зрителя к какому-либо действию.

Е.В. Жердев выделяет восемь основных метафорических принципов, использующихся в художественном проектировании, так как считает, что «В контексте не вербальной, визуальной метафоры на объект дизайна могут переноситься любые явления окружающего мира». Поэтому принципами метафорического «перенесения» являются: автоморфизм; зооморфизм; флороморфизм; совмещение предметов; перенос конструкции; заимствование свойств предмета; перенос культурных ценностей из области архитектуры, изобразительного искусства; одновременное использование нескольких типов переносов. Эти признаки позволяют придавать вещам, интерьерам эмоционально художественную выразительность.

Пример использования метафоры в арт-дизайне – уличное кресло арт-объект Anemone. Братья Фернандо и Умберто Кампана из Бразилии спроектировали уличное кресло – арт-объект Anemone, вдохновляясь актинией, морским беспозвоночным из семейства коралловых: «Дизайнер завтрашнего дня должен будет опираться на свой культурный фон (традиции, цвета, историю), чтобы придать своим продуктам аутентичность и оригинальность независимо от тенденций в моде или глобализации». В их идее проектирования элементов и мебели решающее значение имеет использование того, что может предложить дизайнеру среда, в которой он родился и живет, поэтому в спроектированном дизайнерами объекте заложена проблема выброса вредных веществ в океан и гибель существ подводного мира.

Также рассмотрим снаряжение для воркаута MyEquilibria от итальянца Вито Ди Бари – инновационного дизайнера, который меняет мир своими передовыми дизайнерскими решениями. Данный арт-объект

на основе биоморфных форм был разработан для проведения уличных тренировок с собственным весом тела. Идея, заложенная дизайнером в форму объекта, заключалась в том, что спорт и тренировки делают человека сильнее. стройнее, а биоморфные формы снаряжения позволяют добиться единения с природой.

Это секрет, который делает скульптуры Wellness MyEquilibria настолько гармоничными с наружной средой. Технология и искусство, которые функционируют в совершенном единстве, рождая новый уровень тренировок на открытом воздухе, не похожих ни на что другое.

Таким образом, можно говорить, что метафора в дизайне означает – «перенесение». Художественно-конструкторский анализ метафорического формообразования утилитарных изделий показал, что на объект дизайна могут переноситься любые явления (предметы) окружающего мира.

Метафорой лишь называют сам метод сравнения воображаемой модели с существующей средой. Понятие метафоры используется и когда речь идет о типологии как средстве художественного моделирования, когда основной категорией проектной типологии оказывается образ-тип.

И в искусстве, и в дизайне технология создания эстетически выразительной, эмоционально-чувственной формы основана на принципах художественного воображения. Творческие методы формообразования и смыслообразования позволяют экспериментировать с формой, создавая в искусстве и дизайне выразительную образность на основе смысловых ассоциаций.

#### **Список использованных источников:**

1. Жердев Е. В. Особенности взаимодействия композиции и метафорической образности в контексте семиотики дизайна // Вестник ОГУ. 2005. №1.
  2. Жердев Е. В. Метафора в дизайне: Теория и практика // 2002
  3. Е.А. Шутемова Художественные принципы формообразования в дизайн-проектировании // 2012
  4. Бронзино Любовь Юрьевна, Свиридов Роман Андреевич Метаморфоза одной метафоры, или от dasein к дизайну // ЖССА. 2014. №4.
  5. Власов В. Г. Словарь изобразительного искусства: [Электронный ресурс] / В. Г. Власов. – Режим доступа: <http://slovari.yandex.ru/~книги>
- © Черникова Е.В., Мыскова О.В., Стрижак А.В., 2020

УДК 72.036

## ПРИЧИНЫ ОБРАЩЕНИЯ АРХИТЕКТОРОВ 18-19 вв. К НЕОГОТИКЕ В РОССИИ

Чернышёва В.В.

Научный руководитель Калашников В.Е.

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

Неоготический стиль стал прямым следствием свойственного мировоззрению романтиков противопоставления «прозаической действительности» и «поэтической мечты». Увлечение средневековьем из чисто литературной сферы стало переходить в сферу дворянского быта, формируя своего рода «готический вкус». Неоготика не рассматривалась как феномен культуры, поэтому ей не уделяли должного внимания.

Готика в свое время произвела революцию, создала нечто новое в зданиях Средних веков, тем самым наиболее точно отразила мысль и идеал своего времени. Соборы отражали устремленность постройки и человека в небо, к Богу. Неоготика, что значит Новая готика, стала олицетворением крылатой фразы «все новое – это хорошо забытое старое». Ведь этот стиль по внешнему виду практически схож с традиционным стилем готики, однако, по-новому воссозданный. Основные черты неоготики: каркасный свод в основе, ажурные детали, витражи в окнах, зубчатые стены. Практически ничего сверхъестественного.

Этот стиль был теснейшим образом связан с переоценкой периода средних веков в европейской культуре 18-19 веков. Мода на Средневековье отразилась на многих аспектах искусства: литературе, моде, и в том числе на архитектуре. Ее родиной считается Великобритания, и благодаря английской короне неоготика стала востребована во многих странах. Неоготика была важнейшим составляющим викторианского стиля и носила название «Возрождение готики» (Gothic Revival), поэтому в течении многих лет Королева Виктория активно вела строительные работы в метрополии и колониях в этом стиле. В Англии и Ирландии было построено множество церквей, школ, домов приходских священников, замков и общественных зданий.

Причем если в Средние века постройки и элементы готического характера имели символическое значение, связанное с религией христианства, то теперь, в период романтизма и позднее, это стало средством гармонизации архитектурной формы.

Неоготика получила свое развитие и в России, хотя до этого, до правления Екатерины 2, востребована не была. Есть несколько версий по этому поводу. Одна из них состоит в том, что готический стиль показался русским людям достаточно мрачным и непривлекательным. Ведь при

строительстве использовался темный камень, а в самом здании присутствовала массивность и резкие детали, чего не наблюдалось в русских церквях. А вторым поводом вполне могла быть религия. Выбор религии был предопределяющим фактором, после чего готика стала различаться с православной архитектурой стилистическими приемами.

Однако в середине 18 века в России начинает зарождаться понятие «готический вкус», который представлял из себя оппозицию классицизму. Он подразумевал под собой обращение к древности, как в Европе обращение к Средневековью, но без различий периодов русской и европейской истории. На западе страны (Москва, Санкт-Петербург и т.д.) начали строить католические соборы, далее архитекторы принялись возводить и доходные городские особняки.

Интерес к готике в России пришел из Англии, это было, своего рода отзвуком моды. Английские аристократы строили для себя загородные дома, поместья и замки в готическом стиле. Это понравилось и русским аристократам, что и вызвало «русскую псевдоготику», в которой смешивались элементы европейского стиля и московского барокко. Неоготика оказалась довольно толерантным стилем по отношению к другим направлениям. Она могла сочетаться с формами, которые, в принципе, не имели к готике никакого отношения.

Русскую неоготику можно разделить на три этапа. Первый этап – это середина 18-го и начало 19-го века, когда в России начинал зарождаться интерес к английскому стилю, который превратился в моду, охватившую широкие слои общества. Второй этап – это середина 19-го века, то есть период правления Николая 1. Этот этап помимо предыдущих факторов неоготики, характеризуется еще большим вниманием к внешним деталям готического стиля. Конструкция начинает приходить в противоречие с некоторыми декоративными элементами. Ну и, наконец, третий этап – это конец 19-го и начало 20-го века. Этот этап близок ко второму, но его отличает любовь к органичности и аристократизму. Важна была пластичность, а не точность исторических деталей.

При создании неоготических зданий каждый из зодчих по-своему трактовал готические формы. С этим были связаны творческие манеры какого-либо архитектора и его заграничный опыт.

Готика в России представляла собой экзотическую декорацию, в которую привнесли национальные русские формы. Общий интерес к средневековому наследию привел к соединению в композиции русских и европейских черт. Это касалось и материалов, которые использовались в строительстве. Если белый камень и кирпич был чужд европейской готике, то для «русской», было вполне естественным сочетание этих материалов.

Первым неоготическим проектом считается дворец Царицыно, (а точнее, некоторые его корпуса) построенный для Екатерины Великой. В целом это оказалась попытка подражания готике в стиле и деталях, но не в

принципах построения. Архитекторы Баженов и Казаков при создании этого сооружения, заимствовали детали из разных стилей. Острые шпили и красный кирпич у готики, стрельчатые окна у английской неоготики, украшения из белого камня у барокко, а колонны и симметрию у классицизма. Все вместе это производит впечатление изящности готики, пышности барокко и строгости классицизма.

Ранний неоготический стиль во многом является отражением масонской доктрины, которая появилась в России в 18 веке. Поэтому, начиная с Павла I, появилось множество интерпретаций готической темы, которая не ограничивалась лишь европейской трактовкой. Из этого вышел неповторимый стиль русской неоготики.

В дальнейшем, уже ближе к 20 веку, как и в Европе, в России неоготика проявляется и в общественных зданиях: различные школы, промышленные предприятия. Их ко всему прочему начали украшать различными скульптурами или точнее сказать горгульями. Такова была тенденция времени.

Неоготика также привнесла огромные окна в своих строениях, что было очень полезно для промышленных производств. Огромным цехам необходимо хорошее освещение, а это могли дать неоготические оконные проемы, занимавшие большую часть фасада. Это позволяло экономить электроэнергию и хорошо проветривать здание.

На протяжении всего периода развития в Российской империи, неоготика имела динамичное развитие. На раннем этапе она придерживалась эклектики, а к более позднему, сформировалась как устойчивое понятие «русская псевдоготика». В целом, сам характер этого стиля можно определить как художественно-эстетический, то есть неоготика применялась в строительстве и интерьерах зданий как декоративный элемент, в то же время эффективный для решения ряда утилитарных задач.

#### **Список использованных источников:**

1. Ямшанов И.В.// Архитектура неоготического стиля в России второй половины XVIII - середины XIX вв. Санкт-Петербургский гос. архитектурно-строит. ун-т, 2014. – 313

2. Яковлева Л.В. Вершинская Г.М. Корженко О.М.// Своеобразие неоготического стиля в России [электронный ресурс] <https://cyberleninka.ru/article/n/svoeobrazie-neogoticheskogo-stilya-v-rossii>

© Чернышёва В.В., 2020

**УДК 659.44 : 7.045**

## **ПРИМЕНЕНИЕ ТРАДИЦИОННОГО КИТАЙСКОГО ИСКУССТВА В СОВРЕМЕННОМ ДИЗАЙНЕ**

Чжэн С., Макарова Т.Л.

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

Китай – многонациональная страна с многовековой историей и культурой, а традиционные искусство и культура – великолепны, и все это является богатым источником творчества для художественных проектов дизайнеров. Сегодня, когда развитие современного дизайна носит диверсифицированный характер, любые дизайнерские инновации должны опираться на традиционную культуру и искусство, чтобы продемонстрировать свое неповторимое очарование и жизненную силу. Следовательно, современный дизайн должен искать полезное питание из элементов традиционного искусства, чтобы улучшить характер художественного дизайна и обогатить творческий язык современного арт-дизайна.

Современный арт-дизайн – это комплексная творческая деятельность, основанная на развитии науки, культуры и искусства. С постоянным появлением новых технологий и новых материалов, различные новые идеи, новые концепции и различные зарубежные художественные направления мысли продолжают течь и проникать, что оказало большое влияние на традиционную национальную культуру. Подъем постмодернизма побудил дизайнеров задуматься о новых языках дизайна, отличных от международного языка арт-дизайна [1]. Они уделяют все больше и больше внимания поиску и выражению личного стиля и постепенно формируют ситуацию диверсифицированного развития визуальной коммуникации арт-дизайна в разных странах.

21 век – это эпоха, в которой основное внимание уделяется «нематериальности», а культурный дух стал душой современного дизайна. Глядя на историю развития дизайна в разных странах мира, мы видим, что дизайн и национальная культура всегда были тесно связаны в процессе человеческого развития. Традиционная культура и искусство используют разные образы для выражения характеристик более богатых коннотаций, которые согласуются с основными условиями современного языка дизайна, тем самым формируя точку соприкосновения для применения традиционных художественных элементов в современном дизайне. Дизайн основан на культуре и искусстве, является носителем культуры и искусства. Как культурная деятельность, арт-дизайн призван не только идти в ногу с последними тенденциями, но и полностью учитывать духовную вспомогательную функцию произведения и максимально



удовлетворять культурную психологию и эстетические потребности дорогих потребителей. Благодаря инновациям в дизайне, национальная традиционная культура и искусство сознательно интегрируются в дизайнерские работы, чтобы произведения могли лучше отражать сильное очарование традиционной культуры и искусства, чтобы повысить культурный и художественный вкус публики.

После того, как развитие современного китайского художественного дизайна прошло три стадии подражания, исследования и постепенного совершенствования, у него появились условия для интеграции собственной национальной культуры в международный язык художественного дизайна и формирования собственного уникального стиля. Мы накопили большой ценный опыт использования языка арт-дизайна. Когда экономическое развитие Китая достигло крупнейшего в мире экспортера, а экономический рост стал самым быстрым в мире [2], международное сообщество пересмотрело статус китайского дизайнера. В дизайнерских работах, воплощенных в традиционном китайском эстетическом сознании, оригинальность точна и нова, рисунки чисты и лаконичны, в них отсутствует китч.

С 1970-х годов Гонконг стал важным центром графического дизайна в Азии, который нельзя игнорировать. Он прилагал неустанные усилия по унаследованию национальной традиционной культуры и расширению современного языка графического дизайна и добился относительно хороших результатов. Например, г-н Цзинь Дайцян (рис. 1), известный дизайнер из Гонконга, является одной из моделей. В ранние годы, под влиянием даосизма, конфуцианства, буддизма и дзэн, в его произведениях искусства в большинстве его произведений искусства использовалась китайская традиционная культура и искусство, такие как письмо, каллиграфия, живопись тушью и другие методы художественного выражения и языки моделирования, чтобы совершить прорыв в области национальных элементов в области плоскости [3]. Создавайте большое количество уникальных художественных работ в стиле «современный этнос». Поскольку в работе не слишком много следов влияния модернизма, дизайн представляет собой своего рода восточный таинственный шарм, который освежает (рис. 1). По его собственным словам, «Национальная культура богата и красочна, способна впитывать и переваривать, думать о брожении и быть творческой». Все это в полной мере продемонстрировало, что на данном этапе китайский художественный дизайн имеет возможность сформировать свой собственный уникальный стиль путем национализации и стать уникальным в мире графического дизайна. Каждый символ «буква» несет в себе определенную семантику [4], которая подчеркивает индивидуальность брендов, их особенности, а также рекламное послание,

что помогает реализовывать фирме запоминающиеся рекламные концепции для своей целевой аудитории.



Рисунок 1 - ЦзиньДайцян, плакат из серии «Китайские иероглифы», 1995 г. [5].

Традиционное китайское искусство – это уникальный ландшафт восточной культуры. Оно имеет широкий спектр предметов, богатую коннотацию, разнообразные формы и имеет долгую историю. Его трудно заменить другими видами искусства. Китайское традиционное искусство имеет наследие и творчество. Это форма выражения, которая объединяет прошлое и современность, пронизана красочной атмосферой времени и в определенной степени отражает дух времени. Это требует от дизайнеров уделять больше внимания традиционной культуре и искусству и сознательно совершенствовать, трансформировать и материализовать характеристики традиций, национальной культуры и искусства, чтобы традиционная культура и искусство могли быть унаследованы и развиты в современном дизайне.

Использование изображений традиционного китайского искусства должно отражать взаимосвязь между наследованием и инновациями. На основе понимания традиционного китайского искусства в сочетании с современной эстетической привлекательностью и социальными и культурными условиями традиционные художественные изображения должны быть глубоко воссозданы, чтобы Он не теряет национальных традиций, и в нем нет недостатка в современном дизайне. Например, компания Соса-Сола использовала изображение китайского танца льва в рекламе и плакатах китайского Нового года (рис. 2), чтобы передать оживленную атмосферу Нового года, которая заставила китайских потребителей почувствовать себя чрезвычайно сердечными.



Рисунок 2 – Реклама Соса-Сола на Китайский Новый год, 2013 [6]

Другой пример – новогодняя реклама, созданная Adidas для китайского рынка в 2020 году. В ней используются цветочные барабаны, традиционные китайские складывающиеся веера, основной цвет красный, древний китайский традиционный муар, чашка цзюэ, традиционный танец рукавов и переплетаются с элементами современных тенденций. Например, уличные танцы, диджей. В нем достигнут эффект столкновения традиционной китайской культуры с веяниями времени. Дизайн

специальной серии новогодних товаров вдохновлен четырьмя элементами китайских духовных зверей, китайскими цветами, китайскими двенадцатью главами и традиционными китайскими тотемами. Adidas использует квинтэссенцию страны и объединяет изображения пиона, бегонии, лотоса, тигра, журавля, кои и другие изображения (рис. 3), чтобы отразить новогоднюю тему.



Рисунок 3 – Реклама Adidas на китайский Новый год, 2020 г. [7]

Существует также логотип китайского канала спутникового телевидения Феникс, который заимствует рисунок птицы феникс на расписной керамике в качестве элемента изображения и использует уникальную китайскую структурную форму «счастливой встречи» (рис. 4), которая не только отражает традиционное китайское культурное наследие, но и отражает Особенности современных медиа.



Рисунок 4 – Логотип Hong Kong Phoenix Satellite TV [8]

Мы также можем применять традиционные методы моделирования и выражения в современном дизайне, чтобы выразить концепции дизайна, а также отразить национальную индивидуальность. Так называемое правило компоновки «разреженного и непроницаемого» в китайской живописи подчеркивает поиск баланса в изменениях, что соответствует принципу относительности в науке и закону формальной красоты в искусстве. Этот принцип особенно подходит для дизайна макетов, его правильное использование сделает дизайн макета более новым, красивым и современным.

Традиционные произведения искусства демонстрируют внутренний дух через общий художественный образ, который мы называем смыслом произведений искусства. Художественный подтекст состоит в том, что художественное произведение воплощает в себе бесконечное в конечном, неизбежное в случайности, а также общие и глубокие идеологические и культурные коннотации в личности.

За образом традиционного китайского искусства часто скрывается глубокий смысл. Жизнеспособность и привлекательность традиционного китайского искусства заключается не в эстетическом значении самого изображения, а в большей степени из-за его значения. Форма – это материализация смысла и носитель расширения смысла. Смысл

традиционного китайского искусства – ключ к неутомимому увлечению людей его изображением. Большая часть значения китайского традиционного искусства изначально возникла из поклонения природе и религиозного поклонения, а затем получила благоприятные символические значения, такие как ожидание размножения жизни, богатство и счастье, и устранение бедствий [9]. И древние, и современные люди одинаково стремятся к красивым вещам, поэтому благоприятное значение традиционных художественных образов применимо и к современному дизайну, и к передаче современных дизайнерских идей. Постоянное использование этого благоприятного значения также делает наши дизайнерские продукты менее коммерческими и более культурными, и близкими.

#### **Список использованных источников:**

1. Чжан Ин. Применение элементов традиционного китайского искусства в современном графическом дизайне [J]. Art Technology, 2015,28 (11): 204.
2. Ли Цуйцяо; тенденции развития и анализ стоимости китайского арт-рынка [D]; Тяньцзиньский университет; 2011 г.
3. Лю Юэюань, исследующий «местное сознание» в графическом дизайне Гонконга, из практики дизайна Цзинь Дайцяна [D]; Университет Шаньтоу; 2011
4. Макарова Т. Л., Макаров С. Л. Выставки дизайна и рекламы: новые информационные технологии и креативные решения в дизайне, рекламе и сервисе – М.: РИО МГУДТ, 2016. – 108 с.
5. ЦзиньДайцяна, Плакат из серии "Китайские иероглифы" 1995 г. URL: [https://www.sohu.com/a/166798019\\_653319](https://www.sohu.com/a/166798019_653319)
6. Реклама Coca-Cola на Китайский Новый год URL: 2013<https://www.digitaling.com/projects/11734.html>
7. Реклама Adidas на китайский Новый год 2020 URL: [https://www.sohu.com/a/364616138\\_627450](https://www.sohu.com/a/364616138_627450)
8. Логотип Hong Kong Phoenix Satellite TV URL: <https://www.youtube.com/channel/UCSId5fUStMM-yxxv6v3yfPg>
9. Чжан Янь, о гармонии человека и природы в китайском творчестве [J], Исследования литературы и искусства, 2003 г.

© Чжэн С., Макарова Т.Л., 2020

УДК 687

## РОЛЬ ЯЗЫКА СКЕВОМОРФИЗМА В СОВРЕМЕННОМ ДИЗАЙНЕ ОДЕЖДЫ И В ДИЗАЙНЕ В ЦЕЛОМ

Чистякова А.И.

Научный руководитель Гусева М.А.

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

Бессмысленный дизайн – необходим ли он в настоящее время или уже утратил свою востребованность – этот вопрос до сих пор не имеет определенного ответа. Пожалуй, одним из самых распространенных скефоморфизмов в мире является пластиковый стул – моноблок. Его можно обнаружить чуть ли не в любом уголке планеты, и практически в любой локации он не удивит смотрящего своим присутствием. Его самый популярный вариант появился в 1983 году и копирует детали классического деревянного стула с подлокотниками. По сути, стул из пластика мог иметь абсолютно любую форму, но тогда, он не имел бы такого успеха, и вероятнее всего, был бы отвержен или проигнорирован обществом. Человеку проще воспринимать привычные формы. Сознание цепляется за привычный образ тогда, когда материалы эволюционируют [1].

Подобные вещи окружают нас в огромном количестве. Например, корпус электрогитары часто делают в форме классической гитары, хотя звуку не нужно резонировать внутри изгибов корпуса. Тусклый свет винтажных ламп тоже имеет причину. Томас Эдисон продвигал электрическое освещение, но опасался, что люди не примут это нововведение. Тогда он решил делать лампочки гораздо более тусклыми, чем позволяли технологии. В итоге они выпускались такой же яркости, как и старые газовые лампы, а провода прокладывали в тех же трубах, по которым раньше к светильникам шел газ. Так возникала иллюзия знакомого предмета, и люди охотнее покупали новый товар. Все это происходит, потому что люди имеют естественную привычку не выходить из зоны комфорта. Скевоморфизм – это любой дизайн, который давно потерял свою изначальную функцию, но до сих пор используется, от греческого «скево», что означает хранилище, «морфо» – форма. Скевоморфизм – сохраняющий форму [2]. Стоит отметить, что даже само слово «скевоморфизм» является самоопределением. Наука начала активно развиваться именно в Древней Греции, и ученые всего мира подхватили тенденцию генерировать новые термины с помощью синтеза греческих слов, и этот прием используется до сих пор.

Стив Джобс был большим поклонником скевоморфизма, и благодаря этому, он создал интерфейс, понятный любому человеку на интуитивном

уровне. По этой причине все иконки в его устройствах имели изображение реальных предметов. И чтобы они смотрелись реалистичнее, иконкам добавили объема и теней – это на интуитивном уровне дает понять, что их можно потрогать, а они отреагируют на касание. Так работает теория «аффорданса». В 70-х годах психолог Джеймс Гибсон представил ее, как теорию возможностей. Он утверждал, что человек воспринимает мир, как набор возможных подсказок, которые говорят, как нужно пользоваться той или иной вещью. В реальной жизни аффорданс, это, например, ручка двери, за которую можно потянуть и открыть дверь, или выключатель и т.п. Но Джобс умер в 2011 году, и его компания изменила свой курс, полностью обновив интерфейс своих гаджетов, используя плоский дизайн. Плоский дизайн держится на трех принципах – никаких бликов и теней, яркие цвета без градиентов и простые геометрические формы. Вначале пользователи были резко недовольны – стало не понятно, какие кнопки являются интерактивными, а какие нет. Система аффорданс сломалась. Но, вскоре, все привыкли, и сейчас люди уже не нуждаются в объемных подсказках. А плоский дизайн оценили маркетологи. Из-за простоты и монохромности его легко рисовать, сочетать с любым фоном, печатать на любых поверхностях. Этот вид дизайна захватил логотипы браузеров, всех популярных соцсетей и стриминг-сервисов, эмблемы крупнейших концернов машин, и, конечно, вебсайты.

Но как бы стремительно не развивалась техника, как бы успешно не осваивал человек новые технологии, многие элементы скевоморфизма оказалось просто невозможно исключить из современной жизни. Если бы Tesla Motors представила своим первым продуктам Cybertruck, история компании на этом бы и закончилась. Машина не увенчалась бы успехом, как и другой электромобиль – EV1 от General Motors. Продукт был слишком инновационен для своего времени и внешне, и внутри. Общество его не приняло. В то время как в Тесле было все постепенно. Сначала компания избавилась от стереотипа о двигателе, стоящем впереди, заменив его электромоторами на шасси, освободив дополнительное место для багажа под передним капотом. В следующей модели производитель заявил, что машина не обязана управляться человеком, и внедрил управление машины полноценный автопилот. И только после этого взявшись за кузов, избавившись от плавных линий. Этот пример очень показателен, и на него стоит опираться и дизайнерам одежды [3].

Сегодня в нашей одежде присутствует масса рудиментов из прошлых веков. Например, маленький накладной карман на джинсах, раньше служил для того, чтобы хранить в нем часы на цепочке. Такие часы уже давно не используются, а карман остался классическим элементом большей части производимых джинс. То же касается и заклепок на карманах – во времена золотоискателей карманы в брюках из парусины (прототипе современных джинс) использовались для тяжелого

инструмента, и, в связи с этим клепки стали устанавливать на слабых местах карманов, с целью увеличить износостойкость рабочей одежды. В наши же дни все еще редко встречаются модели джинс без заклепок, хотя никакой необходимости в них уже давно нет. Множество рудиментов в одежде берет свое начало в военной одежде. Хлястик на пальто использовался на широких солдатских шинелях, приталивая их, а отстегнув хлястик, солдат превращал шинель в одеяло. Со временем необходимость в широких полах отпала, ткань стали экономить, и приталивать пальто и плащи. Но хлястик до сих пор используется в качестве декоративного элемента. Клапан на кармане также берет свое начало в военных походах – он был придуман для того, чтобы в карман не попадала грязь и вода, а пуговица на клапане надежно фиксировала содержимое кармана. Сейчас же это просто декоративный элемент. Погоны-ремешки с пуговицами на плечах использовались для фиксации ремня сумки, фляги, портупей.

Пожалуй, самый распространённый скевоморфизм в дизайне одежды – это различные банты. За не именем других технологий, полосками ткани могли фиксироваться и наряды, и прически, а образывавшийся узел необходимо было эстетически замаскировать. С появлением современных застежек такая необходимость отпала, а банты стали повсеместно применяться в качестве декоративного элемента [4]. Так, первые упоминания о бантах можно увидеть в истории Древней Греции, где женщины вплетали в волосы полоски ткани (рис. 1).



Рисунок 1 –Древнегреческая прическа, подвязанная лентой

В Японии кимоно издавна традиционно подвязывалось длинным широким поясом, из концов которого фиксировались большим узлом. При том, эти узлы несли символическое значение, каждый его вид соответствовал определенному случаю, и нес соответствующую символическую нагрузку. Например, наиболее напоминающий очертания банта узел – татэя мусуби (рис. 2а), его носили (и носят) с фурикодэ – нарядом незамужних девушек и невест. Популярными украшения из лент становятся в XV-XVI веках. Именно в это период в Европе проявляется акцентуация бантов. Их нарочито украшают драгоценными камнями и наконечниками [5], хотя в этот период они еще и не являются самостоятельным украшением – это все еще концы ленты, скрепляющей части одежды. В начале XVII века рукава женских платьев были пышными и объемными, и подвязывались в нескольких местах лентами, чтобы получить буфы. Концы ленты, естественно, фиксировались бантом (рис. 2б).

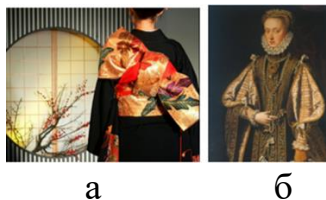


Рисунок 2 – Банты и ленты в исторической одежде: а) узел (Оби) фурикодэ кимоно; б) Анна Австрийская в наряде с рукавами-буфами, подвязанными лентами

В 1660-х в мужской моде появляется галстук. К нему прилагается небольшая узкая лента, которую завязывали маленьким бантом (рис. 3а). Форма галстука и банта будет видоизменяться пока, к концу века не достигнет апогея – бант станет огромным, а различные его модификации усеют весь мужской образ – от парика до мысков туфель. То же самое коснется и женского наряда – банты в нем будут исчисляться десятками. Так наступит эпоха стиля «рококо» (рис. 3б).



Рисунок 3 – Скевоморфизм в деталях костюмов 17 века: а) французский король Людовик XIV в галстуке; б) обилие бантов в наряде Маркизы де Помпадур на картине Франсуа Буше

Постепенно обилие бантов сдаст свои позиции, их вытеснит входящий в моду «ампир», относительно минималистичный на контрасте с предшествующим «рококо». А намного позже, в XIII веке, сначала в Германии, а потом и по всей Европе получили распространение пуговицы, благодаря чему, банты постепенно практически перестали нести функциональную нагрузку, и к настоящему времени в основном остались декоративными элементами [6].

На сегодняшний день главный тренд в мировом дизайне – «Less is more» – меньше – значит больше. Чем меньше деталей в дизайне, тем больше пользы из него можно извлечь [7]. Сегодня человек настолько перегружен информацией, что у него нет времени замечать мелкие детали. Психологи провели исследование, в котором показывали людям изображения сайтов на короткое время, переключая их все быстрее и быстрее. В итоге испытуемые называли простейшие дизайны самыми красивыми, а для принятия решения – нравится дизайн или нет, им хватало всего семнадцати миллисекунд.

Дизайн должен быть прост настолько, чтобы понравиться потребителю [8]. Максимальная функциональность в одежде отражается в нейтральных цветах, минималистичном дизайне [9]. Эти свойства придают изделиям универсальность, возможность максимально просто комбинироваться между собой, не тратя время человека на бесконечный



перебор гардероба по утрам. Но человека всегда ставят в тупик новые вещи. Этим объясняется необходимость добавлять в них старые элементы. В будущем в сфере дизайна одежды ярким примером присутствия скевоморфизма может являться, например, бесшовная одежда, в которой будут визуально имитироваться швы [10]. А современным дизайнерам одежды стоит всерьез задуматься над тем, каким должен быть дизайн одежды, чтобы не перегружать восприятие покупателя ненужными деталями, и в тоже время не оттолкнуть минималистичной пустотой.

**Список использованных источников:**

1. Those White Plastic Chairs – The Monobloc and the Context-Free Object // ... My heart's in Accra URL: <https://ethanzuckerman.com/2011/04/06/those-white-plastic-chairs-the-monobloc-and-the-context-free-object/> (дата обращения: 22.10.2020).
2. Соколов М.Н. Время и место. Искусство Возрождения как перворубеж виртуального пространства. – М.: Прогресс-Традиция, 2002. – 384с.
3. История Tesla: как миллиардер Илон Маск перевернул мировой авторынок // Forbes URL: <https://www.forbes.ru/tekhnologii/tekhnika-i-biznes/290255-istoriya-tesla-kak-milliarder-ilon-mask-perevernul-mirovoi-avto> (дата обращения: 22.10.2020).
4. Бутко Т. В., Гусева М. А., Андреева Е.Г. Композиционно-конструктивный анализ моделей одежды промышленных и дизайнерских коллекций: Учебное пособие. – М.: РГУ им. А.Н. Косыгина, 2018 - 92 с.
5. Пармон Ф.М. Композиция костюма: Учебник для вузов. – М.: Легпромбытиздат, 1997. – 318 с.
6. Алибекова М.И., Белгородский В.С., Андреева Е.Г. Архитектоника формы в композиции костюма. – М.: РГУ им. А.Н. Косыгина, 2020. –221 с.
7. Гусева М.А., Колташова Л.Ю., Новиков М.В., Андреева Е.Г., Алибекова М.И., Стрепетова О.А. Меховые элементы в дизайне одежды разного ассортимента // Костюмология, 2020 №3, <https://kostumologiya.ru/PDF/15TLKL220.pdf> (доступ свободный).
8. Гусева М.А., Петросова И.А., Андреева Е.Г., Зарецкая Г.П. Специфическое декорирование швейных изделий // Дизайн и технологии. 2016. № 51, С. 32-38.
9. Гусева М.А., Петросова И.А., Андреева Е.Г., Зарецкая Г.П. Позиционирование плоских декоративных элементов в швейных изделиях // Актуальные проблемы инклюзии: качество жизни, безбарьерная среда, образование без границ: Сборник научных публикаций. – М.: МГУДТ, 2016. С. 133-136.
10. Научные исследования и разработки в области конструирования швейных изделий. Монография. Книга 1 / под общ. ред проф. Е.Г Андреевой.- М.: Издательство «Спутник+», 2016. – 170 с.

© Чистякова А.И., 2020

**УДК 72.013**

**АКТУАЛЬНЫЕ ПРИНЦИПЫ ФОРМИРОВАНИЯ  
ДИЗАЙНА СВЕТОВОЙ СРЕДЫ  
НА ПРИМЕРЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПРОСТРАНСТВА  
«ПЕСТОВСКИЙ ПАРК» МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

Чудин Э.А., Орлова Е.Ю.

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

В статье анализируются актуальные принципы формирования дизайна световой среды на примере общественного пространства «Пестовский парк» Московской области. На основе принципов комплексного подхода в формировании световой среды проведено исследование оптимальных условий искусственного освещения пространства с точки зрения его художественно-проектных качеств. Выявлены особенности эстетического контекста создаваемой световой среды по мере завершения реализации проектной деятельности исследуемого пространства.

Формирование дизайна световой среды общественных пространств города – комплексная практическая дисциплина, формирующаяся на стыке методологических концепций в направлениях урбанистики, архитектуры, городского и светодизайна. В рамках актуальной федеральной программы [1], на момент написания исследования, сформулированы критерии качеств, которые внедряются при современном проектировании световой среды общественных пространств. Данные нормы, регламентирующие наружное освещение, имеют широко практический характер формируемой визуальной среды.

Теоретическое прочтение актуальных критериев качеств в рамках актуальной федеральной программы [1] сводится к разработке концепций, приводящих к влиянию качественной визуальной среды на человека: психоэмоционального комфорта, гармоничности, привлекательности общественного пространства городской среды, в частности, к частичной наполненности художественного контекста. В рамках компетенций дизайн-проектирования эстетический контекст создаваемой световой среды по мере завершения реализации проектной деятельности без явной художественно-проектной наполненности. Имеет место утверждение о снижении стимуляции пребывания человека, зависящем от ухудшения экономических характеристик.

Актуальность исследования, таким образом, состоит в том, что вопрос о художественно-проектных качествах создаваемой световой среды важен для выстраивания комплексного подхода, в частности, в проектировании дизайна световой среды исследуемого пространства, ряда

общественных пространств Московской области в общем, исходя из сведений об активной политике по реконструкции, реализации различных урбанистических программ.

Объектом исследования является световая среда общественного пространства «Пестовский парк» Московской области. Предмет исследования – актуальные принципы формирования дизайна световой среды на примере общественного пространства «Пестовский парк» Московской области.

Гипотеза исследования состоит в том, что в условиях искусственного освещения общественного пространства «Пестовский парк» Московской области в вечернее время существуют более предпочтительные для зрительного восприятия художественно-проектные качества формируемой световой среды, которые можно выразить в виде классификации актуальных принципов формирования дизайна световой среды, которая может быть использована в методических рекомендациях по дизайн проектированию световой среды общественных пространств.

Проблема исследования. Несоответствие возрастающей функциональной роли и относительно невысокие художественно-проектные качества искусственной световой среды общественного пространства «Пестовский парк» обуславливают необходимость научного осмысления проблемы.

Цель исследования – классификация актуальных принципов формирования дизайна световой среды на примере общественного пространства «Пестовский парк» Московской области в компетенции дизайн проектирования.

Исходя из цели исследования был сформирован ряд задач: аналитика разработки дизайна световой среды общественного пространства «Пестовский парк» Московской области; классификация актуальных принципов формирования дизайна световой среды на примере общественного пространства «Пестовский парк» Московской области.

Научная новизна исследования состоит в классификации актуальных принципов формирования дизайна световой среды на примере общественного пространства «Пестовский парк» Московской области.

Световая среда общественных пространств наполнена характерными чертами, что определяет специфику построения. Ее качество зависит от различных характеристик – как объективных параметров, так и условий восприятия. Внутри направления данной области приведена классификация систем наружного освещения и создаваемая ими среда.

Возможен сценарий раскрытия художественно-проектного потенциала общественного пространства ввиду разработанности эстетического контекста, явной художественно-проектной наполненности создаваемой световой среды в рамках компетенций дизайн проектирования. Дополнением может служить фокус на строительные

объемы зданий, сооружений путем функционального светового зонирования, включения высокохудожественных объектов дизайна световой среды в границы общественного пространства, что является комплексным решением.

В контексте темы исследования выявлено, что не изучен вопрос классификации актуальных принципов формирования дизайна световой среды на примере общественного пространства «Пестовский парк» Московской области в компетенции дизайн проектирования, необходимого для создания показателя комфортности, высоких светокомпозиционных, художественно-проектных качеств данного общественного пространства.

Была проведена оценка количественных и качественных характеристик искусственной световой среды общественного пространства «Пестовский парк» Московской области, что определено задачами проведения исследования.

Пестовский парк – пространство рекреации микрорайона городского округа Балашиха – Железнодорожный, Московской области. Посредством заинтересованности администрации г. Балашиха в оптимальном качестве было создано визуальное световое единство общественного пространства. Приемлемый уровень согласованности проектных решений был достигнут материальной основой благоустройства и установленных осветительных элементов. На территории парка размещено порядка 90 светильников: уличные светильники с рассеянным освещением, расположенные несимметрично по сторонам границ парка, с шагом 3-6 метров. Данное осветительное оборудование также несимметрично расположено внутри парковой территории.

Формы наружного освещения идентичны стилистическому решению паркового комплекса, существующая световая среда раскрывает композиционное решение пространства. Отрицательные черты выражены в: размещении светового оборудования, не выявляющего доминанты, что создаёт некоторое затруднение в перемещении посетителей; отсутствии единого сценария элементов световой среды в зонах детской площадки и амфитеатра; проблемных зонах, где наружное освещение малоинтенсивное или отсутствует в местах притяжения посетителей.

Светопланировочное решение парка видоизменяется, расположение уличного освещения перемещается к пространствам декоративного озеленения, прилегающего к жилой застройке. Условия видимости для человека – комфортные, элементы светового оснащения соответствуют функциональному назначению. Светораспределение описанного оборудования равномерно, уровень освещенности однородный, что формирует комфортную светонасыщенность созданного общественного пространства, к участкам озеленения примыкают одноплафонные уличные фонари, их световой акцент направлен на плоскость пешеходного

движения, данный тип осветительного оборудования сравнительно небольшой (3 м), примыкает к асфальтированным поверхностям.

Практика проектирования световой среды общественного пространства «Пестовский парк» Московской области была направлена на достижение нормативных показателей. Нижеизложенная классификация актуальных принципов ее формирования является художественно-проектным осмыслением данного общественного пространства в компетенции дизайн-проектирования.

Образная насыщенность. Впечатление о насыщенности световой среды, значимой зрительной информацией происходит из воспринимаемой наполненности визуальными элементами. В условиях искусственного освещения данный процесс происходит из светонасыщенности среды, наличия акцентов, разнообразия видимых элементов наружного освещения.

Сомасштабность светопространства человеку – качество, относящееся к композиции световой среды общественного пространства, масштабу световой среды и формирующих ее светопространств по отношению к происходящим в ней социальным процессам. Проблема отсутствия данного качества выражена проектным решением оснастить часть пешеходной зоны парковой территории со стороны лесополосы несоразмерным осветительным оборудованием равной высоте 4 м, в сравнительной удаленности шага, что негативно сказывается на показателе посещаемости ввиду значительного превышения масштаба светопространства исключительно некоторых точек и отсутствия создаваемого светопространства остальных на территории парка.

Планируемое создание индивидуальности образа световой среды данного общественного пространства в темное время суток, высокая взаимосвязь функционально-пространственного и светокомпозиционного решений в дальнейшем выявит визуальный характер пространства, определит мотивацию человека использовать конкретные световые зоны при выборе из нескольких альтернативных. Данный критерий не в полной мере реализован на парковой территории.

Плотность светопространства – представление, формирующееся в результате оценки впечатлений о характере световой среды. Для общественного пространства повышение привлекательности приводит к увеличению плотности социальной жизни. В условиях искусственного наружного освещения ощущение плотности связано с характеристиками светонасыщенности и безопасности пространства.

Сочетание данных принципов дает основание для прогнозирования художественно-проектного потенциала общественного пространства ввиду разработанности художественно-проектного контекста образа световой среды, ориентированного на комплексный подход.

Практическим дополнением художественно-проектного решения по формированию дизайна световой среды в зоне регулярного парка может служить пространство, созданное исключительно локальным освещением. Грунтовые светильники могут быть установлены под деревьями и ориентированы вдоль стволов, формируя насыщенное светопространство. Размещение двухплафонных светильников современного минималистического дизайна с несимметричным расположением плафонов, выполненных по индивидуальным проектам, является также комплексным решением. При описанном уровне светонасыщенности освещение не будет переходить на первый план визуального внимания человека, за счет сравнительно невысоких значений яркости и рассеивания света. На территории спортивных, детских площадок, вдоль прогулочной и посадочной пространств, части лесного массива парка возможно планируемое размещение дополнительного светового оборудования на различные уровни.

Проведенное исследование позволило сделать ряд выводов.

1. Комплексное изучение интернет-ресурсов относительно искусственного освещения общественного пространства «Пестовский парк» Московской области выявило существенные характеристики. Принципиально важным является эстетический контекст создаваемой световой среды по мере завершения реализации проектной деятельности, без явной художественно-проектной наполненности.

2. Опираясь на данные теоретического исследования, классификация актуальных принципов формирования дизайна световой среды общественного пространства «Пестовский парк» Московской области в компетенции дизайн проектирования является комплексным подходом в проектировании дизайна световой среды общественных пространств.

В завершение исследования предпринято объединение проработанного теоретического материала в виде классификации актуальных принципов для последующего теоретического прочтения при проектировании дизайна искусственной световой среды ряда общественных пространств Московской области. Данные принципы могут быть в некоторой степени адаптированы к иным пространствам, имеющим световую среду. Теоретическое целеполагание на классификацию по формированию дизайна световой среды общественных пространств в проектных решениях в перспективе приведет к качественному улучшению дизайна световой среды общественных пространств в ряде городов Московской области.

#### **Список использованных источников:**

1. Постановление Правительства Москвы от 26.03.2019 г. № 250-ПП «О внесении изменений в постановление Правительства Москвы от 3 октября 2011 г. № 460-ПП».

2. Распоряжение Правительства Москвы от 04.08.2016 № 387-РП «Об утверждении сводного стандарта благоустройства улиц Москвы».

3. Свод правил СП 52.13330.2016. Естественное и искусственное освещение [Утвержден Приказом Министерства строительства и жилищно-коммунального хозяйства РФ от 7 ноября 2016 г. N 777]. Актуализированная редакция СНиП 23-05-95. – М., 2016.

4. Азизян, И.А. Световая композиция города / И.А. Азизян // Декоративное искусство. – 1972. – №11. – С. 21-23.

5. Гарднер, К. / Борьба с нежелательным светом: международная практика /К. Гарднер // Светотехника. – 2012. – №1. – С. 6-18.

© Чудин Э.А., Орлова Е.Ю., 2020

УДК 72.025.5

## АСПЕКТЫ АРХИТЕКТУРНО-ДИЗАЙНЕРСКОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ ПО ИНТЕГРАЦИИ РУИНИРОВАННЫХ ОБЪЕКТОВ

Чудин Э.А., Волкодаева И.Б.

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

В проведенном исследовании были рассмотрены архитектурно-дизайнерские принципы сценария конверсии общественных пространств города: консервация, реставрация, регенерация, приспособление, реконструкция, новое строительство. На основании выявленных принципов сценария конверсии общественных пространств сделано описание оптимальных аспектов архитектурно-дизайнерского проектирования с точки зрения проектных качеств, особенностей контекста создаваемой среды по мере завершения реализации проектной деятельности.

Методологическая основа исследуемой проблемы до настоящего времени не сформирована, следовательно, актуально на первоначальном этапе выявление обоснованных теоретических дополнений к традиционным аспектам проектной работы. Актуальность подкрепляется описанием аспектов архитектурно-дизайнерского проектирования по интеграции руинированных объектов, так как процесс интеграции описан общими методологическими приемами, применяемыми в реставрационной практике, не выявляющими проектных качеств, особенностей контекста формируемой среды. Включение данных аспектов в проектную деятельность влияет на достижение следующих целей: осуществление качественной аналитики; конечного понимания, дальнейшего изучения реципиентом сформированной среды, единства стилистических сочетаний исторических данных.

В статье описываются архитектурно-дизайнерские аспекты, включающие процесс формирования данных: наличие исчерпывающей информации по становлению истории исследуемого объекта, раскрытие потенциала его содержания, определенность дальнейшего сценария функциональной принадлежности.

Прагматический аспект архитектурно-дизайнерского проектирования формируется из анализа существующего исторического объема, исходя из конструктивных характеристик. По мере реализации проектной деятельности в рамках данного аспекта выявляются физические и технические составляющие руинированного пространства. Представлен в отечественной практике в форме ремонтных работ, к примеру: стены, имеющие статус капитальных, не подвергаются изменениям, таким как снос, но строительный объем, не имеющий подобный статус, видоизменяется вне конкретных рамок. Данный подход формируется посредством:

1. Реализации проектной деятельности без реставрационных работ, когда таковых не требуется (фактическая утрата строительных объемов исторического сооружения).

2. Рассмотрения существующего исторического объема в контексте контраста к включениям новых строительных объемов (частично обесценивается историческая значимость).

3. Нивелирования историко-мемориальным содержанием.

4. Реализации проектных работ без учета потребностей, особенностей восприятия объекта.

5. Варьирования ценностью прежней структуры исторического объема при включении иных материалов (подбор формируется из схожих с материальной подосновой).

6. Утрирования пластики, уступающей вводимым строительным объемам.

Прагматическому аспекту архитектурно-дизайнерского проектирования, свойственен повсеместный характер вне отсылки на статус объекта, предполагается наиболее полное сохранение характеристик комплекса исторических ценностей. По мере реализации данного аспекта сложно сочетающиеся элементы формируются без потери эстетических качеств (создается единый образ сочетания исторической ткани и введенного строительного объема).

Сущностный аспект архитектурно-дизайнерского проектирования формируется из анализа сохранившейся материальной подосновы, мемориальных ценностей. Каждая элементарная часть, представляющая историческое свидетельство, формируется в единое полотно, с целью дальнейшего включения в формируемую среду. Представлен в отечественной практике решениями по синтезу строительных объемов



современности с историческим полотном. Данный подход формируется посредством:

1. Включения семантики в проектную деятельность по разработке концепции исторической, функциональной, прагматической принадлежности.

2. Закрепления сформированного материала по восстановлению архитектурно-значимых объектов.

3. Выявления наиболее подходящей материальной основы к исходному зданию, сооружению.

По мере завершения проектной деятельности в мировой практике выделяются следующие особенности контекста создаваемой среды: стилистические обоснования, социальная оценка проводимой реставрационной деятельности, обратимость некоторых процессов, целеполагание с учетом историко-научных ценностей.

Описание аспектов архитектурно-дизайнерского проектирования по интеграции руинированных объектов необходимо с целью выявления проектных качеств, особенностей контекста создаваемой среды по мере завершения проектной деятельности, что намечает дальнейшее формирование диссертационного исследования.

#### **Список использованных источников:**

1. Александер, К. Язык шаблонов. Города. Здания. Строительство / К.Александер – М.: Издательство студии Артемия Лебедева, 2014. – 1096 с.

2. Дуда, Славо. Эстетические проблемы реконструкции исторической архитектурной среды (на примере городов Словакии). Автореф. дис. канд. арх. - М.: 1990. – С. 6-18.

3. Иконников, А.В. Эстетические ценности предметно-пространственной среды / А.В. Иконников, – М.: Стройиздат, 1990. – 24 с.

4. Соловьева, Е. Е., Методические указания по проведению комплексных историко-культурных исследований / Государственное унитарное предприятие «Научно-исследовательский и проектный институт Генерального плана Москвы» – М., 2009. – С. 12-14.

© Чудин Э.А., Волкодаева И.Б., 2020

УДК 745/749

## АВТОРСКИЙ ПЛАТОК И НОВАЯ ЭТИКА В КОНТЕКСТЕ ВЗАИМОВЛИЯНИЯ КУЛЬТУР НА ДАЛЬНЕМ ВОСТОКЕ

Шейко А.А., Коробий Е.Б.  
*Амурский государственный университет, Благовещенск*

В статье рассматриваются вопросы проектирования серии авторских платков «Сила, смелость и власть», отражающих характерные черты взаимодействия коллекции с элементами новой этики, а также понятием культурной апроприации. Исследование посвящено специфике взаимодействия китайской и русской культур на Дальнем востоке, их взаимовлиянию, уместности и обоснованности заимствования элементов культуры Китая в авторские аксессуары.

Важно отметить, что у понятия «новая этика» еще не сложилось устойчивого энциклопедического значения, потому каждое суждение об этом в достаточной мере субъективно, зависит от персонального опыта исследователя, его системы взглядов и ценностей. Тем не менее, можно считать, что главным свойством новой этики стало выстраивание личных границ, и как следствие – вопросы, связанные с различными формами дискриминации, и критика неравных возможностей.

Так же важно выделить особенность локального контекста: Дальний Восток – исторически место взаимовлияния двух крупных, равноценных по своему значению культур – европейской и азиатской. Кроме того, влияние азиатских (главным образом, китайских, корейских, японских) культур в их традиционном и современном понимании достаточно велико не только последнее время (в том числе в области дизайна одежды, музыки, визуальных искусств). Волнообразно мода на Азию приходит в Европу каждое столетие, однако как возможная этическая проблема данное заимствование обозначилось только в последнее десятилетие.

Новая этика обусловила изменения в дизайне, в том числе – одежды, текстиля и аксессуаров. В данном исследовании примером является серия авторских платков «Сила, смелость и власть» с ярко выраженным про-фем контекстом, заключенном в использовании традиционно мужской символики, заимствованной, однако из китайской культуры. Последнее может быть расценено как прецедент необоснованной культурной апроприации.

Данная серия платков является выпускной квалификационной работой выпускницы Амурского педагогического колледжа по направлению подготовки 54.02.02 Декоративно-прикладное искусство и народные промыслы (художник по ткани), год выпуска – 2020. Работа выполнена в технике горячего батика с применением солевой техники и

набрызга. Серия представляет собой три платка 50x50 см. (рис. 1), 70x70 см. (рис. 2) и 90x90 см (рис. 3). В работе раскрыты образы трех существ, важных для китайской мифологии – петуха, тигра и дракона, наделенных в массовом сознании своими характерными чертами. Платки выполнены в единой цветовой гамме, включающей в себя красный, синий и белый цвета.



Рисунок 1 – Платок «Смелость» 50x50 см



Рисунок 2 – Платок «Сила» 70x70 см



Рисунок 3 – Платок «Власть» 90x90 см

Идея выбора данного визуального языка, а именно использования общеизвестных элементов, ассоциирующихся с китайской культурой обусловлена близостью Благовещенска – места проживания автора – к Китаю, городу Хэйхэ, провинции Хэйлунцзян. Два пограничных города исторически и культурно тесно связаны между собой.

Кроме того, взятые за основу знаки китайского календаря, являются давно принятыми в российском сознании. Важно отметить, что изготовлению платков предшествовал глубокий предпроектный анализ планируемой к изображению символики. Так петух в китайской мифологии ассоциируется со смелостью, одной из черт тигра считается храбрость, а дракон является одним из символов власти. В ходе создания серии учитывался и цветовой символизм. Красный цвет является традиционным для китайской культуры. В древнем Китае считалось, что красный – цвет огня. Синий цвет («Лан») – символ Неба. Белый цвет в Китае и в некоторых странах Азии является цветом траура. Важными декоративными элементами в композиции платков наравне с петухом, драконом и тигром, стилизованными под китайские вырезанки (цзяньчжи), являются традиционные благопожелания – пожелания на успех, долгую жизнь, удачу и богатство [1, 2].

Основной концепцией проекта стало обращение к роли женщины в современном обществе, серия посвящена женской силе, ее значимости, статусу и отношению к власти, принятию на себя традиционной мужской роли (добытчика, завоевателя, мыслителя). Художественный образ и тема

– китайская символика, восточная мудрость. Для разработки проекта было проведено исследование зооморфных символов китайской мифологии, включающей в себя двенадцать разных существ. В результате анализа предпочтение было отдано трем – петуху, тигру и дракону – как самым подходящим к концепции на следующих основаниях: каждый из этих знаков обладает мужской энергией, традиционно считается военным, связанным с другими «неженскими» видами деятельности. Изъятие их из китайского контекста и при этом сохранение символизма является одним из важных авторских приемов в разработке коллекции аксессуаров.

Композиция платков ассиметрична. В ней присутствуют различные элементы асимметрии: линии, движущиеся в разных направлениях; орнаменты и благопожелания, расположенные по диагональным линиям. Композиция каждого платка открытая, ее главные организующие, часто самые большие по объёму элементы выходят за края, стимулируя зрителя додумывать декоративную плоскость вокруг, словно платок отображает только малую часть мира. Изображения связаны между собой общими организующими элементами, такими как окружности, проходящие через два платка, а также цветовые пятна, начинающиеся на одном платке и находящиеся продолжения в другом. Композиции платков динамичны – в них присутствует неустойчивость элементов, заключенных в круги. В графике есть ощущение движения, проявляющееся из-за разнонаправленного движения внутри изобразительного поля.

Центром композиции в самом маленьком платке 50x50 см (рис. 1) является петух. Это яркое красно-синее пятно тонально темнее и выразительнее окружающего пространства. Разрядку вокруг создают легкие облака на светлом фоне, а также более тяжелые – на темном красном или синем фоне. Дополнительными выразительными элементами стали легкие по объёму благопожелания, синие точки, набирающие плотность тона за облаками, а также поверхности локального синего цвета, с небольшим усложнением набрызгом, которые представляют собой графическую паузу, дающую возможность глазу отдохнуть.

Композиционным центром платка с тиграми (рис. 2) является перевернутый треугольник, образованный своеобразным диалогом двух тигриных морд и ярким пятном благопожелания. Облегчают насыщенный композиционный центр облака разного тона, в основном голубоватого. Платок условно можно разделить на две части, где левая – холодная, а правая – теплая. Однако, ее компенсирует синее пятно маленького круга и полукруг благопожелания. В левой же части есть такие яркие элементы, как локальное красное пятно с набрызгом, красный полукруг благопожелания.

Центром композиции платка с драконами (рис. 3) является своеобразный зигзаг, расположенный между головами драконов так, что он символизирует взаимодействие между ними, устремляя взгляды друг на

друга (верхний правый угол – дракон слева – нижний правый угол) и, наконец, на красную жемчужину в нижнем левом углу. Она же помогает уравновесить композицию в целом. Уравновешенность и целостность композиций достигается за счет гармоничного отношения цветовых пятен – красных и синих, а также белыми паузами между ними, сочетанием мелких элементов, таких как, например, чешуя дракона. Присутствуют и более крупные цветовые приемы, усложненные солевой техникой и набрызгом. Благодаря своей несимметричности каждая из сторон платков при складывании дает свою уникальную пропорцию и соотношение цветов и разноразмерных элементов.

Серия платков предназначена для создания яркого, запоминающегося женского образа, кроме того, возможности использования расширяются за счет разного расположения и способов повязывания аксессуара.

Кроме того, на смысловом уровне, серия платков символично отображает лидерские, властные качества, стремление к ним женщины, возможность обладания ими. Исторически, проблема интеграции женщины в общество, труд и управление имеет не самое яркое проявление в дальневосточном регионе, острее она в Азии, однако повсеместно существует определенное общественное давление, относящаяся к женским способностям и «предназначению». Таким образом, серия призвана поддержать женщину морально, отказываясь от «традиционных» представлений о женственности, напоминает о внутренней силе, смелости, необходимости действовать и достигать целей.

При всей деликатности использования символики, был изменен один из ключевых параметров ее применения и восприятия: данные символы – смелости, силы и власти – для китайской культуры являются традиционно мужскими, тогда как используемые автором для женских платков, они призваны напомнить их обладательницам об их независимости и «мужских» чертах. Таким образом, ключевым концептуальным решением является именно выбор фем-повестки, тогда как использование черт «китайского стиля» является, главным образом, привлекающим своим колоритом и формальным решением.

Таким образом, главная сложность проекта заключается в механизме художественных апроприаций, в том, что именно считать ими. Так Е.Васильева предлагает условно выделить два основных направления, а именно фактическую проблему условного использования элементов культуры и вопрос установления нового значения. «Одна из особенностей механизма заимствования – формирование или установление новой идентичности, то есть создание культурного или художественного прецедента, который не позволяет говорить об устойчивости прототипа. Феномен заимствования, как правило, ведет к формированию нового содержания, где старый художественный смысл утрачен или искажен.

Апроприация – процесс установления новой системы, нового продукта, новой формы – по сути, новой идентичности и смысла» [3].

Данный вопрос совершенно справедлив по отношению к серии авторских платков «Сила, смелость и власть», однако частично он был решен за счет концептуализации изображаемых объектов, изучения их истории и деликатного преобразования визуального языка с уважительным отношением к символизму заимствованных элементов. Такой подход к апроприации снимает значительный процент негативного восприятия, так как именно бездумное использование иной культуры и изъятие ее символов из контекста являются общественно-неодобряемыми.

Таким образом, проведенные исследования особенностей новой этики, ее специфики в мировом сообществе в целом и локальном – в частности, позволили установить, что серия платков «Сила, смелость и власть» может считаться примером культурной апроприации. Однако в частности – в культурном климате Дальнего Востока, где историческая связь стран Азии с Россией тесна и культурные влияния равноценны – использование символики сопредельных территорий в подавляющем большинстве случаев воспринимается обратным образом – как уважение, как дань традициям, ценностям и истории.

#### **Список использованных источников:**

1. Craig Clunas. Pictures and Visuality in Early Modern China [Электронный ресурс]. – режим доступа: <https://books.google.ru/books?id=Q06pemllwx0C&pg=PA134&dq=colours+in+china&hl=ru&sa=X&ved=2ahUKEwjJiP7Sze3sAhVOEncKHfuvVec4ChDoATABegQIBxAC#v=onepage&q=colours%20in%20china&f=false> (дата обращения 5.11.2020)

2. Полякова Е.А. Цветовая символика Китая: лингвокультурологический аспект [Электронный ресурс]/ Е.А.Полякова//Международный научно-исследовательский журнал. – 2015. – № 10(41) Часть 5. – С. 89-90.- URL: <https://research-journal.org/languages/cvetovaya-simvolika-kitaya-lingvokulturologicheskij-aspekt/> (дата обращения 6.11.2020)

3. Финский дизайн стекла: апроприации, идентичность и проблема интернационального стиля. Екатерина Васильева. Портал издательства НЛО [Электронный ресурс]. – режим доступа: [https://www.nlobooks.ru/magazines/teoriya\\_mody/55\\_tm\\_1\\_2020/article/22063/](https://www.nlobooks.ru/magazines/teoriya_mody/55_tm_1_2020/article/22063/) / (дата обращения 5.11.2020)

© Шейко А.А., Коробий Е.Б., 2020

## УДК 7.017

# ТВОРЧЕСТВО, ДИЗАЙН, БРЕНД: ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ПОНЯТИЙ

Шеремет С.Е., Тимохович А.Н.

*Государственный университет управления, г. Москва*

Понятие дизайна появилось не так давно в человеческой жизни. Термин «промышленный дизайн» был утверждён решением первой генеральной ассамблеи ICSID (International Council of Societies of Industrial Design, Международный совет организаций промышленного дизайна) в 1959 году; термин «дизайн» является профессиональным сокращением термина «промышленный дизайн» [1].

С научной точки зрения дизайн представляет собой деятельность по проектированию эстетических свойств промышленных изделий («художественное конструирование»), а также результат этой деятельности (например, дизайн автомобиля).

В житейской практике существует понятие «дизайнерская вещь». Данное понятие трактуется следующим образом: дизайнерская вещь отличается от обычных вещей по внешнему виду и по функциональной составляющей. Имеется в виду, что объекты дизайна несут в себе отпечаток деятельности творца, художника, дизайнера, который создает что-то новое, новые элементы продукта, новое видение продукта, новое содержание. Машинное, поточное производство характеризуется программными элементами, шаблонной деятельностью. Продукт деятельности дизайнера уникален по замыслу и по материальному воплощению. Однако, следует отметить, что дизайнерские решения в любых областях, будь то область промышленных изделий, либо область модной индустрии, могут быть тиражированы.

Становятся актуальными следующие вопросы. Во-первых, все ли объекты, созданные в единственном экземпляре, соответствуют требованиям дизайна? Во-вторых, все ли объекты, созданные дизайнером, далее тиражируемые и распространяющиеся на многочисленные аудитории, соответствуют требованиям дизайна?

Остановимся на сравнении таких понятий, как творчество и дизайн. Творчество – это процесс деятельности, в результате которого создаются качественно новые материальные и духовные ценности, итог создания объективно нового [2]. Основным критерий, отличающий творчество от изготовления (производства), – уникальность результата творческой деятельности. В определении творчества делается акцент на том, что продукт творческой деятельности обладает свойством неповторимости.

Опираясь на классическое определение дизайна, в котором дизайн рассматривается в качестве сферы творчества, связанной с социально-функциональными и эстетическими проблемами формирования

предметно-пространственной среды, можно предположить, что всё, созданное человеком носит дизайнерский характер [3]. Понятие «дизайн» моложе понятия «творчество», включает в себя масштабное производство, которое появилось только в последней трети XVIII в. в результате промышленного переворота [4].

Например, Стив Джобс придумал концепт iPhone, теперь этот телефон тиражируется в сотнях тысяч и миллионах экземплярах. Можно ли сказать, что современный iPhone – это продукт дизайна? Ответ на этот вопрос носит двойственный характер, который следует рассматривать с нескольких сторон. С одной стороны, дизайн телефона разработан творцом, соответствует принципам стилеобразования и формообразования. С другой стороны, производство современного телефона поставлено на поток, то есть тиражируется по шаблону. Однако, в двух разных ответах нет противоречия, так как новая идея, новый образ, разработанный творцом, действительно может быть в дальнейшем представлен в материальном виде, может тиражироваться для того, чтобы удовлетворять потребности больших групп людей.

Как мы видим, понятия творчества и дизайна являются пересекающимися. Можно сделать вывод о том, что понятия «творчество» и «дизайн» дополняют друг друга.

В современном обществе существует необходимость тиражирования объектов дизайна. Данная необходимость связана с потребительским спросом. Все более многочисленные слои населения хотят прикоснуться к творчеству, к результатам деятельности дизайнера, которые соответствуют правилам эстетики.

Также необходимо учитывать изменения в обществе, так как человек представляет собой социальное существо, которое интегрировано в общество, обладает социальными связями, входит в определенное количество социальных групп и поддерживает взаимодействие с другими членами общества. Соответственно, люди хотят ощущать себя частью группы, коллектива, ожидают к себе определенного отношения, а обладание дизайнерскими вещами предоставляет возможность человеку идентифицировать себя с определенной референтной группой, то есть группой, на мнение и оценки членов которой человек ориентируется в своей жизни. Обладание дизайнерскими вещами, например, вещами конкретного бренда, представляет собой способ стать частью коллектива, объединиться по интересам. Например, если человеку нравятся вещи Tommy Hilfiger, то, скорее всего, человеку будет более легко общаться с теми людьми, которые разделяют данные вкусы и придерживаются их.

Рассмотрим понятие «бренд», которое зачастую на равных используется с понятием «дизайнерская вещь». По определению, бренд – это комплекс представлений, мнений, ассоциаций, эмоций, ценностных характеристик о продукте либо услуге, который складывается в сознании



потребителя под воздействием информации, транслирующей от бренда и о бренде [5]. При производстве бренда изначально осуществляется творческая деятельность, разрабатывается идея, миссия, позиционирование бренда; далее подключаются дизайнеры, которые вырабатывают решение, связанное с материальным воплощением бренда; затем происходит тиражирование бренда и продвижение его потенциальным потребителям.

Связь трёх понятий (творчество, дизайн, бренд) представлена в рис. 1.



Рисунок 1 – Диалектика базовых понятий

Сделаем вывод о том, что дизайн представляет собой многогранное понятие. Творчество является неотъемлемой частью деятельности дизайнера. В результате деятельности создается бренд, который может быть тиражирован в соответствии с запросами целевой аудитории.

#### **Список использованных источников:**

1. Лауэр Д., Пентак С. Основы дизайна. М.: Питер, 2019. – 304 с.
2. Тимохович А.Н. Креативное планирование рекламы. М.: ГУУ, 2018. – 110 с.
3. Петушкова Г.И. Трансформативное формообразование в дизайне костюма. Дизайн костюма: теоретические и экспериментальные основы. – М.: ЛЕНАНД, 2015. – 464 с.
4. Норман Д.А. Дизайн привычных вещей. М.: Манн, Иванов, Фербер, 2018. -384 с.
5. Филенко С.С. Особенности продвижения персонального бренда в эпоху диджитал // Актуальные проблемы управления 2018: материалы 23-й Международной научно-практической конференции. М.: ГУУ, 2019. – с. 192-195.

© Шеремет С.Е., Тимохович А.Н., 2020

**УДК 7.013**

## **ПЛАСТИКА ЛИНИИ В ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОМ ИСКУССТВЕ**

Шилина Д.А., Серикова А.Н.

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

Графика в изобразительном искусстве является сильным коммуникативным средством. Художник в процессе создания своего произведения прилагает энергию к выражению собственной или заданной позиции, концепции, философии непосредственно через объекты реальные

или вымышленные при помощи выразительных графических средств, которые имеют свои изобразительные и выразительные возможности. Одним из таких средств является линия.

Линия представляет собой особое расположение точек при индивидуальном характере группировки. Линейное изображение выражает трехмерную реальность, но в выражении плоскости, соединяя воедино изображение и обобщение. Отсюда можно полагать, что линейное изображение любого предмета представляет собой продукт уникальной художественной мысли, поскольку явление, объект являются в изобразительном искусстве следствием интеллектуального, творческого преобразования [1].

Н.Э. Радлов писал следующее: «Линия в рисунке... берется условно для обозначения границ изображаемого явления, следовательно, она представляет собой определенную форму нашего пластического мышления» [2]. Линией обозначается граница объемной формы. Такого рода контур всегда подразумевает наличие авторского видения, а также показывает знания художественной грамоты и навыки в изобразительном искусстве. При этом характер линии, ее пластика неповторимы. Линия в природе – это отражение ее неповторимости на уровне переработанного авторского восприятия. Пластика линий отражает уникальность и характерность природных явлений путем передачи ритмичности: в природе встречаются линии длинные или короткие, что создает на плоскости тревожное или радостное настроение, то или иное состояние погоды. Согласование ритма линий и цвета, в свою очередь, создает настроение. В жизни с разнообразной линейной графикой можно столкнуться не только в произведениях искусства, что в особенности хорошо видно в настоящее время, в условиях колоссального потока визуальной информации. Характер линии, ее пластика несут в себе эмоциональный посыл, информацию, знаковую систему в различных сферах. В частности, это касается такой сферы как мода.

В сфере моды линии заимствуются из природы, что делает образы одежды, обуви и аксессуаров более выразительными и естественными. Форма, создаваемая линией и ее ритмическим содержанием, формирует силуэт предмета одежды, внося в образ уникальные и неповторимые черты. Так, известно, что, прежде всего, воспринимается общая форма одежды и обуви, после чего уже ее цвет и составные элементы. Только в последнюю очередь внимание акцентируется на деталях и прочих нюансах [3].

Линия в одежде, обуви и аксессуарах оказывает невербальное воздействие на смотрящего. Так, к примеру, плавные округлые линии ассоциируются с миром природы и оказывают успокаивающее действие (рис. 1).



Рисунок 1 – Плавные формы

Прямые линии – это линии из мира человека и техники: четкие, логичные, упорядоченные. Они символизируют опору, устойчивость, надежность и действие. Модель в прямых линиях одежды выглядит подтянуто, собранно, и за счет этого более строго (рис. 2).



Рисунок 2 – Прямые линии

Аналогичные принципы работают и в образе обуви и аксессуаров. Силуэты обуви, в частности, обуславливают ее назначение, ее применение под те или иные условия и образ модели в целом. Плавные, округлые и обтекаемые линии часто используются в моделях спортивных кроссовок, что подчеркивает их скорость, готовность адаптироваться под любую ситуацию. То есть, можно смело сказать о том, что линия в обуви символизирует психологический компонент восприятия. Округлые, обтекаемые носы, силуэты мужской и женской обуви всегда подчеркивают нежность, спокойствие, адаптивность, согласно принципу природосообразности. И, соответственно, ботильоны или сапоги с квадратными или острыми носами – это некоторый «вызов» времени, поскольку такая форма вошла в моду как воссозданная.

Линия в одежде, обуви и аксессуарах играет колоссальное значение, оказывая влияние на образ модели. В частности, характер линий передает характер владельца, в то время как у смотрящего формирует определенное настроение. Линия априори находит себя, прежде всего, в природе и изобразительном искусстве, а уже после преобразует прочие объекты современного искусства, придавая им определенный смысл и наделяя значением. Пластика линии – это основа того состояния, которое хочет передать творец, художник при создании своих уникальных модных коллекций.

#### **Список использованных источников:**

1. Желондиевская Л.В. Формальные изобразительные средства графической композиции // Вестник ОГУ. – 2007. – №11-2. – С. 81-87.

2. Радлов Н.Э. Рисование с натуры. Третье издание. – Л.: Художник РСФСР, 1978. – 98 с.

3. Линии формы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cutt.ly/ugPFzOG> (дата обращения 1.11.2020).

© Ширина Д.А., Серикова А.Н., 2020

УДК 7.05.658.512.2

**ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ИНДУСТРИИ МОДЫ  
И ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ  
INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN THE INDUSTRY OF FASHION  
AND ECOLOGICAL SUSTAINABILITY**

Ширина Н.М., Савицкая Т.П.

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

Nowadays the problem of environmental pollution is getting more and more acute due to harmful production of textile and fashion industries. These industries are the major sources of plastic remnants, polluted water with chemical dyes, soil erosion due to large cotton planting areas, “fast fashion” resulting in huge amounts of clothes in landfills, etc. In addition to it the textile manufacturing process makes 36% of the greenhouse gas emissions. Textile production, finishing techniques as the most energy-hungry parts of the garment manufacture process are the major sources of ecological pollution [7]. Clothing made from polyester (plastic) takes up to 200 years for a breakdown in landfill. Natural fibres such as wool and cotton are also sent to landfills though can be biodegraded or composted to be used for other purposes. Unfortunately, only 1% of the material used to produce clothes is recycled into new clothing, the minor part of it is used as rags, insulation materials or mattress stuffing. UNEP has estimated that 8 million tonnes of waste swamp the oceans each year and by 2050 there will be more plastic in the sea than fish. In fact, 87% of the clothes is incinerated or sent to a landfill after its final use which is not only environmentally devastating; but it also means more than \$100 billion losses of materials every year.

Without any doubt, the current stage of industrial development (Industry 4.0) allows manufacturers to produce high quality products in large quantities to meet people’s needs, using modern machines and technology, ensuring employment and the right working conditions for employees. The trouble is that the current production does not always meet eco-sustainable and social requirements though to achieve them various supported by the government programs and initiatives to minimize the negative impact of industries on the environment were being created.

The attempts to improve the situation are undertaken. The real environmental threats encourage companies in textile and fashion industry make efforts to improve the situation. For example, in accordance with the targets of the 2015 Paris Climate Agreement [8] – Chanel Mission 1.5° the Chanel company worked out a strategy to reduce the carbon footprint by 50% by 2030, move to renewable energy by 2025, balance greenhouse gas emissions and finance adaptation to climate change [1].

In this context, we can identify some of the main trends and achievements of the occurring changes:

1. The development of new approaches and concepts, such as a circular economy and decarbonization of the economy (low-carbon economy), as elements of a new vision of the entire production process and the economy as a whole, which implies:

restructuring of the economy and energy systems in order to drastically reduce carbon dioxide emissions (to zero), which will reduce the burden on the environment;

replacing fossil fuel systems with electricity generated from low carbon resources such as renewable resources - an environmentally sustainable and climate friendly alternative to energy generation;

closed cycle production;

innovative biomaterials;

improvement of quality certification systems with life cycle assessment (LCA) rules, so that after processing there is no unnecessary waste or waste-free production;

organization of retraining and training of employees in the relevant sectors of the economy, since the ongoing transformation of the labor market and the emergence of new professions imposes new requirements not only of the knowledge of employees, but also a new level of environmental awareness, as well as the social responsibility of companies.

2. The attempts to solve the problem of plastic waste pollution is one of the most serious and large-scale environmental problems for the world community, which makes the study of this problem especially urgent. To compare: a plastic bottle decomposes for 450 years or more, a plastic bag is from 100 to 1,000 years, and a fishing net is for 600 years.

The Ellen MacArthur Foundation in collaboration with the United Nations Environment Program (UNEP) launched its plastic waste initiative to reduce single-use packaging and actively recycle. The New Plastics Economy (NPE) is the commitment in new economy strategy – a circular economy (CE), that is, based on the renewal of resources. Since the beginning of the New Plastics Economy Global Commitment (2018), the number of participants has grown to 850: Apple, Burberry, L'Oréal, Stella McCartney, Unilever, Inditex (Zara), H&M, and many other organizations and governments [2]. Thus, all signatories are promised to fight plastic pollution, eliminate single-use and unnecessary

plastic, maintain plastic recycling technologies, and report the results of work every 18 months. Many companies are aiming to replace single-use plastics with reusable models, as well as making 100% of its plastic packaging reusable, recyclable, or compostable. According to the fund, at the moment only 14% of the world's plastic packaging is recycled: everything else goes to landfills, incinerators, or ends up in the ocean. The New Plastics Economy offers a single platform to the industry, government, NGOs, scientists, students and citizens to build a sustainable global plastics value chain. Members are committed to take the actions needed to shift the system towards a circular use of plastic packaging where it never ends up as waste, and become a 100% circular and renewable business. Reuse or recycling of all plastic used in the production and operations of companies will allow it to reintroduce it into a circular economy, reducing unnecessary waste [9]. It is planned that by 2025 all plastic should be suitable for further processing. So in a circular plastic economy, the most important thing is to complete or close the loop, that is, to recycle all the plastic from discarded items into new ones.

3. The application of innovative technologies in the textile industry turned to be useful in making new materials, use refills and recycling packaging in order to reduce the amount of plastic in production. Nowadays innovative technologies are being used in the textile industry for making new materials, applying refills and recycling packaging in order to reduce the amount of plastic in production. As an example, “Econyl” which is a recycled nylon fiber made from the fishing nets and other nylon wastes can be mentioned, as well as “Bionic” - a material produced from plastic bottles. A recycled polyester is made of PET plastic which is cleaned, shredded and recycled to produce new recycled polyester fiber. For example, “Renu” is a recycled polyester from old artificial clothes. “Q-Nova yarn” (a type of recycled nylon developed by the Italian company Fulgar) and “Recover® Yarn” composite (polyester from plastic bottles and recycled cotton that is «glued» to polyester fiber) are other examples of materials which received a new life. The “Worn Again Technologies” company recycles even plastic car parts and balloon parts, while scientific organization “Ambercycle” produces polymers from textile waste and re-converts them into fabric. Thus, plastic wastes are given a new life, less primary raw materials are consumed, water and energy consumption is reduced, and less waste is generated.

4. The application of modern computer technologies of virtual reality (VR). The trend which can be vividly observed helps to realize the concept of conscious, sustainable consumption in respect to virtual fashion and digital clothes. The trend became especially relevant in 2020 (which was largely influenced by the pandemic), when a number of designers and fashion brands offered digital versions of clothing. It looks like that: the designer creates a 3D model in a special program, overlays it on the client's photo for his social networks. 3D technology and machine learning system (artificial intelligence,

AL) is to reduce fabric waste in clothes design. This highly effective mix of design and computer technology allows to produce clothes that will perfectly fit the customer. For example, the Algorithmic Couture (Synflux) project [3], in which the exact dimensions of a person are determined using 3D scanning, and then algorithms of machine learning technology are used to find the most optimal design pattern for a garment, reducing the remnants of the track to zero.

The digital clothing is a promising new business strategy that will help reduce overproduction, make fashion more conscious and consumer behavior more sustainable. It is undoubtedly the future of industries. Digital technologies enable a person to demonstrate any ideas (in order to impress their audience on social networks), while a business can easily predict interest and produce only what will virtually attract the attention of potential buyers. At the same time, real models of clothing can be created using these 3D patterns. For example: Digi-GXL project, Replicant.Fashion store and Ophelica brand by Russian designer Regina Turbina, platform for selling digital clothes Dress-X, The Fabricant (Holland), MOD – digital clothing platform, Alena Akhmadullina, DIANA ARNO, Carlings (Scandinavia).

5. The last but not least trend in the textile and fashion clothes industries is the creation and development of machines for recycling. The HKRITA (the Hong Kong Research Institute of Textiles and Apparel) developed Garment-to-Garment recycle system (G2G) in 2019. This is a mini-scale manufacturing that recycles post-consumer garments for further consumption. It involves integral and closed-loop (circular) textile recycling processes, such as: sanitizing, removing hard trims, shredding, mixing fibre, carding, spinning, garment knitting. The G2G is supposed to be a viable retail concept which encourages consumers and fashion companies to apply a positive approach to clothes recycling [6]. Also, the HKRITA and Novetex Textiles, financed by the H&M Foundation, have recently developed the “Loop” technology – a container-sized machine. This technology refers to the garment-to-garment recycling system that is meant to close the loop on fashion. The system is totally waterless and does not use any chemicals. Thus, the technology is designed to decrease the making clothes from natural materials environmental footprint. If Loop expands this technology to an industrial scale, H&M would like to start manufacturing clothing using recycled fibers [5].

One of the most amazing properties of innovations is the ability to influence related or even unrelated areas. Various investment organizations, such as Fashion Tech Lab [4], play an important role in stimulating sustainable innovation in the fashion and light industries, which are focused on the sustainable future of the fashion industry and the production of apparel using disruptive innovations in bioengineering, through which fashion companies can implement new a viable business model based on the synergy of biological resources and innovation processes. Experts have already noted that many innovative transformations are taking place in the textile and fashion industries

thanks to “disruptive” technologies, affecting areas from sustainable human resource management, innovation management, quality management, waste management, to various stages of the production process.

To sum it all up, the trends of environmental sustainability in industries, considered in this article, have become a necessary component of the modern world with its acute environmental problems and crises. Environmental sustainability is not just a trend, but a fundamental principle and foundation on which all elements of modern sustainable management are built. A sustainable fashion also means the responsibility to guarantee our clothing health starts far before the fabric or a clothes item is designed. The key message of “sustainability” is simple: to ensure that people’s actions and decisions today do not hinder the opportunities of future generations. The new business models must be very flexible and creative because there is always a place for resistance to innovation, risks and various difficulties. A sustainable development is not about stopping production and consumption – it is a new measure of responsibility and moderation.

**Список использованных источников:**

1. CHANEL Mission 1.5°: our journey towards a low-carbon future [Электронный ресурс] // CHANEL’s climate strategy. – 2020, 18 P. URL: <https://www.chanel.com/us/climate-report/> (Дата обращения: 12.11.2020)

2. The New Plastics Economy Global Commitment [Электронный ресурс] // Ellen MacArthur Foundation. – 2019. URL: <https://www.newplasticseconomy.org/assets/doc/GC-Report-June19.pdf> (Дата обращения: 30.10.2020)

3. Algorithmic Couture [Электронный ресурс] // Synflux. – 2018. URL: <https://synflux.io/projects/algorithmiccouture/> (Дата обращения: 04.11.2020)

4. Fashion Tech Lab [Электронный ресурс]. – 2020. URL: <http://ftlab.com/> (Дата обращения: 30.10.2020)

5. From old to new with Looor [Электронный ресурс] // H&M. – 2020. URL: [https://www2.hm.com/en\\_gb/life/culture/inside-h-m/meet-the-machine-turning-old-into-new.html](https://www2.hm.com/en_gb/life/culture/inside-h-m/meet-the-machine-turning-old-into-new.html) (Дата обращения: 03.11.2020)

6. Garment to Garment [Электронный ресурс] // The Hong Kong Research Institute of Textiles and Apparel. – 2020. URL: <https://www.garment2garment.com/> (Дата обращения: 29.10.2020)

7. Measuring Fashion: Insights from the Environmental Impact of the Global Apparel and Footwear Industries [Электронный ресурс] // Quantis. – 2020. URL: <https://quantis-intl.com/report/measuring-fashion-report/> (Дата обращения: 02.11.2020)

8. The Paris Agreement [Электронный ресурс] – 2015. URL: [https://ec.europa.eu/clima/policies/international/negotiations/paris\\_en](https://ec.europa.eu/clima/policies/international/negotiations/paris_en) (Дата обращения: 03.11.2020)

9. What is the circular economy? [Электронный ресурс] // Ellen MacArthur Foundation. – 2020. URL:



<https://www.ellenmacarthurfoundation.org/circular-economy/what-is-the-circular-economy> (Дата обращения: 12.11.2020)

© **Ширина Н.М., Савицкая Т.П., 2020**

**УДК 7**

## **ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ И МЕДИЙНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЖЕНСКОЙ ОДЕЖДЫ**

Суми Ш.

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

Отношения человека с одеждой происходят гораздо раньше. Одежда – неотъемлемая часть жизни каждого человека, от древних пещерных людей до современных людей. Связь погоды и культуры с одеждой очень глубока. Люди из разных климатических зон в разное время выбирали одежду, соответствующую их погоде. Люди в более теплых регионах, таких как Ближний Восток, выбрали как можно более длинную одежду, чтобы защитить свое тело от солнца. Люди в умеренных регионах выбрали колготки в качестве своей основной одежды, но со временем к выбору одежды добавились Политика, Экономика и эстетика.

Наиболее заметным материальным элементом символа моды является одежда, которая несет в себе множество различных значений. Динамизм символа одежды может нести в себе открытые или закрытые коды в зависимости от культуры, пола и социального положения.

Одежда – это инструмент «идентификации», который в определенном смысле выполняет функцию определения символических границ между людьми. Мода и одежда – это область, где одежда используется для создания и раскрытия культурной и социальной идентичности. Феномен идентичности человека воплощается в теле через одежду и моду

Мода – это форма невербального общения. Одетое тело передает нашу личную и социальную идентичность это означает, что одежда и мода несут в себе некоторые вестимуляционные коды, и эти коды могут быть признаками чего-то, потому что визуальные элементы, которые несут также некоторые коммуникативные цели, являются кодами одежды и моды.

Если мы посмотрим на одежду как на коммуникативную систему, то заметим, что одежда относится также и к кодам культурной структуры человека или общества. Например, на протяжении веков одежда была одним из способов, с помощью которого люди Индии создавали свое чувство собственного «Я», чувство общности и чувство места, нося Сари). Сари – это традиционная одежда индийских женщин, которая является

признаком их культуры. Это значит, что если мы увидим женщину в сари, то точно можем быть уверены, что она из Индии. И это показывает, что одежда – это простой способ определения самого человека в традиционной и социальной культуре.

Кроме того, одежда дает противоречивые сообщения в зависимости от пола, возраста, национальности, этнической принадлежности и класса аудитории.

Объектом моего исследования является женская одежда, представленная в средствах массовой информации. А предметом исследования являются дизайнерские приемы презентации женского костюма, выполненные для кино, театра, моделирования рекламы и т.д. Цель моего исследования – выявление проблем репрезентации женской моды в СМИ; разработка концептуальной научной основы, позволяющей в полной мере репрезентировать женскую одежду в СМИ; media.in проведение ретроспективного анализа использования женского образа в СМИ; а также выявление типологии рекламных приемов подачи образцов женской одежды через средства массовой информации.

Повседневное платье или ткань – это далеко отличающаяся форма медиа-костюма. Медийный костюм – это перформативный костюм. Когда исполнитель что-то исполняет, его костюм тоже играет роль, которая имеет существенное значение. В реальной жизни костюмы персонажей в фильмах очень красочны и форма, линия, текстура могут отличаться от реальной жизни. Дизайнер создает костюм с художественным элементом дизайна. Художник по костюмам не только художественный дизайнер, он должен быть чем-то большим. Художник по костюмам должен быть более ответственным. Потому что медиа влияют на общество именно поэтому дизайнер должен быть более сознательным в социальном, политическом и экономическом плане.

В кино костюм персонажа сам по себе может дать вам подсказку о периоде съемок фильма (в 50-е, 60-е, 90-е или 2000-е годы), профессии персонажа (юрист, врач, клоун, гангстер), финансовом положении персонажа (богатый и разоблаченный, или бедный и робкий).

Дизайн костюмов играет важную, но, казалось бы, тихую роль в том, чтобы сделать фильм запоминающимся и сделать персонажей потрясающими, независимо от того, должен ли персонаж сливаться с окружающей средой или выделяться из нее. Костюмы можно описать как вспомогательные средства, с помощью которых создатели фильмов рассказывают свои истории.

Дизайн костюма – это создание одежды для общего внешнего вида персонажа или исполнителя. Костюм может относиться к стилю одежды, определенному нацией, классом или периодом. Во многих случаях это может способствовать полноте художественного, визуального мира,

который является уникальным для конкретной театральной или кинематографической постановки.

Есть такая пословица «Быть женщиной – это вопрос рождения, быть женщиной – это вопрос возраста, но быть леди – это вопрос выбора». Эстетика приходит, когда потребность заканчивается. А когда речь заходит об эстетике одежды, то она более заметна в средствах массовой информации.

Наш медийный мир полностью контролируется мужским обществом. Они любят показывать женщин на экране как модных, так и сексуальных.

Представляют ли женщины средства массовой информации как полноправные члены общества или просто как живой продукт? Этот вопрос, возможно, устарел. Но даже сегодня мы замечаем, что в обществе, управляемом мужчинами, женщины иногда являются просто объектами наслаждения. Средства массовой информации последовательно и осмысленно продолжают представлять женщин в таком истощенном виде. Вопрос в том, выполняют ли женские персонажи в СМИ только те функции, которые для них предусмотрены, или показывают что-то еще значимое?

В рекламных роликах внимание зрителей иногда намеренно фокусируется исключительно на изображении красоты женского тела, в ущерб переключению внимания на конструктивные особенности костюма женской модели. Под влиянием модных тенденций, появляющихся в СМИ, меняется и дизайн одежды. Эротические мотивы более ярко проявляются в женских костюмах. Часто на рекламных носителях: на улице, в журналах или на электронных носителях можно увидеть женские образы, которые привлекают внимание к самому продукту, в то время как одежда рекламных моделей выглядит очень сомнительно. Зачастую потребители воспринимают костюмы рекламных моделей как эталоны вкуса, что, несомненно, деформирует отношение публики к достойным типам женских костюмов. Подобные явления в обществе подталкивают исследователей к необходимости структурного анализа и, как следствие, научного обобщения полученных результатов с целью возвращения потребителям понимания художественной ценности дизайнерского решения женских костюмов, представленного в должной форме через средства массовой информации.

Моя исследовательская работа заключается в формировании научной базы, позволяющей достоверно описать процесс создания медийного костюма с точки зрения женской одежды, выявить механизм возвращения ему достойного человеческого облика.

© Суми Ш., 2020

## УДК 7.05

# ФОРМИРОВАНИЕ ГРАФИЧЕСКОГО КОНТЕНТА В ДИЗАЙНЕ MOTION-НОСИТЕЛЕЙ

Шутова С.А.

Научный руководитель Ившин К.С.

*Удмуртский государственный университет, Ижевск*

Иллюстрация работает в силу психофизиологических особенностей человеческого восприятия. Множество проведенных исследований показало, что около 80% населения планеты – визуалы, то есть люди, лучше всего воспринимающие информацию при помощи зрения. Вывод из этого простой: картинка работала во все времена, хотя еще относительно недавно текстовые объявления делались проще и обходились дешевле, а сейчас разницей можно пренебречь. Хорошая иллюстрация захватывает внимание и завоевывает симпатии зрителя сразу четырьмя способами:

1. Привлекательность. Когда изображение красиво, на нем задерживается взгляд и оно запоминается.

2. Универсальность. Человек может не понимать текст из-за языкового барьера, но поймет иллюстрацию. Старинные вывески – калачи, сапоги, самовары: они были рассчитаны на тех, кто совсем не умеет читать.

3. Эмоциональность. Картинка создает образ, образ дает эмоцию, чем лучше иллюстрация, тем мощнее вызываемое чувство [1].

Обратимся к проектам, одной из целей которых является популяризация информации среди публики через интернет, в частности на motion-носителях, и ставится задача на создание контента и продвижение этого материала.

Одним из самых эффективных вариантов привлечения внимания выступает продвижение через визуализацию материала. Для точной передачи образа проекта, требуется знание большого разнообразия видов, типов и стилей визуального контента. При разработке визуального материала требуется подобрать такие из них, которые способны дать положительные результаты в виде предоставления информации зрителям в таком виде, чтобы максимально охватить целевую аудиторию и привлечь внимание к проекту.

Существуют разные инструменты для создания и моделирования контента. Структурируя эти инструменты по эффективности каждого, получим алгоритм графического контента, распространяемого на различных motion-носителях.

Подход заключается в поэтапном анализе и выборе наиболее эффективных визуальных приемов, видов и стилей.

Первым этапом является выбор визуального приёма. Именно на этом шаге удастся задать вектор движения стратегии продвижения с учётом такого фактора, как соответствие имеющемуся типу информации.

Важно обратить внимание на такой приём, который раскроет потенциал проекта максимально. Среди представленных нет универсальной техники исполнения визуального материала. Рассмотрены их преимущества относительно эффективности решения поставленных задач каждого проекта.

**Графика.** Оригинальная графика и уникальные иллюстрации помогают контенту выделяться в новостных лентах [2]. Основное преимущество рисованного имиджа: изобразить можно буквально все, что вам нравится, вне зависимости от стиля и концепции. Рисунки также помогают «расшифровать», объяснить сложные или абстрактные понятия. Изменяя технику исполнения рисунка, можно создавать определенное настроение в его восприятии, т.е. нацеливаться на конкретные потребительские аудитории. К тому же, рисунок выигрывает в том случае, когда не хватает времени и ресурсов, потому что нарисовать что-то несложное можно в более короткий срок и дешевле, чем организовать фотосъёмку или же сделать несложную фотографию [3].

**Фото.** Привлекательные и творческие фотографии отлично подходят для демонстрации того, что происходит в мире [2]. Зритель верит в достоверность фотографии, у него почти не возникает сомнений относительно сведений, которые он получит из такого изображения. Чаще фотографии используют, когда необходимо подчеркнуть реализм представляемого. Однако, в связи с развитием компьютерных технологий, позволяющих легко «изменять» запечатленную действительность, снимки сегодня применяют и при показе преувеличений, фантазий.

**Видео.** Хороший видеоролик хорошо вовлекает аудитории в социальных сетях [2]. Просмотр обучающего видео дается намного легче, чем чтение инструкции или руководства. Как правило, движение интереснее статике, оно завораживает и затягивает [4]. Видео способно привлекать внимание людей больше, чем, к примеру, статья, потому что оно способно задействовать больше рецепторов: визуальные и аудиальные. Поэтому такой контент не только сможет заинтересовать зрителя, но также лучше запомнится ему, чем обычный текст.

**Анимация.** Анимированная графика – отличный способ привлечь внимание или проиллюстрировать историю, которую вы собираетесь рассказать [2]. Три главных преимущества анимационной графики: быстро доставляет сообщение, раскрывает сложные идеи, концепции, систематизирует данные в простой и понятной форме, легко привлекает и удерживает внимание [5].

**Визуализация данных** (инфографика, карты, диаграммы и т.д.). Это один из лучших способов сделать понятной сложную информацию [2].

Зрителю сложно быстро анализировать числовые понятия, это энергозатратный процесс. Информация, содержащая большое количество числовых значений, но переведённая в графики, схемы, диаграммы, не привлечёт внимание и быстро и понятно донесут сложную информацию. Именно инфографику следует применять при создании каких-либо инструкций. Инфографика в статьях, рекламе, книгах не только позволяет привлечь внимание к определенным сведениям, но ознакомиться с большим количеством объективной информации [6].

Когда с приёмом определились, наступает этап выбора вида контента. Он в большей степени зависит от целевой аудитории, её эмоционального восприятия представленной информации. Формат визуального материала и способ взаимодействия с ним формирует впечатления публики.

Говоря о видах визуального контента, отметим, что список претерпевает изменения ежесекундно, так как имеет отношение к интернет-среде и технологиям, которые в настоящее время переживают стремительное развитие.

Графический и фотоконтент: комикс, инфографика, фотография, рисунок, презентация, мем.

Анимационный контент: gif-анимация, stop motion, синемаграфия.

Видеоконтент: вебинар (видеокурс, урок, практикум), онлайн-трансляция, интервью, обзор, руководство, новость на канале, видеоинфографика.

Игровой контент: квиз, тест, кроссворд, игра (игровое обучение).

Текстовый контент. Дополнением к визуализации на этом этапе являются формы текста и речи. Они отсутствуют в предыдущем шаге, так как чаще всего выступают как вербальная часть выявленных приёмов и, по сути, составляют с ними креолизованный текст. Тем не менее, рассмотрим несколько видов как самостоятельный контент, и как дополнение к невербальным формам визуального контента: информационная статья, статья-«конструктор», статья-«учитель», электронная книга, интервью, рецензия, нарратив, кейс, ньюсджекинг, текст для email-рассылки, посты в социальных сетях, цитаты, подкасты.

При работе с продвижением визуального материала важно учесть приёмы его исполнения и виды графического контента. Сформированный алгоритм позволяет провести через него имеющуюся информацию, в результате чего она становится сформированной для продвижения на motion-носителях. И в результате получаем её в таком виде, который работает именно с целевой аудиторией.

#### **Список использованных источников:**

1. Картинка решает: несколько примеров, как иллюстрации помогают продавать [Электронный ресурс]. – URL:

<https://vc.ru/design/125801-kartinka-reshaet-neskolko-primerov-kak-illyustracii-pomogayut-prodavati> (дата обращения 06.10.2020).

2. Графика для SMM: советы и практики [Электронный ресурс]. URL: <https://cloudmakers.ru/grafika-dlya-smm-sovety-i-praktiki/> (дата обращения 02.10.2020).

3. Виды изображения в рекламе и требования к изображению в рекламе [Электронный ресурс]. – URL: [https://knowledge.allbest.ru/marketing/3c0b65625a3bd69a5c43a89521206d27\\_0.html](https://knowledge.allbest.ru/marketing/3c0b65625a3bd69a5c43a89521206d27_0.html) (дата обращения 02.10.2020).

4. Что такое моушн-дизайн, где и как его применяют. Бонусом – история [Электронный ресурс]. – URL: [https://skillbox.ru/media/design/chto\\_takoe\\_moushn\\_dizayn/](https://skillbox.ru/media/design/chto_takoe_moushn_dizayn/) (дата обращения 03.10.2020).

5. Волшебство в движении: что такое моушн-дизайн [Электронный ресурс]. – URL: <https://netology.ru/blog/motion-design>, свободный (дата обращения 01.10.2020).

6. Крапивина Т.В. Инфографика как средство визуализации информации в рекламе // Альманах теоретических и прикладных исследований рекламы. – 2016. – №1. – С. 84.

© Шутова С.А., 2020

УДК 741.021.2:677.027.511

## ПРОЕКТИРОВАНИЕ ТЕКСТИЛЬНОГО ПЕЧАТНОГО РИСУНКА ДЛЯ ПЛАТКА С УЧЕТОМ ИНДИВИДУАЛЬНОГО СТИЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ

Щигорец Н.А., Щербакова А.В., Рыбаулина И.В.  
*Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство), Москва*

Тема проектирования текстильного рисунка была и остаётся актуальной во все временные периоды. Начиная с момента появления первых текстильных орнаментов, заканчивая и продолжая современностью, в которой орнамент полностью окружает индустрию моды, можно проследить развитие и выявить тенденции. Они появляются в зависимости от политической, экономической и экологической обстановки в мире, а также желаний потребителей.

Текстильный рисунок играет одну из решающих ролей при создании индивидуального образа.

Проблема формирования индивидуального образа и общего стиля в современности – это остро дискуссионный вопрос. Индивидуальный стиль есть во всем начиная с самого товара, заканчивая потребителем и целыми производственными компаниями. Современный образ жизни в мегаполисе

с огромными информационными потоками влияет на восприятие человека окружающей его среды. Цель каждого сейчас – выделиться из всеобщей массы и остановить на себе внимание. Индивидуальный образ и стиль решает эти задачи. Они должны отражать: особенности личности, характер, привычки, образ жизни и увлечения.

Для того, чтобы создать актуальную коллекцию необходимо четко понимать желания и потребности потенциального клиента. Также знать финансовые возможности и средние затраты на создание образа, диапазон допустимых затрат на приобретение конкретных элементов костюма и аксессуаров. Поэтому необходимо создать и провести социальный опрос среди категории людей, которые могут стать покупателями для проектируемой коллекции.

Важным этапом в процессе проектирования коллекций одежды, текстильного рисунка или аксессуаров является формирование портрета потребителя. Каждая коллекция рассчитывается на конкретный круг потребителей. Важно учитывать возраст, пол, финансовые возможности и образ жизни потенциального клиента. Безусловно, если речь идет о массовом производстве, то стоит полагаться на итоги социальных опросов и течение модных тенденций, чтобы создать максимально подходящую коллекцию под желания потребителя.

Над созданием стиля работают стилисты, визажисты, имиджмейкеры, художники и дизайнеры. Для этого они подбирают подходящие сочетания цветов и текстильного рисунка, форму и крой деталей одежды, аксессуары и многое другое. Важным аксессуаром является платок.

История возникновения платка уходит корнями в глубокую древность и насчитывает уже две тысячи лет. Ношение платка играло важную роль в различных исторических периодах. Для каждой культуры платок – особый символ, он занимает важное место в религии, искусстве и повседневной жизни людей. В разных странах платок имеет несколько разновидностей и названий. В древности указывал на общественное положение. Для современного мира это неотъемлемая часть моды и стиля.

Платок в современном мире – это аксессуар, который дополняет образ и делает его законченным. Каждый год кутюрье на показе мод в Москве, Милане, Париже приносит зрителю что-то новое и необычное, где частым акцентом является платок.

Платок также можно считать частью личности владельца и выражением его принадлежности к социальной группе. С давнего времени и по сей день платок выполняет значимую функцию в костюме и в создании образа. В современном мире платок – это не только головной убор, это аксессуар, который представляет собой предмет мужского, женского и детского гардероба.



По назначению платки делятся на костюмные и интерьерные. Костюмные платки – головные, шейные, нагрудные, карманные, декоративные (ремень, повязка на руку, солоха и т.д.). Интерьерные платки – в качестве панно или декоративного элемента.

Для конкретного назначения, образа и стиля существует свой вид платка: шарф, палантин, кашне, парео, шаль, бандана, паше, фишу, косынка, бафф.

Платки различаются не только по назначению и выполняемым функциям, но и по текстильному рисунку, орнаменту. Проектированием орнамента для платков занимаются дизайнеры, дессинаторы и художники-принтисты.

Орнамент в платках играет большое значение, выполняет художественную и декоративную функцию. В платочных композициях встречаются все основные орнаментальные группы: растительная, геометрическая, абстрактная, предметная, сюжетно-тематическая, зооморфная, пейзажная, шрифтовая и комбинированная. Выбор орнаментальной группы при проектировании текстильного рисунка зависит от дальнейшего назначения и образа жизни будущего потребителя. Необходимо ориентироваться на пол, возраст, профессию и финансовое положение клиента.

При проектировании печатного текстильного рисунка используют художественные средства выразительности. К ним относятся графическая и живописная подача.

Графическими средствами проектирования орнамента для платка являются линейное, пятновое, линейно-пятновое решения. Отличительной чертой графики считается плоскостное решение рисунка с помощью линий, штрихов, точек или пятен.

Живописная подача отличается от графических средств наиболее полным и реалистичным отображением действительности, с помощью цветовых переходов и изображением объема в рисунке.

Цветовые созвучия в орнаментальных композициях разнообразны. Применяют классические схемы сочетания цветов: контрастные, родственно-контрастные и родственные. Также платки бывают двухцветные и одноцветные, но с различным по тону рисунком.

По характеру цветового значения платки выполняют различную декоративную роль:

Нейтральные. Под нейтральным цветом подразумеваются пастельные тона. Такой выбор цвета подходит для дополнения сдержанного и элегантного образа.

Яркие, акцентные. В этом случае, аксессуар является доминантой в костюме, взяв на себя цветовую нагрузку. Сочетание «чистых», «звонких», спектральных цветов для расставления акцентов в «луке».

Компаньоны. Цветовые сочетания в аксессуаре, поддерживающие общий образ. Например, платок в цвет сумки, обуви или предмета одежды.

Орнамент и внешний вид платка зависит от материала, из которого он изготовлен. Чаще всего используют натуральные (шелк, шерсть, хлопок, лен, пух), также искусственные (вискоза), и синтетические материалы (акрил, лавсан, лайкра).

В создании платка основное место занимает композиционное строение рисунка, который будет наноситься на платок. Платок входит в понятие «штучные изделия» в основе которых лежит монокомпозиция. Грамотно спроектированный и скомпонованный рисунок сможет дополнить «образ» и подчеркнуть индивидуальность человека. Для этого важно подобрать актуальные цветовые сочетания, выбрать художественные приемы и тематику орнамента.

Таким образом, в проектировании текстильного рисунка для платка важно учитывать портрет потребителя. Если платок проектируется под конкретный стиль человека или группы людей, то он будет частью образа и элементом индивидуального стиля.

#### **Список использованных источников:**

1. Шангина И.И. Платок// Русский традиционный быт: Энциклопедический словарь. – СПб.: Азбука-классика, 2003. – с. 564-568. – с.688.
2. Бэррон Л. Искусство завязывать платок. – СПб.: Диля, 2011.
3. Р.М. Кирсанова. Палантин// Костюм в русской художественной культуре XVIII – половины XX вв. – М.: Большая Российская энциклопедия, 1995. – С. 191 – 192. – 383 с.
4. Захаржевская Р. В. История костюма: От античности до современности. – М.: РИПОЛ классик, 2005. – С. 191. – 288 с.
5. Рудин Н.Г. Павловские шали. – М.: Легкая индустрия, 1979.
6. Irwin, John. The Kashmir shawl. London: H.M. Stationary Off. 1973.

© Щигорец Н.А., Щербакова А.В., Рыбаулина И.В., 2020

**УДК 5527**

## **ВЛИЯНИЕ ДЕКОРАТИВНОГО ИСКУССТВА НА КОГНИТИВНЫЕ СПОСОБНОСТИ ЧЕЛОВЕКА**

Юрятина А.Ю.

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

В этой статье хотелось рассмотреть влияние декоративного искусства на когнитивные, мыслительные и другие способности человека.

Многие художники замечают положительное влияние творчества на процесс развития полноценной мыслящей личности.

Россия имеет огромное количество центров народных росписей с разными стилями и техниками выполнения, которые зачастую не находят другого иного воплощения, кроме как китчевое, что непосредственно влияет и на их развитие как единиц искусства, соотносимых с другими такими же единицами. Китч сам по себе является лишь способом зарабатывания денег на туристах либо используется в качестве обучения детей мелкой моторики и не рассматривается как глубокое творчество. Также китч не несет под собой никакой философии и не имеет инструмента для ее обретения, поэтому даже не рассматривается в таком направлении философии как эстетика, которое как раз напрямую сцеплено с самим искусством.

Но в этих росписях живет глубокое духовное начало, основанное на повторении орнаментальных мотивов, как в случае растительных росписей (рис. 1)



Рисунок 1 – Поднос в стиле «Жостово», Юрятина Алина.

Буддистские мандалы имеют большое сходство с некоторыми элементами Городца, Хохломы, Ракульской и других росписей и являются одними из древних шаманских духовных практик.

Эпистемологическая теория дала множество основных понятий в области психологии развития и исследует рост разумности, которая, по Жаку Пиаже, означает способность более точно отражать окружающий мир и выполнять логические операции над образами концепций, возникающих во взаимодействии с окружающим миром. Теория рассматривает появление и построение схем – схем того, как воспринимается мир – в «стадии развития», времени, когда дети получают новые способы представления информации в мозге.

Эта теория напоминает художественный путь Алекса Грея – американского художника-провидца, писателя, учителя и практика Ваджраяны. Он работает в разных формах, включая перформанс, процессное искусство, инсталляционное искусство, скульптуру, визионерское искусство и живопись (рис. 2). Грей является членом Интегрального института, занимающегося изучением таких тем как психологический рост, сознание и практика организации, наука и духовность.

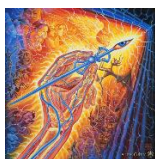


Рисунок 2 – «Рука художника», Алекс Грей.

Ваджраяна (vajraṃāna – алмазный путь), или Мантраяна («путь мантры») – буддийское направление тантризма. Как эзотерическая практика внутри махаяны Ваджраяна возникла в 3-7 вв. в Индии и отсюда распространилась в Тибет, где раздробилась на множество сект.

Визуализируя разные атрибуты того или иного сверхъестественного персонажа, адепт – через серию переходящих друг в друга образов – приходит к ясному его «видению» в себе самом (вещь в себе Имануила Канта).

Это буддистское видение возвращает нас к теории когнитивного развития. Теория считается «конструктивистской», в том смысле, что, в отличие от нативистских и рационалистских теорий (которые описывают когнитивное развитие как разворачивание врождённых знаний и способностей) или эмпирических теорий (которые описывают когнитивное развитие как постепенное приобретение знания через внешний опыт), она утверждает, что мы внутренне самостоятельно конструируем наши когнитивные способности с помощью собственных действий в окружающей среде.

Рассматриваемая теория как раз часто используется в практике изобразительного искусства, например, Холланд Коттер, художественный критик New York Times, писал в 2002 году: «Искусство Алекса Грея с его символизмом Нью-Эйдж и изяществом медицинских иллюстраций можно описать как психоделический реализм, своего рода клинический подход к космическому сознанию. человеческая фигура визуализируется прозрачно с помощью рентгеновских лучей или компьютерной томографии глазами». Это походит на самую раннюю практику в жизни человека – срисовывание образов людей, вещей и окружающих предметов. Как делалось всегда и в народных росписях, например, в городецкой росписи (рис. 3).



Рисунок 3 – Городецкая роспись.

Поэтому неудивительно, что срисовывание образов входит в состав необходимых навыков при обучении детей кистевой росписи и является собой одну из методик формирования и развития творческой личности. Формирование и приобретение творческих прикладных навыков развивает мелкую моторику рук, что позволяет более успешно усвоить навыки письма и изобразительной деятельности; способствует развитию мышления, а также развитию эстетического вкуса.

Кроме того, с рисунком связана работа воображения. Замечено, что, чем подробнее и разнообразнее рисунки ребенка, тем легче ему впоследствии выразить свои мысли на письме.

Формирование творческой личности – одна из важных задач педагогической теории и практики на современном этапе.

Осваивая декоративно-прикладное творчество, дети в первую очередь учатся самовыражению. Они ведут диалог с миром, рассказывая в творчестве о своих впечатлениях и переживаниях. В развитии личности это играет огромную роль, обучая человека правильному общению с окружающим миром.

Русские декоративные росписи, мандалы и картины Алекса Грея имеют похожую декоративную структуру. Каждая кость, орган и вена окрашены в сияющий цвет; объекты и пространство связаны друг с другом плотным декоративным линейными сетями, так же и цветы в народных росписях разных стран – яркие фактурные рисунки выполняются свободным мазком с графической обводкой.

Создание собственной вселенной из образов на декоративном предмете, например таком как шкатулка, используемом как украшение интерьера или нужной в быту вещи дает более глубокое и многоуровневое ощущение от акта творения искусства и работает в большем количестве направлений, нежели прикладная и творческая части по отдельности. И способствует еще большей интеграции творчества в настоящую жизнь, ребенок таким образом может почувствовать себя творцом на более глубоком и основательном уровне.

#### **Список использованных источников:**

1. Пиаже Ж. Речь и мышление ребенка / Сост., новая ред. пер. с фр., коммент. Вал. А. Лукова, Вл. А. Лукова. - М. : Педагогика-Пресс, 1994. - 526, [1]

2. Выготский, Л. С. Вопросы детской психологии / Л. С. Выготский. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 160 с.

© Юрятина А.Ю., 2020

**УДК 677.076.49**

### **ИЗГОТОВЛЕНИЕ ПАКЕТА МАТЕРИАЛОВ ИЗ ШЕРСТИ И НЕТКАНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА ВОЙЛОЧНОЙ ОДЕЖДЫ**

*Яворовская Е.А., Тойчубекова Г.М., Зарецкая Г.П.  
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство), Москва*

Изготовление войлочной одежды – сложный и многоэтапный процесс. Поскольку войлоковалание относится к декоративно-прикладным искусствам, большинство операций выполняется на основе тактильных ощущений и визуальной оценки, расход материалов рассчитывается с

большой погрешностью. Такая практика приводит к тому, что каждое изделие уникально и не может быть точно повторено.

Традиционный способ изготовления войлока представляет собой формирование холста путем укладывания слоев шерстяных волокон, прошедших обработку на ручных кардах или кардочесальных машинах, свойлачивание, валку, формование и сушку [1].

Традиционный способ использовался для изготовления покрытий юрт у кочевых народов, напольных и настенных ковров, элементов конской упряжи. Также из войлочных полотен изготавливали кроеные и цельноформованные головные уборы, обувь и верхнюю одежду на подкладе.

Недостатком этой технологии является то, что при требуемой прочности изготавливают материал большой толщины, с высокой поверхностной плотностью и жесткостью.

При развитии современного войлоковаления как вида декоративно-прикладного искусства традиционная технология изготовления войлочной одежды в кустарных условиях была пересмотрена. Основной целью стало уменьшение толщины и жесткости полотна с сохранением прочности и пластичности. Это привело к изменению процесса формования войлочного полотна и различным вариантам комбинаций сырья.

Одной из первых проблем является правильный подбор сырья и полуфабрикатов. При изготовлении войлока в промышленности или в кустарных мастерских обычно используется кардочес машинного или ручного чесания – рыхлое полотно, где шерстяные волокна располагаются во всех направлениях и минимально спутаны между собой. Из-за особенностей структуры кардочеса очень сложно разложить тонкое и плотное полотно.

Решением этой проблемы стало использование в качестве основного сырья для изготовления дизайнерской одежды гребенной ленты – полуфабриката для производства пряжи. Это тщательно вычесанная на специальной чесальной машине шерсть, в которой все волокна вытянуты в одном направлении и уложены в ленту. Использование этого сырья позволило раскладывать шерстяные волокна тонким и плотным слоем и, соответственно, валять более тонкое и плотное полотно. Также при раскладке шерстяных волокон в определенном порядке можно изготавливать материал с определенными свойствами, заданным направлением и коэффициентом усадки.

В процессе разработки технологии изготовления дизайнерской одежды из войлока выяснилось, что тонкое войлочное полотно склонно к деформации, растяжению, потере формы.

Для решения этой проблемы стали использоваться армирующие материалы – текстильный материал в качестве основы, клеевые прокладки

между слоев, слои плохо растяжимых волокон, в том числе использованы известные способы формирования многокомпонентных систем [2].

Использование в качестве основы войлочного полотна натурального текстильного материала позволило повысить прочность полотна и разнообразить декоративные эффекты. В качестве основы обычно используются шелковые, хлопковые, льняные и шерстяные разреженные ткани, и трикотаж.

Укладывание клеевых прокладок между слоев шерстяных волокон при формировании войлочного полотна позволяет изготовить тонкий и прочный материал. При этом полотно будет обладать повышенной формоустойчивостью (по сравнению с полотном такой же толщины, но без прокладки) и большей устойчивостью к деформации.

Укладывание слоев шерстяных волокон на слой вискозных или шелковых волокон позволяет изготовить тонкое войлочное полотно, эластичное и устойчивое к деформации.

Так как при изготовлении дизайнерской одежды из войлока полотно формируется вручную, серьезной проблемой является неравномерное распределение сырья в полотне.

Первый вариант решения этой проблемы – расчет и развесовка сырья.

Развесовка сырья на каждый слой раскладки для каждой детали обеспечивает равномерное распределение материала в изделии, соответствующее требованиям, но не гарантирует равномерность раскладки, так как эта операция производится вручную. Также есть риск сдвига слоев при раскладке дополнительных материалов.

Второй вариант – использование префелта в качестве изнаночного слоя изделия. Использование готового иглопробивного полотна из шерстяных волокон (префелта) в качестве изнаночного слоя снижает количество ошибок при раскладке волокон за счет однородной структуры, позволит разложить клеевые прокладки без риска сдвинуть слои и уменьшит время работы.

В качестве обоснования целесообразности использования префелта при изготовлении войлочной одежды проведен отбор материалов, испытания на соответствие целевому назначению, изготовлены пробные изделия.

Для изготовления образцов пакета материалов для войлочной одежды использовались следующие полуфабрикаты: два вида префелта: Италия, 80%W+20%S, 100г/м (п1); Германия, 100% шерсть, 19,5мк (п2); два вида гребенной ленты : Италия, 16 микрон (м1); Германия, 19,5 микрон (м2); разреженное шелковое полотно (ш); клеевая паутинка (к).

Отобранные материалы имеют максимально разные параметры, что позволяет отследить их влияние на свойства материала. Варианты комбинаций полуфабрикатов представлены в табл. 1.

Таблица 1 – Комбинации сырья

№ образца	1	2	3	4	5	6	7	8
Материал								
Префельт W+S								
Префельт W 19мк								
Меринос 16мк								
Меринос 19,5 мк								
Шелк								
Клеевая								

Образцы для испытаний изготавливались методом традиционного мокрого валяния. Гребенная лента раскладывалась на префельте в два слоя с использованием ортогональной раскладки: направление волокон в слоях перпендикулярно друг другу. Клеевая паутинка и шелковое полотно раскладывались между префельтом и слоями гребенной ленты. Изготовленные образцы представлены на рис. 1.



Рисунок 1 – Образцы пакета материалов

Чтобы определить, подходит ли изготовленный пакет материалов для производства одежды, проведены измерения плотности и испытания на прочность. Измерения и испытания проведены в соответствии с «ГОСТ Р 53226-2008 Полотна нетканые. Методы определения прочности». Результаты представлены в табл. 2.

Таблица 2 – Результаты измерений и испытаний

№ образца	1	2	3	4	5	6	7	8
Вес, г	14	15	16	16	15	19	16	17
Поверхностная плотность, г/м <sup>2</sup>	284	290	309	309	271	344	303	315
Толщина, мм	1,74	1,62	1,94	1,68	1,9	2,44	2,1	2,18
Разрывная нагрузка, кН	0,09	0,23	0,13	0,21	0,16	0,24	0,1	0,19
Удлинение при разрыве, мм	126	112,7	127,3	91,7	124	104	154,7	125
Удлинение при разрыве, %	63	56,35	63,65	45,85	62	52	77	62,5

Результаты испытаний сравниваются с тканями аналогичного состава и целевого назначения, в частности, с тканями с ППП, т.е. с пониженной поверхностной плотностью (ГОСТ 28000-2004 Ткани одежные чистошерстяные, шерстяные и полушерстяные.) так как параметры войлока для изготовления одежды не регламентированы стандартами (табл. 3).

Таблица 3 – Параметры тканей с ППП

	Костюмная	Плательная	Пальтовая
Поверхностная плотность, г/м <sup>2</sup>	210-380	190-200	380-500
Разрывная нагрузка по основе, кН	0,18-0,3	0,135-0,21	0,2-0,23
По утку, кН	0,16-0,19	0,135-0,16	0,14-0,17
Удлинение, %, по основе, не менее	15-17	10-17	17-20
По утку	15-17	10-17	17-18



Сравнение производится по двум параметрам – поверхностная плотность и значение разрывной нагрузки (рис. 2, 3).

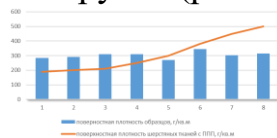


Рисунок 2 – Сравнение поверхностной плотности

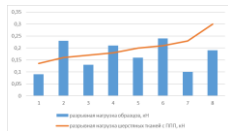


Рисунок 3 – Сравнение значений разрывной нагрузки

В соответствии с результатами испытаний образцов можно сделать вывод, что значения прочности образцов 2, 4, 5, 6, 8 соответствуют параметрам тканей с ППП и могут быть использованы при изготовлении войлочной одежды.

#### Список использованных источников:

1. Бектемирова Л. С. Влияние вида отделки на структуру процесса изготовления деталей одежды из войлока / Л. С. Бектемирова, Г. П. Зарецкая, М. И. Алибекова // Естественные и технические науки. – 2012. - № 6. - С. 566-570

2. Кирсанова Е. А. Многокомпонентные системы современных материалов для отделки швейных изделий. // Дизайн и технологии/МГУДТ. - 2009. - №13 (55). С. 84–89.

3. Садыкова Ж.А. Влияние технологических параметров на свойства многозональных цельноформованных деталей одежды и головных уборов/ Ж.А. Садыкова, Е.В. Непочатых, Г.П. Зарецкая, М.И. Алибекова // Дизайн и технологии/МГУДТ. - 2011. - № 25. С. 47-50.

© Яворовская Е.А., Тойчубекова Г.М., Зарецкая Г.П., 2020

УДК 7.036.1

## КУЛЬТУРНАЯ СТРАТЕГИЯ В РАЗВИТИИ СОВРЕМЕННОГО КИТАЙСКОГО ИСКУССТВА

Ян Б., Калашников В.Е.

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

Исходя из нынешнего международного контекста и собственной культурной реальности, общая культурная стратегия современного китайского искусства состоит в том, чтобы эффективно войти в международную (западную) систему искусства, участвовать в международных культурных обменах и привлечь внимание международной среды. Совокупность современных способов мышления и поведения, связанных с художественным общением, а также методов и

средств художественного выражения позволяют определить «Китайский путь» следующим образом: это художественное выражение и культурная стратегия современного китайского искусства, направленная на размышление о проблемах современного искусства и его собственной культурной ситуации.

«Китайская концепция» – типичная культурная стратегия. С одной стороны, как культурную репрезентацию «китайский концепт» можно отнести к системе ценностей традиционного «восточного» в западном обществе. С другой стороны, «Китайская концепция» может в определенной степени четко отражать традиционные условия и современные ситуации китайской культуры. В последние годы большое количество произведений искусства в китайском стиле часто участвовало в международных культурных обменах, становясь для Запада окном для понимания современной китайской культуры и искусства [1, с. 16].

Мультикультурализм и стратегия современного китайского искусства. С конца 1980-х годов рост международного мультикультурализма показал, что западное общество умеренно скорректировало свое понимание современности. В международном обществе с западным единством современной технологии и культуры в качестве общей ценностной ориентации появился выбор. Новая установка: обращайтесь и принимайте культуры неевропейских регионов за пределами Соединенных Штатов и сознательно формируйте из них образы, которые явно отличаются от их собственной основной культуры. Конечно, так называемая интернациональная культура на самом деле является культурой, в которой преобладают ценности западных стран. Для незападных стран различия, вызванные мультикультурализмом, делают людей более лояльными по отношению к своей родной культуре и в то же время выражают концепцию равенства всех культур. Но реальная ситуация может быть не такой привлекательной, возможно, это всего лишь утешающая иллюзия. В условиях многополяризации мира, китайская культура часто воспринимается с заранее определенными концепциями и характеристиками.

Мультикультурная стратегия международной системы современного искусства. Различия в культуре или образе жизни разных народов очевидны. Если мы должны одинаково относиться к различным культурам – это нормальная форма, которую, по нашему мнению, должен иметь мультикультурализм, но проблема в том, что западная система искусства имеет свои собственные критерии отбора для принятия современного китайского искусства.

Например, Гарольд Зеeman, куратор 48-й Венецианской биеннале, использовал этот метод для работы с современным китайским искусством. Когда СМИ рассказали о его кураторском плане, он отметил: «Я думаю, что это должно быть больше. Пришло время продемонстрировать

искусство, которое появилось в Китае, и показать его, как западное искусство. Сейчас также время определить антитезу». Так в чем же смысл антитезы? Гарольд Сейман считает, что это двойной стратегии Европы в противостоянии США и Китаю. Его особенно интересует художественное выражение китайской политической жизни. Точка зрения Сеймана – китайская культура имеет характеристики противоположные западной культуре – на самом деле представляет собой общий взгляд жителей Запада и имеет определенную глубоко укоренившуюся психологию. Отношение к китайской культуре как к противоположности западной культуре имеет многовековые традиции в Европе, и это также является способом установления западной самооценки. Это означает, что к современному китайскому искусству привлечено международное мультикультурное внимание и в некотором смысле это искусство реализовано как зеркальное отражение западной культуры.

Стратегии работы с западными культурными стратегиями. Если китайское современное искусство хочет войти в стадию мультикультурной коммуникации, оно должно реалистично учитывать ситуацию. Как сказал Гэ Чжаогуан: «Теперь, если вы не поместите свое исследование в международную академическую среду, оно не сработает, потому что эти вопросы также глобализируются ... Если вы не участвуете в международной академической дискуссии, другие никогда не примут вас. Ваш голос никогда не появится здесь». Кроме того, будет ли успешным участие китайского современного искусства в международных «перформансах», это зависит от «содержания» и «актерских навыков» перформанса, а также от того, сможет ли оно взволновать «публику». Это связано с другим вопросом, а именно, в какой культурной форме и каким образом можно преподнести созданный образ каждому, чтобы относиться с почтительностью к чужой культурной среде [2, с. 38].

Согласно точке зрения Уотсона, для китайского современного искусства, участвующего в культурном обмене, мы должны прежде всего придавать значение культуре других и осознавать значение и ценность культурных концепций для жизни других людей. В то же время вы должны быть благодарны своей собственной культуре и отражать «чувство идентичности и принадлежности», чувство «культуры» (особый образ жизни) [3, с. 86]. Кроме того, чтобы оказывать влияние на культурную атмосферу других регионов, это должно быть искусство, которое может быть принято другими и отличное от их образа жизни. Здесь искусство китайского характера, очевидно, включает в себя сознательное мышление этой культурной ценностной ориентации, а также отражает восприятие исторической возможности. Что касается того, является ли культура стратегической, это самоочевидно. Итак, какова китайская культурная стратегия? Во-первых, стремиться к эффективному проникновению в международную художественную систему. Это стратегия выживания

современного китайского искусства в культурной среде того времени. Во-вторых, есть надежда, что современное китайское искусство и культура смогут привлечь международное культурное внимание. Западные культурные традиции обычно используют термин «ориентализм» как характеристику для опыта китайской культуры. Поэтому передача китайской традиционной культуры – лучший выбор. Однако традиционные культурные формы часто выражаются в дескриптивных формах, актуальных в уже завершившихся временных промежутках, что означает, потребность в модернизации и определенной «символической» обработке – это эффективная стратегия. А затем использовать «Китайский путь» как средство передачи современных китайских культурных ценностей.

Конкретное воплощение культурной стратегии китайского искусства в произведениях можно описать так: концептуально соответствует контексту интерпретации восточной культуры западным обществом и формально соответствует методам выражения западного современного искусства (крупномасштабные инсталляции, композитные материалы, перформансы, изображения, картины, картины маслом и т.д.); демонстрирует региональные особенности китайской культуры и особенности китайской идентичности в визуальной коммуникации. В такой художественной форме стратегия приковывает взоры западной аудитории и удовлетворяет западным представлениям об иностранных культурах. В то же время он также отражает мудрость современных китайских художников (уникальные способности художника к художественному самовыражению) и демонстрирует влияние традиционной китайской культуры на современную жизнь [4, с. 55].

Китайское современное искусство под влиянием постмодернистских культурных тенденций. В начале 1960-х годов, с быстрым развитием технологий и экономики, западное общество перешло в постиндустриальную и информационную эпоху. В области культурной мысли поднялась волна постмодернизма. Постмодернизм часто обращает внимание на традиционные культурные ценности и корректирует направление своего развития.

После 1980-х годов эта постмодернистская культурная тенденция начала влиять на современное китайское искусство. В то время, когда практика современного искусства в Китае бурно развивалась, поглощение западных концепций искусства и форм выражения было «основным тоном» художественного творчества в этот период. Естественно, западное модернистское и постмодернистское искусство привлекло внимание отечественных художественных кругов.

Западное постмодернистское искусство оказывает глубокое влияние на современное китайское искусство. Во-первых, это влияние на формы художественного выражения, такие как «волновой спектр», «образ»,

«инсталляция», «поведение» и «концепция» в современном западном искусстве. Появление большого количества форм искусства стимулировало расширение выразительных средств китайского современного искусства. Китайское искусство ушло «с полки», и использование готовых объектов в качестве визуального языка художественного выражения стало модой. Традиционные китайские материальные и культурные формы, такие как мебель, архитектура, «четыре великих изобретения», фарфор, шелк и т.д., сами по себе несут в себе богатую историческую и культурную информацию и в то же время у него есть сильная «метафизическая» характеристика, которая открывает большие возможности для современного китайского искусства.

В качестве культурной стратегии для реального выживания искусство стремится к прорывам в собственном художественном развитии и участвует в международном культурном обмене с активной общественной позицией. Таким образом, создалась сцена для международного культурного обмена, то есть китайское современное искусство участвует в зарубежных выставках современного искусства. И влияние китайской культуры передается на поликультурную структуру мира.

Благодаря выставке «Перерождение. Прорыв: новое китайское искусство», организованной Азиатским обществом Нью-Йорка и Музеем современного искусства Сан-Франциско в 1998 году, и 48-й Венецианской биеннале в 1999 году, в качестве примечательных знаков китайское искусство приобрело важное международное влияние. Художники широко заимствовали китайские традиционные культурные ресурсы и преобразовали их в произведения, соответствующие контексту западного искусства, в результате чего появилось большое количество произведений искусства в китайском стиле. Возьмем для примера репрезентативные работы художников. Репрезентативные произведения Цай Гоцяна включают «С помощью лодок с травой обрести стрелы» (рис. 1а), «I Am the Y2K Bug» (рис. 1б) и т.д.

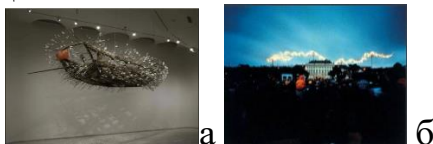


Рисунок 1.

Изучение теории китайского искусства является одной из глубоко укоренившихся проблем в развитии китайского современного искусства. Она заключается в поиске ответа на ключевой вопрос о том, какое место современное китайское искусство может занять в мире мультикультурализма. Она заключается в решении задачи сочетания исторически глубоких культурных форм с экспериментальным китайским современным искусством. Мы обнаружили, что китайское искусство и даже китайская культура находятся в определенной эпохе и культурной

ситуации, которая требует найти «разумный» метод и путь продвижения к современности и к международной диверсификации, а также требует умения передавать собственное понимание культуры и оказывать свое влияние на общество в международных культурных обменах.

#### **Список использованных источников:**

1. Цю Ц., История восточной эстетики. / Ц. Цю. – М.: The Commercial Press, 2003, – 16 с.
2. Ли И., Куда пойти - Постмодернизм и современная живопись. / И. Ли. – М.: Китайское социальное издательство, 1994, – 38 с.
3. Уотсон К.В, Мультикультурализм. / К.В. Уотсон. – М.: Народное издательство Цзилинь, 2005, – 86 с.
4. Лу Х., Искусство и общество: 26 известных критиков говорят о современном китайском искусстве. / Х. Лу – М.: Издательство изящных искусств Хунани, 2005, – 55 с.

© Ян Б., Калашников В.Е., 2020

УДК 745.01/.09

### **ТВОРЧЕСКИЕ МЕТОДЫ О.Х. ХАЙЕКА**

Январева А.Д., Морозова Е.В., Кузнецова А.Н.  
*Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство), Москва*

Отто Хайек – немецкий художник-скульптор, мастер полихромных форм в городском пространстве. Немногие художники откровенно ставили свои произведения на службу обществу как это делал О. Хайек. Главной идеей его творчества являлось не размещение своих работ в пространстве, а формирование самого пространства исходя из представлений о формировании полноценной жизненной среды. Свои убеждения он сформулировал в следующих словах: «Сегодня речь идет не о том, чтобы создать картину, речь идет об общественном пространстве, оно не абстрактно, его окружают люди, оно осязаемо, оно становится осознанным <...> Чтобы его почувствовать, нужны художественное мышление и художественный образ действий» [2, с. 22].

О. Хайек ратовал за совместную работу архитекторов и скульпторов. Пластические искусства уже со времен футуризма и конструктивизма связывались с городом, но почти никогда не воплощались практически в единый ансамбль.

Реальное пространство существенно выразительнее и специфичнее живописи на двумерной плоскости. Видение художественного произведения как «специфического объекта» позволяет понять, что искусство привязано не только к месту, но и изменяет его. Хайек реанимировал внедрение пластических искусств в городское пространство.

В 1966 году на выставке Хайека в Галерее Эеслингена концепция имела успех: «Дороги цвета идут сквозь города и осознано делают город искусственным единством людей; пути цвета – это урбанистическая идея, они создают новые горизонты, где может произойти встреча с объектами» [1, с. 98]. С 1967 года работы Хайека уверенно входят в индустриальную бетонную архитектуру и, тем самым, в окружающую среду. Оформление студенческих общежитий и столовой Университета в Саарбрюккене (1965-1970 гг.) – линейно-геометрический словарь, который с годами превратился в алфавит и явился своего рода конструктором символических форм.

«Постепенно Хайек сокращал арсенал используемых форм до таких геометрических констант, как треугольники, круги, ромбы и прямоугольники, создающие взаимодействие плоскостей с трехмерностью. Цветовая палитра сводилась к основным цветам и сознательно контрастировала с природным цветовым фоном. В серое городское пространство был привнесён яркий игровой компонент. Свой художественный алфавит, позволявший создавать бесконечные вариации, мастер использовал в формировании площадей» – отмечал В. Манин [2, с. 40].

Проекты и реализации Хайека описаны термином «эНе-эрес^с», который относится к искусству, реагирующему на особенности данного места. В 1970-х годах Хайек проектировал фонтан в Культурном центре австралийской Аделаиды. «Я хочу занять всю площадь, чтобы она обрела художественный вид, рожденный моим воображением. Здесь у меня есть возможность развить использование архитектуры свободного пространства». Он убеждал австралийского премьера: «Я могу сделать не только фонтан. Я хочу образовать пространство искусства, постоянное обращение к людям <...> Создать место, которое повлияет на общество, – место встречи для всех» [2, с. 42].

Проектами по созданию площадей, которые Хайек реализовал в 1970-1990-х годах в Дюссельдорфе, Бонне, Штутгарте, Кельне и Анкаре, он полностью подтвердил свой тезис: «искусство в общественном пространстве» [3, 4]. Его работы – это в основном цветные скульптуры или объекты из стали и бетона.

«В живописи, в монументальных росписях Хайек пытается примирить противопоставленные пластические импульсы: мондриановскую рисуночную упорядоченность он смыкает с цветовой стихийностью Кандинского. В монументальных работах идея примирения различных пластических начал осложняется необходимостью дополнительного оперирования скульптурными и архитектурными объемами, массами, имеющими пространственное соподчинение. В результате восприятия композиций подчиняется определённой цветовой

ритмике, динамике, конструктивности, напряженной контрастности цвета и его плотности», – отмечал В. Манин [2, с. 43].

Можно констатировать, что движение в современной стилистике средовой художественной пластики в России, Европе и США в XX веке опиралось на следующие принципы:

геометричность: архитектоны, биоморфизм – природоподобные формы, «нулевая» сквозная форма;

функциональность: движение в пространстве, увеличение средовых ареалов влияния, реверсивность;

технологичность: серийное производство, скульптура-сборка, светостереография, самонапряженные пространственные конструкции;

эстетичность: минимум художественных средств, лаконизм форм и цветов – «мудрая простота», музыка.

Названные принципы современной стилистики средовой художественной пластики имеют большой потенциал развития, в частности, в устройстве малых архитектурных форм в общественных пространствах, парковых и спортивных зонах, на придомовых территориях и детских площадках, что будет способствовать созданию столь необходимой комфортной и эстетически совершенной городской среды.

О. Хайек мыслил урбанистическими мотивами, отличающимися от природных своим геометризмом и рациональностью, которые скульптор дополнил эмоциональностью полихромии. О. Хайек утвердился как один из основателей нового вида пространственного искусства, адресованного городской среде.

Отто Херберт Хайека можно назвать скульптором и живописцем, так как есть в его творчестве картины и предметная скульптура. Но подобная квалификация его профессиональных склонностей правомочна лишь условно, потому что данное определение не охватывает существа и диапазона творчества художника. Гораздо важнее понять, что Хайек – художник, осваивающий среду обитания человека.

Его усилия, направленные на эстетическую организацию среды, – главный предмет его творческого интереса. «Отсюда проистекает широта применения сил, на одном фланге которой сосредоточено создание колоссальных монументальных городских ансамблей, преобразующих городскую среду, на другом – производство изящных сервизов и цветоактивных ковров, эстетизирующих быт» [5].

#### **Список использованных источников:**

1. Хайек О.Х. Farbwege - цвет в жизнь для Москвы. Перевод с немецкого. Черно-белые и цветные илл. Darmstadt 1989г. 232 с.

2. Манин В. Отто Херберт Хайек и его творчество // Каталог выставки «Цвет в жизнь». -Москва: Центральный выставочный зал «Манеж», 1989. - 194 с.



3. Статья Р.И. Алиева и А.В. Ефимова «ЗАРОЖДЕНИЕ И РАЗВИТИЕ СРЕДОВОЙ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ПЛАСТИКИ»  
<https://cyberleninka.ru/article/n/zarozhdenie-i-razvitie-sredovoy-hudozhestvennoy-plastiki>

4. Arandelovic, B. (2018). Public Art in Berlin.  
[https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-73494-1\\_3](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-73494-1_3)

5. Ефимов А. Цвет + форма. Искусство 20-21 веков. Живопись. Скульптура. Инсталляция. Лэнд-арт. Дигитал-арт. - Москва: БуксМарт, 2014. - 616 с.

© Январева А.Д., Морозова Е.В., Кузнецова А.Н., 2020

**УДК 159.9.07, 159.9.075, 159.923, 159.923.5**

**ПСИХОЛОГИЯ ДИЗАЙНА ЖИЛЫХ ПОМЕЩЕНИЙ  
THE PSYCHOLOGY OF DESIGN OF THE LIVING SPACE**

Кобозева Е.И., Нечаева Т.Ю.

*ГБОУ школа №1535, Москва*

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

In the modern world the problematic issue of unsatisfactory interiors is on the rise, as many real estate agents are facing the difficulties of helping their clients to choose between affordable and desirable living spaces. The current system of interior design has been outdated for years and thus is leading people to a greater stress level year by year. A typical interior, created by the author-architect of the premises, is not suitable for every person and not everyone can afford to alter the repair. A constant stay in an uncomfortable environment for the individual leads to an increase in the level of stress experienced in everyday life as a person cannot fully relax and unwind in an unpleasant atmosphere.

Each type of personality has its own characteristics in the preferences in the interior, and in identifying these features, you can find or simulate the ideal living space for these personality types. We try to identify the common ideals of interior design for different personality types and to make averaged layouts of them. For this purpose, we will conduct a survey, including questions to determine the psychotype of the individual and preferences in the interior.

Personality traits determine preferences when creating your own design at home. The approach used in this survey is described by M. Lusher in his work “The Lüscher Colour Test” (1993) [7].

Based on his concept of correspondence between colour preferences and personality, the author describes four types of personalities and their preferences in the design of the home. In the eight-colour Lusher test, an individual ranks eight colour cards in the order of their preference. The first colour that is chosen,

from the point of view of Lusher is decisive for the personality. Depending on the first choice, Lusher identifies blue, green, red, and yellow personality types.

Blue type considers the dwelling as a shelter, he prefers small spaces, likes soft, round shapes, niches to hide in. It was a house with thick walls, round, thick, paned windows, cavernous rooms, vaulted ceilings. Soft to the touch materials like wood, textiles, and carpets.

The green type prefers a regular rectangular room shape with clearly fixed angles, allowing you to feel confident. To maintain a sense of self-esteem, the green type needs high halls. Windows should be high, perhaps decorated with wrought iron bars. He prefers solid materials such as marble, stone or metal. He needs to show his prestige so he chooses the paintings of famous artists, or he will choose to display and be proud of the gallery of portraits of his ancestors.

The yellow type prefers open spaces. The window can encompass the whole wall and the view can be without any bindings overlooking the undeveloped area. He is attracted to glitter - he loves glass, mirrors, plexiglass, and chrome. He will prefer to decorate his house with all sorts of souvenirs brought with him from different countries he has visited.

The red type will prefer a space in which he can demonstrate his dynamism and energy. Long corridors and passages, huge offices decorated with leather, skins and sports trophies emphasize his masculinity and sexuality.

In cognitive psychology, depending on the style of thinking, there are field-dependant and field-independent individuals. The latter prefer complex, unpredictable forms of space. Addicts feel uncomfortable in them because they need clear support. You can identify usefulness or independence by using the “hidden shapes” test. Field-independent people successfully cope with this test.

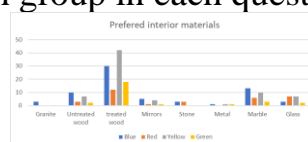
It is interesting to compare preferences in housing with the typology of temperaments according to Pavlov. A phlegmatic-calm, unsociable person, prefers an interior with heavy massive furniture, with a well-organized space and grey and brown colours. His private quarters must be separated from the noisy community. He is rather pedantic and loves order, so everything should be in its place, for this purpose, cabinets, shelves, closets are created. Melancholics are sensitive to any stimuli, easily vulnerable, and will seek refuge in his house. His chambers should be at the maximum distance from the household, with perfect sound insulation. Pastel colours of the interior can be complemented by linen curtains and watercolour paintings. A melancholic prefers round, soft forms, Venetian windows, rounded doorways, low ceilings, and many cosy corners and niches. Sanguine-active people who are constantly looking for new experiences, and who easily converge with people, will create a bright house, open in the outside, with huge windows. The sanguine's personal space must be at the centre of this universe. The house has a variety of colours, a lot of mirrors, and sharp, unexpected design decisions. Hot-headed individuals are lively, energetic people, but unlike the balanced sanguine wild, he is easily wound up - mostly by his family. He gets bored fairly quickly, therefore modular systems

are best suited to easily transform the space. The colours that compensate for choleric impulsivity are blue, for calming and green, for helping him to focus. The choice of design decisions will depend not only on the temperament, but also on the cognitive structures inherent in the person, or, in other words, metaprograms that determine his way of making decisions. There are also people who perceive first of all the smell or taste. Visual impressions of objects are important for a visual artist, he pays attention to shapes and colours. For the audial, the sounds that he hears in the environment will be important, his kinaesthesia will pay attention to the materials used in the design. The following metaprogram associated with the values of the person - the interior design is to create places for socializing, a kitchen for him to start, and, with a dining table the house features a living room, etc. If it is mostly ideas, all the designs will begin with the definition of style - the overall concept of the design, if important to the process - will draw attention to the possibility of implementing certain types of activities such as cooking, etc. If it is important to him - he should create a place, for example, for his collection of weapons, stamps, and paintings. Another program involves focusing on the whole perception, conceptual vision or concentration on small details, decor, and patterns. Relying on accepted traditions or on a purely personal decision also distinguishes people in the way of making decisions, the first will say: "Make me like someone else", the second will simply be offended if he is offered a ready-made sample.

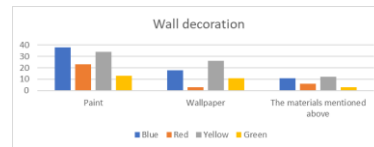
All these personal characteristics should be taken into account one way or another, creating an interior in which a person will live with pleasure, which will expand and support his self and his desire to self-actualize.

We used The Lusher test to define the preferences in design of the living space and its effect on psyche and conducted it among people without any gender or age specifications. Our test can be divided into two parts: the first part is set to categorize participants into four groups, the second part – analysis of the chosen aspects of the interior design.

More than 200 people took part in the survey, 34% of whom fell into the Blue category, 13.5 % into Green, 16% into Red and 36,5% into Yellow. Further will be shown a diagram for each group in each question.



Already from the first question we can notice some inconsistencies with the previously set theory. Of course, as expected, the Blue group expressed a clear preference for processed wood, but its second most important choice was marble, which was a rather sudden discovery for us. However, we should have expected that the sources we relied on when writing the main part were outdated. The green group also surprised us by almost ignoring metal in their choice of basic materials for decoration.

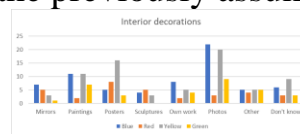


In the second question, what was unusual, was that the Red, more serious group, suddenly showed no interest in wallpaper, preferring to paint the walls. Is it possible that with the passage of time and the movement of interior art forward along with new technologies, paint has become a more serious option, replacing the fashion for wallpaper?

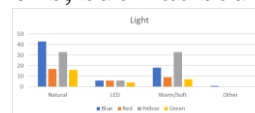
The Blue and Yellow groups, as the most active, naturally expressed the greatest variation in choosing the colour scheme of their homes. Yellow, as expected, was more active in the selection of Bright colours, but, nevertheless, in contrast to early observations, opted for a Softer choice. Blue, in turn, showed creativity by choosing to mix colour palettes for different rooms.

From our point of view, the Red group gave the best result. Choosing the characteristic cold colours, having “warm and soft” as their only other choice. In each question, the group reveals its characteristic composure and, unlike other groups, is not divided into many options.

Unexpectedly, the Blue group showed a sharp interest in rectangular shapes, actually almost catching up with their choice of round ones, and the Yellow group almost ignored sharp shapes, preferring soft, round ones, which is an unexpected discrepancy with the previously assumed choice of shapes.

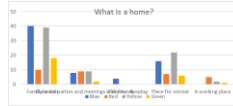


What surprised us again was the Red group that gave their preference to posters. From such a serious, mature group, it was expected that the choice would fall on more classic decorations, such as sculptures or paintings.



When considering this graph, we were surprised by the choice of the Green group, which was expected to have a more reclusive lifestyle, and therefore external decorations in the form of shutters or outside pots of flowers. However, we can assume that due to the changing realities in the labor and housing markets, almost no one considers the possibility of purchasing their own house as a real one, leaving in their reasoning only the option of a city apartment, on the windows of which the decorations will certainly look quite comical.

Next, we looked at the groups' lighting preferences. All, as expected, preferred natural light, the most pleasant to human subconsciousness. However, the Red group again surprised me by taking soft light as their second choice, almost ignoring the cold bright one, which is more suitable to the serious style of Red's dwelling.



Suddenly, the Red group, the most collected of the four, made the largest selection from various options, preferring horizontal lines and brickwork. The rest reacted as expected, especially the bright and lively Yellow group choosing multiple patterns.

The Blue group puts us in quite a depressing mood with the amount of answers in “a place for sleeping” variant, but unlike the others, it does not intend to bring work to the house, still perceiving it as a more personal, important space. What surprised me the most was the Yellow group, choosing privacy over partying with friends. Perhaps this choice was influenced by the constant noise congestion in the city, leading people to retreat into the silence of their dwelling.

After analysing the results and comparing them with our original theoretical material, we made several conclusions:

Regardless of the degree of activity of the psychotype, in our time people have begun to perceive the house as a place to relax from the noise and society, rather than as another place to meet friends and acquaintances

The blue group over the past 25-30 years has become stricter about the interior, leaving behind most of the soft decorations and patterns that adorn their home

The yellow group has become less active, which indicates a General tension in the world and life, forcing even the most active people to seek peace in their own home

The green group has stopped accepting the possibility of buying their own home as something feasible or real, which might be an effect produced by the unstable situation in the housing market, and slowly but inexorably this leads to a change in their interior preferences.

The red group has shown itself to be the most collected, but the strictness to its own housing has decreased, since nowadays inviting guests to the house becomes less popular due to the workload people have with everyday problems, which leaves the group without "an audience" to show off their exceptional taste and success.

Over the past thirty years, society has changed and the current living conditions psychologically depress people with outdated design and crampedness.

As a result, we were able to make a rough description of the ideal home for each of the psychotypes considered.

Blue group. These peaceful and calm people will be best in a quiet residential area of the city, in a small apartment with a finish of processed wood and natural stone. Warm and soft colors in the compartment with large Windows and soft lighting will bring them the desired peace and integrity.

Yellow group. From noisy and outgoing people, those belonging to the yellow group became more peaceful, although they remained just as bright and

positive. They will find most suiting apartments in the "green" area of the city with views of a park. Brightly painted wood, glass and mirrors, as well as various patterns will turn even the smallest apartment into the place where they will want to spend their entire life in.

Green group. These recluses and lovers of quiet beauty will very much enjoy townhouses in the suburbs, overlooking a field or a forest. Add a few pictures and photos in round photo frames to the upholstered wall with processed wood and the Green will never want to leave their cozy home.

Red group. An active metropolis, luxury apartment in the downtown and the city panorama just outside their window. Marble columns and floors lined with expensive dark wood furniture and walls with stylish modern patterns. That is almost all they need for a good life. Of course, do be sure to leave a room for a study for these hard workers and they will be ready to receive clients at home.

**Список использованных источников:**

1. Аверин В.А. Психология личности: учебное пособие / В.А.Аверин - СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 1999.

2. Фёдоровна К.Н. Психология личности. Учебник для вузов / К.Н.Фёдоровна. – М.: Академический проект, 2015.

3. De Chiara, Joseph Time-saver standards for housing and residential development / Joseph De Chiara, Julius Panero, Martin Zelnik// New York: McGraw Hill, 1995.

4. De Chiara, Joseph Time-saver standards for interior design and space planning /Joseph De Chiara, Julius Panero, Martin Zelnik//New York: McGraw Hill, 2001.

5. Buether, Axel Colour: design principles, planning strategies, visual communication / Axel Buether// Munich: Edition Detail, 2014.

6. Макс Люшер. Цвет вашего характера. - М.: Вече, 1997.

7. Штейнбах Х.Э. Средовой подход и проблемы психологии. //Психолого-педагогические проблемы развития личности. Тезисы докладов межвузовской научной конференции, Санкт-Петербург, 18-20 мая 1999 г. - СПб, РГПУ им.А.И.Герцена, 1999, С.268-269.

© Кобозева Е.И., Нечаева Т.Ю., 2020

## Авторский указатель

- | <b>А</b>               | <b>М</b>                   |
|------------------------|----------------------------|
| Агамирян Д.М., 103     | Макарова Т.Л., 184         |
|                        | Миллер А.А., 47, 50        |
| <b>В</b>               | Момин С.Р., 112            |
| Ващенко Т.П., 107      | Морозова Е.В., 33, 36, 238 |
| Веретенникова А.А., 82 | Мыскова О.В., 162, 178     |
| Волкодаева И.Б., 199   |                            |
| Врублевский А.С., 124  | <b>Н</b>                   |
|                        | Назаров Ю.В., 168          |
| <b>Г</b>               | Нечаева Т.Ю., 241          |
| Громова М.В., 39       | Никитиных Е.И., 65         |
|                        | Новикова Н.В., 69          |
| <b>Д</b>               |                            |
| Добрякова О.П., 172    | <b>О</b>                   |
|                        | Орлова Е.Ю., 194           |
| <b>З</b>               | Очилов Ш.Б., 97            |
| Зарецкая Г.П., 229     |                            |
|                        | <b>П</b>                   |
| <b>К</b>               | Пинчук А.М., 118           |
| Калашников В.Е., 233   | Породзинский С.В., 18      |
| Карабанов П.С., 8      |                            |
| Карасева А.И., 58      | <b>Р</b>                   |
| Кобозева Е.И., 241     | Ражабова Г.Ж., 93, 97      |
| Коробий Е.Б., 202      | Рыбаулина И.В., 223        |
| Коробцева Н.А., 43     |                            |
| Костылева В.В., 58     | <b>С</b>                   |
| Кузнецова А.Н., 238    | Савицкая Т.П., 212         |
| Кузьмин А.Г., 31       | Сапрыкина М.Н., 53         |
| Куликова М.К., 159     | Серикова А.Н., 209         |
| Курилина Н.С., 23      | Синявская А.Н., 4          |
| Куртова К.Г., 28       | Скрипин В.О., 8            |
|                        | Скрипкина Л.А., 11         |
| <b>Л</b>               | Соковишин А.А., 13         |
| Лапина Т.С., 8         | Соколова А.А., 23          |
| Лобанов Н.А., 74       | Соколова А.В., 28          |
|                        | Соколова Т.В., 18          |
|                        | Солодова И.А., 31          |

Соломатова В.Ю., 33, 36

Солоница А.А., 39

Спиридонова А.В., 43

Спирина А.В., 47, 50

Стрижак А.В., 178

Ступова Е.В., 53

Сударева П.А., 56

Сулайманова Д.И., 58

Суми Ш., 217

Сухова А.П., 62, 65

### Т

Телелюшина А.А., 69

Тимофеева А.Н., 72

Тимохович А.Н., 207

Тимошенко В.О., 74

Титова В.И., 78

Тихонова Ю.С., 82

Тицкая Е.В., 89

Тойчубекова Г.М., 229

Турсунова З.Н., 93, 97

Тюрин И.Н., 31

### У

Уваров В.Д., 103, 107, 118, 124

Ульянова В.В., 130

Умаева Ф.Т., 135

### Ф

Феданова Е.С., 139

Федорова М.А., 143

Филенко С.С., 145

Филенко Ц.С., 147

Фирсов А.В., 62

Фирсова Ю.Ю., 174

### Х

Хазанкина Е.А., 150

Халдер С., 153

Хлебникова А.К., 159

Хомутова А.И., 162

Хосроева О.Т., 165

### Ц

Цао С., 168

### Ч

Чаплюк Н.А., 172

Чекеева А.А., 174

Черникова Е.В., 178

Чернышёва В.В., 181

Чжэн С., 184

Чистякова А.И., 189

Чудин Э.А., 194, 199

Чулкова Э.Н., 150

### Ш

Шейко А.А., 202

Шеремет С.Е., 207

Шилина Д.А., 209

Ширина Н.М., 212

Шутова С.А., 220

### Щ

Щербаков Д.Н., 130

Щербакова А.В., 143, 223

Щигорец Н.А., 139, 223

### Ю

Юрятина А.Ю., 226

### Я

Яворовская Е.А., 229

Ян Б., 233

Январева А.Д., 238



## Научное издание

Всероссийская научно-практическая конференция

«ДИСК-2020»

Часть 4

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](mailto:riomgudt@mail.ru)

Отпечатано в РИО РГУ им. А.Н. Косыгина