

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



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

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
ВСЕРОССИЙСКОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ
ЧАСТЬ 4

МОСКВА - 2019

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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

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

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

Часть 4

МОСКВА

УДК 378:001:891

ББК 74.58:72

В 85

В 85 Всероссийская научно-практическая конференция «ДИСК-2019»: сборник материалов Часть 4. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2019. – 130 с.

ISBN 978-5-87055-835-6

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

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

УДК 378:001:891

ББК 74.58:72

Редакционная коллегия

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

Научное издание

ISBN 978-5-87055-835-6 © Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», 2019

© Коллектив авторов, 2019

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|---|-----------|
| ТАЛДЫКИНА А.А. ДИЗАЙНА И КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА АВТОМАТИЧЕСКОЙ ЗАПРАВОЧНОЙ СТАНЦИИ САМООБСЛУЖИВАНИЯ | 8 |
| ТАРАН В.Н. ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН БАНКНОТ И ЗНАКОВ ОСНОВНЫХ ВАЛЮТ МИРА | 10 |
| ТЕЛЬПИЗ Е.Д. ТРАДИЦИИ В ФОРМИРОВАНИЕ ПРОСТРАНСТВЕННОЙ СРЕДЫ ЗАГОРОДНОГО ГОЛЬФ-КЛУБА | 13 |
| ТЕПЛОВА А.А., ГОСПОДАРЁВА В.К. ОБРАЗ СОВЕТСКОГО ЧЕЛОВЕКА ЧЕРЕЗ ПРОСТРАНСТВЕННУЮ СРЕДУ МОСКОВСКОГО МЕТРОПОЛИТЕНА | 17 |
| ТЁРИНА Е.О. ОБРАЗ ЗНАМЕНИТОСТИ В АУДИОВИЗУАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ | 20 |
| ТОКАРЕВА Е.Д. ЗАРОЖДЕНИЕ КОНСТРУКТИВИЗМА И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА СОВРЕМЕННЫЙ ДИЗАЙН | 23 |
| ТОЛСТЫХ С.Н., РОГОЖИНА Ю.В., ГУСЕВА М.А. ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЗА ДЛЯ МОДНОГО ТИПА КАТЕГОРИИ PLUS SIZE | 27 |
| ТОПОРИЩЕВА Н.А., МУХИНА Е.Н., ЧЕШКОВА А.В. АКТУАЛЬНЫЙ ДИЗАЙН И ЦВЕТОВЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ТКАНЕЙ НА ОСНОВЕ ПРИРОДНООКРАШЕННОГО КОТОНИНА ЛЬНА..... | 29 |
| ТРУСОВА П.В. УЛИЧНАЯ ГРАФИКА И ЕЕ ХУДОЖЕСТВЕННАЯ ЦЕННОСТЬ В 21 ВЕКЕ | 32 |
| ТУЗ М.С., КИБА О.В. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РЕШЕНИИ ОБЩЕСТВЕННОГО ИНТЕРЬЕРА В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ И ОБСЛУЖИВАНИЯ | 36 |
| УГОДНИКОВА А.Р., ТИМОХОВИЧ А.Н. РАЗРАБОТКА ДИЗАЙНА РЕКЛАМНЫХ СООБЩЕНИЙ ДЛЯ ПРИЮТА ЖИВОТНЫХ «МУРКОША»: ОБРАЗЫ И СЛОГАНЫ | 38 |
| УШАКОВА П.С., КРАВЕЦ Н.А. ИННОВАЦИОННЫЕ ЭКСПЕРИМЕНТЫ С ФОРМОЙ – ОДЕЖДА-ТРАНСФОРМЕР | 42 |

| | |
|--|-----------|
| ФЕДОРОВА М.А. ДАГЕСТАНСКИЕ КОВРЫ: ВОЗРОЖДЕНИЕ ДРЕВНЕЙШЕГО ТЕКСТИЛЬНОГО ПРОМЫСЛА | 45 |
| ФЕДОСЕЕВА Е.В., РЫКОВА Е.С. МАКЕТИРОВАНИЕ КАК ВАЖНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ РАЗРАБОТКИ ДИЗАЙН-ПРОЕКТА ОБУВИ И АКСЕССУАРОВ..... | 49 |
| ФИЛЕНКО С.С. ТРЕНДЫ В ДИЗАЙНЕ ОДЕЖДЫ КОЛЛЕКЦИЙ ВЕСНА-ЛЕТО 2020 НА ПАРИЖСКОЙ НЕДЕЛЕ МОДЫ..... | 52 |
| ФИЛЕНКО Ц.С. ОБРАЗ СЕМЬИ В РЕКЛАМЕ | 55 |
| ФОМИНА Ю.А., БУТКО Т.В. ИССЛЕДОВАНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ ПРОЕКТИРОВАНИЯ КОСПЛЕЙ-КОСТЮМА | 58 |
| ХИМЕНКО М.М. ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО ДЕКОРАТИВНО-ПРИКЛАДНОГО ИСКУССТВА НА ПРИМЕРЕ ШТУЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ..... | 62 |
| ХИРАЛЬДО В.М.К., СИНИЦЫНА Е.И. АКТУАЛЬНАЯ РАЗРАБОТКА ОДЕЖДЫ КАК РЕЗУЛЬТАТ ИССЛЕДОВАНИЯ АУТЕНТИЧНЫХ ТВОРЧЕСКИХ МЕТОДОВ И КРЕАТИВНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ В ЛАТИНОАМЕРИКАНСКОЙ КУЛЬТУРЕ...65 | 65 |
| ХРУСТАЛЕВА А.Д. СПАСЕНИЕ РЕАЛЬНОСТИ: КАК ВЕРНУТЬ ИНТЕРЕС МОЛОДЕЖИ К ОБЩЕСТВЕННЫМ ПРОСТРАНСТВАМ | 68 |
| ХРУЩ Ю.С., ШУШЛЯКОВА Е.А. СОХРАНЕНИЕ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ В ОБЛАСТИ ПРИКЛАДНОГО ИСКУССТВА НА ПРИМЕРЕ РЕКОНСТРУКЦИИ ВИТРАЖА 19 ВЕКА..... | 71 |
| ЦЕРЕНИНА Е.В., ЗАБОЛОТСКАЯ Е.А. ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ИЗГОТОВЛЕНИЯ МАТЕРИАЛОВ КАК АКТУАЛЬНАЯ ТЕМА ИССЛЕДОВАНИЯ В МОДНОЙ ИНДУСТРИИ | 74 |
| ЧЕПКАСОВА Д.Б., СОРОКОТЯГИНА Е.Н. ВЛИЯНИЕ АЗИАТСКОГО СТИЛЯ НА СОВРЕМЕННУЮ МОДУ | 77 |
| ЧЕРНИКОВА Е.В., МЫСКОВА О.В. ТЕНТОВАЯ АРХИТЕКТУРА КАК ОБЪЕКТ АРТ-ДИЗАЙНА..... | 80 |
| ЧЕРНЫШОВА Ю.В. ИСТОРИЯ И ЭВОЛЮЦИЯ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ОФОРМЛЕНИЯ ЖЕНСКИХ СУМОК | 82 |

| | |
|---|------------|
| ЧИВГА М. АНАМОРФОЗ: ИСКУССТВО ИЛЛЮЗИИ | 86 |
| ЧИРАЕВА К.С., УВАРОВ В.Д. МЕТОДЫ РАЗВИТИЯ ДЕТЕЙ С НАРУШЕНИЕМ СЛУХА ПРИ ПОМОЩИ ИСКУССТВА ТАПИССЕРИИ | 89 |
| ЧОУДУРИ Р.Н., ТРЕТЬЯКОВА А.Е., САФОНОВ В.В. ЗНАЧЕНИЕ ЦВЕТА В ВОЕННОЙ ФОРМЕ..... | 93 |
| ЧУДИН Э.А., КАЗАКОВА Н.Ю., РАЗИНА Е.И. ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКО-АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОБЗОР ДИЗАЙН-ПРОЕКТА ПО РЕКОНСТРУКЦИИ УСАДЕБ КЛИНСКОГО РАЙОНА ПОДМОСКОВЬЯ С ОРГАНИЗАЦИЕЙ ТУРИСТИЧЕСКОГО МАРШРУТА: УСАДЬБА ФРОЛОВСКОЕ. | 95 |
| ШАМЁНОВА Д.С., ЗАБОЛОТСКАЯ Е.А. ОСОБЕННОСТИ СТАГНАЦИИ ФЭШН-ИЛЛЮСТРАЦИИ В РЕКЛАМЕ МОДЫ В РОССИИ | 98 |
| ШЕДЬКО И.И. СПЕЦИФИКА ИНТЕРПРЕТАЦИИ ИСКУССТВА ГРАФИКА И ЖИВОПИСЦА СОГА СЁХАКУ В ТВОРЧЕСТВЕ ТАКАСИ МУРАКАМИ | 102 |
| ШЕПИЛОВА В.О., КУЗНЕЦОВ Е.А. ТВОРЧЕСТВО М.С. ГОДЕНКО В КОНТЕКСТЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ ВТОРОЙ ПОЛОВИНЫ XX ВЕКА | 105 |
| ШИКУН А.О., КРИВОЛАПОВА Г.А. ХУДОЖНИК-РЕСТАВРАТОР КАК НОВАЯ ПРОФЕССИЯ, ВКЛЮЧАЮЩАЯ СПЕЦИАЛИЗАЦИЮ ИЗГОТОВЛЕНИЯ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ИЗДЕЛИЙ ПО ИСТОРИЧЕСКИМ ТЕХНОЛОГИЯМ | 109 |
| ШИЛКИНА А.А., МАКАРОВА Т.Л. СОВРЕМЕННЫЕ ОБРАЗЫ РОССИЙСКОГО КИНОСОПРОВОЖДЕНИЯ И РЕАКЦИЯ АУДИТОРИИ..... | 112 |
| ШИЛУН В.В., ГОСПОДАРЁВА В.К. НОВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ В ГОРОДСКОЙ СКУЛЬПТУРЕ..... | 114 |
| ШУБИН В.С. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ АДДИТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ ПРОТОТИПИРОВАНИЯ ГОТОВЫХ ИЗДЕЛИЙ | 118 |

| | |
|---|------------|
| ЩЕРБИНИНА Е.Р., ЩЕРБАКОВА А.В. РАЗНОВИДНОСТИ ДЕКОРАТИВНОГО ПАННО | 122 |
| ЩИГОРЕЦ Н.А., ЩЕРБАКОВА А.В. ПЛАТОЧНЫЕ ИЗДЕЛИЯ КАК ИСТОЧНИК ВДОХНОВЕНИЯ ПРИ СОЗДАНИИ СОВРЕМЕННОГО ОБРАЗА | 125 |

УДК 658.56

Талдыкина А.А. ДИЗАЙНА И КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА АВТОМАТИЧЕСКОЙ ЗАПРАВОЧНОЙ СТАНЦИИ САМООБСЛУЖИВАНИЯ

Тульский государственный университет

Успех современного производства заключается не только в обеспечении высокотехнологичного производства, но и в выпуске изделий высокого качества. А высокое качество продукции возможно обеспечить в процессе разработки дизайн-проекта проектируемого изделия [1, с. 53].

На этом этапе необходимо провести исследование и анализ эстетических (социально-культурных) качеств предмета, и строиться он должен не на «вкусовых» ощущениях, а на основе технической и нормативной базах, которые задают вектор направления деятельности дизайнера.

Поэтому без должного контроля проектной деятельности дизайн не в силах обеспечить высокие показатели продукции. Контроль качества проектных работ – это в первую очередь гарантия безопасности на этапах изготовления продукции, его тестирования и использования, путем исключения ошибок в проектных решениях и документации (просчетах). Другими словами, подвергая дизайн-проектирование контролю качества, мы должны отслеживать, чтобы в проектной документации и творческих решениях соблюдались стандарты и экологические нормативы. И при этом учитывались современные требования, предъявляемые потребителем к изделию [2, с. 243]. В результате была разработана автоматизированная заправочная станция самообслуживания ENSYS (в аббревиатуре энергоемкая системная станция) для новых, экологически чистых видов топлива (рис. 1).



Рисунок 1 – Автоматическая заправочная станция ENSYS

Станция оснащена комплексом систем, которые позволяют оптимизировать работу изделия, а ее использование сделать проще и безопаснее, как для потенциального клиента, так и для производителя [3].

Данный образец имеет малые габариты, что позволяет ему не занимать большое наземное пространство в городской среде. Корпус изготавливается из листовой стали, защитный навес из сополимера этилена с пропиленом по технологии литья (это жесткий, не токсичный

материал, имеет повышенную гибкость, ударную прочность, прозрачность, стойкость к низким температурам и стойкость к растрескиванию).

Небольшие габариты станция имеет за счет оборудования, которое располагается непосредственно в резервуаре нефтехранилища, тем самым дополнительно делает ее безопаснее.

Топливные катушки имеют пневматическую систему автоматической смотки шланга. Это позволяет клиенту с комфортом пользоваться станцией, не путаясь в соседних шлангах.

Топливораздаточный пистолет спроектирован с учетом последних конструктивных особенностей заправочных пистолетов и эргономики, а также оснащен световым индикатором, который оповещает о начале и окончании подачи топлива в бак (рис. 2).

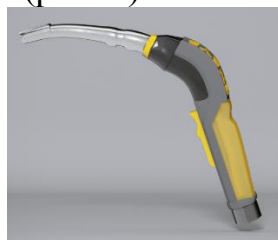


Рисунок 2 – Топливораздаточный пистолет ENSYS

Вся система топливораздачи надежно закрыта защитным кожухом с гидропрокладкой для лучшей герметизации.

Монитор расположен согласно эргономическим требованиям и позволят выполнять все манипуляции по выбору и оплате топлива, которая происходит по безналичному расчету. Чек выдается в электронном виде (QR-код). Все электронные системы станции также имеют поляризационную защиту от пыли, и надежно закрыты в кожухе согласно нормативным документам.

Крыша заправочной станции имеет вогнутую форму и обработана специальным нанопокрытием, что позволяет воде не скапливаться, а по касательной скатываться, не нанося вред ни клиенту, ни встроенной технике.

Автоматическая заправочная станция имеет защитное цельносварное ограждение из нержавеющей стали с фланцевым креплением и с встроенной подсветкой, которая в темное время суток служит габаритным подсвечиванием, а при приближении транспорта включает цветное сигнальное оповещение.

Таким образом, для достижения наилучшего качества современной АЗС и была спроектирована автоматическая заправочная станция. На этапе проектирования прошел анализ аналогов и факторов, влияющих на формообразование, а также изучены современные конструкторские решения и эргономические нормы, которые повлияли на выбор оптимального варианта дизайн-проекта.

Разработанное изделие отвечает современным требованиям, предъявляемым к качеству продукции, она технологична, безопасна и экологична.

Список использованных источников:

1. Васин С.А. Эргономические основы проектирования: учеб.-метод. пособие / С.А. Васин. А.А. Кошелева; ТулГУ. - Тула: Изд-во ТулГУ. 2010. – 134с
2. Мунипов М.В. Эргономика: человекоориентированное проектирование техники, программных средств и среды: Учебник для вузов. / М.В. Мунипов; – М.: Логос, 2001. -356
3. Киров А.П. Автозаправочные станции: Практическое пособие - 1-е изд. / А.П. Киров; – М.: Издательство «Учет», 2010. - 464 с.

© Талдыкина А.А., 2019

УДК 67.03

Таран В.Н. ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН БАНКНОТ И ЗНАКОВ ОСНОВНЫХ ВАЛЮТ МИРА

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

Актуальность темы обусловлена тенденцией возрастающего интереса к финансовой культуре: возникновению первых монет и банкнот, что на них можно было купить в тот период времени, откуда берутся деньги и кто их контролирует, для чего нужна международная валютная система и, в частности, почему именно те знаки, которые мы сегодня чаще всего встречаем и видим на банкнотах, взяты за основу графического обозначения валюты той или иной страны.

Задачами работы является краткое погружение в историю возникновения валюты и международной валютной системы, рассмотрение возникновения основных знаков валют мира, их оформление и применение в графическом дизайне, а также дизайн банкнот каждой из валют.

Предпосылкой к возникновению денег послужил обыкновенный бартер, когда товары обменивались друг на друга. В большинстве, обмен был неравноценный, и люди испытывали нужду в таком товаре, который использовался бы в качестве универсального платежного средства. До XIX века во всеобщем обороте была серебряная и биметальная (сплав серебра и золота) валюта. В XVIII веке широкое распространение получила бумажная валюта. В Европе роль бумажной валюты исполняли расписки о принятии на хранение товара и золота, которые положили начало ценным бумагам в форме векселей. В 1973 году основные мировые валюты прекратили зависеть от золота, и их курсы стали определяться спросом и предложением на рынке.

Элементами мировой валютной системы являются определенный набор платежных средств, валютные курсы, формы международных расчетов и национальных банковских учреждений. Необходимость Международной валютной системы заключается в том, что международные операции (инвестиции, переводы, торговля) производятся при помощи различных национальных валют, которые привязаны к разным экономическим ситуациям соответствующих стран, степенью уверенности, которую каждая из них вырабатывает, и отражаемая на валютных курсах или соотношении цен.

Знак валюты – краткое обозначение названия денежной единицы. Это может быть буква, буквосочетание, иероглиф, слог, разновидности графем, графических сокращений. Знаком валюты может являться даже целое слово.

Часто знаки валют не являются уникальными: один и тот же символ может служить для представления нескольких валют. У некоторых денежных единиц вообще нет специфических символов, и для их обозначения используются простые сокращения. Варианты краткой записи могут отличаться в зависимости от языка и страны.

Для проведения исследовательской работы, были взяты следующие знаки валют: евро, доллар и рубль.

Знак евро (€) – графическое обозначение общеевропейской валюты евро, обнародованное 12 декабря 1996 года. Начертание зависит от шрифта, использованного для вывода символа. Был спроектирован после того, как методом опросов общественного мнения были выбраны два варианта из десяти предложений, и затем Еврокомиссия выбрала один из них в качестве окончательного варианта. Автором победившего дизайна, как утверждает, была команда из четырёх человек, имена которых не были официально названы. Знак, согласно Еврокомиссии, является «комбинацией греческого эпсилона, как показателя значимости европейской цивилизации, буквы E, обозначающей Европу, и пересекающих знак параллельных линий, означающих стабильность евро».

Знак доллара (\$) – типографский знак, представляющий денежные единицы с названием «доллар». Одна из самых популярных версий происхождения символа доллара гласит, что символ «\$» происходит от сокращения слова «песо». Оно записывалось несколькими вариантами – буква «s» поднята над основной строкой, наконец, через наложение строчной буквы «s» на заглавную «P» образовался знак доллара. Среди аргументов часто приводится письмо Оливера Поллока, датированное 1778 годом, где одна и та же сумма записана сначала с использованием сокращения «Ps», а затем символа, идентичного современному знаку «\$».

Знак российского рубля (₽) – типографский знак, который входит в группу «Знаки валют». Знак «₽» был утверждён в качестве официального знака российского рубля советом директоров Банка России 11 декабря

2013 года. Как отмечено в официальном сообщении Банка России об утверждении знака, «графическое обозначение рубля в виде знака представляет собой прописную букву «Р» кириллического алфавита, дополненную в нижней части горизонтальной чертой, создающей впечатление присутствия двух параллельных линий, что символизирует устойчивое положение российского рубля»

Знаки валют нашли также свое применение и в графическом дизайне. Наиболее авторитетными и однозначными источниками знаков валют являются решения (законы, указы, нормативные акты) национальных органов власти. Очевидное свидетельство таких решений – появление символов на денежных знаках (монетах, банкнотах) или на почтовых марках страны. Знак евро присутствует на каждой купюре. Знака рубля и доллара нет на банкнотах, но на денежных ассигнациях они представлены в виде шрифтовых написаний. Знаки также могут проявляться при кипп-эффекте и выполнять роль одного из элементов защиты банкнот. С типографической точки зрения в Латинской Америке и англоязычных странах символ чаще всего пишется перед суммой (например, \$50, £50), в большинстве европейских стран, в Азии и в Африке – после (50 p., 50 zł). Во Франции и в португало-язычных странах знак может разделять базовую и производную денежную единицу (2\$50 или 2F50). В России вопрос размещения знака валюты до или после цифр не рассматривается в качестве предмета лингвистики. Он относится к типографике, где пока не сформировалась общепринятая традиция использования знаков валют.

В феврале 1996 года Европейский валютный институт (ЕВИ) запустили конкурс дизайна на банкноты евро. серия, разработанная Робертом Калина из Австрии. Победивший проект был основан на «эпохах и стилях Европы» и характерных им окнах, воротах и мостах, которые представляли собой определенный период истории Европы. С мая 2013 была выпущена в оборот новая серия банкнот евро. Дизайн этой серии «Европа» – это доработанный вариант «эпох и стилей».

К 1930 году, все купюры доллара выглядели практически также, как они выглядят сегодня. В течении 20 века, валюта объединила многочисленные функции, в основном как часть антиподделочной системы. Находящаяся сейчас в обращении сто долларовая купюра с октября 2013 года – последняя банкнота, которую меняли. Глубокая печать – это один из признаков, который придает деньгам США определенный внешний вид на протяжении многих лет.

Банкноты России имеют различные цветовые вариации в зависимости от номинала. Все купюры изготовлены на высококачественной хлопковой бумаге, в которую внедрены волокна и защитная нить, расположенная вертикально и видимая на просвет. Бумага имеет локальные водяные знаки, размещенные слева и справа на купонных полях.

В цифровом дизайне тема знаков валют и банкнот встречается все чаще. Например, на данный момент в России существует сайт финансовой культуры, логотип которой представлен в виде графического обозначения рубля, а в мобильном приложении «Банкноты Банка России» можно найти информацию о всех банкнотах Банка России, находящихся в обращении, их защитных признаках и элементах.

С точки зрения визуального дизайна, валюта – это гораздо больше, чем обрамление портрета известной личности и пара водяных знаков. Идеальное сочетание полезности и творчества заставляет банкноты пользоваться большим спросом как у потребителей, так и у коллекционеров.

Список использованных источников:

1. //lpgenerator.ru/blog/2016/04/29/19-primerov-dizajna-kupyur-iz-raznyh-ugolkov-mira/
2. <https://fincult.info>
3. <https://ru.wikipedia.org>
4. https://deadsign.ru/design/designing_banknotes/
5. Деньги мира. Занимательные факты, курьезы, истории. А.Щеголков. Москва, 2015
6. История Денег. В. Тульев. Москва, 2014

© Таран В.Н., 2019

УДК 67.03

Тельпиз Е.Д. **ТРАДИЦИИ В ФОРМИРОВАНИЕ ПРОСТРАНСТВЕННОЙ СРЕДЫ ЗАГОРОДНОГО ГОЛЬФ-КЛУБА**
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Меняется мир, люди, интересы, но неизменным остается любовь к загадочной, древнейшей, богатой традициями, аристократичной и многогранной культуре гольфа.

Говоря об истории гольфа, стоит отметить одно событие: ещё в Голландии в 1297 году появились данные об игре, которая была похожа на гольф. В ней голландцы использовали клюшку и кожаный мяч. Правила были те же: загнать мяч в лунку. Ученные полагают, что гольф, вероятно, появился в результате сочетания инвентаря, используемого в *chole*, и правил *jeu de mail* – двух игр, «везённых» в Голландию.

На название родины гольфа претендуют многие страны. Но одно не подлежит сомнению – игра, которую мы сегодня знаем под названием гольф, зародилась в Шотландии [2, с. 21].

Со временем игра в гольф набирала популярность по всей Англии, а после и за ее пределами, по всему миру преобразовалась от одиночного до командной игры.

История старинного королевского клуба (R&A), началась 14 мая 1754 года, когда 22 местных джентльмена общества Файф организовали команду Silver Club. Таким образом, клуб был признан самым лучшим в мире и вполне обосновано: здесь качественное поле, были выработаны общие правила игры, клуб находится под патронажем королевской династии, но главное, именно в этом гольф-клубе были заложены основы для становления гольфа полноценным видом спорта.

Клуб Сент-Эндрюс является главным руководящим органом любительского гольфа во всем мире, формулирует и уточняет правила гольфа, разрешает или запрещает новые модели клюшек и мячей [4].

Традиционно ландшафт гольф-клубов представляет собой впечатляющую комбинацию дикой природы и невероятно сложного спортивного вызова. Как известно во всем мире насчитывается 246 истинных линксов. Четверть из них находится в Ирландии. Одно из них – Гольф-клуб Ballyunion Old входит в пятерку лучших линксов страны и в число 100 лучших гольф-полей в мире. Поле богатое натуральным рельефом полуострова с его скалистыми берегами, песчаными дюнами и кипарисами, что и отличает его от других полей.

Нельзя не процитировать слова Тома (Doak), современной гольф-архитектуры, который писал о Ballyunion: «Существует множество линксов, проложенных среди огромных песчаных холмов, но ни на одном из них не присутствует та драматургия, которая есть в Ballyunion, где вы играете вдоль обрывистого побережья океана, а затем углубляетесь в узкие проходы между громоздящимися дюнами».

Один из самых старых линксов в Англии – полей, дизайн которых сформирован песчаными дюнами и похож на морские волны. Royal Birkdale в отличие от других гольф-клубов, может похвастаться многоуровневыми гринами, расположенные на возвышенности, которые усложняют саму игру. Одним из особенностей является то, что поля находятся на холмах, а не на побережье как это принято. Это поле истинный рай для поклонников игры в гольф. Royal Birkdale единственный клуб, который провел больше чемпионатов и международных мероприятий со времен Второй Мировой Войны.

Многие архитекторы, проектируя гольф-клубы, благодаря географической особенности поля образуют два поля в одном: одно поле для западного ветра, а другое – для восточного ветра. Примером является клуб Ocean Course в Kiawah Island Golf Resort. Здесь, как ни на каком другом поле США, игроки должны приспособиться к окружающим условиям. Из-за его больших склонов, многочисленных бункеров и сложной травы Бермудских островов, он был назван самым жестким полем в Америке. В 2021 году в Royal Bdale пройдет чемпионат PGA.

Одним из великих современных чудес в гольфе является гольф-клуб Cape Kidnappers в Новой Зеландии. Он начинается с вершины утеса и

спускается к побережью Тихого океана. К этому еще нужно добавить довольно трудный, интригующий характер поля, которое вначале проходит через дюны, потом поднимается через них и почти на каждой лунке предлагает новые испытания. Поля построенное на холмистой местности и с потрясающим видом на море, расположено высоко над океаном на скалах. Особенностью поля являются лунки. Это единственное поле, где из каждой лунки открывается захватывающий вид на залив.

Также, ультра-эсклюзивным, современным гольф клубом считается клуб Green Monkey в отеле Sandy Lane. Sandy Lane – это роскошный гольф-курорт на Барбадосе, который предлагает одни из лучших гольф-полей в мире, с тремя полями для гольфа отличающимся большим перепадом высот, небольшими прудами, красными деревьями, а также загородным клубом.

Одной из особенностей гольф-клуба является поле, всемирно известной зеленой обезьяной символом Карибских островов: творением Тома Фацио, вырезанным из старого каменного карьера, который является эксклюзивным в истории гольфа.

Традиции формирования существующих гольф пространств натолкнули участников этой спортивной культуры на использование вспомогательных средств, в том числе и средств транспорта, с развитием технического прогресса и создание первых автомобилей [1, с. 231].

Впервые транспорт для гольфа был использован американцем из штата Арканзас. Первая машина для гольфа была создана в 1932 году, но она так и не получила широкое распространение. И только в 1951 году Marketeer Company начала производство гольф-каров. За несколько последних лет гольф-кар стал средством комфортного передвижения, современные гольф-кары служат для различных целей. Их используют не только для езды по территории игрового поля, но и на стадионах, в торговых центрах, на выставках. Данный вид спортивного искусства положило начало и развитию гольф моды.

Изначально наряд для гольфа был приспособлен для прохладного климата, традиционного для этой северной страны. Твидовый костюм, шерстяные гольфы, кожаные туфли на толстой подошве, теплый свитер или строгая рубашка в союзе с трикотажным пуловером, галстук и кепи – вот составляющие классического комплекта. Но сегодня такой ансамбль редко можно встретить, разве что в самых престижных или старых клубах Великобритании. На сегодняшний день мужчины гольфисты предпочитают носить рубашки «поло» с вязанными воротничками в паре с просторными брюками или шортами. Голову покрывают бейсбольные кепки или козырьки с эмблемами спонсоров.

Несмотря на свои почти 30 лет истории – гольф России молодой и развивающийся вид спорта, показывает стабильный рост. Буквально

каждое первое гольф-поле является уникальным и представляет интерес для гольфиста, даже избалованного игрой на знаменитых полях.

Одним из первых шагов по созданию гольф культуры в России является клуб Завидово PGA National – гольф-комплекс высочайших международных стандартов, расположенный в популярном месте отдыха Завидово, на территории нового курорта прямо на берегу Волги. Это единственные в России гольф-клуб и гольф-поле, сертифицированные старейшей в мире Ассоциацией Профессиональных Гольфистов Великобритании и Ирландии. Архитекторы создали гольф-поле высочайших игровых стандартов, открытые площадки, зеленые холмы, все это потрясает зрелищностью.

Одной из особенностей гольфа является культура взаимоотношений между игроками, поэтому знание тонкостей этикета позволит участнику чувствовать себя абсолютно уверенным в себе.

Одним из главных условий игры является взаимное уважение игроков и деликатность поведения. Исключены любые фальсификации или обманы. Все установленные нормы считаются очень важной частью гольфа.

Гольф – это игра про терпение, умение дожать эмоции, победить психологически [3, с 48].

Дальнейшие исследования будут посвящены укреплению позиций гольф культуры в России и совершенствованию принципов формирования предметно пространственной среды гольф клубов в современном российском обществе.

Список использованных источников:

1. Нич Дэвид, Макгимпси Кевин. Гольф: История мяча, Издательство Анатолия, 2005г., с-526.
2. Федоров Е.Н., Николов А.Л., Спицын С.А., Федоров В.И., Баранчуков С.В., Косниченко В.Е. Азбука гольфа, Издательство «Звезда Петербурга», 2013г.с-75.
3. Эдмунд Ник, Ньюэлл Стив, Ховард Джок. Гольф, под редакцией: Андрианов П. И., Журавлева И. С, Изд-во: АСТ, 2005 г.,с-357.
4. История гольфа - как Вальтер Скотт туристов привлекал [Электронный ресурс]. Режим доступа:
5. <https://www.sports.ru/tribuna/blogs/gorkigolf/351701.htm>.

© Тельпиз Е.Д., 2019

УДК 316.7

Теплова А.А., Господарёва В.К. **ОБРАЗ СОВЕТСКОГО ЧЕЛОВЕКА ЧЕРЕЗ ПРОСТРАНСТВЕННУЮ СРЕДУ МОСКОВСКОГО МЕТРОПОЛИТЕНА**

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

В XX веке вместе с революцией 1917 года, исчезновением Российской Империи и появлением в 1922 году совершенно нового государства – Союза Советских Социалистических Республик – возникает такое понятие, как «советский человек». Этот термин, как можно заметить, означает гражданство, принадлежность человека к советскому государству. Безусловно, это так, однако в понятии «советский человек» спрятано гораздо больше, чем кажется. Советский человек – это индивид с удивительно новыми жизненными установками, складом ума.

Целью исследования, представленного в статье, является придание ясности образу советского гражданина путем изучения пространственной среды московского метрополитена. Для достижения цели были рассмотрены рельефы на станциях «Театральная», «Электровзводская», «Добрынинская», «Проспект мира», «Парк культуры» и «Динамо». Данная предметно-пространственная среда довольно точно, подробно показывает наблюдателю, как именно жил и чем дышал советский человек.

Немаловажную роль в жизни любого советского человека играет любовь как к родным и близким людям, так и ко всему народу СССР. Советский гражданин представляется человеком, которому не чужды понимание и уважение традиций народов, населяющих социалистическую республику. Нерушимую связь советских людей и их общность изображают рельефы станции московского метро «Театральная» (1938 г.) архитектора Ивана Александровича Фомина [5]. Данные скульптуры представляют собой ромбовидные кессоны (углубления в своде зала), в которые вставлены скульптурные композиции из глазурованного фарфора. Высота фигур – примерно 1 метр. На каждом из 14 рельефов изображены представители советских республик: Армении, Белоруссии, Грузии, Казахстана, России, Узбекистана и Украины. Рельефы представляют мужчин и женщин в национальной одежде. Герои танцуют или же играют на музыкальных инструментах. Данные скульптуры залиты белой глазурью, а некоторые детали имеют легкую позолоту [4]. Композиция была изготовлена на Ленинградском фарфоровом заводе по эскизам скульптора-керамиста Натальи Яковлевны Данько. Именно эти рельефы выражают радость искусства, подчеркивают самобытность каждого народа, но в то же время отмечают неразрывную связь одной республики от другой. Данная скульптурная композиция изображает советский народ

как одно большое братство, в котором уважают национальные различия и традиции коренных народов, населяющих СССР.

Безусловно, советский человек – труженик, отдающий все свои силы на благо страны. Благодаря его самоотдаче и моральным установкам экономика социалистической страны росла, а показатели увеличивались. Волевой характер, трудолюбие и старания советских крестьян и рабочих отражены на многих рельефах московского метро, одни из которых станции «Электrozаводская», «Добрынинская» и «Перспект мира».

На данный момент на станции «Электrozаводская» (1944 г.) Калининской линии метро насчитывается 12 барельефов (барельеф – разновидность скульптурного выпуклого рельефа, в котором изображение выступает над плоскостью фона не более, чем на половину объёма), посвященных труду советского человека и стахановскому движению, свойственному второй пятилетке (1933-1937 гг.). Рельефы скульптора Георгия Ивановича Мотовилова изображают работников Московского электrozавода им. Куйбышева, в честь которого названа сама станция, кузнецов, строителей, сталелитейщиков, инженеров и других представителей немаловажных профессий. Предметно-пространственная композиция выполнена из прохоро-баландинского мрамора, добываемого на Южном Урале.

На станции «Добрынинская» (1950 г.) Кольцевой линии в нишах пилонов (массивных невысоких столбов, держащих своды станции) установлены прямоугольные рельефы из белого мрамора, изображающие крестьянский труд советского человека [3]. Композиция каждой скульптуры представляет собой поясное изображение мужчины или женщины в стилизованном костюме, занимающимися сельским хозяйством [5]. Автор данной композиции Елена Александровна Янсон-Манизер показывает простой народ, занимающийся уборкой или посадкой урожая, животноводством, рыболовством, охраной окружающей среды. Также стоит отметить, что барельефов на станции шестнадцать – по числу Советских республик. Этим скульптор также хотел показать то, что все народы СССР трудятся ради одной цели – развития и процветания родной страны.

Предметно-пространственная композиция станции «Перспект мира» также посвящена сельскому хозяйству, а именно его развитию. На пилонх станции размещены широкие фризы – декоративные орнаментальные композиции в виде горизонтальной полосы, обрамляющей пилон. На данных фризах растительный орнамент: листья, бутоны, венки располагается вокруг круглых керамических медальонов с рельефным изображением работников сельского хозяйства [5]. Скульптор Георгий Иванович Мотовилов, уже известный нам как оформитель станции «Электrozаводская», изображает агрономов и селекционеров, садоводов и

цветоводов, людей, благодаря которым сельское хозяйство Советского Союза развивается все больше и больше.

Таким образом можно подвести небольшой итог, что на примере трех вышеперечисленных станций мы доказали советский человек действительно изображается тружеником, отдающим все свои силы работе, благополучию и процветанию государства. Авторы скульптурных композиций представляют советский народ самоотверженным и трудолюбивым обществом, занимающимся лишь созиданием и созданием чего-то действительно важного и нужного.

Конечно, жизнь любого человека нельзя представить без отдыха и досуга. Советский гражданин так же, как и любой другой человек на планете, наслаждается свободным временем, занимаясь созиданием. Так на станции московского метрополитена «Парк Культуры» (1950 г.) Кольцевой линии наблюдатель может понять, как именно отдыхали дети, молодежь Советского Союза, как проводил свободное время рабочий класс, строящий светлое будущее социалистического государства. Автор скульптур Иосиф Александрович Рабинович создал композицию из 16 круглых барельефов, размещенных на пилонах центрального зала станции [5]. 12 из них продублированы в боковых залах «Парка культуры» [5]. Все рельефы изображают отдых и увлечения советского человека: игру на музыкальных инструментах, танцы, авиамоделирование, пение, катание на коньках и лыжах. Своими произведениями скульптор отмечает, что отдых советского человека направлен исключительно на созидание и получение удовольствия от творчества и саморазвития: духовного и физического.

Обращаясь к физическому развитию, стоит также отметить, что в жизни советского человека спорт играл довольно большую роль. В нем гражданин воспитывал характер, развивал такие качества, как уверенность, стремление к победе и умение работать в команде. Огромная любовь к спорту была отражена в рельефах станции московского метро «Динамо» (1938 г.). Скульптор Елена Александровна Янсон-Манизер, известная нам уже как оформитель станции «Добрынинская», создала композицию из 23 фарфоровых медальонов, которые изображают различные виды спорта, входившие на момент создания станции в Спартакиаду СССР: метание диска, теннис, скалолазание, конькобежный спорт, художественную гимнастику, бег с барьерами и другие [5]. Стоит отметить, что для некоторых барельефов прототипами служили реальные спортсмены. Например, на медальоне «конькобежец» изображена трехкратная чемпионка мира по классическому многоборью Мария Исакова, а на барельефе «футболист» – нападающий, капитан клуба ЦСКА 1938-1949 гг. Григорий Федотов [1]. Каждый из 23 медальонов продублирован на пилонных платформах. Автор скульптур изображает советского гражданина как человека с волевым характером, амбициозного спортсмена с постоянным желанием развиваться и достигать новых высот.

В заключение можно подвести итог, что при изучении рельефов вышеперечисленных станций метро мнение об образе советского человека складывается таким: гражданин СССР – это человек прежде всего культурный и развитый во всех аспектах. Советский человек трудолюбив и альтруистичен, а счастье он находит в работе и созидании, духовном и физическом развитии. Образ советского человека на рельефах московского метрополитена идеализируется: главной целью жизни гражданина является служение огромному многонациональному народу и великому Союзу Советских Социалистических Республик.

Список использованных источников:

1. Зиновьев А. Н. Сталинское метро. Исторический путеводитель. – М., 2011. – 240с.
2. Чередниченко О. Метро-2010. – М.: Эксмо, 2010. – 352с.
3. Рыжков К. С. Московский метрополитен. – М.: Московский рабочий, 1954. – 172 с.
4. Наумов М. С. Под семью холмами: Прошлое и настоящее московского метро. – М.: АНО ИЦ «Москвоведение»; ОАО «Московские учебники», 2010. – 448с.
5. С. М. Кравец. Архитектура Московского метрополитена имени Л. М. Кагановича. – М.: Издательство Всесоюзной академии архитектуры, 1939. – 83с.

© Теплова А.А., Господарёва В.К., 2019

УДК 7.045

Тёрина Е.О. ОБРАЗ ЗНАМЕНИТОСТИ В АУДИОВИЗУАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ

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

В современной рекламе представлено огромное количество интересных образов, с помощью которых можно привлечь аудиторию, сделать её запоминающейся и выразительной [1-3]. Однако среди них можно выделить один из наиболее эффективных – образ-авторитет.

При работе по созданию образа знаменитости в рекламе необходимо рассматривать различные положительные и отрицательные факторы, способные повлиять на её восприятие у аудитории.

В рекламе со знаменитостями всегда стоит учитывать риски, связанные с человеческим фактором, как со стороны звезды, так и представителя аудитории. Рекламный ролик может оказаться очень популярным или совершенно неэффективным.

Необходимо выбирать знаменитость для ролика с учётом её образа и пристрастий, чтобы реклама выглядела естественно и располагала к себе, не вызывая противоречий у аудитории.

От репутации звезды напрямую зависит успех бренда, поэтому её выбор должен производиться среди наиболее надёжных людей.

В аудиовизуальной рекламе существует огромное количество видов образов, которые могут зависеть от компании, участвующих знаменитостей и их личного бренда [4, 5]. Однако далее мы можем выделить несколько базовых образов, сгруппированных на основе качеств, представляемых в рекламном образе.

Красота (рис. 1) – чаще всего подобные образы используются при рекламе товаров для женской аудитории. Соответственно, знаменитость выступает как образец, гарант того, что рекламируемый продукт сделает потребительницу такой же красивой и счастливой. Для такой рекламы обычно выбираются известные широкой общественности женщины с приятными чертами лица.

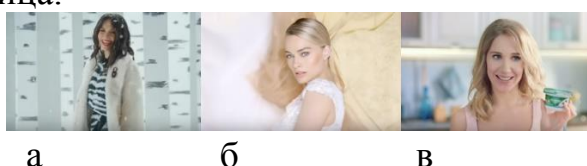


Рисунок 1 – Примеры рекламного образа типа «красота»: а) реклама бренда «ZARINA» с Наталией Орейро; б) реклама духов «Gabriel Chanel» с Марго Робби; в) реклама продукта «Активиа» с Юлией Ковальчук.

Выгода (рис. 2) – в образах подобного типа чаще всего прибегают к помощи звёзд из юмористической сферы. Связано это с тем, что герой рекламы должен ассоциироваться у аудитории с весёлым, располагающим к себе человеком, своего рода «другом». Именно он может посоветовать то, что действительно выгодно.



Рисунок 2 – Примеры рекламного образа типа «выгода»: а) реклама «Почта Банк» с Сергеем Гармашем; б) реклама бренда «Билайн» с Ольгой Кузьминой; в) реклама сети «М.Видео» с Александром Пушным.

Успех (рис. 3) – образы этой категории являются одними из наиболее распространённых в современной рекламе. Звёзды здесь должны создать у зрителя ощущение богатства, роскоши, которые напрямую связаны с рекламируемым товаром. Таким образом, товар в данном виде образов становится показателем статусности, к которой аудитория захочет стремиться. Однако здесь есть риск, что из-за разницы в достатке между покупателем и звездой, последняя может раздражать, казаться слишком надменной и отталкивающей.

Подводя итоги, мы можем отметить, что подбор знаменитости для создания эффективного рекламного образа должен быть максимально ориентирован на целевую аудиторию продукта [6, 7]. Для этого

необходимо выяснить, какие качества для неё являются наиболее важными, и какого результата она ожидает от продукта или услуги. На основе этой информации будет происходить поиск известного человека, способного создать с помощью своего личного бренда оптимально подходящий образ, способный долгое время поддерживать интерес потенциальной аудитории.



а

б

в

Рисунок 3 – Примеры рекламного образа типа «успех»: а) реклама кофе «Nescafe» с Ингеборгой Дапукунайте; б) реклама канцелярских товаров «Berlingo» с Павлом Волей; в) реклама пива «Karlsberg» с Мадсом Никкельсеном.

Список использованных источников:

1. Киуру К.В. Визуализация образов testimonial и celebrity как элемент рекламного сторителлинга // Знак: проблемное поле медиаобразования. - 2017. - №25. - С. 55-59.

2. Марочкина С.С., Вегенер Ю.С. Коммуникативные возможности героев рекламы // Омский научный вестник. - 2014. - №125. - С. 263-267.

3. Маршалл Д. Продвижение и предъявление себя: селебрити как символ презентационных медиа // Философско-литературный журнал «Логос». - 2016. - №115. - С. 137-160.

4. Нестеров А.К. Знаменитости в рекламе и PR // Энциклопедия Нестеровых - URL: <http://odiplom.ru/lab/znamenitosti-v-reklame-i-pr.html>

5. Платонов К.А., Бурчакова М.А. Особенности селебрити-маркетинга в банковском секторе // Коммуникология. - 2017. - №2. - С. 108-115.

6. Седых В.С., Макарова Т.Л. Классификация гармоничных гедонистических образов в рекламных кампаниях современных брендов // Костюмология, 2019 №1, <https://kostumologiya.ru/PDF/13IVKL119.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

7. Макарова Т.Л., Сорокина К.О. Рекламный образ ребёнка на обложках модных журналов. Материалы докладов 51-й международной научно-технической конференции преподавателей и студентов в двух томах. Том 1. - УО «ВГТУ», 2018 - 468 с. С. 48 – 54.

© Тёрина Е.О., 2019

УДК 7.038.11:658.512.2

Токарева Е.Д. ЗАРОЖДЕНИЕ КОНСТРУКТИВИЗМА И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА СОВРЕМЕННЫЙ ДИЗАЙН

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

История дизайна крайне интересна, за последнее столетие «дизайн» выделился, как отдельная сфера деятельности.

Искусство и дизайн всегда шли рука об руку. Многие известные дизайнеры являются также деятелями искусства, в то время, как и многие деятели искусства, являются дизайнерами. Сфера «дизайна» наполнена именами талантливейших людей, которые сыграли важную роль в дизайне и в формировании самой профессии дизайнера.

Так, например, фирменный стиль, который Петер Беренс разработал для компании AEG или плакаты Родченко поспособствовали современному становлению дизайна, ведь до сих пор используются открытые этими людьми приемы или их работами вдохновляются для создания чего-то нового.

К появлению конструктивизма приложили руку авангардисты, благодаря им в будущем развился данный стиль. Авангард как явление появился во всех сферах искусства примерно в 1910-х годах. Но по мнению советской власти, отработал он свой потенциал довольно скоро, и в 1937 году был предан забвению: партии нужен был новый, понятный народу реализм, а не «кривляния взбалмошных бунтарей». Новая реформа тогда свернула все начинания авангардистов, их работы были спрятаны глубоко в запасники, а имена забыты до перестроечных времен.

Но данное течение было крайне интересным, авангардное движение не сформировало единого стиля за все свое существование, ни одна школа не включала само слово «авангард» в название, этим термином не пользовались художественные критики.

Также, что немало важно, авангардисты были первыми, кто во всем мире создал музей современного искусства. Помимо того, что это был первый во всем мире, так это еще и был первый музей, созданный самими художниками, ведь обычно создавались меценатами или коллекционерами.

Музей открылся в Москве в 1919 году и назывался «Музей живописной культуры». Одним из главных инициаторов создания музея был Казимир Малевич.

При музее существовало бюро, состоящее из художников. Которые лично выбирали, какие работы будут куплены музеем, именно поэтому в его коллекции были наилучшие работы. Фонд работ составлял приблизительно около 30 тысяч работ. Многие художники, чьи работы там были представлены, нам даже не известны, а многие работы известных

представителей авангарда, которые там хранились, мы даже не видели или считали их утерянными.

Музей просуществовал недолго. В 1939 году он был закрыт, и большинство работ отошло Третьяковской галереи, ведь к тому времени музей был уже филиалом галереи.

23 октября к 100-летию музея в новом здании Третьяковской галереи открылась выставка, посвященная ему. Там можно увидеть работы, что находились в списке номер один у самих художников, то есть эти работы считаются одними из лучших работ авангардистского течения. Некоторые работы даже считались утерянными.

Далее, посмотреть на историю ВХУТЕМАСа-ВХУТЕИНа, ведь отчасти благодаря этой школе зародился конструктивизм, а школа была создана теми же авангардистами.

ВХУТЕМАС появился в 1920 году. Причиной создания подобного учебного заведения стала нужда государства в создании художественных кадров для промышленности.

В 1927 году ВХУТЕМАС был переименован в ВХУТЕИН (Москва), который впоследствии был расформирован в 1930 году, так как был признан неэффективным и расформирован в ходе очередного этапа общей реформы высшего образования.

Это все об истории ВХУТЕМАСА, теперь же о том, как же происходило обучение, и каких идей придерживались преподаватели ВХУТЕМАСа.

В ВХУТЕМАСе также складывались отдельные художественные направления различных групп и мастеров. Как уже упоминалось ранее, ученикам предоставлялась полная свобода выбора преподавателя. Такая методика сочетала в себе принципы, которые восходили еще к Ренессансу.

Все года, что существовал ВУЗ, сопровождалась идеологической борьбой внутри ВУЗа между приверженцами авангардных направлений в искусстве и традиционалистами, между конструктивистами-производственниками и теоретиками и т.д.

Так же хотелось бы вспомнить и поговорить про творчество людей, что преподавали в ВХУТЕМАСе и не только про них, благодаря которым появился конструктивизм.

Первый, про кого стоит рассказать это Александр Михайлович Родченко. Он был живописцем, графиком, плакатистом, скульптором, фотографом, художником театра и кино, а также корреспондентом, и одним из основоположников конструктивизма, родоначальником дизайна и рекламы в СССР.

По сей день западные фотографы вроде Альберта Уотсона, используют приемы, введенные Родченко в фотографический медиум.

Родченко одним из первых в Советском Союзе видит потенциал фотомонтажа в качестве нового вида искусства. Он начинает

экспериментировать с данной техникой в области иллюстрации и агитации.

Преимуществом фотомонтажа перед живописью является отсутствие лишних отвлекающих элементов, а лаконичный коллаж становится самым ярким и точным способом невербальной передачи информации.

Еще одним известным представителем ВХУТЕМАСа является Владимир Евграфович Татлин, один из крупнейших представителей русского авангарда, родоначальник конструктивизма, а также живописец, график, дизайнер, архитектор и художник театра.

Одной из самых его известных работ является памятник III интернационалу, заказ на который поступил к нему в 1919 году. Внешне памятник напоминал башню. Несущую конструкцию архитектор вынес наружу, а функциональные помещения из стекла подвесил внутри нее один над другим: куб, пирамиду, цилиндр и полусферу. Куб предназначался для проведения конференций съездов; цилиндр – для всемирного исполнительного комитета; пирамида – для будущих СМИ; в верхней полусфере – синематограф. По задумке архитектора помещения должны были вращаться вокруг своей оси с разной скоростью, а гигантский проектор на вершине здания – передавать проекцию коммунистических лозунгов прямо на облака. Башня стала одним из важных символов нового искусства и визитной карточкой конструктивизма.

Есть еще множество представителей конструктивизма, но теперь мне бы хотелось рассказать в общих чертах, что же такое конструктивизм, и почему он актуален по сей день.

Конструктивизм – новое направление в изобразительном искусстве, архитектуре, фотографии и декоративно-прикладном искусстве, зародившееся в начале 1930-х годов в СССР. Это течение является одним из направлений нового авангардного пролетарского искусства.

Отличительными принципами конструктивизма являются: монолитность, то есть визуальная целостность здания; сегментированность, что означает четкое архитектурное деление на отдельные фигуры и секции; масштабность; объемные решения; материалы, а конкретно ведущими были: бетон, металл, стекло; выразительные средства, что подразумевает под собой отказ от декора, инструментами выражения стали вертикали и горизонтальности строения, ритм самих строительных конструкций и цветовая гамма. К основным чертам конструктивизма относят ровную, приглушенную палитру. Большинство строений выдержано в серых, светло-бежевых, белых тонах. Исключения составляют здания автопарковых гаражей, сложенные из красного кирпича.

Так в чем же актуальность конструктивизма в современном дизайне? В архитектуре это довольно очевидно, ведь по сей день для строительства

зданий зачастую используют именно принципы конструктивизма, так как другие еще не были придуманы. Так, например, стиль хай-тек в интерьере является прямым продолжением конструктивизма. Этот стиль впитал в себя все принципы конструктивизма. Скандинавский стиль также использует некоторые приемы конструктивизма.

В графическом дизайне мы тоже можем проследить связь с конструктивизмом. В данном направлении конструктивизм характеризовался и характеризуется, по сей день в использовании фотографии и фотомонтажа вместо рисования иллюстраций, а также предельной геометризацией, подчинение композиции прямоугольным модульной сетки, а также применением элементов наборной графики – шрифтов, акциденций (активная, зрелищная типографика, она имеет цель не столько информировать, сколько вызывать интерес и привлекать внимание), и т.д.

В промышленном дизайне можно наблюдать абсолютно все тоже самое, что и в средовом с графическом. Точно также используются лаконичные формы и те же цветовые палитры.

Из вышесказанного можно сделать вывод, что такой дизайн до сих пор во многом вдохновляется конструктивизмом, а также, что конструктивизм востребован в дизайне и сегодня.

Список использованных источников:

1. Статья «Вхутемас-Вхутеин», Автор: Н.Л. Адаскина <http://rusavangard.ru/online/history/vkhutemas-vkhutein/>

3. Статья «Дизайн в России – ВХУТЕМАС, ВХУТЕИН», Автор: Ключев Михаил http://rosdesign.com/design/istorofdesign_rus.htm

5. Статья в онлайн-журнале Арзамас «Александр Родченко: краткий путеводитель по жизни и творчеству» Автор: Никита Слинкин <https://arzamas.academy/mag/385-rodchenko>

6. Статья «Владимир Татлин» <https://www.culture.ru/persons/9443/vladimir-tatlin>

7. Статья «Конструктивизм в интерьере» <https://rehouz.info/konstruktivizm-v-interere/>

8. Статья в онлайн-журнале porusski.ru «Конструктивизм: родом из СССР. Архитектура» Автор: Юлия Лиховидова <https://porusski.me/2016/10/30/064-vpervye-iz-sssr-konstruktivizm/>

9. Статья «История русского авангарда: куда приводят мечты» <https://www.elledecoration.ru/heroes/design-history/kuda-privodyat-mechty-art-id6769551/>

10. Телепрограмма по России К «Наблюдатель. 100 лет музею живописной культуры» (эфир 21.10.2019)

© Токарева Е.Д., 2019

УДК 687.1

Толстых С.Н., Рогожина Ю.В., Гусева М.А. ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЗА ДЛЯ МОДНОГО ТИПА КАТЕГОРИИ PLUS SIZE

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

«Предрассудки в отношении моделей с формами постепенно исчезают, и это не может не радовать. Во многом этому способствуют социальные сети. Теперь вам не обязательно ждать одобрения от какого-нибудь старорежимного Дома Моды. Вы сами можете создавать вокруг своего имени лояльную аудиторию, и это прекрасно» Дизайнер нью-йоркского бренда Chromat Бекка МакКарен-Тран

Согласно данным официальной статистики, телосложение каждой седьмой женщины мира характеризуется наличием обильных жировых отложений. По данным ВОЗ, людей с избыточной массой тела более 2 млрд. [1]. Причиной динамики роста населения с избыточным весом считают современный малоподвижный образ жизни, неправильное питание, наследственность. Анализ телосложения [2] выборки из 150 полных женщин, проживающих в центральном регионе РФ, показал, что избыточные жировые отложения на фигурах локализованы: в верхней или нижней частях тела; на туловище и нижних конечностях или равномерно распределены по всему телу [3].

Многие именитые модельеры и Дома Моды стали приглашать на показ своих коллекций пышнотелых моделей – в 76 главных шоу сезона весна-лето-2019 (Michael Kors Collection, Alexander McQueen, Christian Siriano, Eckhaus Latta, Miu Miu, Chromat, Prabal Gurung, Osman, Dolce & Gabbana), из 2203 моделей, принявших участие, 49 человек – это девушки с полными фигурами (рис. 1).



Рисунок 1 – Модели категории plus-size на показах модных брендов [4]

Настоящий пример активного боди-позитивного мышления продемонстрировали менеджеры знаменитого бренда нижнего белья Victoria's Secret, когда впервые был подписан контракт с моделью plus-size Али Тейт-Катлер [5], которая носит 14-й американский размер, что соответствует российскому 54 размеру [6].

На модных показах заданы новые тренды в линейке размеров plus-size. Полным женщинам дизайнеры рекомендуют выбирать пальто прямого кроя и средней длины, А-силуэта, а также пальто-коконы. Лаконичное платье простого кроя темного цвета – идеальный вариант для полных девушек, именно такое сочетание правильно подчеркнет

достоинства и скроет недостатки. Отличительная черта вечерних платьев – это длина в пол или миди, простые силуэты, темные или металлические цвета и минимум декора [7]. В ассортименте платьев, актуальными для полных женщин, предложены:

- платья с запахом, дополненные поясом или брошью;
- стильное платье-рубашка, длиной как миди, так и макси;
- платья А-силуэта;
- платья приталенного кроя, с приспущенной линией плеч;
- платья трапециевидной формы;
- красивые и утонченные вечерние платья «годе» и платья-бюстье.

В качестве декора дизайнеры предлагают отделку пайетками, перьями, бахромой, цветочные аппликации, плиссировки, оборки и драпировки. По рекомендациям дизайнеров полным девушкам следует отказаться от расклешенных брюк, делающих фигуру более низкой и широкой. В гардеробе обязательны прямые брюки спокойной расцветки, которые визуально делают ноги длиннее и стройнее. В брючном костюме приветствуются как свободные изделия с элементами мужского кроя, так и максимально женственные модели, в основном, спокойных цветов, приемлемы также яркие тона (рис. 2).



Рисунок 2 – Трендовые модели одежды для потребителей категории plus-size [4, 5]

Для женщин после 25 более актуален размер plus-size, и, конечно, желание потребителей выглядеть элегантно и стильно должно быть реализовано. Поэтому современная мода стремится учитывать потребительский спрос, а дизайнеры и производители одежды разрабатывают модели с учетом расширения размерной линейки. Мерчандайзеры оформляют витрины магазинов одежды (рис. 3) с использованием манекенов нестандартных размеров [7], поскольку правильная подача изделий и продуманный образ вызывают у покупателя доверие и стимулируют покупку [8].



Рисунок 3 – Оформление витрин магазинов [7]

Таким образом, современная мода стала больше уделять внимание моделям размера plus size. «Мода всегда была отражением того, что происходит в мире, и было бы нечестно игнорировать женщин с формами,

которые тоже хотят классно одеваться» – утверждает модель, писательница и активистка Джессика Вандер Лихи [4].

Список использованных источников:

1. Россия страдает от лишнего веса. Коммерсант. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3100369>

2. Рогожин А.Ю., Гусева М.А., Андреева Е.Г., Петросова И.А. Основы прикладной антропологии и биомеханики. Конспект лекций: Учебное пособие. – М.: РГУ им. А.Н. Косыгина, 2017.– 154 с.

3. Хмелевская А.Г., Гусева М.А., Петросова И.А. Исследование внешней формы женских фигур// В сб. мат. Междунар. науч.-техн. конф. «Дизайн, технологии и инновации в текстильной и легкой промышленности» (ИННОВАЦИИ – 2014). Ч.1. М.: МГУДТ.- С.171-173.

4. Вне размера: plus-size модели на показах осень-зима 2018/19. VOGUE. [Электронный ресурс]. URL: <https://vogue.ua/article/fashion/tendencii/21-plus-size-model-na-pokazah-osen-zima-2018-19.html>

5. Мода для полных. Осень-зима 2019-2020: новые тренды в plus-size. О нас таких разных женщинах. [Электронный ресурс]. URL: <https://differed.ru/moda/osen-zima/chto-nosit-polnym-zhenshchinam>

6. Гусева М.А., Андреева Е.Г., Петросова И.А., Рогожин А.Ю. Методы получения исходной информации о форме фигуры потребителя. Основы антропометрии. Учебное пособие. – М.: ФГБОУ ВО РГУ им. А.Н.Косыгина, 2018. 200 с.

7. Одежда plus-size – обзор магазинов и интернет-сайтов, о которых должны знать крупные люди. [Электронный ресурс]. URL: <https://voenpro.ru/infolenta/odezhda-plus-size-obzor-magazinov-i-internet-sajtov>

8. Калинина Л.М., Корячихина М.А., Мурашова Н.В. Влияние стилевого решения антропоморфного соответствия витринных манекенов на мотивацию покупки // В Сборнике материалов Всероссийской научно-практической конференции «ДИСК-2017». Ч.1. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н.Косыгина», 2017. С. 158-160.

© Толстых С.Н., Рогожина Ю.В., Гусева М.А., 2019

УДК 677.027.2:677.027.46

Топорищева Н.А., Мухина Е.Н., Чешкова А.В. АКТУАЛЬНЫЙ ДИЗАЙН И ЦВЕТОВЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ТКАНЕЙ НА ОСНОВЕ ПРИРОДНООКРАШЕННОГО КОТОНИНА ЛЬНА

Ивановский государственный химико-технологический университет

Отечественный рынок текстиля, включающий в себя изделия из котонина льна ежегодно увеличивается. Пряжа в таких тканях сформирована по сухой системе прядения. Вложение котонина в смеси с

хлопком может составлять от 10 до 70%. Производствами вырабатываются также суровые ткани только из котонина льна. Эти ткани отличаются высокой формоустойчивостью, специфической природной окраской вследствие высокого содержания лигнина, и капиллярными свойствами, превышающими значения для хлопчатобумажных тканей. Все это делает их эксклюзивными и что важно более дешевыми по себестоимости производства по сравнению с льняными и полульняными тканями, выработанными на основе вареной ровницы мокрого прядения.

У иностранных производителей спрос на российские льносодержащие ткани ежегодно растет на 10-12%. По оценкам экспертов европейской ассоциации «European System of Cooperative Research Networks in Agriculture» в перспективе 70% всей одежды в мире будет изготавливаться с применением льна. Предполагается, что спрос на продукцию России будет составлять более 600 млн. кв. м льносодержащих тканей, в том числе чистольняных 300 млн. кв. м тканей [1]. В связи этим разработка экотехнологий подготовки природноокрашенных котонинсодержащих тканей для последующего колорирования активными красителями и получения материалов костюмно-плательного назначения является актуальной для развития отделочных производств РФ и для расширения ассортимента отечественной продукции с решением проблем импортозамещения.

Работами, проводимыми на каф. ХТВМ доказано, что содержание котонина в смесовых хлопкольняных пряжах на уровне 10-25% не влияет в существенной степени на процессы беления, проводимые по традиционным двухстадийным технологиям. Вложение котонина более 25% приводит к получению природноокрашенных тканей, которые отбеливать трудно и нецелесообразно, в связи с существенной потерей массы более 30%. Высокое содержание котонизированного льноволокна и нецеллюлозных окрашенных примесей требует особых подходов к организации процессов подготовки и крашения [2, 3].

Для котонинных (100% котонина) и котонинсодержащих тканей оригинальным подходом в построении технологии отделки и дизайнерским решением может стать биохимическая (ферментативная) обработка с крашением активными красителями по технологии выщипывания. Данный подход требует особой подготовки с обеспечением полной расшлихтовки, частичного удаления примесей как льна, так и хлопка. В работе использованы промышленные ферментные препараты карбогидраз, в том числе Скаурзим, представляющий собой щелочную эндополигалактоураназу, эндо-1,4-β-D-ксиланазу, арабиназу, бета-глюканазу и целлюлазу.

Нами показано, что следствием целенаправленной ферментативной модификации целлюлозы является повышение впитываемости, капиллярных свойств тканей и как следствие повышения сорбционной

восприимчивости и реакционной способности целлюлозы по отношению к активным красителям. Установлено, что в течение 60-90 минут в условиях, моделирующих работу эжектора, белизна увеличивается на 8-9 ед, капиллярность более чем на 70 мм при допустимом снижении прочностных свойств ткани и вязкости медно-аммиачных растворов целлюлозы. Получены образцы льняных и полульняных «серых» тканей окрашенных активными красителями в условиях производства. Проведены полупроизводственные испытания их крашения применительно к оборудованию полунепрерывного действия (джиггер и эжектор). Предложена технологическая схема процесса подготовки для «серых» котонинсодержащих тканей ассортимента Яковлевский (г. Приволжск, Ивановская область), Вологодский текстильный комбинат (г. Вологда) и Оршанский льнокомбинат.

Проведена комплексная оценка спектральных характеристик окраски тканей и их технических свойств в динамике процесса предварительной ферментативно-механической обработки (табл. 1).

Таблица 1 – Влияние длительности ферментной обработки на цветовые характеристики ткани окрашенной Рывалоном красным 3В. Эталон сравнения – суровая окрашенная ткань (котонин 50%)

| Время, мин | X | Y | Z | a | b | ΔL | ΔC | ΔH |
|------------|-------|------|-------|-------|-------|------------|------------|------------|
| 15 | 12,84 | 8,32 | 9,82 | 38,58 | -2,82 | 34,63 | 38,68 | -4,17 |
| 60 | 14,41 | 9,32 | 11,26 | 40,26 | -3,40 | 36,58 | 38,41 | -4,82 |
| 90 | 14,39 | 9,55 | 12,01 | 38,18 | -4,94 | 37,03 | 40,50 | -7,38 |

Новые режимы отделки льняных тканей костюмного ассортимента на эжекторах позволяют получить окраски с цветовым тоном, чистотой и светлотой цвета, более близкими к результатам предварительно отбеленной хлопчатобумажной ткани. Отмечаются более высокие значения по чистоте и светлоте, при меньшей желтизне тканей (табл. 2). Важным является то, что ткани, подготовленные и окрашенные по сокращенной технологии, имеют высокие показатели устойчивости к сухому, мокрому трению. Таким образом, показана перспективность технологий подготовки тканей, выработанных на основе котонина льна, а также их колорирования путем крашения активными красителями по регламентированным технологиям с получением качественных окрасок. Доказана возможность получения модных тканей более экономичным путем, что позволит значительно расширить ассортимент выпускаемой продукции.

Таблица 2 – Цветовые характеристики гладкокрашенных котонинсодержащих тканей и тканей на основе котонина льна (100%)

| № | Состав основа | Состав уток | E* | Светлота L.% | a (зеленее синее) | B (желтизна) |
|---|---------------------------------|---------------|-------|-----------------|-------------------|--------------|
| 1 | ткань на основе вареной ровницы | | -5,25 | -6,37 темнее | -9,30 | -5,21 |
| 2 | ткань на основе вареной ровницы | | -6,08 | -6,78 темнее | -11,27 | -5,67 |
| 3 | котонин | пряжа льняная | 4,60 | -5,88 темнее | -7,90 | 4,32 |
| 4 | 29,4x1 х/б пряжа | пряжа льняная | 4,31 | -4,40 темнее | -8,27 | 4,44 |
| 5 | K1801, котонин | | -2,17 | -2,38 темнее | -3,21 | 0,13 |
| 6 | котонин | | 3,80 | -0,87 темнее | -7,81 | -1,70 |

Список использованных источников:

1. ИТС 39-2017 «Производство текстильных изделий», Москва Бюро НТД, 15 декабря 2017 г. № 2835, С.366.

2. Шибашова, С.Ю., Чешкова А.А., Кузьмин А.П.. Особенности модификации поверхности целлюлозы под действием гидролаз . С.Ю. Шибашова, А.В..Изв. вузов. Технология текстильной промышленности. 2003. №4. С. 50-52.

3. S.D. Bhattacharya, J.N. Shah. .Bhattacharya, S.D. Enzymatic Treatments of Flax Fabric. Textile Research Journal. 2004. № 74. С.622 – 628.

© Топорищева Н.А., Мухина Е.Н., Чешкова А.В., 2019

УДК 76

Трусова П.В. УЛИЧНАЯ ГРАФИКА И ЕЕ ХУДОЖЕСТВЕННАЯ ЦЕННОСТЬ В 21 веке

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

Тема современного урбанистического искусства является одной из самых актуальных, социально важных и противоречивых для нашего времени, именно поэтому она вызывает массу споров и дискуссий вокруг себя, являясь громкой для обсуждения, порицания, восхищения со стороны социума и критиков в мире классического и современного искусства.

В 21 веке это течение называют Стрит-артом. Создание этого термина, который начал входить в обиход во второй половине 1990-х годов, явилось признаком поглощения граффити рынка и его ребрендинга. Суть движения в том, чтобы показать всем, в широком смысле, показать себя, свои идеи и взгляды. История появления этого вида

изобразительного искусства берет свое начало еще с древних времен. Истоки этого направления проявились в виде наскальных рисунков во времена Каменного века (около 15-17 тысяч лет назад), люди изображали тематические сюжеты, абстрактные символы и просто отражали окружающий мир. Стрит-арт такой каким мы его знаем сейчас, зародился во времена Великой Отечественной войны, Первым случаем принято считать появление вирусной надписи «Kilroy was here». Ее наносил некий Kilroy, который (предположительно) работал на заводе по производству бомб в Детройте (США). Сначала надпись появилась на всех ящиках с бомбами, изготовленными на этом заводе. Затем фраза была дополнена рисунком и далее распространялась американскими солдатами [1].

Чтобы понять художественную ценность городского искусства, стоит углубиться в его истоки. Зачастую граффити и стрит арт путают, приравнивая одно к другому, но их следует разделять, так как это совершенно разные понятия со своей идейностью и философией, стрит-арт – это ответвление от граффити. Ключевое различие между граффити и стрит-артом связано с их задачами: стрит-артисты обычно стремятся улучшить окружающую среду, а не надругаться над ней. Но, у этих направлений есть общая почва – стремление поднять острые проблемы и выступить с протестом против истеблишмента [2]. Для неподготовленного зрителя стиль граффити не понятен, так как граффити является тегом, отличающие графф-райтера от других, так они оставляют свой след, пишут и создают орнаменты и шрифтовые композиции из букв и слов, не считая себя художниками. В то же самое время граффити, являясь незаконным творчеством, выражающим протест и неповиновение, способно быть инструментом в борьбе бунтующей части общества с социальными проблемами. В фильме Тодда Филлипса «Джокер» 2019 года режиссер использует граффити в своих декорациях, чтобы погрузить зрителя в гнетущую атмосферу города и показать социум находящийся на грани срыва, именно поэтому он во многих сценах появляются броские надписи на стенах метро, ведь этот вид уличного искусства вызовет нужные ассоциации у зрителя (рис. 1).



Рисунок 1 – Кадр из фильма «Джокер»

Стрит-арт начинает очень быстро набирать обороты, многие графф-райтеры становятся создателями городского искусства, меняют собственный подход и методы, то, что считалось вандализмом превращается в идейное искусство. Граффити и стрит-арт переплелись и стали безвредным, привлекательным товаром, пригодным для коллекционирования, он может быть как простым украшением улиц, так и

мощным орудием протеста, что и связывает его со своими истоками (граффити). Концептуальный стрит-арт говорит с любым человеком на доступном языке, являясь фундаментальным стремлением заявить о себе, продемонстрировать свои творческие способности и мастерство, попросту вступить в общение с другими людьми, используя метафору. Теперь же произведения, относящиеся к городскому искусству, допускающие длительное существование и мобильность, перемещаются по музеям, галереям, аукционам, частным собраниям и выставкам. Часто располагающиеся в интерьерах, выполненные на холсте или иной портативной основе, тиражируемые, они порой создаются для продажи и всегда имеют рыночную стоимость. Некоторые художники все равно продолжают нелегально расписывать стены в общественных местах, при этом параллельно проводя выставки в галереях и продавая свои работы с аукционов. Стрит-арт вышел на новый уровень, далеко за пределы Америки. Появились художники известные во всем мире, Шепард Фейри, Бэнкси, Милло, Вилс, Ван Хельтен и многие другие – их работы восхищают и поражают своей уникальностью и масштабностью.

Сегодняшний стрит-арт невозможно представить без Бэнкси, он продолжил развивать трафаретную технику, которую ввел Блек Ле Ра. Бэнкси признал влияние предшественника и своей славой способствовал возникновению нового поколения художников. Он покориł людей своими откровенными заявлениями, размышлениями о свободе слова, создавая при этом невероятные графические работы. Комбинация неожиданного расположения, доступного юмора и броского дизайна делает его работы неотразимыми и актуальными в 21 веке. Одна из самых знаменитых работ Бэнкси «Девочка с воздушным шариком» была создана в марте 2014 года в память о детях, погибших в Сирии, а также в поддержку беженцев с востока. На ней изображена девочка с красным шариком, неподалеку от которой написано «There is always hope» (Всегда есть надежда) [3] (рис. 2).



Рисунок 2 – «Девочка с воздушным шариком», 2006 г.

Уличные художники экспериментируют, ищут новые способы самовыражения, применяя различные материалы и комбинируя техники и стили при создании искусства. Португальский стрит-артист Вилс, превращает стены в монументальные рельефы путем удаления части наружного покрытия. Его девиз: «создавай, разрушая». Художник с детства увлекался граффити, именно это течение вдохновило его на дальнейшее развитие. «Чаще всего героями портретов становятся люди, живущие неподалеку от места создания работы: например, я изображал жителей трущоб Морро-да-Провиденсия (Morro da Providência) в Рио, чьи

дома были снесены. Их лица были вырезаны на том, что осталось от их старых домов, так что связь была глубоко эмоциональная» [4]. Именно такой подход художника к социальным проблемам делает его работы наполненными смысла и несомненно являются прорывом в искусстве 21 века. Произведения городского искусства используются в проектах облагораживания запущенных районов, внося свой вклад в создание современной и благополучной среды [2]. Итальянский художник Милло в своем творчестве изображает персонажей в динамичной среде большого города, используя минимум цвета, работая с пятном и линиями. Его проекты завораживают как художественной точки зрения, так и с идейной. В России тоже есть художники с громкими именами их работы не менее значимы и хорошо известны за рубежом. Рустам Салемгараев (QVic) – известный российский уличный художник. Его работы, занимая целые фасады зданий, выглядят как полноценные картины профессионального живописца, благодаря высочайшему качеству и профессиональности (рис. 3).



Рисунок 3 – Нижний Новгород «Цветение»

Наравне со многими другими художниками, в яркой манере он доказывает, что стрит-арт является одним из самых ярких проявлений современного искусства. Уличная графика стала таким же полноценным искусством, как традиционная живопись, иллюстрация и др.

Из искры граффити разгорелось художественное движение, которое не ограничивается определенными стилями и методами, оно стало частью нашей культурной жизни и развивается по сей день. Искренность и естественность городского искусства принесли ему всемирную популярность и сделали его привлекательным.

Список использованных источников:

1. Что такое современное уличное искусство <https://crossarea.ru/street-art/street-art/>

2. Стрит-арт Армстронг Саймон; издательство: Ад Маргинем Пресс; ABCdesign, 2019 год. 176 с.: ил. – (основы искусства).

3. Проект об уличной культуре и о искусстве уличной волны <https://crossarea.ru/>

4. Вилс: создавай, разрушая <http://www.vltramarine.ru/mag/streetart/artists/>

© Трусова П.В., 2019

УДК 745/749

Туз М.С., Киба О.В. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РЕШЕНИИ ОБЩЕСТВЕННОГО ИНТЕРЬЕРА В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ И ОБСЛУЖИВАНИЯ

Сочинский государственный университет

В статье представлены результаты исследований использования современных технологий в решении общественного интерьера в сфере торговли.

Использование современных технологий являются важным этапом развития в сфере дизайна интерьера. Инновационный дизайн находится на пике новых открытий, импульса развития передовой мировой индустрии. Сегодня современные технологии затрагивают все сферы дизайна, в особенности общественные помещения. В торговых заведениях применение новых технологий не только способствует привлечению внимания потенциальных покупателей, но и позволяет иначе взглянуть как на торговую среду, так и на сам сценарий поведения человека в ней. Для того, чтобы покупатель мог не только просто приобрести вещь, но и сделать это с комфортом, магазинам просто необходимы современные инструменты и технологии для быстрого продвижения товара и дальнейшей продажи. Клиент хочет не просто получить нужный товар, а чтобы это произошло максимально комфортно и быстро. Важной частью покупки товара, является сам процесс поиска и выбора.

Уже сегодня в большинстве магазинов, находятся специальные интерактивные информационные стойки, где покупатель может в онлайн-режиме посмотреть наличие товара, подобрать свой размер и узнать стоимость. Мир не стоит на месте, с каждым годом человечество взаимодействует с технологиями все плотнее. Приложение любимых магазинов и информационные стойки лишь начало большого пути в будущее в сфере продажи и обслуживания. Все это отражается на дизайне современного торгового помещения.

Дополненная, смешанная и виртуальная реальность (AR, MR и VR). В сентябре 2017 года свое AR-приложение представила шведская сеть ИКЕА. Ikea Place помогает понять, как тот или иной предмет мебели будет смотреться в интерьере клиента. Для этого надо установить приложение на смартфон, отсканировать место будущего расположения мебели и выбрать товар в каталоге сети. Программа учитывает реальные размеры окружающих предметов и показывает, как будет выглядеть комната с купленной кроватью или столом.

Два российских проекта, задействующие VR-технологии, в марте этого года стали победителями в конкурсе «Яндекс.Маркета» на лучший стартап для ритейла. Один из них – сервис Try.Fit, который помогает подобрать обувь в магазинах, используя виртуальную примерку (рис. 1).

Он сопоставляет 3D-модель обувной колодки с формой стопы клиента. Новшеством уже заинтересовалась сеть спортивных товаров «Декатлон». Другой – Sizolution – позволяет ритейлерам автоматически измерять одежду и делать выгрузку на сайт, а покупателям может смотреть, как будет сидеть по фигуре тот или иной размер. Эту технологию возможно легко вписать в современный дизайн интерьера обувного магазина.



Рисунок 1 – Сервис Try.Fit

Виртуальная примерочная. Компания Bodymetrics представила 3D-сканер, предназначенный для съемки тела человека.

В аппарате используются восемь сенсоров PrimeSense 3D, которые производят сканирование параметров тела (рис. 2). После процедуры клиент может разместить трехмерную модель и ее размеры онлайн. К ней будут иметь доступ различные онлайн-магазины по всему миру. Таким образом, когда впоследствии покупатель оформляет заказ одежды через интернет, авторизованные ритейлеры открывают его профиль и самостоятельно подбирают предметы гардероба нужного размера, чтобы они подошли идеально. Первый сканер Bodymetrics установлен в магазине New Look в лондонском торговом центре Westfield Stratford.



Рисунок 2 – Bodymetrics и 3D-сканер

Компания Texel, расположенная на территории ОЭЗ «Технополис «Москва», специализируется на разработке технологии «виртуальной примерочной»: с помощью 3D-сканирования создается точная модель тела покупателя, что позволяет подобрать идеально подходящую по крою и размеру одежду в режиме онлайн.

Функция «виртуальной примерочной» может быть реализована через приложение на смартфоне или с помощью специального датчика внутри магазина. Такая технология создает комфортные условия для шопинга.

Манекен по размеру. В 2011 году появились манекены, способные менять свои объемы, подстраиваясь под реальные типы фигур. Робот-манекен FitBot, созданный эстонским стартапом Fits.me, регулируется под параметры онлайн-покупателя, и тот может увидеть, как на его фигуре будет смотреться выбранная модель одежды.

Студентами Сочинского государственного университета в дизайн-проекте свадебного салона была использована технология сканирования тела для удобства клиента (рис. 3). Специальные датчики и камеры, расположенные по кругу, производят сканирование метрических параметров тела клиента. Затем компьютер обрабатывает полученную информацию. Происходит подбор и пример одежды на клиента в онлайн режиме.



Рисунок 3 – 3D-сканер в свадебном салоне

Современные технологии позволяют избежать очередей и дискомфорта при поиске и выборе товаров. Также обеспечивают клиентов положительными эмоциями от процесса приобретения. В ближайшем будущем в использование войдут виртуальные примерочные, интерактивные голограммы, электронные манекены и многое другое. Современный интерьеру необходимо не просто удовлетворять эстетические потребности, но и сочетать инновационные технологии.

Список использованных источников:

1. Сайт Rusbase - [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rb.ru/longread/retailtech-list/> (Дата обращения 20.09.2019)
2. Сайт Технополис Москва - [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://technomoscow.ru/article/2019-07-01-vc> (Дата обращения 20.09.2019)
3. Сайт Юнион Стандарт Консалтинг - [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.usconsult.ru/b_081-retail-innovation.html (Дата обращения 20.09.2019)

© Туз М.С., Киба О.В., 2019

УДК 769.91

Угодникова А.Р., Тимохович А.Н. **РАЗРАБОТКА ДИЗАЙНА РЕКЛАМНЫХ СООБЩЕНИЙ ДЛЯ ПРИЮТА ЖИВОТНЫХ «МУРКОША»: ОБРАЗЫ И СЛОГАНЫ**
Государственный университет управления

Открытие приютов животных в крупных городах становится популярной социальной практикой. Все большее число домашних животных остаются на улицах в силу определенных обстоятельств, становятся бездомными. В Москве насчитывается более 40 приютов бродячих/безнадзорных животных, среди которых есть достаточно крупные: «Ласковый зверь», «Приют Бирюлево», «Муркоша». Однако, как правило, деятельность приютов осуществляется за счет государственного финансирования для государственных приютов, за счет волонтерской

деятельности и пожертвований для частных приютов. При любой организационной структуре приюта, получаемого финансирования недостаточно. Соответственно, приюты ограничены в средствах для своей жизнедеятельности, стремятся закрыть только насущные потребности содержащихся животных. Одной из главных целей функционирования приютов животных является поиск потенциальных хозяев животных и передача животных людям. Следует отметить, что статья расходов на продвижение услуг приютов обычно отсутствует, но потребность в продвижении, в расширении знания у представителей целевой аудитории о деятельности приютов существует.

В связи с этим, было принято решение разработать креативную идею и дизайн рекламных сообщений, направленных на популяризацию деятельности частного приюта «Муркоша». Данный приют специализируется на содержании кошек и стремится к тому, чтобы животные передавались людям здоровыми и ухоженными. Приют принимает кошек, принесенных из уличных условий или из домашних условий. Проблемная ситуация заключается в том, что данный приют, как и большинство приютов безнадзорных животных в России, является переполненным, что ограничивает возможности приема новых животных. Соответственно, возникает потребность в актуализации программы продвижения приюта для того, чтобы более оперативно происходил процесс передачи животных людям.

Определим основные целевые сегменты аудитории, на которые будет направлено разрабатываемая рекламная кампания. Во-первых, это молодые люди и девушки в возрасте от 21 года до 30 лет (возрастное ограничение в 21 год определено в уставных документах приюта), которые живут отдельно от родителей, мечтают о домашнем питомце, готовы заботиться о животном и создавать для него лучшие условия для жизни. Во-вторых, это мужчины и женщины в возрасте от 31 до 45 лет, живущие в достатке, имеющие детей, имеющие желание завести домашнего питомца. В-третьих, это мужчины и женщины более старшего поколения, живущие самостоятельно, взрослые дети которых ведут собственное домохозяйство, то есть домашний питомец для них будет выполнять скорее замещающую функцию [5, с. 30].

Для разработки рекламного сообщения и его дизайна будем опираться на эмоциональную стратегию коммуникативного воздействия в рекламе, которая заключается в апелляции к чувствам потребителя [1, с. 114]. Наиболее успешно данная стратегия может быть прослежена не на уровне вербальной коммуникации, а на уровне невербальной коммуникации, то есть использования различных символов, наделяемых определенным значением в рекламе [3, с. 24]. Разновидностью эмоциональной стратегии является резонансная стратегия, в основе которой находятся иррациональные мотивы. Данная стратегия

характеризуется переносом положительных эмоций от восприятия рекламного сообщения на рекламируемый товар/услугу [2, с. 73]. Использование данной стратегии позволит сформировать устойчивую эмоциональную связь между рекламой и образом кошек из приюта «Муркоша».

Основная идея рекламного сообщения будет заключаться в том, что коты из приюта такие же красивые и здоровые, как и животные в зоомагазинах и у заводчиков, и им очень нужен дом с любящими хозяевами.

Для поддержания целостности рекламного сообщения разработаем варианты рекламных слоганов с использованием различных риторических приемов: «Вы хотите котика, а котик хочет к Вам. Муркоша. Приходите за взаимностью» (прием повтора); «Зачем покупать, когда можно забрать?» (прием диалогизации); «Красоту не измерить деньгами. Муркоша» (прием использования трюизма); «Счастье – в кошках. Муркоша» (прием гиперболизации); «Подари жизнь. Подари преданность. Муркоша» (прием метафоры). В ходе тестирования представителями целевой аудитории был выбран первый слоган в качестве самого удачного, который в игровой непринужденной форме привлекает внимание к проблеме устройства животных в семьи, мотивирует к совершению целевого действия.

Для привлечения непроизвольного внимания аудитории к рекламному сообщению в коммуникационной практике часто используются тизерные рекламные кампании [4, с. 208]. Для рекламной кампании приюта «Муркоша» был разработан рекламный тизер, в котором были изображены красивые, упитанные, ухоженные кошки, в качестве рекламного слогана задавался вопрос, который в тизере оставался без ответа, «Кто из них живет в приюте?» (см. рис. 1).



Рисунок 1 – Рекламный тизер приюта «Муркоша»

Далее был разработан второй элемент тизерной рекламной кампании, в котором целевой аудитории предъявлялся ответ на заданный ранее вопрос, а также расширенный рекламный текст призывал к тому, что можно забрать кошек из приюта (см. рис. 2).

На последнем этапе были разработаны серийные рекламные сообщения, имеющие повторяющиеся элементы композиционных решений, выполненные в одинаковой цветовой гамме, в едином стиле, с изображением кошек из приюта, с основным рекламным слоганом «Вы

хотите котика, а котик хочет к Вам. Приходите за взаимностью», а также с указанием адреса и телефона приюта «Муркоша» (см. рис. 3).



Рисунок 2 – Тизерная реклама приюта «Муркоша»



Рисунок 3 – Серийные рекламные сообщения

В заключении сделаем вывод о том, что элементы дизайна рекламных сообщений (цветовая гамма, контрастность цветов, расположение фигур на фоне, композиционные решения, размер шрифтов, изображения, использование символов, понятных для восприятия целевой аудитории) выполняют не только функцию привлечения внимания к рекламному сообщению, но способствуют совершению целевых действий представителями целевой аудитории рекламы.

Список использованных источников:

1. Пономарева А.М. Коммуникационный маркетинг: креативные средства и инструменты: учебное пособие. – М.: Инфра-М, 2016. – 248 с.
2. Тимохович А.Н. Креативное планирование рекламы. – М.: ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», 2018. – 110 с.
3. Тимохович А.Н. Формирование навыков творческого мышления у студентов направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» // Сборник трудов Всероссийской научно-практической конференции «Креатив в коммуникациях: теория и практика». – М.: МГИК, 2017. – с.23-30.
4. Толкачев А.Н. 1001 креативная идея: придумать, продвинуть, продать. – М.: ИГ Весь, 2018. – 400 с.
5. Филенко С.С. Трансформация ценностей в контексте потребления // Сборник трудов конференции «Всероссийская научно-практическая конференция ДИСК 2017». – М.: ФГБОУ ВО «Московский государственный университет дизайна и технологии», 2017. – с. 29-31.

© Угодникова А.Р., Тимохович А.Н., 2019

УДК 7

Ушакова П.С., Кравец Н.А. ИННОВАЦИОННЫЕ ЭКСПЕРИМЕНТЫ С ФОРМОЙ – ОДЕЖДА-ТРАНСФОРМЕР

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

Целью данного исследования является изучение предпосылок к тенденции развития в современном мире одежды-трансформера, и его особенностей. Также теоретическое исследование является основой для последующего применения полученных знаний на практике, а именно выполнение индивидуального проекта в виде изделия, соответствующего критериям вещи-трансформера.

«Что такое инновации в конструктивном моделировании и конструировании?», «Отчего зависят тенденции в мире моды?» – эти и подобные вопросы сейчас актуальны, как никогда, в мире, где человек создал почти всё, что смог пожелать. Собственно, направление к ответам на эти вопросы также задает человек. А точнее, его духовное развитие, становление его как новой, инновационной личности, которая создает все новые изобретения, заставляя постоянно тянуться все выше к совершенным технологиям.

Достижения науки и развитие новых технологий позволяют человеку жить в новом инновационном мире, который человек выстраивает так, как ему удобно. Люди используют технологии для усовершенствования вещей, делая их все универсальнее. Сегодня наши телефоны умеют не только звонить. Из больших коробок с проводами и трубкой они превратились в смартфоны, которые становятся все меньше и тоньше, и умнее, вмещая все больше функций – от встроенной камеры до измерительных инструментов или десятков мессенджеров. Теперь ваши телефоны узнают вас лучше соседей, снимая блокировку по отпечатку пальца или по скану лица. Люди строят новые, «умные» дома, в которых теперь по нажатию кнопки нагревается вода, по хлопку включается свет, а встроенный датчик контролирует все приборы, отключая за вами не выключенный утюг или воду в ванной.

Одежда тоже должна соответствовать столь высоко заданной планке. Ведь она – то, в чем люди проводят целый день. Дел становится все больше, чего не скажешь о времени. Практически в каждом журнале о моде можно встретить «ту самую» юбку в которой вы сможете почувствовать себя великолепно как на бизнес-встрече, так и на вечеринке после нее. Стилисты со всего мира предлагают менять аксессуары или снимать/надевать кардиган, создавая десятки образов с одной и той же вещью, заставляя окружающих поверить в то, что у вас с собой целый гардероб в той маленькой дамской сумке, что висит на вашем плече. Однако, что, если будет меняться не все вокруг «той самой» юбки, а сама юбка? Память

сразу же услужливо вызывает в вашей голове картинки из учебника по всемирной истории: вот древние греки и их туники, которые получены из двух обыкновенных прямоугольных полотен материи, а вот красивая индийская девушка в самом известном индийском наряде – сари, сделанном из одного куска материи, закрученным вокруг фигуры [1, с. 11, 36]. Исторический костюм народов становится базой для вещей-трансформеров.

Что представляют из себя трансформеры? В переводе с английского *transform* [træns'fɔ:rm] – обозначает изменять, преобразовать, перевоплощаться [2]. Трансформеры теперь повсюду: они машут нам с экранов телевизоров в облике роботов, которые еще минуту назад были машинами, шотландский килт, который станет для вас теплым одеялом в холодную ночь, сумки-плащи и воротники-капюшоны. Что же сподвигает человека на создание столь сложных вещей?

Многофункциональность. Она подразумевает под собой универсальность, а если быть точным, то это способность выполнять несколько, много функций. Вот то качество, к которому человек стремился с того момента, как начал жить цивилизованной жизнью, а, начиная с XX века, сделал это неотъемлемой частью своего мира. Прежде всего, это выражалось в мебели и в одежде- главных спутниках человека.

Значимым моментом для истории развития современных трансформеров в одежде является художественное наследие 1920-х гг. в области формообразования – конструктивизм. Это направление получило название «хай-тач» (современный путь развития дизайна, вобравший в себя дух конструктивизма). Ключевыми фигурами стали Вера Мухина и Надежда Ламанова, которая являлась основоположницей русской школы моделирования. В 1925 году на Международной выставке современных декоративных и промышленных искусств в Париже были представлены их вещи-трансформеры: платья, которые могли носиться как универсальный костюм «три в одном». Позже появляется «Бесконечное платье» или «Infinity dress», изобретенное и запатентованное в середине 70-х журналисткой Лидией Сильвестра, которая, по собственному признанию, много путешествовала, но возить с собой целый гардероб не могла, а одно платье, которое можно было каждый раз надевать по-разному стало для нее спасением. Похожее по принципу трансформации, самое популярное на сегодня платье, насчитывающее более 35 вариантов носки, называется «Emani». Еще одним известным платьем является модель «Cozy» от Донны Каран. Британский модельер Хуссейн Чалаян использует платья-трансформеры в своих коллекциях. Особую популярность платья-трансформеры обрели в свадебной моде. При этом, приемы трансформации активно используются в пошиве одежды для будущих мам, так как их фигура постоянно меняется; в одежде для людей с ограниченными возможностями и медицинских работников; в спец-

одежде; одежде для детей, которые постоянно растут и подростков, которым интересно все новое.

Существует ряд приемов, позволяющих осуществлять трансформацию в костюме:

1. Растяжение-сжатие;
2. Отделение-присоединение;
3. Регулирование-фиксация;
4. Свертывание-развертывание;
5. Исчезновение-появление;
6. Замещение деталей;
7. Совмещение-вкладывание;
8. Перестановка [3].

В одном изделии могут быть использованы несколько приемов. Также в моделях-трансформерах используются съемные детали, позволяющие продумывать образы до мелочей. Для выполнения модели с элементами трансформации стоит подбирать материал и технологию обработки, соответствующую методу, необходимому для осуществления трансформации. Важно принимать во внимание растяжимость материала при методе «растяжение-сжатие», подбирать определенную изнанку и обрабатывать незаметно швы, если планируется изделие-перевертыш. Сейчас модели изготавливаются не только из синтетических или трикотажных полотен, но также их высокотехнологичных материалов, отличающихся прочностью, стойкостью к погодным условиям и несминаемостью.

Почему одежда-трансформер столь интересна к разработке? Во-первых, изделие, изначально спроектированное многофункциональным, за счет приемов трансформации имеет предрасположенность к многочисленным видоизменениям, что визуально способно значительно увеличить ряд образов потребителя.

Во-вторых, чаще всего, подобные вещи уникальны, а следовательно, не доступны широкому кругу потребления, что, в свою очередь вызывает усиленный интерес к ним.

Также данные модели способны адаптироваться под фигуру, что обеспечивает индивидуальный подход и максимальный комфорт при носке. Более того, она соответствует актуальной теме экологии, ведь данные вещи пока что проектируются в малых количествах и с высоким качеством, следовательно, они прослужат долго, да и когда вещь износится, будет утилизирована всего одна вещь, а не пять, которые она в себе содержит.

Если раньше платья, сочетающие в себе различный ассортимент, были вызваны дефицитом, то сейчас вещи-трансформеры – остроумный тренд, они все больше вызывают интерес у новых поколений, потому что необычны, хорошо продуманы, сложны. Но в этом есть и их минус,

немногие фирмы готовы заниматься разработкой столь сложных вещей, которые экономически невыгодны, потому что в них заключено много моделей и высокая себестоимость.

Методы исследования: изучение соответствующей литературы, наблюдения, опрос: беседа со студентами и представителями современной молодежи об их отношении к подобным вещам, что позволило составить наиболее точную картину об актуальности выбранной темы, а также провести собственный эксперимент. По итогам данного исследования началась практическая работа по разработке универсальной модели-трансформера, подробное описание которой будет представлено на выставке.

Список использованных источников:

1. В.Брун, М. Тильке «История костюма от древности до Нового времени». М.: ЭКСМО, 1995
2. www.wikipedia.org
3. Семкин В.В. «Морфологическая трансформация как средство решения художественно- конструкторских задач: дис. ... канд. Искусствоведения». М.: 1983.
4. Гусейнов Г.М., Ермилова В.В., Ермилова Д.Ю. и др. «Композиция костюма». М. : Академия, 2003.
5. Козлова Т.В. «Мода – народу! От конструктивизма к дизайну». М.: 2017

© Ушакова П.С., Кравец Н.А., 2019

УДК 745

Федорова М.А. ДАГЕСТАНСКИЕ КОВРЫ: ВОЗРОЖДЕНИЕ ДРЕВНЕЙШЕГО ТЕКСТИЛЬНОГО ПРОМЫСЛА

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

Искусство ковроделия складывалось в Дагестане на протяжении долгих веков. Сведения ученых-исследователей и результаты археологических раскопок показывают, что жители Дагестана еще в эпоху бронзы занимались прядением и ткачеством.

В XII в. Дагестан превращается в важнейший центр экономики, торговли и художественной культуры Кавказа. Торговые связи со странами Ближнего Востока и Средней Азии способствовали появлению ковровых изделий культового назначения. Дербент, который в тот период был крупным торговым городом на Каспии, славился красками, добываемыми из трав, кустарников, которыми окрашивали шерстяные нитки. Здесь получило широкое распространение выращивание естественного красителя – марены. Женские художественные ремесла, связанные с ковровым производством, развивались и получили

распространение на всей территории Дагестана, секреты мастерства передавались из поколения в поколение, от матери к дочери, совершенствуя дизайн и композицию, внедряя новые идеи.

Ковроткачество получило наиболее благоприятные условия для своего развития в 20-30-х годах прошлого столетия. Этому способствовало создание творческих артелей, домов женщин-ремесленников, которые объединились в населенных пунктах и окрестных деревнях. На современном этапе развития ручного коврового производства наблюдается постепенное возрождение ряда предприятий после разрушительных 90-х годов, когда с развалом Советского государства прекратили работу ковровые предприятия республики.

В настоящее время среди вновь действующих предприятий можно назвать Ляхлинскую ковровую фабрику Хивского района – традиционный центр ручного ткачества ворсовых ковров. Лучшие шерстяные ковры в России ткут в Табасаране (провинция на юге Дагестана). Именно здесь делают произведения ручной работы, а именно табасаранские ковры, используя техники многовековой традиции. Жители Табасарана, проживающие в Дагестане, являются единственной этнической группой в России, продолжающей традиционное искусство – ковроткачество. Ковры здесь изготавливаются практически в каждом доме. Если они не продаются, то используются дома. Цены на них иногда настолько высоки, что после продажи одного ковра семья более полугода может жить в достатке. Такое ковровое изделие по стоимости эквивалентно паре лошадей или нескольким головам мелкого рогатого скота [1].

Производства ковровых изделий проходит несколько этапов. Сначала необходимо сделать базу. Плотные хлопчатобумажные нити плотно обвиваются вокруг параллельных рамок. Затем несколько человек садятся за машину и начинают свою основную работу. С помощью специального крючка они завязывают вокруг каждой нити узел из цветной пряжи. Эти мастера работают в головокружительном темпе. Когда один рядок закончен, они отжимают его, используя тяжелый гребень. Неровные концы отрезаются при помощи больших ножниц. Так они достигают определенной глубины ворса. Чтобы убедиться, что они не ошиблись в шаблоне, проверяют схему по эскизу. Однако в народе считается, что самые опытные ткачихи помнят картину сердцем.

Наиболее ценными считаются ковры из шерсти, окрашенные с использованием натуральных красителей. Навыки получения того или иного цвета передавались из поколения в поколение. Много различных цветов можно сделать, используя растения, минералы или насекомых. Табасаранские ковры отличаются невероятной долговечностью, секрет которой кроется в особой технике изготовления высококачественной пряжи. Для этого используют шерсть высокогорных овец и окрашивают ее

в разные цвета с помощью натуральных красителей: коры ореха, полыни, барбариса.

Табасаранский ковер имеет очень высокую износостойкость – средний срок эксплуатации ковров составляет около 250-300 лет. Дагестанские ковры ручной работы носят национальный характер и высоко ценятся как семейные реликвии. Они тверды, прочны и имеют неподражаемый цвет, состав и дизайн.

Уникальная составляющая ковра – орнамент. Основным дизайном на дагестанских коврах состоит из геометрического орнамента, символизирующего силуэты животных, птиц и растительность окружающей природы с характерным сочетанием теплых и холодных контурных цветов, придающих дизайну выразительность и утонченность. Со временем ковры стали включать более сложные и элегантные узоры. Содержание орнаментов подчеркивало статус владельца ковра.

В наше время производятся ковры с различными видами рисунков, портретов, пейзажей, памятников, исторических личностей. Табасаранские умельцы производят ковры без ворса и с рельефными изображениями.

Образцами безворсовых ковров являются гладкие односторонние ковры – сумахи. Контурность и графичность геометризованного орнамента придают композиции строгий, сдержанный вид. Узоробразующие элементы сумахов имеют почти ту же основу, что и ворсовые ковры. Это геометрические формы (треугольники, ромбы, прямоугольники, квадраты, зигзагообразные фигуры, многоугольники и т.д.), стилизованные растительные мотивы (стебли, цветы, листья и т.д.). Кроме того, встречаются схематичные изобразительные мотивы (кони, горные туры, всадники, фигуры людей, птицы). В узорах сумахов встречаются также мотивы, характерные для других видов народного искусства: S-образные узоры, кресты, меандр, звездочки и др. [2].

Безворсовые двусторонние ковры давагины изготавливают в аварских селениях. Характерным для них является использование большого количества свободного поля синего или темно-голубого цвета, на котором строится сложный симметричный орнамент «рукзал». Эти ковры декоративны и прекрасно дополняют интерьер жилища горцев. Композиционное решение ковра имеет, как и в других ковровых изделиях, центральную часть, которая komponуется из нескольких медальонов. От этих медальонов в разные стороны ответвляются многочисленные отростки, очень похожие на длинные вытянутые шеи птиц с завершением в виде треугольника. Вся центральная часть окаймляется широким фризом с геометрическим орнаментом. Цветовое решение давагинов также отличается своей лаконичностью использованием темно-голубого и синего цветов фона, красного, черного, желтого – для узора, который имеет окантовку другого цвета.

К традиционным видам безворсовых ковров относятся кумыкские ковры дум. Ковер «дум» имеет много вариантов композиционного построения, а названия типов ковра складывались в зависимости от того, где их производили [3].

В группу дагестанских безворсовых ковров также входят паласы, которые изготовлялись из конопли, хлопка, шерсти и служили в быту для покрытия пола, в качестве подстилки для сушки на них зерна, кукурузы и т.д. Декор состоит из простых, ритмично чередующихся цветных полос разной ширины, которые располагались горизонтально или вертикально. Так, паласы с вертикальным композиционным решением известны как балхарские. У каждого народа такие паласы имели и свои названия, например, у лезгин – «рух», у табасаранцев – «бархал», кумыков – «тюз».

Изготовлением войлочных ковров в основном занимались аварцы, лакцы, даргинцы, кумыки и ногайцы. Широко известны прорезные узорные войлочные ковры арбабаши. Они изготавливаются из нескольких войлоков, окрашенных в различные цвета: черный, белый, красный, зеленый, синий. Войлок накладывается один на другой, и по заранее намеченному орнаменту вырезается узор. Затем вырезанные узоры вшиваются в войлок другого цвета и в конечном счете получается несколько арбабашей с одинаковым рисунком, но разных по цвету. Шов между узорами закрывается белой тесьмой. Узор таких ковров имеет основой стилизованный растительный орнамент, который строится на контрастном сочетании цвета фона и узора, усиливающегося от белой контурной линии тесьмы [4].

Под впечатлением от орнамента дагестанских ковров автором было выполнено ковровое изделие (рис. 1) – коврик-половичок. Коврик выполнен в технике шелкографии – ручной трафаретной печати. Технология воспроизведения рисунка подразумевает нанесение краски через трафаретную печатную форму на запечатываемый материал. Стандартно используется акриловая краска по ткани, допускаются и другие виды водорастворимых красок.

Таким образом, ковроделие возникнув как форма трудовой деятельности, со временем превратилось в один из ярких видов декоративно-прикладного искусства Дагестана. Высокохудожественные самобытные и многообразные ковры являются произведениями искусства и яркими образцами самобытных традиций на выставках и ярмарках в странах всего мира.



Рисунок 1 – Работа автора по мотивам орнаментов дагестанских ковров.

Список использованных источников:

1. Культурное пространство Кавказа URL: <https://papahastories.ru/kovri-dagestana>
2. <http://www.cotton.ru/cgi-bin/vestnik/article.pl?id=38671>
3. <http://www.dagtourism.com/deyatelnost/napravleniya-deyatelnosti/narodnye-khudozhestvennye-promysly/kovrovoye-iskusstvo>
4. <https://cyberleninka.ru/article/n/hudozhestvenno-tehnicheskie-harakteristiki-dagestanskih-bezvorsovyh-kovrov>
5. Иванов А.С. Ковроделие Дагестана. – М., 1955. - 123
6. Гарунова С.М. Ковроделие // Мурадов В., Магомедханов М.М. Дербентское ковроткачество. – Баку: Элм, 2016. С.52- 97.

© Федорова М.А., 2019

УДК 685.34.01

Федосеева Е.В., Рыкова Е.С. МАКЕТИРОВАНИЕ КАК ВАЖНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ РАЗРАБОТКИ ДИЗАЙН-ПРОЕКТА ОБУВИ И АКСЕССУАРОВ

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

Проектная деятельность на сегодняшний день относится к разряду инновационных и актуальных методов развивающего обучения. Студент получает практику в самостоятельной исследовательской работе в связи с тем, что ему предоставляется выбор во всем, начиная от формулирования интересующей проблемы, постановки цели и подбора метода ее достижения до анализа полученного результата. Сегодня модельеру необходимо действовать в условиях стремительно изменяющихся социально-экономических факторов, быть готовым к решению непростых профессиональных задач по созданию современной окружающей среды, при этом постоянно поддерживая высокий эстетический уровень изготавливаемых им промышленных изделий, поэтому особенно актуальным становится изучение такого вида проектной деятельности, как художественное конструирование. Алгоритм художественного проектирования построен по принципу «от идеи к воплощению», благодаря чему формируется правильный подход к любой исследовательской работе.

Творческий процесс можно представить как последовательное выполнение операции с целью получения конечного результата. Он может рассматриваться во взаимосвязи внешних и внутренних факторов проектирования как логическое развитие проектной мысли и как определенные этапы создания проектной документации. При этом ментальнообразующая основа художественного проектирования связана с

общественным сознанием и личностным своеобразием миропонимания и жизнедеятельности человека [1].

Нами разработан алгоритм создания дизайн-проекта. Для модельера обуви и аксессуаров наличие «багажа» приемов работы с творческим источником облегчает поиск инновационных решений при разработке будущего изделия [2].

На этапе разработки эскизов перед модельером возникает новый ряд вопросов, которые требуют креативного решения. Это прежде всего выбор конструкции, цвета, фактуры материалов, расположение функциональных и декоративных элементов. В связи с этим макет начинает служить одной из важных частей проекта, так как допускает возможность перемещения конструктивных элементов для поиска наиболее гармоничной композиции. Соответственно, макетирование – это процесс работы над проектируемым изделием, который позволяет дизайнеру непосредственно воздействовать на форму, изучать свойства и добиваться максимального отображения основных особенностей.

Макетирование – это процесс проектно-исследовательской деятельности, который развивает один из важнейших инструментов в дизайнерской работе – пространственное мышление. Данный инструмент позволяет формировать навык ориентироваться в пространстве, ощущать объем и форму предметов, а также мысленно управлять этими параметрами.

Понятие пространственного мышления является видовым по отношению к понятию образного мышления и в значительной мере опирается не только на чисто логические, но и на чувственные компоненты, на представления. В психологии пространственное мышление понимается как процесс создания пространственных образов и установления отношения между ними путем оперирования самими образами и их элементами [3].

Это позволило нам предложить структурную схему процесса пространственного мышления (рис. 1).

| |
|---|
| Объективный анализ – разбор предмета на его комплекующие элементы |
| Синтез – группировка элементов в целостную систему |
| Абстрагирование – стадия образования тезисов, иными словами, самостоятельные признаки предмета воспринимаются независимо от прочих признаков |
| Обобщение – выявление и выделение похожих составляющих предмета, которые следует сопоставить между собой |
| Конкретизация – переход от общего к частному, от абстрактного к конкретному, чтобы в полной мере выразить его сущность |

Рисунок 1 – Структура процесса пространственного мышления

Таким образом, благодаря развитому пространственному мышлению студент будет владеть механизмом формообразования и сможет выполнить любую проектную деятельность. Соответственно в программу современного образования творческой направленности должны входить

дисциплины, которые активно развивают объемно-пространственное мышление.

Макетирование, как одна из важнейших дисциплин в подготовке модельера, позволяет наиболее полно охватить весь процесс проектной деятельности. В ходе создания архитектоники макета студент на практике осваивает основные понятия и принципы формообразования такие как, гармоничное соотношение, пропорции, образность, целостность. Важную роль следует отдать технологии изготовления макета, аккуратно и эстетично выполненный он совершенствует стиль, конструкторское мышление будущего модельера, улучшает умение работы с любым материалом.

Макетирование также формирует аналитическое мышление. Макет олицетворяет процесс перехода от абстрактного к реальной конкретике. А его цельность, синтетичность и простые геометрические формы показывают студентам метод работы от крупной формы к деталям, то есть от общего к частному.

На рис. 3 представлен эскиз и макет базовой модели женской обуви коллекции «Интеграция», выполненной в рамках учебного процесса дисциплины «Формообразование обуви и аксессуаров» и отмеченной призовыми дипломами конкурсов «SHOES-STYLE» и «FASHION DEBUT».



Рисунок 2 – Эскиз и макет базовой модели коллекции обуви и аксессуаров «Интеграция», автор Федосеева Е.В., руководитель Рыкова Е.С. (архив кафедры ХМК и ТИК РГУ им. А.Н. Косыгина)

Список использованных источников:

1. Максяшин А. С. Теория и методология проектирования художественных изделий: учебное пособие. Екатеринбург: Изд-во Рос. гос. проф.-пед. ун-та, 2015, 124 с.

2. Федосеева Е.В., Рыкова Е.С., Роль стилизации в проектировании обуви и аксессуаров (часть 2, с.116). Инновационное развитие легкой и текстильной промышленности: сборник материалов Международной научной студенческой конференции. Часть 2. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2018. – 279с.

3. Каплунович И. Я. Показатели развития пространственного мышления школьников// Вопросы психологии, 1981, №5, с. 151-152

© Федосеева Е.В., Рыкова Е.С., 2019

УДК 747.012

Филенко С.С. ТРЕНДЫ В ДИЗАЙНЕ ОДЕЖДЫ КОЛЛЕКЦИЙ ВЕСНА-ЛЕТО 2020 НА ПАРИЖСКОЙ НЕДЕЛЕ МОДЫ

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

Мода представляет собой социально-культурный феномен, связанный не только с влиянием на стандартизированное массовое поведение потребителей, но и с развитием культуры. Мода выполняет в обществе ряд основных функций [1, с. 73]. Во-первых, функция выражения социально-статусных различий. Доступ к модным объектам культуры всегда был ограничен для широких слоев населения, в связи с чем следование модным культурным образцам через подражание, копирование активно использовалось в обществе на разных этапах его развития. Во-вторых, функция удовлетворения эстетической потребности. Считается, что в рамках понимания моды как инновационного культурного процесса, в ходе которого происходит приращение культурного образца, создаются новые эстетические образы, приобщаясь к которым люди могут удовлетворять свои потребности в приобщении к прекрасному. В-третьих, коммуникативная функция. Данная функция позволяет людям находить способы взаимодействия друг с другом, делиться впечатлениями, переживаниями, информацией, а также понимать символы и коды, заложенные в модных объектах культуры [2, с. 44].

В современном обществе классические функции моды остаются доминирующими. Данные функции иллюстрируются основными характерными чертами моды: цикличность моды, то есть периодический возврат к прошлым тенденциям; демонстративность моды, то есть демонстрация принадлежности к определенным социальным слоям, наделенным референтным значением; подражательность моды, то есть копирование определенных форматов поведения, внешних особенностей представителей референтных групп; универсальность моды, то есть проникновение модных образцов практически в любые сферы деятельности человека; знаковость моды, то есть использование в модных образцах определенных знаков, которые сочетаются с культурными кодами и могут быть декодированы не только представителями социальной и культурной элиты, которые в первую очередь имеют доступ к модным культурным образцам, но и представителями широких слоев населения, которые ориентируются на модные культурные образцы, стремятся к обладанию модными культурными образцами [5, с. 323].

В современном обществе инновационные культурные образцы в области дизайна одежды, аксессуаров и обуви конструируются дизайнерами модных домов, экспонируются на неделях моды. Неделя моды представляет собой социальное событие, в рамках которого ведущие

дизайнеры из разных стран имеют возможность в форме показов представить свои новые коллекции на предстоящий сезон. Следует отметить, что на модных показах создаются целостные модные образы, то есть конкретный дизайнерский бренд предлагает одежду, обувь, при необходимости аксессуары собственных разработок.

Недели моды проходят дважды в год: весной для представления осенне-зимних коллекций, осенью для представления весенне-летних коллекций. Основные международные недели моды проходят в Париже, Милане, Нью-Йорке, Лондоне. В отдельных странах проводятся локальные недели моды, представляющие модные бренды конкретной страны или региона (например, неделя моды в Вене, Московская неделя моды). Также существуют узконаправленные недели моды, представляющие дизайнерские разработки определенного стиля или вида одежды, обуви, аксессуаров (например, неделя свадебной моды в Нью-Йорке, неделя уличной моды в Осло).

В настоящей статье остановимся на анализе основных трендов, выявленных на Парижской неделе моды в сентябре 2019 года.

Первым трендом предстоящего сезона можно обозначить образ, полностью состоящий из изделий из кожи. Alexander McQueen, Givenchy, Isabel Marant, Hermes, Balenciaga и другие бренды были замечены в демонстрации подобных образов (см. рис. 1). Фокус внимания индустрии моды к натуральной коже, а также инновационные веган-альтернативы в коллекциях весна-лето, позволяют сделать вывод о все более несезонном подходе к выбору такой одежды. Большинство брендов также продемонстрировали объемные кожаные образы, с достаточным пространством, чтобы вместить толстый трикотаж зимой.



Рисунок 1 – Кожаные изделия на неделе мод

В качестве второго тренда можно выделить использование ярких принтов в кислотных тонах на одежде (например, в коллекции модного дома Louis Vuitton). Данный микс обращается к популярным орнаментам и формам 1970-ых годов [3, с. 7]. Классические формы линий пошива коллекции, футуристические детали, насыщенная цветовая гамма создают динамичные и оптимистичные модные образы (см. рис. 2).



Рисунок 2 – Яркие цвета в коллекциях Парижской недели моды

Третьим трендом можно выделить наличие длинных платьев и юбок в коллекциях. В последнее время модельерами создаются оригинальные образы с использованием удлиненных форм. Ряд модельеров связывает популярность данных форм с социально-политическими процессами, затрагивающими большинство европейских стран (в частности, речь идет о миграционных процессах, о смещении культурных ценностей в европейских странах за счет притока мигрантов). Valentino, Balenciaga, Chanel – все лидеры высокой моды на данный момент показали в своих коллекциях интересные образы с удлиненными юбками и платьями «в пол».

Четвертым трендом обозначим активное использование двух новых цветов в коллекциях – бронза и металлик. Модные дома Balenciaga, Celine и Rochas продемонстрировали коллекции с доминированием данной цветовой гаммы. Следует отметить, что столь необычные мерцающие цвета с учетом используемого материала придают конструируемому образу эпатажность [4, с. 43]. Данные цвета подчеркивают идейность представленных коллекций: динамизм, яркость, отражение внешнего пространства, сила и красота.

В качестве заключительного тренда обозначим наличие широких плечей в дизайнерских образах. В показах Mugler, Balenciaga и Balmain было представлено большое количество верхней одежды с гипертрафированно увеличенными плечами. Данные образы формируют ощущение устойчивости, мощи, представительности, усиления верхней части фигуры. Тем самым создается иллюзия оверсайз моделей (см. рис. 3). Данные модели и образы начинают появляться у крупных брендов.



Рисунок 3 – Образы с увеличенными плечами

Сделаем вывод о том, что выделенные образы в демонстрациях модных коллекций на Парижской неделе мод осенью 2019 года, задают общие направления в развитии модных культурных образцов; отражают

социально-культурные процессы, происходящие в обществе; отражают настроения населения стран (стремление к свободе, самовыражению); позволяют приобщиться к высоким эстетическим образам.

Список использованных источников:

1. Гофман А.Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения. – М.: КДУ, 2015. – 228 с.
2. Макарова Т.Л. Символы в дизайне и рекламе современного костюма. – М.: РИО МГУДТ, 2016. – 112 с.
3. Макарова Т.Л., Гильденштерн С.Ф. Знаки в современной модной иллюстрации. Научный журнал «Костюмология», №1, том 4, 2019. – с. 1-11.
4. Макарова Т.Л., Соколова В.М. Эпатажные образы в рекламе моды и их влияние на зрителя // Материалы докладов 51-ой Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов. – Витебск, 2018. – с. 42-46.
5. Тимохович А.Н., Филенко С.С. Особенности поведения потребителя культурного продукта // Материалы VIII Международной социологической Грушинской конференции «Социолог 2.0: трансформация профессии». – М.: Изд-во ВЦИОМ, 2018. – с. 322-326.

© Филенко С.С., 2019

УДК 769.91

Филенко Ц.С. ОБРАЗ СЕМЬИ В РЕКЛАМЕ

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

Государственный университет управления

Понятие «образ» является междисциплинарным. В широком понимании значение данного термина трактуется следующим образом: любое представление о чем-либо, возникающее под воздействием внешних или внутренних стимулов [1, с. 32]. То есть образ представляет собой результат отражения свойств предметов и явлений. Формирование образа происходит в ходе мыслительной деятельности человека.

Реклама как инструмент маркетинговых коммуникаций воздействует на органы чувств человека. В ходе данного воздействия импульсы передаются по нервным окончаниям в кору головного мозга, активизируя мыслительную деятельность [2, с. 114]. В результате происходит формирование определенных образов, таких, которые имеют место быть в рекламных сообщениях.

Ряд рекламируемых товаров и услуг предназначается для семейного потребления. Это означает, что разработчики рекламных сообщений сталкиваются с проблемой создания релевантного образа семьи в рекламе. То есть такого образа, который будет понятен целевой аудитории, который будет вызывать эмоциональную обратную связь, способствовать

идентификации представителей семейной целевой аудитории с рекламным образом [4, с. 53].

В российской рекламе часто конструируется, с одной стороны, среднестатистический образ семьи, с другой стороны, образ идеализированной семьи. Как выглядит эта семья: любящие муж и жена, обычно несколько (чаще всего двое) детей, окруженные заботой, вниманием и домашним уютом. Иногда в рекламе присутствуют представители старшего поколения семьи – бабушки и дедушки. Данные образы апеллируют к положительным стереотипам аудитории. В действительности отношения внутри семей могут быть не такими идеальными, как мы видим их в различных рекламных сообщениях. У людей, просматривающих данную рекламу, создаются положительные эмоции, так как в рекламе показываются довольные, счастливые и жизнелюбивые члены семьи.

Реклама условно переносит представителей целевых групп из реальных условий и отношений, которые складываются в их семьях, в идеализированные ситуации, отражающиеся в рекламных сообщениях. Люди на подсознательном уровне идентифицируют себя с героями рекламы, поэтому очень важно правильно выявить желания целевой аудитории.

Рекламный образ женщины чаще всего рассматривается как образ жены или матери [3, с. 95]. Этот образ предписывает женщине заботу о детях, любовь к мужу, создание уюта в доме, наведение порядка и красоты в доме, иногда уход за домашними животными. Женщина в реальной жизни имеет намного больше потребностей, которые обычно выходят за рамки рекламного контента. Однако, в рекламных сообщениях также четко прослеживается связь с определенными потребностями женской целевой аудитории: женщина хочет быстро и вкусно приготовить ужин для семьи (для этого реклама предлагает приобрести горошек *Bonduelle*, приправу *Maggi* и мультиварку *Tefal*); после ужина нужно успеть помыть посуду и постирать накопившиеся вещи, когда физические силы женщины уже на исходе (здесь реклама предлагает приобрести посудомоечную и стиральную машины *Electrolux* для решения обозначенных проблем); женщине-матери нужно обезопасить своего ребенка от возможных инфекций (в рекламе предлагается приобрести мыло *Safeguard* для избавления от микробов); в итоге женщине-жене нужно остаться не уставшей, красивой и привлекательной для мужа (для этого ей нужна косметика «Черный жемчуг»).

Рекламный образ мужчины, в свою очередь, предстает нам в качестве защитника, работника, который иногда отдыхает с друзьями, но в то же время думает о благополучии своей семьи (для того, чтобы быть мобильным и все успевать мужчине-семьянину предлагается приобрести машину с кузовом минивен для большой семьи). Также мужчина

принимает стратегические решения, думает не только о повседневном благополучии семьи, но и о семейном отдыхе, поэтому в помощь приходит реклама горящих путевок для всей семьи.

В рекламном образе дети обычно выступают в качестве объекта заботы, любви и внимания со стороны родителей и других взрослых членов семьи. Соответственно, реклама полезных продуктов питания, развивающих игрушек, красивой и удобной для разных видов детской активности одежды отражает основной спектр родительских потребностей.

Рекламный образ старшего поколения в семье (бабушки и дедушки) показывает связь с неурбанистическим современным миром (реклама экологичных деревенских продуктов питания «Домик в деревне»), передает опыт от поколения к поколению, учит жизненному опыту детей и внуков.

Реклама является динамичной, конструируемые в рекламе образы отражают изменения, происходящие в обществе в целом, в институте семьи, в частности [5, с. 186]. Несколько десятилетий назад распределение семейных ролей было более жестким. Сейчас мы наблюдаем стирание границ в ролевом поведении членов семьи. Данный тренд отражается и в рекламных сообщениях: в рекламе соуса Calve муж помогает жене с выбором соуса для салата, в рекламе колбасы «Папа может» мужчина-отец готовит бутерброды детям в школу.

Ценности благополучной, ни в чем не нуждающейся семьи, гармония взаимоотношений с близкими ассоциативно связываются с покупкой новых товаров. В данном случае в рекламе действует модель: рекламируемый продукт / услуга улучшит вашу семейную жизнь и решит все проблемы. Часто рекламный посыл бывает достаточно конкретным: у вас есть семья, которая нуждается в этой покупке, необходимо позаботиться о ваших близких. В образ благополучной семьи на сегодняшний день встроились такие понятия, как потребительский кредит, ипотека, машина для всей семьи, тариф сотовой связи «семейный». В данных случаях реклама апеллирует к стереотипам восприятия, направляет процесс интерпретации явлений представителями целевой аудитории в нужное русло. Например, если у вас нет автомобиля BMW в кузове универсал для семей с детьми, это означает, что у вас не все отлично; если вы не приобрели жилье в ипотеку от банка ВТБ, значит, что у ваших детей недостаточно хорошие условия для жизни. Данные рекламные сообщения формируют в сознании целевой аудитории не только образ идеализированной семейной действительности, но и установку к целевому действию, то есть к принятию решения о покупке рекламируемых товаров и услуг для их семьи.

В итоге можем сделать вывод о том, что, во-первых, образ семьи в рекламной коммуникации является гибким, подвержен влиянию последних трендов, затрагивающих межличностные и ролевые отношения на уровне

семейного взаимодействия; во-вторых, конструируемый рекламный образ семьи оказывает влияние на мировоззрение людей, на их самоощущение в семье, на исполнение семейных ролей.

Список использованных источников:

1. Анашкина Н.А. Рекламный образ. – М.: Юнити-Дана, 2013. – 175с.
2. Измайлова М.А. Психология рекламной деятельности. – М.: Дашков и К», 2015. – 240 с.
3. Кафтанджиев Х. Образ женщины в рекламе. – М.: РИП-Холдинг, 2007. – 232 с.
4. Тимохович А.Н. Креативное планирование рекламы. – М.: ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», 2018. – 110 с.
5. Тимохович А.Н., Филенко Ц.С. Художественный образ vs образ в рекламной фотографии: особенности конструирования и восприятия // Сборник трудов конференции «Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации. Социальный инженер - 2017». – М.: ФГБОУ ВО «Московский государственный университет дизайна и технологии», 2017. – с. 186-190.

© Филенко Ц.С., 2019

УДК 687.16

Фомина Ю.А., Бутко Т.В. ИССЛЕДОВАНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ ПРОЕКТИРОВАНИЯ КОСПЛЕЙ-КОСТЮМА

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

В последнее время гейм- и киноиндустрии получили широкое распространение и продолжают активно развиваться. Самые популярные тенденции, оказывающие большое влияние на повседневную жизнь, отражаются в сериалах, кино, фильмах и играх. Все эти индустрии подвергаются огромному влиянию со стороны моды, однако, нельзя сказать, что она оказывает одинаковое воздействие на эти три направления: мода имеет яркое и очевидное отражение в сериалах и кино, в то время, как игры практически не подвержены ее влиянию. Однако, за последнее десятилетие появилось и получило широчайшее распространение такое необычное и интересное направление, как косплей. Дословно это слово переводится, как «костюмированная игра». В современном понимании этот термин обозначает подражание различным персонажам известных франшиз: сериалов, фильмов, игр, мультипликационных фильмов, аниме [1]. Развитие этого направления сформировало огромные массы заинтересованных людей, готовых любыми средствами воплощать в жизнь костюмы любимых персонажей. И, зачастую, это оказывается очень непросто, ведь нарисовать можно все, что угодно, но воплотить это в реальность намного сложнее [2].

Целью работы является определение основных этапов и выявление специфики проектирования косплей-костюма, освоение процесса создания косплей-костюма на примере реализации конкретного проекта.

Процесс создания косплей-костюмов кардинально отличается от привычного алгоритма проектирования одежды. Как и любое изделие, косплей-костюм имеет свои особенности, но, в данном случае, мы говорим о принципиальных различиях в разработке, начиная от подхода к проектированию и заканчивая применением самых неординарных материалов и способов обработки. Более подробно все особенности проектирования можно рассмотреть, разделив процесс создания костюма на несколько этапов.

На первом этапе происходит изучение эскиза. В случае с косплей-костюмом не идет речь о самостоятельной разработке эскиза автором, так как смыслом его изготовления является максимально идентичное повторение костюма персонажа. Для лучшего понимания конструкции костюма, его объемно-пространственной формы, особенностей лучше всего использовать 3D-модель персонажа в нескольких проекциях. Некоторые игровые компании специально предоставляют на своих сайтах референсы, в которых можно найти не только картинки и объемные модели костюмов в разных ракурсах, но также отдельно вынесенные детали костюма, фактуры, а иногда даже названия рекомендуемых материалов [3]. За основу разработки косплей-костюма в настоящей работе принята модель, представленная на рис. 1.



а



б

Рисунок 1 – 3D-модель персонажа: а) вид спереди, б) вид сзади

На следующем этапе происходит выделение в костюме деталей, которые можно спроектировать конструкторским путем. Для данного костюма можно выделить такие детали, как блуза без рукавов и юбка в складку на поясе. После того, как основные элементы, на которых будет строиться основа проектируемого костюма определены, необходимо построить базовую конструкцию, которая, как правило, строится на типовую фигуру. Особенностью проектирования на этом этапе является то, что при выполнении конструкции качество посадки изделия на фигуре уходит на второй план, уступая место самой важной цели проектирования – соответствие образу персонажа. Даже примерка базовой конструкции проводится не всегда, а только в случае, если она в дальнейшем моделируется при помощи основных приемов: перевода вытачек,

параллельного или конического расширения, изменения покроя рукавов и так далее.

В случае, если моделирование в классическом его понимании не предусматривается, происходит переход к третьему этапу. Своего рода моделирование косплей-костюма производится на манекене посредством накладывания деталей, повторяющих контуры элементов костюма, выполненных из ткани или бумаги и нарисованных от руки на глаз, а затем происходит подгонка деталей по размеру, изменение конфигурации их линий. Если в костюме имеются разрезы, членения, вырезы и прочие подобные элементы, они рисуются прямо на макете базовой конструкции, в случае его примерки, а затем переводятся на чертеж или непосредственно на чертеже, если примерка не предусмотрена. Так как очень часто изготовлением косплей-костюмов занимаются люди, которые вообще не умеют конструировать, а порой даже шить, имеет место построение «конструкции» костюма посредством обведения контура тела. Такой метод используется, как правило, если проектируется костюм плотно прилегающего силуэта из трикотажа.

Отличается от привычного и подход к выбору материалов для создания костюма. Несмотря на то, что косплей-костюм носится в течение целого дня – от восьми до двенадцати часов, эргономические свойства материалов при их выборе учитываются далеко ни в первую очередь. Поддаваясь общей специфике такого изделия, при выборе материалов ориентируются на характеристики внешнего вида – сходство с цветом, фактурой, порой даже ткацким переплетением нитей материала на изображении модели. Для придания материалу схожести используются самые разнообразные хитрости и приемы: печатные рисунки, искусственное состаривание, искусственное загрязнение материала, истирание и др. Однако, чаще всего при изготовлении косплей-костюма пакет материалов не ограничивается только тканями. Если требует образ, могут быть использованы самые разнообразные, в том числе строительные материалы для придания жесткости деталям изделия, создания определенной объемно-пространственной формы. Даже сами части костюма могут быть выполнены не из ткани, а, например, пластика, как в случае, если частью костюма является доспех. В костюме, представленном на рис. 1, также присутствуют такого рода элементы: большой бант, расположенный на линии талии спинки, а также бант на груди имеют крупную объемную жесткую форму, которая создается за счет вставленного внутрь особого материала EVA-foam.

Когда основа костюма готова, и материалы подобраны, происходит переход к следующему, самому сложному и трудоемкому этапу – проектированию и изготовлению декоративных элементов. Также, как и моделирование, проектирование декоративных элементов выполняется посредством наложения и сгибания бумаги, придания ей объемно-

пространственной формы, после чего бумажный элемент разрезается на членения в желаемых местах и раскладывается на детали.

Основным принципом обработки и сборки косплей-костюма также является максимальное соответствие эскизу. Последние несколько лет создатели игр уделяют особое внимание костюмам своих персонажей, стараются сделать их проработанными, продуманными, иногда на костюме даже можно заметить прорисованные формообразующие элементы: вытачки, стачные швы и др. Однако, если такой прорисовки не предусмотрено, при обработке желательно скрыть конструктивные элементы, насколько это возможно.

Отделка костюма также имеет свои особенности. В случае, если предполагается какой-то объемный узор или узор из другого материала, который нельзя имитировать при помощи печатного рисунка, чаще всего он отрисовывается по эскизу вручную, выкраивается из материала и приклеивается. Клей используется, чтобы избежать машинных строчек на узоре или если деталь костюма выполняется не из ткани, а других материалов, например, таких как ПВХ. Внутренняя обработка костюма либо не предусматривается, либо, в случае если она необходима, (например, материал обладает сильной сыпучестью) – является минимальной.

Заключительным этапом выполнения костюма является примерка на заказчике, в результате которой принимается возможное решение о внесении небольших правок в форму костюма, добавление или, наоборот, исключение каких-либо элементов. На рис. 2 приведены фотографии косплей-костюма, изготовленного по заказу компании Riot Games, в сопоставлении с видами 3-D модели.

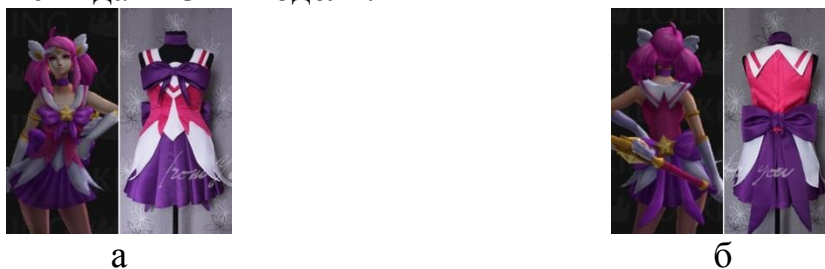


Рисунок 2 – Готовый образец костюма: а) вид спереди, б) вид сзади

Самой главной особенностью проектирования косплей костюма является то, что он выполняется индивидуально, в штучном экземпляре, большая часть работ при обработке и сборке производится вручную, это долгий, кропотливый и трудоемкий, но очень интересный и необычный процесс.

Список использованных источников:

1. <https://ru.wikipedia.org> – Косплей (дата обращения – 21.10.2019г.)
2. <https://kanobu.ru/tags/kosplej/>
3. <https://ru.leagueoflegends.com/ru/>

© Фомина Ю.А., Бутко Т.В., 2019

УДК 741.021.2:677.027.511

Хименко М.М. ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО ДЕКОРАТИВНО-ПРИКЛАДНОГО ИСКУССТВА НА ПРИМЕРЕ ШТУЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ

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

Декоративно-прикладное искусство – это обогащение изобразительным смыслом и красотой бытовых предметов, несущих в первую очередь функциональную значимость. Однако есть важный культурный нюанс, который не дает обозначить прикладное искусство одной строчкой. Оно всегда несло в себе не только красоту и эстетическую ценность, но и отображало традиции народа, его культуру, начиная от особенностей ландшафта и заканчивая религиозными принципами. У общества не исчезла потребность в эстетическом удовлетворении или творческом процессе, но в связи с очень резкими скачками прогресса, такими как индустриальный и компьютерный, понятия эстетики и красоты кардинально изменились. Значит ли это, что прикладное искусство съела промышленность, и теперь мы можем посмотреть на него только в музее или частной коллекции?

Школа ВХУТЕМАС, вдохновила меня на решения данной проблемы. Именно ВХУТЕМАС дали начало социокультурным изменениям России первой трети XX столетия, повлиявшим на формирование принципиально нового подхода к подготовке художников, исходя из требований производства, занявшись подготовкой школы индустриального дизайна. Учебные заведения выступают как феномены советской художественной культуры, в которых были сформированы объективные методы моделирования и обучения промышленных художников. Такие объединения удивительно самобытной культуры народного искусства и промышленного взгляда на вещь рождают новые интересные и удивительные пути.

Сегодня почти все, что нас окружает, стало конвейерным, вследствие чего ручная работа или ограниченный тираж взлетели в цене. Это дало возможность многим мастерам современности выйти на рынок и внести свой вклад в культурное развитие. В ответ крупным фирмам и масштабному производству, благодаря популярности социальных сетей, многие деятели рекламируют и продают свой продукт самостоятельно. В современном мире ценится не только ручная работа, но и индивидуальность. В связи с этим, прикладное искусство сильно изменилось в плане традиции, так как сами традиции продолжают меняться и терпеть множество перемен.

Мастера прикладного искусства ориентируются на произведения, которые сохранились в истории как культурные наследия. Однако на них

же ориентируется сувенирная продукция, копируя все, что может характеризовать культуру той или иной страны. Мастер прикладного искусства нуждается в оборудовании и материалах, а также должен чем-то питаться. Следовательно, если он не имеет поддержки, развить свое дело не очень просто. Ремесло должно окупить себя, а значит нужно ставить ставку на желания потребителя. А желания потребителя сегодняшнего дня – это быть особенным. Выделятся чем-то живым и личным в мире конвейерного производства. Если раньше ценилось качество ручной работы, то сегодня акцент стоит на уникальности. Появилась новая традиция, основанная не только на народной и классовой принадлежности, но и на индивидуальности. Все виды искусства ориентируются на потребителя, который хочет подчеркнуть свой характер, обособлять себя, показать окружению свою личную незаменимую человеческую ценность. Для нас сейчас, это уже традиция, которая сразу вошла в прикладное искусство.

На сегодняшний день традиционные каноны и личные мотивы автора переплетаются в каждом мазке. Активно применяются культурные коды, общие для всех людей, живущих в одной геополитической модели. История движется каждый день и обогащает культуру свежей информацией, дающей новый материал для творчества. Так «народное» уже имеет наслоение добавочными кодами. После завершения такого гигантского пласта, как история XX века, в нас не может не остаться следа от атрибутики СССР. Платок, который я представляю, не исключение (рис. 1.). В своей работе «Единство» я хотела показать совокупность вышеупомянутых традиций. Объединение символики советского союза и древнеславянской культуры. Мотивацией на создание такого изображения послужили агитационные платки Советского Союза. В них заложена энергия победы, слава доблестных и честных людей, сила труда и равноправия. Агитация была ясной, и именно эта ясность давала ей такую мощь и привлекательность в глазах народа. Стилистика отображает настроение эпохи и народные ценности. В основе композиции платка лежит квадрат, простая равносторонняя форма символизирует человеческое начало, силу ума и логики, подчинение природных материалов, их переосмысление в пользу людских интересов, начиная с земледелия завершая градостроением, инфраструктурами и научным прорывом.

В качестве отсылки к старорусской традиционной культуре, я решила взять почитаемое на Руси растение – крапиву, как вид растительного узора, используемый в прикладном искусстве. Симметрию монокомпозиции разрушают крапивные листья, не поддающиеся руке человека. Своими жалящими стеблями они опираются на квадратные пласты заслуг интеллекта, обвивают и скручивают крепкие плиты. Напоминает корни горного дерева, способные рассоединить каменные

глыбы, отколоть их от основной массы. Вечная жизнь – вечное движение, рождая из мертвого, этим его оживляя и даря повод для будущего. Крапива в данной работе символизирует природу, играющую в человеке фактор изменчивости и непостоянности убеждений. Это та неукротимая часть природы, которую он никогда не подчинит. На мой взгляд, именно ее не хватало в произведениях Советского Союза, жесткого как сталь и постоянного, как камень. Центр композиции держит большая красная звезда. Еще 40 лет назад она была знаком красной армии, огромной неустрашимой силы, победившей в великой войне и закрепив за собой героическое значение. Форма пятиконечной звезды несет в себе огромное количество смыслов, относящихся не только к прошлому нашей нации. Пифагор утверждал, что такая звезда представляет собой математическое совершенство, так как скрывает в себе золотое сечение. Славяне называли звезду «гвоздь» или «кол», она служила центром неба и соединяла небесное с земным. В масонстве пятиконечная звезда символизирует свет, знание и совершенство. Элифас Леви использовал звезду как символ свободной воли человека. Её использовали в своих тотемах и ритуальных рисунках еще первобытные люди и представители самых ранних цивилизаций. В моей работе ее ключевая роль – это гармоничные отношения между человеком цивилизованным и его природным началом. Она как солнце, дает жизнь нам и нашему окружению, дает надежду на завтрашний день и силы взаимодействовать с ним. На платке звезда отображает все самые светлые чувства человека, его любовь и гордость, его загадочное начало, отличающиеся от остальных животных, которое переросло в нечто необыкновенно сложное и прекрасное.



Рисунок 1 – Платок «Единство», размер 1200 x 1200. Печать. Состав: 93% вискоза MODAL, 7% кашемир. Структура: саржа.

Сформулировав концепцию и воссоздав ее в изображении платка, остается потребность в сбыте продукции. Как мы уже поняли, прикладное искусство изменилось вместе с жизненными ценностями и традициями. Оно не исчезало и не терпело упадков, а даже наоборот, преобразилось и вышло на новый, стремительно совершенствующийся уровень. Сегодня деятели искусства должны оставаться конкурентно-способными на самом большом рынке, известным в истории – интернете. Бесспорно, компетентность мастера и качество произведения всегда были важным аспектом, однако выбор покупателя и количество его вариаций никогда не

были даже сравнимы с тем, чем может похвастаться XXI век. Исходя из этого можно смело заключить, что проблем у прикладного искусства нашего времени не больше, чем у остальных сфер изобразительной деятельности. Производство и реклама должна не только окупать себя, но и приносить прибыль автору, мотивировать его на новые достижения. Художник продает не только красивую вещь, он продает часть своего мира, а это самое дорогое в нас. Сколько прекрасных произведений не увидел свет по причине проигрышного рекламного хода или нехватки средств на производство? Сколько мастеров остановились еще в самом начале пути?

Я убеждена, что сегодняшняя проблема прикладного искусства состоит в проблеме развития малого бизнеса. Необходимо поддержать деятельность, связанную с внесением вклада в культуру нашей страны до того, как проблема выйдет за рамки реализуемой.

Список использованных источников:

1. Агитмассовое искусство Советской России. Материалы и документы: в 2т.-Т1/Под ред. Толстого В.П. - М.: Искусство, 2002. 246с.

2. Карева Г. Ивановский агитационный текстиль. Орнамент и надписи /Г.Карева //Теория моды. Одежда. Тело. Культура № 21. -2011. -С. 24-28.

3. Декоративно-прикладное искусство в структуре культурных коммуникаций современного индустриального города // Человек и общество: на рубеже тысячелетий: Международный сб. науч. тр. / Под общ. ред. О.И. Кирикова. - Воронеж: Воронеж, гос. пед. ун-т, 2002.- С. 164-166.

4. Эволюция форм трансляции народной художественной культуры в России в XVIII-XX вв. // Культура как предмет комплексного исследования: Региональный сб. науч. тр. / КемГАКИ. - Кемерово: ООО «Полиграф», 2003. -Вып. 6.-С. 40-46.

5. Якубинский Л.П. История древнерусского языка. – М.: 1953

© **Хименко М.М., 2019**

УДК 687.01

Хиральдо В.М.К., Сеницына Е.И. АКТУАЛЬНАЯ РАЗРАБОТКА ОДЕЖДЫ КАК РЕЗУЛЬТАТ ИССЛЕДОВАНИЯ АУТЕНТИЧНЫХ ТВОРЧЕСКИХ МЕТОДОВ И КРЕАТИВНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ В ЛАТИНОАМЕРИКАНСКОЙ КУЛЬТУРЕ.

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

Наглядное представление о роли латиноамериканских костюмов в глобальном контексте, становится очевидным из кино, моды, рекламы и торговли в целом. В 60-х годах различные дизайнеры начали использовать

отпечаток латиноамериканской культуры в концепции цвета и графики. С 16-го века, когда Испания и другие европейские страны колонизировали Латинскую Америку, помимо удивления географическими различиями и природными богатствами их внимание привлекли костюмы. «Новый континент» привнес в Европу инновационные материалы, цвета и фактуры, формы, отличные от уже известных разработок.

Мода и дизайнеры взяли для своих изделий концепции цвета и формы, определив их как пример экзотики. В то же время восхищаясь производимым сырьем на основе природных ресурсов – это в некоторой степени породило то, что костюмы были отнесены скорее к фольклору, чем к их культурным выражениям. Фольклор, как характерные выражения для культуры конкретной общины, что представляет собой неудобство в исследовании развития латиноамериканской одежды. Культурные выражения связаны с самобытностью, но фольклор несет ответственность за освещение популярных знаний, не углубляя их изучение.

В Латинской Америке костюмы были разработаны в результате колонии – происходит слияние европейских, африканских и других культур, выраженных так же в одежде, которое признается во всем мире, как выражение культуры Латинской Америки.

В первую очередь костюм носит защитную функцию для человека, но в истории он играет важную роль, как объект культурной самобытности. Возможно, культурная идентичность, является одним из наиболее актуальных вопросов в латиноамериканских исследованиях за последние годы – признание первоначальной культуры и попытка ее восстановления позволяют понять ее основы. Такое понимание Латинской Америки, возможно, является одной из главных проблем современных исследований, поскольку колония и влияние других культур пронизывает ее развитие с XVI века до сегодняшнего дня, не только в области культурных представлений, но даже в построении мышления и идентичности.

С философской точки зрения поиск и понимание собственной личности представляют собой фундаментальный вопрос с начала жизни человека и, следовательно, общества. На протяжении всей истории была признана основополагающая роль культурной самобытности в развитии общества.

Признание аутентичной латиноамериканской культуры является трудностью для исследований, поскольку Латинская Америка является термином, используемым только с середины девятнадцатого века, и в основном означает все страны Центральной и Южной Америки. Не только географическими границами отличаются страны, но также культурой. Эти различия позволили каждой стране создать свою собственную культурную структуру, в которой также сосуществуют внутренние субкультуры. Один из способов найти общекультурные элементы среди 20 стран,

составляющих Латинскую Америку – это посмотреть первоначальные, то есть доколумбовые культуры, которые мы понимаем сегодня как коренное народное мировоззрение.

Признавая, что культура коренных народов является оригинальной, мы понимаем, что ее мировоззрение, хотя и не было единообразным на латиноамериканской территории, имеет много аспектов, которые можно выявить, если проанализировать сферу одежды, дизайна и искусства. Очевидно, что это мировоззрение не только определило образ мышления общества, но и вмещалось в то, как происходят творческие процессы и повлияло на их результаты.

В анализе мировоззрения коренных народов мы находим среди общих основополагающих принципов следующие аспекты:

1. Циклическая концепция времени, которая обуславливает восприятие настоящего и будущего.

2. Связь человека с планетой – родная культура коренных народов развивалась в гармонии и единстве с природой, что для них было пережито и понято в ее божественных глубинах. Традиция мышления коренных народов интегрирована в ее принципы неантропоцентричной концепции: вся реальность жива, не подчинена человеку и стремится с большим уважением, согласовать взаимодополняющие и сбалансированные отношения между всеми существами [2].

3. Концепция равновесия и другие основополагающие принципы, на основе которых регулируются общины коренных народов.

Будучи в составе колонии, когда культуры коренных народов должны были адаптировать свое мировоззрение, чтобы приспособиться к новым политическим, социальным и религиозным механизмам, мы видим, что даже одна христианская церковь, созданная в Латинской Америке, каким-то образом уважает элементы мировоззрения коренных народов.

Генрих Бек сравнивает, как латиноамериканские произведения архитектуры и живописи в стиле барокко (XVI-XVII вв.) в колониальные времена отличаются от современных работ в Европе проявлением почти вегетативной жизненной силы цвета и образуют алтари в церквях, проявляют энергию роста и величия, важными элементами являются так же мотивы растений и плодородной земли [1].

Анализируя костюм, мы находим, что развитие символов на нем и других графических элементов, со свойствами более семиотическими, чем декоративными, связанными с выражением их верований и их способом видеть мир. Использование сырья является важным аспектом развития одежды в результате влияния ее мировоззрения и ее отношения с природой. Разнообразие – это фундаментальный принцип, который находит отражение в изучении и использовании материала, о чем свидетельствуют выбор сырья при изготовлении костюмов, развитие естественной окраски и плетение натуральных волокон.

Если мы проанализируем нынешние латиноамериканские коллекции, то увидим, что использование цвета, отпечатков и графики соответствуют эстетической концепции, унаследованной от местного мировоззрения, где природа представляет собой абсолютное величие и управляет концепцией гармонии. Силуэты и формы одежды дизайнеров, таких как Оскар де ла Рента или Иогана Ортис, раскрывают женскую эстетику. В результате изучения формы и силуэтов, которые передают концепции, свидетельствующие о возвышении женственности в творениях коренных народов.

Изучение сырья позволяет получить инновационные результаты в создании тканей, украшений, форм и текстур. Проектирование костюма из форм мировоззрения разработано в геометрических силуэтах (которые на момент исследования позволяют авангардные формы). Выбор техники и подбор материала на пути использования ресурсов исходит из уважения к природе. Если мы переориентируем это в нынешние интересы моды, мы сможем внести сознательные и экологические изменения, в направлении к которым в последние годы и была направлена мода.

Список использованных источников:

1. Генрих Бек [Heinrich Beck] Латинская Америка как творческая культурная встреча / пер. с исп. Коста-Рика.
2. Ставенхаген Родольфо [Stavenhagen Rodolfo] Коренная идентичность и мультикультурализм в Латинской Америке / пер. с исп. Мексика.

© Хиральдо В.М.К., Сеницына Е.И., 2019

УДК 72.012

Хрусталева А.Д. **СПАСЕНИЕ РЕАЛЬНОСТИ: КАК ВЕРНУТЬ ИНТЕРЕС МОЛОДЕЖИ К ОБЩЕСТВЕННЫМ ПРОСТРАНСТВАМ**
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Современному человеку не нужно выходить из дома, чтобы поддерживать связь со внешним миром: с этой функцией отлично справляются социальные сети. Интернет играет важнейшую роль в поддержании социальных связей. Новые общественные пространства должны научиться конкурировать со средствами виртуальной коммуникации, чтобы молодые люди действительно захотели провести свое свободное время в реальном мире, а не виртуальном.

Ожидания молодых людей оправдать становится все сложнее: скамейки под деревом и качелей с песочницей уже недостаточно. Молодому человеку нужно место, где он будет чувствовать себя в безопасности, место, которое сможет удовлетворить его потребности в социальном взаимодействии, самовыражении и отдыхе. Поэтому при

проектирование общественного пространства важно учитывать все потребности молодого поколения.

Соучаствующее проектирование. Основным принципом создания общественных пространств является вовлечение жителей. Без таковой (выработка задания на проектирование, обсуждение проекта, участие в реализации, субъективизация поддержания пространства) данный институт работать не будет.

Механизмы вовлечения жителей в проектные процессы позволяют избежать проблемы неиспользуемых и неэффективных пространств. Особую роль в этом вопросе играет вовлечение молодежи в формирование городской среды. Консультации с общественностью (включая молодежь) по проектированию пространств, позволяющие им самим создавать пространства, являются ключом к созданию красивого и функционального проекта.

Создание пространства и выбор способа его использования и организации. Общественное пространство формируют люди, которые его посещают. Молодежь влияет на привлекательность места с помощью своего творчества, энергии, изобретательности и смелости. Поэтому при проектировании важно использовать идеи, потенциал и неограниченную энергию молодого поколения. Можно предоставить молодым людям возможность самостоятельно продумывать сценарии использования места, например, с помощью многофункциональной уличной мебели или подвижных модульных элементов оборудования. Подойдут и скульптуры, которые можно постоянно трансформировать, и стены, отведенные под граффити. Молодежь должна знать, что именно этот участок города принадлежит им. Таким образом, она заботится об этом общественном пространстве, что способствует улучшению качества жизни в городе.

Безопасность и комфорт. Молодые люди должны чувствовать себя комфортно в общественных местах и иметь возможность громко говорить, петь и слушать музыку. Тихие зоны стоит размещать на достаточном расстоянии от шумных объектов. Все шумные развлечения, скейт-парки и площадки для танцев должны быть удалены от окон жилых домов либо огорожены шумозащитными зелёными буферами.

Возможность самопрезентации и самореализации молодежи. Молодые люди стремятся к самореализации, участвуя в таких художественных представлениях, как игра на музыкальных инструментах, театральные постановки и танцы. В каждом общественном месте должно быть достаточно пространства для событий, спектаклей и флешмобов, предназначенных для прохожих.

Если бы молодым уличным художникам были предоставлены места, где они могли бы представить свои работы, стереотипное представление о граффити как акте вандализма, безусловно, изменилось бы. Подросткам очень важно выражать свои эмоции и контактировать с другими группами

с помощью граффити. Уличное искусство может быть формой социального действия, в котором жители города принимают участие и учат тому, как они воспринимают это искусство (например, в Берлине или Милане, где жители весело проводят время, создавая уличные картины, охотно фотографируемые туристами).

Взаимодействие разных поколений. Цель общественного пространства – быть живым и дать жителям возможность общаться друг с другом, объединять и укреплять связи между ними.

Многофункциональные места возникают, когда на уровне проектирования мы думаем о нескольких группах, которые будут использовать это пространство. Качественно спроектированное одинаково доступное для всех и способное каждому посетителю предложить какое-то занятие по душе. В правильном общественном пространстве собираются не только студенты из ближайшего института или местные жители, там встречаются все и сразу: туристы, родители с детьми, покупатели, работники ближайших учреждений, заглянувшие на обед. Каждая группа должна без труда найти еду и отдых в зависимости от своего дохода, а каждая зона должна быть доступна маломобильным горожанам. У лестниц там будут пандусы, а на пляжах – настилы из дерева, чтобы колёса не застревали в песке.

Таким образом, современное общественное пространство для молодежи должно обеспечивать: интеграцию молодых людей со сверстниками, взаимодействие с природой, возможность заниматься различными видами спорта, развлечения, отдых, современное образование (также в историческом аспекте), участие в различных культурных мероприятиях, доступное питание. Но прежде всего, оно должно включать:

участие молодого поколения в процессе создания пространства, демонстрация своей уникальности и изобретательности путем создания пространства и выбора способа его использования и организации, возможность выражения своих взглядов и творческих способностей.

Пространство, которое заинтересует молодежь, должно быть гибким и многофункциональным. Хорошо спроектированные общественные пространства для молодежи могут значительно улучшить их жизнь, создать диалог между различными возрастными группами и предотвратить конфликты поколений.

Должен быть баланс между пространствами, которые нацелены на интеграцию людей в архитектурное окружение, и зелеными насаждениями, обеспечивающими единение в окружении природы.

Необходимо работать над осознанием молодого поколения, чтобы оно осознавало тот факт, что общение с настоящими друзьями гораздо более ценно, чем общение с виртуальными. А пребывание в естественной среде способствует улучшению физического и психологического здоровья.

Список использованных источников:

1. Баталина Т.С. Анализ особенностей формирования общественного пространства // Бизнес и дизайн ревю. 2017. Т. 1. № 1(5). С. 11.
2. Нотман О.В., Багирова А.П. Привлекательность общественных пространств мегаполиса в оценках его жителей (на примере ТРЦ и парковых зон Екатеринбурга) //Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2018. № 6. С. 347–364.
3. Моор В. К., Ерышева Е.А. Современные тенденции и опыт создания эффективной системы общественных пространств города, // Вестник ДВФУ, 2015. С. 42-50
4. Захарова Е.Е. – Общественные пространства – новый вектор социокультурного развития территории // Урбанистика. 2018. – № 1. – С. 59 - 65.
5. White, Rob. Public Spaces for Young People: A Guide to Creative Projects & Positive Strategies // Australian Youth Foundation, East Sydney. – 1998
6. Patrick A. Miller. Designing for Teen Open Space Needs: A Study of Adult and Teenager Perceptions in Roanoke Virginia, 2014
7. Hannah Wright. Cites alive. Designing for urban ChildHood, 2017
8. Marzena Siestrzewitowska. Public spaces for the 21st century youth – composition, architectural form, modern technical solutions, 2013
9. Integrating Teens and the Arts into Public Space // Child In the City, 2016 <https://www.childinthecity.org/2016/07/19/integrating-teens-and-the-arts-into-public-space/>
10. Cheryl Millard. Young People and Placemaking: Engaging Youth to Create Community Places // Project for Public Places , 2015
11. <https://www.pps.org/article/young-people-and-placemaking-engaging-youth-to-create-community-places>
12. Юлия Печенкина. Как понять, что перед вами хорошее общественное пространство // КБ Стрелка, 2018
13. <https://strelkamag.com/ru/article/good-public-spaces>

© Хрусталева А.Д., 2019

УДК 745.04

Хрущ Ю.С., Шушлякова Е.А. СОХРАНЕНИЕ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ В ОБЛАСТИ ПРИКЛАДНОГО ИСКУССТВА НА ПРИМЕРЕ РЕКОНСТРУКЦИИ ВИТРАЖА 19 века

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

В настоящее время изучение и передача традиций, исследование и повторение техник и мастерства изготовления витража 19 века актуальна и интересна. Сохранностью и распространение информации о витражах

занимаются музеи, галереи и коллекционеры. В хранилищах закреплена вековая и бесценный опыт теоретических и практических знаний. В эпоху современных динамичных изменений в дизайне и архитектуре важно не только сохранить культурное наследие прошлых веков, но и развиваться, основываясь на смешении старого и нового. Традиции необходимо поддерживать, внедряя их в декорирование и роспись художественного витража, придавая им новизну, но при этом основываясь на приемах старых мастеров. Так же необходимо реализовывать традиционные технологии прошлого в создании новых как витражей, так и самостоятельных объектов декоративно-прикладного творчества.

Рассмотрим технологические и стилистические особенности памятника Англии конца XIX века, на примере реконструкции фрагмента витража «Рождество» из церкви Бортон-на-воде (рис. 1).



Рисунок 1 – Витраж «Рождество Христово» из церкви Святого Лаврентия, Бортон-на-воде, Англия, Котсуолдс, начало XX в.

Для достижения поставленных целей решаются следующие задачи:
проследить и описать стилистические особенности изображения Богородицы в витражах английских церквей 19 века;

выявить колористическую гамму, технические приемы росписи витражных элементов;

выявить основные исторические и культурологические особенности, связанные с развитием витражного искусства в данный период;

выявить основы иконографии Богоматери в английских витражах;

провести технологические исследования, повторив в материале техники исполнения (роспись и монтаж на свинцовую протяжку).

Работа над реконструкцией витража состояла из следующих этапов: отрисовка картона, вырезание стекла по шаблону, притачивание и подгонка деталей, фактурирование стекол в печи на просеянном гипсе, роспись силикатными красками, повторяющие состав и цвет исторического прототипа, сборка витража на свинцовую протяжку, установка в деревянную раму.

Далее был повторен и изучен процесс диффузного окрашивания.

Это процесс проникновения (диффундирования) при нагреве ионов серебра или меди из пасты, содержащей соединения серебра или меди, а также вспомогательные материалы – глину, охру, шамот, в поверхностный слой стекла, и окрашивание его.

Этим способом окрашивают уже готовые изделия, чаще всего в жёлто-янтарные оттенки (а также в рубиновый или чёрный цвет). Стекло окрашивается в очень тонком поверхностном слое равномерно. Поэтому по полученной цветной поверхности можно гравировать рисунок или протравливать плавиковой кислотой (Ланцетти).

Техника окраски серебра была введена в витраж в начале 1300-х годов и включает окрашивание соединений серебра (таких как нитрат серебра, хлорид, сульфат или оксид) на кусок стекла, а затем обжиг его в печи. Серебряное окрашивание – это техника, которая активно используется в витражах. Известное как жёлтое пятно silver stain, используется для создания жёлтого цвета на прозрачном стекле.

В средневековый период химия не была точной наукой, поскольку у них не было той же технологии для контроля скорости нагрева печи и температуры печи при обжиге стекла, как в наше время.

При изучении памятника был использован целостный метод исследования, основанный на сравнительно-историческом, типологическом, художественно-стилистическом анализе и технико-технологических экспериментах.

Практическая значимость работы. Результаты и выводы данной исследовательской работы могут быть полезны в научной реконструкции реставрации подобного рода памятников и использования техник мастеров прошлых веков, а также для создания современных предметов декоративно-прикладного искусства. Сохранение наследия старых мастеров несет неопределимый вклад в декоративно-прикладное творчество.

Список использованных источников:

1. Порецкая Е. В. Витражи Карла Эгери в собрании Эрмитажа. / Труды отдела западно-европейского искусства в Государственном Эрмитаже. Т.1. Л., 1940
2. Минухин Е. Витражи. Рига, 1959
3. Стокс Л. Л. Живопись на стекле. / Искусство ремёсел. ТОО «Иван», Москва, 1994.
4. Волобаева Т. В. Витражи в псевдоготических сооружениях 1820–1840-х гг. / Петербургские чтения – 95. Материалы научной конференции 22–26 мая 1995. СПб., 1995. С.112–115. ??
5. Луковникова Е. Иконография Рождества Христова // Альфа и Омега, 1994. №3. С. 170–185.
6. Уили Э. Чик Ш. Искусство цветного и декоративного стекла. / Перевод с английского. Белфакс, Минск, 1997.

© Хрущ Ю.С., Шушлякова Е.А, 2019

УДК 542

Церенина Е.В., Заболотская Е.А. **ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ИЗГОТОВЛЕНИЯ МАТЕРИАЛОВ КАК АКТУАЛЬНАЯ ТЕМА ИССЛЕДОВАНИЯ В МОДНОЙ ИНДУСТРИИ**

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

В современном мире темп жизни набрал высокие обороты, что влечёт за собой много изменений, появление чего-то нового, например, такой формы занятости, как фрилансер. Также темп жизни ведёт к учащению и увеличению негативных воздействий. Ежедневное незащищенное столкновение с ними ухудшает качество жизни, понижает работоспособность и отрицательно сказывается на воспроизведении потомства. Одежда по сей день является первым, если не единственным барьером в повседневной жизни, который встаёт на защиту от негативных воздействий, нейтрализуя их или предупреждая, если обладает соответствующим дизайном. Поэтому, в первую очередь, необходимо для решения этой проблемы обратить внимание на материалы из которых производится одежда, их технологию и комплексный дизайн костюма. Существует множество возможностей для поиска решения вопросов в данной области, одной из которых является пропитка материала.

На сегодняшний день поиск метода решения данного вопроса является актуальным. Постоянно ведутся поиски новых решений по усовершенствованию технологии и материалов, придания им необходимых и желаемых свойств. Благодаря процессу поиска, который не останавливается и вследствие развития современных технологий, уже разработаны текстильные материалы, которые могут считывать с человека его физические данные, лечить, защищать от неблагоприятного воздействия окружающей среды, различных загрязнений, дождя, ветра, биологических атак, электромагнитных излучений, радиации. Для России это направление перспективнее, чем для любой другой страны, учитывая её обширную территорию и соответственно особенный климат с перепадами температур, затяжными дождями, дефицитом ультрафиолета, морозом и ветром.

На современном рынке одежды представлены фирмы, занимающиеся и использующие в своих коллекциях технологичные материалы, которые представлены как у Российских так и у зарубежных производителей, например, Uniqlo (Япония), Grunge John Orchestra (Россия), Explosion (Россия), Krakatau (Россия), Nameless (Россия) [1].

Поиском решения вопросов защиты при помощи пропитки занимались и ранее. Так, в 1938 г. Рой Планкетт открыл политетрафторэтилен и запатентовал его в 1941 г. Данное вещество нашло широкое применение в хирургии, бытовых нуждах и других

многочисленных отраслях, одной из которых является текстильная. При работе с полотнами, разработанный состав наносится тонким слоем поверх ткани и препятствует проникновению воды и ветра. Тефлоновая плёнка воздействует не на каждое волокно ткани, не препятствует вентиляции тела [2]. Также обработка этим составом предохраняет ткань от износа: покрытые тефлоном вещи и материалы имеют повышенный срок службы. К тому же, ухаживать за таким покрытием менее трудоёмко, чем за композитными мембранными материалами, но его использование не везде практично.

В мире существует разнообразное множество пропиток водоотталкивающего действия. После обработки такими составами, сквозь материалы различного состава и способа выработки, не проникает влага и вода. В зависимости от материала и цели обработки ткани выбирается средство одного из типов водоотталкивающей пропитки: пропитка типа WR; water repellent наиболее популярный вид. Пропитка типа WR по технологии покрывает собой только наружную сторону материала. Обработанная износостойкой пропиткой ткань не подвержена промоканию, так как капли воды скатываются по защитному слою. Также ткань не отсыреет при высокой влажности, так как полностью перестает впитывать воду. Обработанный материал не пропускает даже мельчайшие молекулы воды в виде пара или тумана. Полиуретановая пропитка (PU); наносится на внутреннюю сторону обрабатываемого объекта, который может намокнуть снаружи, но влага встретит на своём пути барьер и не просочится насквозь. Пропитка DuPont (описанная ранее) – тефлоновый состав названный в честь учёного Элетера Дюпона – аналог пропитки WR. Преимущество данной пропитки, возможность обрабатывать ей материалы, которые эксплуатируются в наиболее тяжелых условиях. Тефлоновая пропитка в текстильной отрасли чаще всего используется для пропитки мебельной ткани, скатертей и верхней одежды. Пропитка PD – наносится на внутреннюю поверхность ткани и не только предотвращает проникновение влаги, но и делает материал более износостойчивым и прочным. В одежде часто применяется в комбинации с другими видами пропиток. Отдельно стоит силиконовая пропитка, которая наносится на палатки и не используется для одежды. Это связано с высокой стоимостью средства, сложностью процесса нанесения и малой эффективностью по сравнению с полиуретановыми аналогами. Для одежды используют еще пропитки Silver и Ultra Foil. Пропитка Silver наносится на одежду снаружи и помимо водоотталкивающих свойств, обладает солнцезащитными свойствами, препятствуя выгоранию материала. Ultra Foil состав наносится изнутри и образует прочный, блестящий, защитный слой [3].

Вышеперечисленные данные указывают на то, что методики, технологии защиты и их поиск, являются актуальным вопросом в различных областях. Изучение и использование пропиток, методов и

методик придания материалам необходимых свойств, позволяют обеспечить потребности человека от использования и применения полученного дизайна вещей.



Рисунок 1 – Фрагмент производства авторского тканного полотна, автор Церенина Е.В.

Изготовление авторских полотен (рис. 1-2) с применением многостороннего подхода позволяет добиться придания необходимых свойств материалам и повысить эффективность использования пропиток. Всесторонний подход поможет повысить гигиенические, терапевтические и защитные свойства материалов. Для многостороннего анализа и поиска решения вопроса были разработаны и изготовлены авторские полотна различного способа выработки.

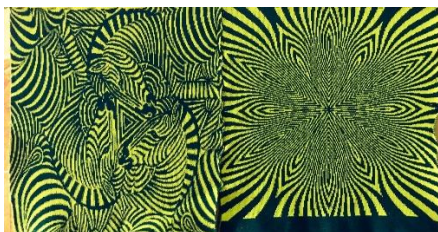


Рисунок 2 – Готовые авторские трикотажные полотна, автор Церенина Е.В.

Дальнейшей целью работы является разработка технологии выполнения материала, который после нанесения пропитки будет комбинировать в себе такие свойства как, газопроницаемость, теплопроводность, воздухопроницаемость, а также обладать психофизиологическими особенностями и защитой от влаги. Также дальнейшая работа будет посвящена технологии использования материала, разработки пропитки с приданием материалу необходимых свойств, которые бы минимизировали неблагоприятное воздействие на организм человека, одно из которых электромагнитное излучение. В комплексной разработке с дизайном костюма стоит целью добиться соответствия таким требованиям как, эстетичность, практичность, универсальность и комфорт.

Список использованных источников:

1. Blog.fashionfactoryschool.com/blog/lajfhaki/proizvodstvo/262-technologichnyie-tkani.
2. <https://www.chemours.com/en>
3. <https://lababar.ru/waterproof-coating-for-shoes-with-their-own-hands-water-repellent-impregnation/>.

© Церенина Е.В., Заболотская Е.А., 2019

УДК 316.722

Чепкасова Д.Б., Сорокотягина Е.Н. **ВЛИЯНИЕ АЗИАТСКОГО СТИЛЯ НА СОВРЕМЕННУЮ МОДУ**

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

В моде в настоящее время всё большей популярностью пользуется азиатский стиль. Он имеет ряд отличительных особенностей, которые позволяют выявить его среди множества других модных направлений. При создании костюма в азиатском стиле следует руководствоваться определенными правилами.

Азия. Что представляет каждый из нас, когда слышит это слово? Нарисованные границы на карте мира, своеобразный и непонятный менталитет людей, которые проживают в пределах этих границ, экзотическую еду, удивительные пейзажи, древнюю захватывающую историю, современные технологии, или же страну... Но какую: Китай, Вьетнам, Японию или Корею? А может быть все сразу? Каждый решает для себя сам, но отчетливо ясно одно – только это слово совмещает в себе столько контрастов и загадок и навсегда погружает в свой странный мир тех людей, которые решили приоткрыть завесу этой тайны.

Особенности национальной культуры, то, как они, древнейшие отпечатки азиатского наследия, могут сосуществовать на одной арене с современными особенностями Азии, ее развитием, технологическими достижениями, идолами удивляет и восхищает одновременно. Изюминкой в определении всего азиатского стиля является сочетание несочетаемого. Это тот мир, где традиционные мотивы Востока не конфликтуют с современными тенденциями моды, а сплетаются с ними воедино.

Современных дизайнеров, казалось бы, вряд ли уже чем-то можно удивить. За такое большое количество времени существования человека была создана огромная база образов и костюмов. Несмотря на этот факт, год от года продолжают появляться новые тенденции моды, порой повторяющие прошлые поколения. Современный инжиниринг в дизайне одежды накопил уже достаточно опыта.

Возможно, именно поэтому модельеры сейчас так увлечены азиатским направлением, которое способно вдохновить на бесчисленное количество безумных идей и смелых решений в отношении цвета, формы, фактуры и принта. В этом плане Восток намного прогрессивнее и на несколько шагов впереди.

Кому не известны имена Рей Кавакубо, Джуны Ватанабе, Кендзо Такада, Едзи Ямамото, Иссей Мияке, Читосе Абе? Без этих культовых японских дизайнеров невозможно представить современный подиум. Адепты минимализма, настоящие титаны индустрии моды; перекраивают, деконструируют, наполняют образы традиционными японскими

элементами и словом вытворяют с костюмом такое, что на показах у всех захватывает дух. Необычный, но не всегда функциональный крой, яркие принты, ироничные детали... Все это объединяет в себе современное наследие моды Востока.

Причём внимание сейчас уделяется не только конкретному стилю отдельно взятой страны Азии, но и всему азиатскому миру в целом. На каждом шагу можно услышать о корейской поп-культуре, японской моде или же киберпанке.

Возникает вопрос: почему данный стиль внезапно стал так популярен? Это связано с успешным развитием азиатских стран. Ещё 15-20 лет назад Азия считалась отсталым регионом по сравнению с передовой Европой. Однако, уникальность каждой страны Азии позволила её жителям самостоятельно выбраться на высокие строки рейтинга на мировой арене среди более развитых стран. Соответственно популярность рассматриваемого региона вновь возросла. Кроме того, культурное своеобразие азиатских стран не может остаться незамеченным. Если европейские государства живут по определённому шаблону, то страны азиатского мира уникальны в этом отношении. Каждая страна Азии по-своему особенна [1, с. 16].

Такая популярность азиатских стран вызвала бум внимания к ним и с культурной стороны. Однако, это вовсе не означает, что люди по всему миру начали надевать кимоно или сари. Азиатский стиль имеет свои особенности. Остановимся на них подробнее.

Стоит отметить, что отсылка к национальным мотивам является первоосновой данного стиля. Следовательно, в азиатском крое главенствует многослойность одежды, оверсайз, минимализм, асимметричность и расклешенный силуэт.

Одна из самых главных особенностей азиатского стиля - желание обнажить ноги. Это связано с тем, что культура большинства стран Азии не позволяет оголять плечи или грудь. Однако, современные требования не так суровы. И многие девушки-азиатки носят короткие юбки и шорты. Их предпочтение таким вещам связано также с желанием «вытянуть» фигуру, так как азиаты являются достаточно низкорослой категорией населения.

Ещё одна особенность азиатского стиля – кукольные наряды. Невинный образ школьницы в кукольном платье вознесли на пьедестал азиатские дизайнеры. Так называемый стиль бэби-долл в последние годы очень популярен в Азии. Его особенность заключается в использовании одежды свободного покроя. Особенно это относится к пышным юбкам с оборками, складочками. Азиатский стиль практически вообще не приемлет ношение узкой, обтягивающей одежды.

Моді представляет собой ещё одну уникальность азиатского стиля. Он пришёл в регион из скандинавских стран ещё в период географических открытий. В первую очередь увлеклась таким стилем Япония. Он

олицетворяет дух романтики. Его особенность – многослойность. Девушки носят одновременно рубашки, футболки, кардиганы, а также сразу пару юбок или легинсы с надетыми поверх чулками. И всё это в жаркое время года. Однако, выглядит это гармонично с учётом утончённости азиатской фигуры.

При инжиниринге одежды в азиатском стиле следует также руководствоваться важным правилом – азиатки предпочитают вырезы горловины овальной либо круглой формы. Это является традиционным в азиатской моде.

Также широкой популярностью пользуются рубашки. Они могут быть различного дизайна: яркие, причудливо запринтованные или же одноцветные. Они заправляются в брюки или юбку и всё это дополняется ремнём. Сверху может быть надет удлинённый кардиган либо пиджак.

Ещё одна важная особенность азиатского стиля – наличие бижутерии. Женщины Востока любят носить украшения из настоящих металлов, а также жемчуга и дерева. Такая бижутерия отличается яркостью, массивностью. Это, с одной стороны, никак не соотносится с азиатским стилем. С другой – придаёт ему изюминку.

Помимо всего прочего, следует отметить, что азиатки предпочитают не только натуральные камни и металлы в своей бижутерии, но и натуральные ткани: шёлк, атлас и др. Это придаёт их нарядам особую роскошь [2].

Таким образом, мы выяснили, что азиатский стиль и культура Востока в целом являются достаточно популярными направлениями для изучения. Огромное влияние оказано на современную моду и поп-культуру не только самой Азии, но и всего мира. Его отличительной особенностью является то, что компоненты стиля не претерпевают существенных изменений с течением времени. Это связано с глубокой приверженностью традициям народов указанного региона.

Список использованных источников:

1. Межуев В.М. Культура в эпоху глобализации // Социокультурная антропология. История, теория и методология. – М.: Академ. проект, Культура; Киров: Константа, 2012. – 1000 с. – С.688-694.

2. Михалёва К.Ю. Мода как социальный институт : автореф. дисс. на соискание учёной степени кандидата социологических наук. – М.: 2017.

3. Савицкая Т.Е. Новая локальность. – URL: <http://intelros.org/lib/statyi/savitskaya1.htm>.

© Чепкасова Д.Б., Сорокотягина Е.Н., 2019

УДК 74.01/.09

Черникова Е.В., Мыскова О.В. ТЕНТОВАЯ АРХИТЕКТУРА КАК ОБЪЕКТ АРТ-ДИЗАЙНА

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

Ещё совсем недавно главными достопримечательностями и символами города считались только бронзовые монументы: литые цари, писатели и иногда книжные герои – классические образы в классическом исполнении. Сегодня же, в средовом и промышленном дизайне все большую популярность завоевывают арт-объекты, а также арт-дизайн.

Если понятие «арт-объект» в большинстве случаев известно окружающим, то определение «арт-дизайн» многие затрудняются назвать.

Впервые термин «Арт-дизайн» появился в Италии в восьмидесятые годы двадцатого века. Его появление было связано с образованием двух дизайнерских групп, носящих названия «Алхимия» и «Мемфис». В композициях арт-дизайна соединялись приемы изобразительного искусства и промышленного дизайна.

Арт-дизайн – это художественное конструирование с явным приоритетом эстетических функций произведения. Объекты арт-дизайна могут одновременно оказывать воздействие не только на предметно-пространственную, но и на социокультурную среду.

Главное отличие арт-дизайна от арт-объекта заключается в том, что арт-объект является произведением строго изобразительного искусства, рассчитанным на эмоциональную реакцию зрителя; неутилитарная вещь, созданная из различных материалов и предметов, передающая творческую идею создателя путем визуального взаимодействия с публикой. То есть объект арт-дизайна может играть не только эстетическую роль, но и иметь функциональность, например служить местом для отдыха, где зритель сможет присесть после прогулки, небольшим навесом в случае морозящего дождя, или источником света в темное время суток.

Ярким примером объектов арт-дизайна может служить тентовая архитектура. Тентовая архитектура – это идеальное решение для быстрого и практичного строительства. Сама идея была рождена в очень далекие времена наших предков, когда те только делали первые шаги на пути становления цивилизации. Возвести шатер на основе деревянного каркаса, обтянутого шкурами – простая и, одновременно, очень практичная идея. Впоследствии, многие народы стали использовать подобный тип архитектуры для своего жилища. А некоторые, как например кочевники, живут в них до сих пор. Конечно, тентовые конструкции прошли долгий путь развития, получив сложные и замысловатые формы, но именно эти первые примитивные шатры и стали прототипом современной тентовой архитектуры.

Сегодня тентовые конструкции – это отдельный вид искусства. Достаточно вспомнить шедевр Йохана Отто фон Спекельсена, который в 1983 году создал арку, спроектированную на основе тентовых конструкций (рис. 1). Оказалось, что подобные сооружения могут служить не только как мобильные временные объекты, но и как шедевры архитектуры, способные на долгую жизнь.



Рисунок 1.

В России тентовая архитектура также активно развивается. В Грозном был воздвигнут самый большой шатер в России – «Горы Чечни» (рис. 2). Монументальная композиция, напоминающая сверху горные хребты. Это сооружение до сих пор является одним из примеров не только грамотного решения, но и эстетического многообразия форм, как это вписалось в общую атмосферу города



Рисунок 2.

Биоморфный павильон-паук (рис. 3) создан студентами-архитекторами Штутгартского университета. Данный объект арт-дизайна посвящен проблеме глобального потепления и уничтожения многих видов насекомых и потребовал глубокого изучения как современных синтетических материалов, так и природных форм. Исследование экзоскелетов беспозвоночных определило выбор материалов и технологию их применения. Карбон или углеродное волокно, принимающее на себя основную нагрузку, и стеклоткань, отвечающая за форму, стали основной пятиконечного павильона, имеющего восемь метров в диаметре.



Рисунок 3.

А вот даже целый арт-центр, который выглядит как объект арт-дизайна – центр искусств Меса в штате Аризона (рис. 4). Он является крупнейшим художественным комплексом на юго-западе пустыни и катализатором урбанизации и общественной гордости. Центр включает в себя четыре театра, художественное учебное заведение с 12 студиями и

музей современного искусства, объединенные вокруг драматического ландшафтного оазиса, создавая разнообразный комплексный культурный комплекс.

Во время проектирования стояла задача создать что-то яркое и неожиданное, новую индивидуальность для города, которая обеспечила бы место для сбора сообщества. Архитекторы черпали вдохновение в цветовой палитре флоры и геологии пустыни, создавая богатый трехмерный ландшафт для исследования.



Рисунок 4.

Тентовые конструктивные структуры, как показывает мировая практика, дают возможность проектировать и осуществлять уникальные выразительные архитектурные формы, которые являются изящными, динамичными, скульптурными и могут служить социально важными объектами арт-дизайна, гармонизировать окружающую среду, становиться центрами притяжения для горожан.

Список использованных источников:

1. Современные тентовые сооружения: архитектура и дизайн [Текст] / О. В. Мыскова. - Москва : МГУДТ, 2014. - 132 с. :

2. Аронов В.Р. Дизайн в культуре XX века. 1945–1990 / В.Р. Аронов. – М.: Издатель Д. Аронов, 2013. – 406 с.

3. Арт-дизайн: структура, содержание и перспективы развития специализации: сб. науч. тр. / под. науч. ред. Е.В. Ткаченко. – Екатеринбург: ГОУ ВПО «Рос. гос. проф.-пед. ун-т», 2009

4. Абакумов Л.И., Дергач Г.И. Арт-объекты в современном средовом дизайне//Царскосельские чтения. 2015. №XIX. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/art-obekty-v-sovremennom-sredovom-dizayne> (дата обращения: 31.10.2019).

© Черникова Е.В., Мыскова О.В., 2019

УДК 741.021.2:677.027.511

Чернышова Ю.В. ИСТОРИЯ И ЭВОЛЮЦИЯ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ОФОРМЛЕНИЯ ЖЕНСКИХ СУМОК

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

В современном мире люди привыкли к комфорту. Мало кто задумывается об истории аксессуаров для костюма – о том, какими были первые брюки, первые шляпы и др. К аксессуарам относятся и сумки. Без

них невозможно представить современную жизнь: магазин, путешествие, премьеру спектакля, прогулка. Для каждой ситуации можно подобрать подходящий аксессуар по форме, цвету и материалу.

История сумки, предназначенной для переноски вещей, началась еще во времена первобытнообщинного строя, уже тогда у людей возникла потребность в перемещении различных предметов, освободив при этом обе руки. Первые сумки были примитивные. Они сплетались из корней или травы в сетки. Использовались куски шкур, которые завязывались узлом на руке или укреплялись на палке, перекинутой через плечо. Наиболее древней и распространенной выделяют сумку из меха или кожи млекопитающих и рыб, затем сумки-коробочки из веревок и лыка, позже всех появились тканевые. Первобытные люди использовали сумки для транспортировки пищи, кремня и других предметов первой необходимости. С развитием товарно-денежных отношений возникли сумки-кошельки, которые вешали на шею, привязывали к поясу или носили в руках. Немногие знают, что сумка была предметом сугубо мужским. Сумка из кожи являлась редким и дорогим предметом, передававшийся из поколения в поколение, от отца к сыну. Долгие века женщины обходились без дамской сумочки. На Руси, например, женщины использовали длинные, обычно собранные у запястья рукава.

Дамские сумки появились в истории моды относительно недавно. За несколько веков они прошли сложный путь, пока не превратились в традиционные сумки, покоряющие целесообразностью форм и утонченностью декора. Первыми женскими сумками стали кошельки для раздачи мелочи бедным или сумки для покупок, их прикрепляли к поясу. В XIV веке в моду входит «омоньер» – мешочек тонкой и сложной ювелирной работы с замочком в виде готического храма. Его носили и кавалеры, и дамы. В XVII и XVIII веках и в большей части XIX века женская одежда была настолько объемной, что один-два кармана, выполняющих функции сумки, можно было легко спрятать под юбкой. Такие карманы обычно носили парами: на каждом бедре по одному – отсюда и название *thigh pockets* – набедренные карманы. В середине XVIII в. появляется первая в подлинном смысле слова дамская сумочка – помпадур. С приходом XIX века размеры сумочек несколько увеличились и их формы разнообразились. На женской сумочке впервые появляется замок рамочного типа. Такие модные и новые в те времена дамские аксессуары стали называть ридикюль. Также большую популярность получает почтовая сумка (*messenger bag*).

Практически все дамские сумки первых десятилетий XX века были маленькими, точнее, крошечными, поскольку в те годы женщине не нужно было носить много вещей с собой. Сороковые годы двадцатого века ознаменовались появлением необычных сумок-пуделей *Walborg Poodle bags*. Невероятно модными стали большие по размеру сумки в форме

квадратов. В пятидесятые годы пользовались популярностью клатчи, минодьеры и пошеты, в шестидесятые под влиянием движения хиппи в моду вошли сумки-мешки свободного покроя из простых материалов. Семидесятые годы вознесли на пик популярности в мировой моде спортивный стиль. В восьмидесятые – девяностые годы были созданы сумки различных форм и размеров с использованием различных принтов. В XXI веке дизайнеры продолжают нас удивлять различными интерпретациями давно уже известных форм, при этом привнося что-то новое уникальное.

Постепенно трансформировалась не только форма сумки, но и ее форма, способы декорирования, изменялись материалы, используемые при изготовлении этого аксессуара.

На территории современной Германии при археологических раскопах была найдена сумка, относящаяся к 2,5 веку до н.э., украшенная множеством собачьих зубов, скорее всего данный декор несет функцию оберега. Уже позднее люди будут украшать сумки из эстетических представлений.

У русских популярный декоративный приём – изготовление узора сумок из лоскутков ткани. Северные народы искусно декорировали сумки аппликацией из сукна, кусочков кожи, нашивками из пуговиц и бисера. Скифы шили сумки из шкурок соболя. В Средней Азии кожаные сумки украшали металлом, в Башкирии – аппликацией, в Казахстане – прорезями. Африканцы наносили на мягкие кожаные сумки аппликацию из цветных кусочков кожи. Сумку на протяжении её долгой истории отделявали различными материалами: золотом, серебром, драгоценными камнями, натуральным шёлком, морскими жемчужинами, кружевными элементами бисером и вышивкой. В наши дни современные дизайнеры и дома мод продолжают использовать при создании своих коллекций сумок эти виды отделки.

В процессе исследования выявились основные классификации сумок:

по форме («Hobo bag», «Baguette bag», «Pouch bag», «Saddle bag», «Circle bag», «Bucket bag», «Barrel bag»);

по размерам («Bowling-bag», «Саквояж», «Барсетка»; «Messengerbag»);

по способу ношения («Handheld bag», «Belt bag», «Shoulder bag», «Clutch»; «Messenger bag»);

по стилю («Biker bag», «Safari bag»);

по способу закрывания («Frame(d) bag», «Topzip», «Flap»);

по назначению («Totebag», «Satchelbag», «Муфта», «Барсетка», «CigarBox», «Пляжная»);

по виду ручек («Wristlet bag», «Ring bag», «Top handle», «Backpack»);

по назначению (пляжная сумка, театральная сумочка, для путешествий – рюкзак, чемодан).

Чтобы иметь представление каким сумкам сейчас отдается предпочтение (материал, декор, форма, цвет) был проведен небольшой опрос среди женщин и девушек различного возраста (опрошено 158 человек). Большинство опрошенных находятся в возрастном промежутке 18-24 (67,1%). На гистограмме (рис. 1) можно увидеть, что наиболее предпочитаемый материал – кожа (выбрали 63,3% опрошенных), что неудивительно, ведь кожа отличается прочностью, пластичностью и износостойкостью. Благодаря этому реализуются самые непредсказуемые, оригинальные задумки дизайнеров. На гистограмме (рис. 2) представлены основные способы декорирования сумок, и большинство опрошенных (78,5%) предпочли бы сумку без декора/однотонную, на основе этого можно сделать вывод, что большинство женщин, приобретая сумочку для своего гардероба прежде всего думают об её практичности. Если говорить именно о декоре, то здесь лидирует вышивка (31,6%) и печатный принт (25,3%). На гистограмме (рис. 3) представлены основные бренды, выпускающие сумки, цель вопроса – выявить наиболее известные и предпочитаемые бренды – лидирующие места занимают модный дом Chanel (37,3%) и бренд Michael Kors (33,5%). Если провести соотношение с гистограммами № 1 и № 2, то станет понятен данный выбор большинством опрошенных, эти бренды в основном выпускают коллекции придерживаясь простоты и лаконичности в дизайне, используя при этом такой материал как кожа.



Рисунок 1 – Наиболее предпочитаемые материалы сумок



Рисунок 2 – Предпочтения в декорировании сумок



Рисунок 3 – Предпочтения сумок по уровню известности торговых марок

Сегодня женские сумки – это целое направление в моде и даже искусстве, недаром в мире есть несколько музеев сумок. Без сумок мы уже просто не можем представить нашу жизнь.

Список использованных источников:

1. Бекк Н.В., Черенкова С.С., Махоткина Л.Ю. Совершенствование классификации современных кожгалантерейных изделий из экоматериалов по типу и фасону // Вестник Казанского технологического университета. – 2014. – № 13. – С. 128–131.
2. Козлова Т.В. 'Основы художественного проектирования изделий из кожи: Учебное пособие для вузов' - Москва: Легпромбытиздат, 1987 - с.232
3. Попова С.Н. «История моды, костюма и стиля» - М.:Астрель:АСТ, 2009- с. 224-225.

© Чернышова Ю.В., 2019

УДК 7.017.9

Чивга М. АНАМОРФОЗ: ИСКУССТВО ИЛЛЮЗИИ

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

В этой статье даётся определение термину «анаморфоз», рассматриваются способы и методики создания анаморфозных произведений, а также исследуются истоки данного направления в искусстве и тенденции его развития на примере современных мастеров.

Анаморфоз, бесспорно, является оригинальным видом творчества. Игра оптических иллюзий создаёт из небытия чёткий и выразительный образ, глядя на анаморфозные произведения возникает ощущение мистического, исключительного влияния на окружающую среду. Очень часто мастера в своих произведениях используют различные неповторимые художественные приёмы, манипуляции необходимы для того, чтобы произвести более сильный эффект на зрителя, таким образом анаморфозные произведения содержат в себе некий фокус.

Вернёмся к понятию слова анаморфоз (от греческого «образ, форма»). Анаморфоз – это деформированное изображение, при первом взгляде недоступное для восприятия, складывающееся в узнаваемый образ

только под определенным углом, либо отражаясь в зеркальной поверхности.

Впервые анаморфоз в произведении возник в 16 веке, однако, расцвет эта форма иллюзии в изобразительном искусстве приобрела в 17 веке. Анаморфозы чаще создавались с использованием картинной плоскости, где иллюзию можно было рассмотреть, лишь взглянув под определённым углом, с определённой точки и иногда при особом освещении.

Одним из самых первых произведений с использованием анаморфозного изображения стало живописное полотно Ганса Гольбейна Младшего под названием «Послы» (1533 г.). В этом произведении реализуется образ двойного зрения, то есть при прямом взгляде на картину, человек видит смерть иллюзорной, не стоящей его внимания, но при более глубоком взгляде на вещи, смерть предстаёт перед ним реальностью.

Для более детального и углублённого изучения рассмотрим анаморфоз на примере работ венгерского мастера Иштвана Ороса. Как и любые другие работы в этом направлении, картины Ороса также вызывают недоумение и непонимание на первый взгляд. Многие зрители делятся отзывами о том, что это мазня «художника-самоучки». Всё становится на свои места, когда в нужном месте работы возникает цилиндрическое или коническое зеркало, в которое необходимо смотреть с определённой точки в этот момент абстракция становится чётким и понятным трёхмерным образом.

Анаморфоз – это направление в искусстве, которое не ограничивается лишь живописью. Такое утверждение наглядно подтверждают работы известного лондонского скульптора Джонти Гурвица. Мастер пытался добиться любыми способами отражения реальных образов, при этом изначально, создавая совершенно абстрактные предметы. Он смог добиться своей цели используя современные технологические достижения, а также математические расчеты. Действительно, глядя на работы современных мастеров, можно смело сказать, что творчество и искусство в целом идут в ногу с прогрессом.

Рассмотрим способы создания анаморфозных изображений. Первый, способ – рисунок «на глаз» является самым простым и не требующим специфических конструкций и оборудования. Чтобы научиться создавать анаморфоз, необходимо начать с малого, например, создать намеренно искажённый рисунок на небольшом листе бумаги, но с таким расчетом, чтобы, изменяя угол наклона листа, приближая или удаляя его относительно глаз, изображение принимало верную задуманную изначально форму, а искаженные линии складывались в правильную картинку.

Второй метод предполагает преобразование работы только в том случае если она отражается в цилиндрическом или конусном зеркале. Для такого вида анаморфоза необходимо построение сетки анаморфозного изображения. Этот метод был описан Афанасием Кирхером еще в 1646 году в труде «Великое искусство света и тени». Если концепция работы изначально подразумевает дополнительные конструкции то, необходимо заранее исказить рисунок таким образом, чтобы он правильно отображался в зеркале. Для проделывания такого вида иллюзии необходимо понимать законы формы и принципы распределения отражения в соответствии с линейной перспективой. Так в случае с цилиндрическим зеркалом искажённый рисунок необходимо развернуть по кругу в соответствии с диаметром основания цилиндра, при этом следует понимать, что чем дальше от поверхности зеркала, тем крупнее должны быть фрагменты рисунка. Рассмотрим случай применения конического зеркала для создания понятного изображения рисунок нужно «вывернуть наизнанку». При использовании конического зеркала анаморфозы читаются сверху, а изображение растягивается к вершине конуса. В отличие от техники рисования с помощью цилиндрического зеркала для создания такой анаморфозы необходимо нарисовать круг большего диаметра, чем основание зеркала. Также необходимо провести отрезки от границ окружности к краям картинной плоскости в зеркале. Они отразятся наоборот, внутрь конуса, устремляясь к его вершине, в соответствии с этими направляющими размещаются искаженные фрагменты рисунка. В результате прогресса, а именно развитии в 20 веке таких наук как оптика и начертательная геометрия стало возможным производить анализ любой анаморфозы на основе её геометрического построения для зеркал любых форм и размеров.

В современном мире также популярны и активно используются принципы анаморфоз. Благодаря технологиям можно не создавать лишне проблемы сложности в построении искажённой сетки легко решаются. Всё что необходимо это взять мультимедийный проектор и направить выбранное изображение на поверхности в определённом месте в пространстве, где запланирован рисунок. Линии сами собой исказятся и лягут на плоскости правильно, всё, что останется это только обвести их и раскрасить.

Глядя на динамику развития анаморфоза как искусства, можно сказать, что в будущем оно не остановится, а будет совершенствоваться и поражать разнообразием техник и принципов построения.

Список использованных источников:

1. <https://artwish.livejournal.com>
2. <https://artifex.ru>

© Чивга М., 2019

УДК 745/749 + 376.33

Чираева К.С., Уваров В.Д. МЕТОДЫ РАЗВИТИЯ ДЕТЕЙ С НАРУШЕНИЕМ СЛУХА ПРИ ПОМОЩИ ИСКУССТВА ТАПИССЕРИИ

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

Таписсерия – (в переводе с греческого «тапес», латинского «тапетум» – ковер) искусство стенового ковра, оно шире понятия «гобелен», и включает в себя изделия, выполненные различными техниками плетения и ткачества [1].

Искусство таписсерии состоит из трех основных видов: плоскостной, объемно-пространственный и энвайронмент. Изначально образовался плоскостной вид искусства таписсерии, появившийся в период XI-XIV веков. Со временем плоскостная таписсерия трансформировалась. Плоскостной настенный ковер превратился в сложное синтетическое произведение, сумевшее выйти из тесных рамок «прикладничества», подставив под сомнение представление о том, что сам текстильный материал не «пригоден» для создания произведений, подвластных универсальным законам художественного воздействия [2]. К плоскостному виду искусства таписсерии относятся ковровые изделия, полотенца, декоративные панно, гобелены.

Вид объемно-пространственной таписсерии появляется в XIV-XIX века, в нем рассматриваются не только предметы, декор и аксессуары интерьера, но и функциональные объекты, формы и инсталляции в пространстве. Во время начала развития таписсерии мастера художественного ткачества применяли свое мастерство только для оформления интерьера, но сейчас, в связи с появлением и развитием новых технологий и материалов, таписсерия образуется не только в интерьере, но и в организации городской среды. Так в XIX-XXI века появляется третий вид искусства таписсерии – энвайронмент.

Энвайронмент – это средовой объект (архитектурный, ландшафтный), который можно не только обойти вокруг объемной формы, но и проникнуть внутрь него [3].

История развития искусства таписсерии корнями уходит в искусство ткачества. Ткачество относится к одному из видов декоративно-прикладного искусства. На сегодняшний день «декоративно-прикладное искусство» является актуальным методом образования детей в педагогической деятельности. Творчество не только развивает способности, мышление, фантазию и воображение ребенка, но и воспитывает эстетический вкус, любовь к прекрасному и жизнь в целом.

Каждый ребенок воспринимает и чувствует этот мир по-разному, однако отдельное внимание понимания внешнего мира, относится к людям

с нарушением слуха. Развитие детей с нарушением слуха – одна из центральных проблем образовательной деятельности. Познание и восприятие окружающего мира при отсутствии такого важного канала получения информации, как слух, выступает важнейшим предметом научного исследования.

Дети с нарушением слуха делятся на следующие группы и подгруппы: слабослышащие и глухие (имеющие речевую степень развития и не имеющие); ранооглохшие и позднооглохшие (по наследственным причинам и по причинам болезни). Степень понижения восприятия речи делится на уровни: норма – 0-25 дБ, I степень – 26-40 дБ, II степень – 41-55 дБ, III степень – 56-70 дБ, IV степень – 71-90 дБ и глухота- >91 дБ. Такая разновидность групп детей с нарушением слуха требует применение разносторонних программ и методов образования развития детей с нарушением слуха с самого раннего периода, и для каждой возрастной группы отдельно [6].

Социокультурная адаптация детей с нарушениями слуха достаточно часто осложняется эмоциональными и поведенческими расстройствами. В большинстве случаев такие дети замкнуты, предпочитают общение с себе подобными, болезненно реагируют на случаи обнаружения их дефекта. Речь глухого или слабослышащего ребенка характеризуется количественной недостаточностью и качественным своеобразием. Все эти обстоятельства обуславливают необходимость предельно раннего начала учебно-воспитательной работы [4]. Сурдопедагогическая деятельность рассматривает вопросы всех групп детей с нарушением слуха, на основе дифференцированного метода образования. Дифференцированное обучение детей с нарушением слуха проходит на основе следующих методов: наглядный, словестный, практический и игровой.

Словесный метод обучения осуществляется в специальных коррекционных школах и учреждениях по обучению глухонемых детей под руководством педагога-дефектолога (сурдопедагога) по специально разработанным методикам обучения и предназначен для детей, имеющих I-III степень потери слуха.

К наглядным методам и приемам обучения относят: наблюдение; рассматривание предметов, явления, картин, слайдов (использование компьютерной программы). Методическими приемами наглядного метода являются подражание, показ способа действия, образца и др. Этот метод способствует развитию памяти и мышления. Наглядный метод обучения взаимодействует и с другим методом: практическим, связанным с чувственным познанием предметов через их свойства, внешний вид, форму, восприятия вкуса и запаха, и т.д. [5]

Для более глубокого познания действительности детям необходимо не только наблюдать за различными явлениями, но и практически действовать с предметами, выявлять их свойства и особенности. К группе

практических методов относятся различные виды предметной и продуктивной деятельности, игры, элементарные опыты, моделирование, изобразительная, декоративно-прикладная и конструктивная деятельность, связанная с формированием практических умений и навыков, развитию моторики и многое другое. Для плохослышащих детей практический метод способствует обогащению о знакомых предметах, способствует развитию различных видов восприятия: зрительного, тактильно-двигательного, чувственного и др. [5].

Игровой метод обучения рассматривает все существующие методы: наглядные, практические, словесные (при I, II, III степени понижения слуха) и познавательные психологические процессы ребенка (моторику рук, словарный запас, мышление и др.) в зависимости от вида игры.

Дифференцированная система образования в сурдопедагогической деятельности рассматривает развитие разных методов обучения, для всех групп, поскольку они помогают детям лучше адаптироваться в социальной среде.

Образование при помощи искусства таписсерии, как отдельная программа, на сегодняшний день не рассматривается в сурдопедагогической деятельности. Искусство таписсерии в образовательной деятельности, проявляется в таких предметах, как: ткачество, кружевоплетение, макраме, лоскутное шитье, вышивка и другие. Все эти предметы относятся к внутреннему строению искусства таписсерии.

На основе данного материала была разработана программа «Искусство таписсерии» для развития и социальной адаптации детей с нарушением слуха. Программа строится на основе истории, видов, техник плетения искусства и дифференцированного метода образования. Данная программа разделена на пять этапов: история искусства таписсерии, плоскостная таписсерия, объемно-пространственная таписсерия, энвайронмент и современное искусство таписсерии.

На первом этапе «История искусства таписсерии» дети знакомятся с историей, видами и техниками изготовления искусства таписсерии. В данном этапе используется словесный и наглядный метод обучения.

Второй этап «Плоскостная таписсерия». В этом этапе дети знакомятся с плоскостным видом искусства таписсерии. На практике аудитория учится изготавливать изделия в технике ткачества из текстильного материала. Предметами создания служат: пояс, браслет, панно. В том числе проводятся развивательно-развлекательные игры искусства таписсерии: резиночка, плетенка на пальцах, лазерный лабиринт. В этом этапе используется практический и игровой метод обучения.

Третий этап рассматривает изучение вида объемно-пространственной таписсерии, на основе создания народных кукол:

солнечный конь, многорука, кубышка травница, в том числе проводятся обрядовые игры с народными куклами. Для обучения используется практический и игровой метод обучения.

Четвертый этап «Энвайронмент». На данном этапе группа детей посещает различные выставочные центры экспозиций искусства таписсерии. Посещение выставок способствует адаптации и коммуникации.

Последний этап «Современное искусство таписсерии» ориентирован на коллективную общую практическую работу и дидактические игры. Дидактические игры создают необходимую мотивацию овладения речевым материалом на основе общения детей друг с другом, через игру. В этом этапе используется синтез практического и игрового метода обучения.

Исследовав материал истории и видов искусства таписсерии, групп детей с нарушением слуха и методов образования в сурдопедагогической деятельности, была разработана программа «Искусство таписсерии». Данная программа «Искусство таписсерии» применяет синтез искусства таписсерии (история, виды, техники плетения, материал) и дифференцированного метода образования. Используемые методы этой программы развивают познавательно-психические процессы, при помощи искусства таписсерии, что способствует коммуникации и адаптации детей с нарушением слуха в социальной среде.

Список использованных источников:

1. Хозяшева Л.С. Развитие творческого воображения студентов художественно-графических факультетов педагогических вузов в процессе создания таписсерии (гобелен): диссертация на соискание ученой степени кандидата педагогических наук: 13.00.02. -М.: МПГУ, Москва, 2009. С. 3-4.

2. Уваров В.Д. Авторская таписсерия: Монография. –М.: ГОУВПО «МГТУ имени А.Н. Косыгина», 2016. С. 6.

3. Газизова А.Т. История развития ткачества от гобелена до таписсерии // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. Социальные, гуманитарные, медико-биологические науки. 2015. Т. 17. № 1(4). С. 991.

4. Епифанцева Т.Б. Настольная книга педагога- дефектолога. –М.: Ростов н/Д, Феникс, 2007, С. 106-110.

5. Головчиц Л.А. Дошкольная сурдопедагогика: Воспитание и обучение дошкольников с нарушением слуха. Учебное пособие для студентов высших учебных заведений. –М.: Гуманит. Изд. Центр ВЛАДОС, 2001, С. 126 – 127.

6. Методы, приемы и формы работы с детьми с нарушением слуха. URL: <https://www.twirpx.com/file/708178/> - Дата обращения: 10.04.18

© Чираева К.С., Уваров В.Д., 2019

УДК 7.025+677.027.4

Чоудури Р.Н., Третьякова А.Е., Сафонов В.В. ЗНАЧЕНИЕ ЦВЕТА В ВОЕННОЙ ФОРМЕ

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

Военная форма – одинаковая по крою и цвету одежда у военнослужащих, регламентированная специальными нормативными актами, ношение ее обязательно для военных, где предусмотрена военная служба. К военной форме можно также отнести знаки отличия (медали, ордена) и знаки различия (для обозначения персональных воинских званий: погоны, эполеты) военнослужащих.

Когда же появилась первая военная форма? Первые зачатки той самой военной формы, по мнению историков, появляются в Спарте. Там, в силу характерного быта, где контролировалось всё: от времени умывания до блюд за обедом, регламентация коснулась и военной одежды. Цветом избирается красный, чтобы текущая из ран кровь была менее заметна. Далее уже Римские легионы имеют чуть более близкую к современному пониманию форму: однообразное вооружение, доспехи, белую одежду и перья на шлемах.

Стоит отметить, что военная униформа различных стран всегда, так или иначе, имела схожий вид строения. Единственное, что можно заметить, что цвет униформы всегда имел различия. Особенно это касалось знаков различия военных.

Можно выделить несколько функций, которые цвет выполняет в обмундировании.

Цвет как принадлежность. Пожалуй, первостепенная функция цвета. Цвет показывает принадлежность к определенной армии, определенному виду войск, определенному чину.

Визуальная политическая символика. Так как война непосредственно связана с классовыми интересами и проблемой власти, она всегда имеет политический характер. Символика здесь часто связана с эмоциональными цветовыми ассоциациями.

Камуфляж. Направлен на введение врага в заблуждение относительно намерений, действий, количества войск и т.д.

Рассмотрим каждую из функций более подробно.

Как уже было сказано ранее, показатель принадлежности – одна из основных функций цвета. Воинская форма всегда должна удовлетворять условию отличимости, ведь это не только специализированная одежда, но и отличие военных от других страт населения. Кроме того, униформа позволяет отличить военных разных родов войск друг от друга.

Стремление одеть воинов различно активно проявляется в Средние века. Тогда войска как такового не было: оно составлялось из вассалов, их

оруженосцев и ратников; о каком-либо однообразии в обмундировании не могло быть и речи. Но все же каждый носил отличительный знак своего господина. Также в качестве знака различия использовали изображение креста. Так, в 15 веке французы и швейцарцы нашивали на груди и спине белый крест, англичане – красный, а германцы – крест Святого Андрея или бургундский крест. Позже кресты заменяют шарфами: расцветку выбирал монарх, поэтому она часто совпадала с цветом герба.

С течением времени форма много раз видоизменялась, но так или иначе, каждое государство имеет главный цвет в военной униформе. В России и Швеции – темно-зеленый, в Пруссии и Германии преобладает синий цвет, в Австрии – белый, Англии и Дании – красный. Во Франции и Италии – это тоже синий, в Баварии и Голландии – голубой.

Цвет всегда был довольно универсальным и удобным политическим символом в силу архетипичности и множественности значений: он может активировать необходимые эмоции, влияя на социально-политические процессы.

С раннего Средневековья цветовая символика Европы формировалась вокруг трех главных цветов: белый, красный и черный (синий). Тоже можно сказать и о русской цветовой символике в политике начала 20 века. Она складывалась на фоне западных, прежде всего французских политических цветов.

Во время Русской революции 1905 года, мы наблюдаем эти 3 основных цвета. Под черным мы подразумеваем, конечно же, «черную сотню» или «черносотенцев» главного противника революции. Белый у нас связан, соответственно, с «Белым движением» или «Белой гвардией» (буржуазной контрреволюции). Красный – с «красноармейцами». Красный по праву можно назвать главным цветом русской революции: он стал символом свободы и новой жизни.

Некоторые исследователи отмечают, что использование этих трех основных цветов является наиболее частым в политической символике, так как в совокупности они представляют собой мощный и действенный символ.

Камуфляж входит в целый комплекс мероприятий, посвященных маскировке, и имеет довольно длинную историю. Главной целью военной формы до Первой мировой войны было создавать видимость, как для врагов, так и для союзников. Униформа была символом власти, силы и непобедимости. Люди поняли, что пора менять обмундирование после Первой англо-бурской войны 1880 года. В то время красные мундиры английских солдат стали отличной мишенью для врага. После этого появилась форма цвета хаки.

Во многом использование камуфляжа – это заслуга художника Эббота Тайера. Именно он предложил военным маскировочные рисунки.

Тайер, изучая мимикрию в живой природе, наблюдая за маскировочными окрасками птиц и животных, разработал принцип камуфляжа.

Изобретение камуфляжа стало большим прорывом в развитии военной формы. Главной целью разведки, наблюдения и прицеливания всегда было получение информации, в первую очередь, визуальным методом. Способность сильно снизить заметность военной техники и личного состава, заметно мешает этому.

Итак, важен ли цвет в военной форме? Конечно, важен. Цвет является важной частью военного костюма и может служить разнообразным функциям. Он развивается и изменяется в зависимости от развитости армии, государства и прогресса человека. Цвет часто имеет практическую пользу: буквально помогает выжить. Но главное, что цвет – это всегда некий сигнал, носитель информации. С помощью цвета мы можем считывать эту информацию не только умственно, но и эмоционально.

Список использованных источников:

1. Бабайцев А.В. Политический символизм цвета // «Известия Волгоградского государственного педагогического университета» – 2007г. – С. 56-59.

2. Дущенко К.В. Красные и белые: символика цвета в политическом языке // «Символическая политика» – 2015г. – С. 255-293.

3. Каминская Н. М. История костюма / Н. М. Каминская – М.: «Легкая индустрия» 1977г. – 128 с.

4. Канник П. Военные униформы всех стран мира / П. Канник – СПб.: ООО «Издательство «Полигон»», 2002 г. – 384 с.

© Чоудури Р.Н., Третьякова А.Е., Сафонов В.В., 2019

УДК 719

Чудин Э.А., Казакова Н.Ю., Разина Е.И. ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКО-АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОБЗОР ДИЗАЙН-ПРОЕКТА ПО РЕКОНСТРУКЦИИ УСАДЕБ КЛИНСКОГО РАЙОНА ПОДМОСКОВЬЯ С ОРГАНИЗАЦИЕЙ ТУРИСТИЧЕСКОГО МАРШРУТА: УСАДЬБА ФРОЛОВСКОЕ.

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

В городском округе г. Клин находится Фроловская Усадьба. Прекрасное место на лесистых холмах, в пяти километрах от Клина, по направлению к Москве, где Чайковский прожил до мая 1891 года. Природа, окружающая усадьбу, казалась ему «небесным раем»: бесконечные завораживающие расстояния, чередующиеся с полями леса, звонкие ручьи, Жерновка Река – все это дарило композитору радость жизни, служило источником его творческих порывов.

Усадьба основана в 1625 году.

П.И. Чайковский снимал коттедж во Фроловском имении с апреля 1888 года по май 1891 года. Кластер он называл «небесным» и мечтал быть там захороненным. В имении Фроловское Чайковский написал Пятую симфонию, балет «Спящая красавица», увертюру «Гамлет», секстет «Мемуары Флоренции», 6 романсов (соч. 65) и оперу «Пиковая дама». Усадьба расположена к юго-востоку от Клина на правом берегу реки Жерновки, впадающей в реку Сестру. Находится в 5 км от главной территории музея в сторону Москвы. На севере усадьба граничит с поселком имени П.И. Чайковского, с востока – с базой отдыха «Громкие голоса», с юга и юго-запада – с лесом.

В XIX веке на территории усадьбы находились объекты культурного наследия: парк с прудами и каналами (XVIII-XIX вв.); главная усадьба с мезонином 19-го века (разрушена в годы Великой Отечественной войны. Фундамент сохранился); хозяйственные постройки (XVIII-XIX вв.) (утрачены). В настоящее время в усадьбе сохранились парк и пруд, а также основание главной усадьбы. Земельный участок 10,13 га находится в собственности Московской области и под оперативным управлением Государственного музея-заповедника П.И. Чайковского [1].

От прежнего величия образцового порядка моделирования средового пространства остались лишь фасадные заложения, в которые поверить не представляется возможным. По ряду проведенных встреч выяснилось, что лишь кадровые специалисты музейного комплекса озадачены дальнейшей судьбой данной территории. Ситуация вполне поправима за счет заинтересованности молодых специалистов, студентов в их интеллектуальных ресурсах, способных оживлять ускользящую историю, применять методы, не подвластные многим устоявшимся специалистам, ввиду их морального устаревания и заикленности на определенных принципах.

Желание концептуально решать проблематичные участки вполне компетентная и достойная работа для специалиста, входящего на рынок дизайна и архитектуры. Представители флоры находятся также в упадочном состоянии, ввиду загрязнения окружения, фауна практически отсутствует, за исключением птиц. Это говорит лишь о том, что данной территории причинен непоправимый ущерб, который возможно исправить лишь исходя из осмысленного подхода к ситуации. Геопластика холмистых образований на территории Усадебного комплекса представляют уникальную возможность создания современных архитектурных сооружений, вписанных не в горизонтальную плоскость, а задействующих масштабы и изменение высот.

Основной проблематикой проекта выступило некоторое забвение различных объектов культурно-исторического значения, утрата целесообразности находить средства для их поддержания. Решение

обязано было предотвратить вышеописанные процессы за счет увеличения и расширения потенциалов комплекса. Проанализировав состояние зданий и сооружений, находящихся на территориях проектируемых территорий была выявлена частичная утрата их несущих частей. Конструктивное решение стало крайним простым: поместить остаточные руины под фасадное остекление, сохраняя их аутентичность, каркасом для которых послужили прокатные стальные балки.

Сохранность старых фундаментов, кирпичных стен и внешний облик стекол полных прозрачности в архитектурных решениях и видимости интерьеров с повсеместным отражением экстерьера на них – решение практически всех аспектов проблематики. Идейная составляющая взята из практики сохранения объектов прошлого в Западной Европе. Вопрос о законченности объекта считаю наиболее актуальным. Многие новые строительные объекты не влекут за собой никакого желания восхищаться достижениями современных технологий в строительстве.

Социум относится к ним, как к объектам пользования, не более. Но буквально 50-60 лет назад люди стремились создавать красивую архитектуру (советский модерн). Внешний вид современных жилых домов одинаков, лишь в некоторых случаях применяются панели различных цветов. Эстетическая сторона строительных объектов отходит на задний план, уступая место быстрой их реализации. Показать значимость применения малых архитектурных форм исторической эпохи как предмета декорирования фасадов современных зданий, считаю наиболее значимым в контексте проектирования.

Список использованных источников:

1. Справочник по административно-территориальному Московской области 1929–2004 гг. – М.: Кучково поле, 2011 – С. 218– 229 – 896 с. – 1500 экз. – ISBN 978-5-9950-0105-8;

2. Музей-заповедник П.И. Чайковского
<https://tchaikovsky.house/усадыба-фроловское/>

3. Рубцов Д. А. Клинский уезд по документам XV–XVIII веков. – Клин, 2009 – С. 36;

4. Памятники архитектуры Клинского района Московской области
http://www.isles.ru/depository/region_50/region_50_010_db.html;

© Чудин Э.А., Казакова Н.Ю., Разина Е.И., 2019

УДК 316.6:687.016

Шамёнова Д.С., Заболотская Е.А. **ОСОБЕННОСТИ СТАГНАЦИИ ФЭШН-ИЛЛЮСТРАЦИИ В РЕКЛАМЕ МОДЫ В РОССИИ**

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

Прообразом фэшн-иллюстрации являются европейские гравюры XV-XVII века, в XVII веке во Франции появляются журналы с модными фасонами платьев, а уже в XIX веке, с развитием издательского дела появляется необходимость в рекламе [1, с. 97]. Иллюстрация выходит за рамки эстетической функции. Теперь её цель – заинтересовать покупателей, сформировать их представление об определенном товаре, и, даже образа жизни.

Согласно исследованиям психологов, изображение, как конкретный объект усваивается правым полушарием мозга (невербально). Изображение обрабатывается мозгом параллельно с другими процессами, без аналитической раскладки, а значит быстрее, чем вербальная информация.

Тексты с иллюстрациями представляют собой один из видов креолизованного текста (текст, фактура которого состоит из двух разнородных частей: вербальной (языковой/речевой) и невербальной (примеры: тексты рекламы, комиксы, афиши, плакаты.)

Креолизованный текст повышает релевантность текста в целом, т.е. усиливает коммуникацию между читателем и информационным носителем. Иллюстрация становится одним из средств PR-маркетинга. Она хорошо запоминается, вызывая при этом эмоциональный отклик у читателя. Таким образом, иллюстрация успешно используется в рекламе духов, одежды, предметов быта и интерьера.

Современный вид фэшн-иллюстрации формируется на рубеже XIX-XX века. PR-компании начинают активно привлекать к сотрудничеству известных художников. Например, реклама Энди Уорхолла для обувной марки I. Miller (рис. 1) практически сразу имела коммерческий успех, подняв экономическое положение бренда.



Рисунок 1 – Рекламная кампания Энди Уорхолла для бренда I. Miller

Иллюстрация – составляющая изобразительного контента PR и маркетинга. Главная задача иллюстрации – распространение достоверной информации, положительно влияющей на субъект PR.

Говоря об эффективности восприятия фэшн-иллюстрации следует обратить внимание на явление «storytelling» (визуальное повествование). Авторы специализированного ресурса «PR Newswire», считают, что использование иллюстрации, предотвращает привыкание потребителя к однообразному PR контенту [2, с. 159].

Примером качественной зарубежной модной рекламы является запущенная в 2013 году реклама духов Guerlain, в которой используется не только фэшн-иллюстрация, но и несколько видеосюжетов на ее основе. Также, в 2018 году Gucci выпустили арт-компейн SS18 с использованием растровой графики. В это же время Prada запустили анимированную рекламную кампанию, комбинирующую видео формат и моушен-дизайн. Все три кампании были выполнены разными художниками и транслировались в различных медиа-платформах (YouTube, VK, Instagram, телевидение) (рис. 2).



Рисунок 2 – Gucci, SS18 campaign

На Российском фэшн-рынке использование иллюстративной рекламы не популярно. Среди рекламных кампаний можно выделить несколько проектов ЦУМа (2007-2011гг.) (рис. 3), и точечное использование иллюстрации брендами, например, Zasport. Чаще иллюстрация встречается только в качестве публикаций в сети Instagram.



Рисунок 3 – Иллюстративная реклама Алены Лавдовской для ЦУМа

Почему же модная иллюстрация в России не так эффективна, как за рубежом? Специалисты PR-сферы и сферы маркетинга считают, что главная причина – различия ментального восприятия иллюстрированного контента.

России нет массовости использования данного метода рекламы. Бренды и рекламные компании предпочитают использовать проверенные временем инструменты. Сфера не готова к экспериментам, и недоверие к новым средствам рекламы наблюдается как у потребителей, так и у

представителей фэшн-бизнеса. К примеру, дизайнер собственного люксового бренда Александр Арутюнов с сомнением относится к данному контенту, опасаясь его «легкомысленности»: «Мне кажется, для брендов высокого уровня иллюстрация – немного не серьезная вещь, хотя лично мне нравится».

Еще одной проблемой является то, что маркетологи в сотрудничестве с иллюстраторами не уделяют достаточного внимания проработке концепта, как следствие он не вызывает эмоционального отклика у аудитории, не повышает лояльность, не работает. Об этом говорит ведущий (и, пожалуй, единственный) специалист в области фэшн-иллюстрации Алена Лавдовская: «У людей, стремящихся работать в индустрии слишком романтические представления. Нужно не просто рисовать, а делать это внутри концепции». Иллюстрация – не самоцель издания. Она должна взаимодействовать с содержанием рекламы и проч. [3, с. 262].

Сейчас в России 16 институтов, где можно получить диплом художника-графика, но отдельной программы пока не существует. В связи с этим, в сферу попадают специалисты, не нашедшие себя в своей профессии, пытающиеся освоить фэшн-иллюстрацию. Открывается большое количество школ фэшн-скетчинга, во главе которых чаще всего стоят художники-любители. Казалось бы, все это должно популяризировать профессию фэшн-иллюстратора. Но в реальности можно увидеть растущее число непрофессиональных иллюстраторов (выпускников неаккредитованных школ, месячных курсов и проч.) и недостаток рабочих мест.

Основные факторы, тормозящие развитие коммерческой фэшн-иллюстрации – особенности ментальной культуры аудитории, неготовность сферы PR и самих брендов к экспериментам в реализации кампаний и фэшн-рекламы, отсутствие коммерческой осознанности у самих иллюстраторов, отсутствие узкопрофильных программ по направлению «фэшн-иллюстрация» в ВУЗах и поддержки сферы на государственном уровне в целом. И, конечно, не стоит забывать о том, что пока в России мало крупных, экономически развитых брендов, которые могли бы изменить положение дел, задав тренд на использование иллюстрации в фэшн-рекламе.

Только комплексный подход сможет изменить ситуацию к лучшему. Стоит рассмотреть план развития модного бизнеса, это скажется на экономических показателях брендов и на рекламе, а также на готовности брендов использовать в ней нестандартные методы (иллюстрацию). Примером такого двигателя развития является форум «Be in open», проводящийся ежегодно, объединяющий основателей модных стартапов, дизайнеров, ритейлеров, стилистов, фотографов, конструкторов и маркетологов. Во-вторых, необходимо формирование программ в ВУЗах

по узким специальностям, таким как: фэшн-иллюстрация, фэшн-моушен-дизайн, фэшн-графика, фэшн-реклама, где студентов будут ориентировать на коммерческую составляющую индустрии, развивая не только художественные навыки, но и повышая их финансовую грамотность. Если сфера модного бизнеса будет развиваться, бренды придут к экономической стабильности, станут открытыми к новым методам рекламы. Рекламные тендеры, например, объединяющие IT-специалистов, 3D-графиков, маркетологов и иллюстраторов, станут отличным решением для дальнейшего развития.

Положительно повлиять смогут и профессиональные конкурсы. Это привлечет в сферу специалистов, спонсоров, и наладит связь между ними.

Важным инструментом должен стать контроль за школами и курсами иллюстрации. Это поможет существенно улучшить качество образования. Для открытия школы/курсов необходимо пройти аккредитации профессиональной коллегии, способной оценить уровень специалистов и методику обучения.

Главным остается вопрос «Зачем?». Стоит взять за пример деятельность компании LVMH во Франции. Процент от ВВП ее владельца Бернара Арно составляет 3% (оценка Bloomberg), что положительно сказывается на экономике страны. Это доказывает, что тесная связь между экономикой страны и сферой фэшн-бизнеса существует.

Список использованных источников:

1. Безрукова Е.А., старший преп. Кафедры дизайна Кемеровского государственного института культуры, член союза дизайнеров России / «Исторические и типологические особенности фэшн-иллюстрации в контексте развития моды и дизайна»

2. <https://cyberleninka.ru/article/v/istoricheskie-i-tipologicheskie-osobennosti-feshn-illyustratsii-v-kontekste-razvitiya-mody-i-dizayna>

3. Бузинова А. А. / «Изобразительный контент современного PR-текста типология и средства создания» <https://cyberleninka.ru/article/v/izobrazitelnyy-kontent-sovremennogo-pr-teksta-tipologiya-i-sredstva-sozdaniya>

4. С.Д. Бородина, Ю.Г. Еманова / Филология и культура 2013 №4(34) «Иллюстрация, как средство достижения релевантности текста: межотраслевой подход» <https://cyberleninka.ru/article/v/illyustratsiya-kak-sredstvo-dostizheniya-relevantnosti-teksta-mezhotraslevoy-podhod>

© Шамёнова Д.С., Заболотская Е.А., 2019

УДК 75.03

Шедько И.И. СПЕЦИФИКА ИНТЕРПРЕТАЦИИ ИСКУССТВА ГРАФИКА И ЖИВОПИСЦА СОГА СЁХАКУ В ТВОРЧЕСТВЕ ТАКАСИ МУРАКАМИ

Московский государственный академический художественный институт имени В.И. Сурикова при Российской академии художеств

На фоне развития традиционных школ японской живописи в эпоху Эдо формируется ряд художников, выделяющихся особенной индивидуальной манерой письма, отличной от традиционных канонов. Японский историк искусства профессор Нобуо Цудзи (Nobuo Tsuji) впервые объединил данный круг художников под общим термином – эксцентрики, который происходит от английского слова «eccentric» (на японском языке эти художники именуется «кёто киси-ха»: примерно, «kiso» – странное, «са» – идея или «странное воображение», «странная концепция»). В число художников кёто киси-ха входят Ито Дзякутю (1719-1801), Сога Сёхаку (1730-1781), Нагасава Росэцу (1754-1799) и Утагава Куниёси (1797-1861). Отдельно выделяются два художника Иваса Матабэй (1578-1650), создававший лучшие работы в жанровой живописи и ученик школы Кано Кано Сансэцу (1590-1651), которых принято считать предвестниками эксцентриков [4].

Нобуо Цудзи также не раз говорил и о том, что ни японцы, ни американцы не видели связи между традиционным японским искусством и современным искусством до сих пор, но на самом деле связь имеется, и, по его мнению, современный японский художник Такаси Мураками (Takashi Murakami) восстанавливает эту связь и продолжает в своем творчестве линию эксцентриков [9].

Такаси Мураками на данный момент является одним из самых известных современных японских художников. Его разноплановая деятельность охватывает искусство, дизайн, анимацию, моду. Художник родился в Токио 1 февраля 1962 года. В 1982 году он поступил в Токийский национальный университет изобразительных искусств и музыки (сейчас Токийский университет искусств) по направлению «Нихонга» (японская живопись, основанная на применении традиционных японских художественных канонов, материалов, техник) [2, с. 203]. Закончив университет, художник начинает формировать свой уникальный художественный стиль. Во многих его современных работах прослеживается искажение объемов и плоскостей, художник использует очень яркий колорит, а также платиновое сусальное золото, которое применяется на большинстве картин в качестве дополнительной отделки холста. За счёт наслоения фоновых материалов и изображений создается эффект рельефности и тиснения. В японской живописи нет традиционной линейности и перспективы, характерной для западного мира, и Т.

Мураками выделяет плоскостность как главную черту японского искусства, назвав ее термином «superflat» [8, с. 151]. В своих работах он придерживается концепции superflat и продолжает традиционную линию художественного изображения. Мураками принадлежит цитата: «У нас, в японской культуре, нет объемных, трехмерных изображений. Нашему рисунку свойственны исключительно 2D-формы, так называемая суперплоскость. В этом и заключается особенный шарм японской живописи» [9]. Обозначенные выше черты художественного стиля Такаси Мураками уже сближают его с художниками-эксцентриками и намечают пути выявления их влияния на художника.

Как отмечает сам Такаси Мураками, главным художником, оказавшим на него влияние, является художник-эксцентрик Сога Сёхаку, поэтому целесообразно будет остановиться именно на этом художнике и провести линию влияния от работ С. Сёхаку до работ Т. Мураками [9].

Главным произведением Сога Сёхаку считается пара ширм «Бессмертные» (рис. 1). Произведение в первую очередь выделяется необычной фантастичностью изображаемых образов, что не свойственно для работ на тему даосских бессмертных. На ширмах представлен образ Сиванму (в Японии – Сайобо) – Матери-правительницы Запада, рядом с ней пытается украсть персики странное существо, которое должно быть Дунфан Шо (в Японии – Тобосаку), но совсем на него не похоже. Бессмертный Хама (в Японии – Гамасэннин) изображен бледным и со вздутым животом, рядом с ним – девушка, чистящая ему уши. Справа от Бессмертного Хама – Цзо Цы (в Японии – Садзи) с белой бородой. Рядом с Цзо Цы художник поместил богиню Харити (в Японии – Кисимодзин) в образе мужчины с усами и бородой. В голубой одежде представлен Люй Дунбинь (в Японии – Рё Дохин), он показан в момент усмирения показавшегося из-под воды дракона. С поднятой рукой художник изобразил Ли Тегуая (в Японии – Тэккай), он как будто обращается к волнам. На губном органе играет с неестественно красным лицом ханьский император. Некто, похожий на бродячего актера или торговца, – возможно, бессмертный по прозвищу Маицзы (в Японии – Маэси) Конопляная Одежда [4, с. 102, 104]. Все образы Сога Сёхаку трактует в очень эксцентричной манере, некоторые из них могут показаться неприятными, например, образ Бессмертного Хама, а иногда прослеживаются сюрреалистичные мотивы, например, в одежде Ли Тегуай. Но не только образы создают уникальную выразительность ширм, но и колорит, используемый художником. Сога Сёхаку частично закрашивает фрагменты персонажей, используя яркие краски основной гаммы – красный, желтый и голубой цвета. Так, например, своей светящейся яркостью выделяется желтый цвет, которым окрашены журавль и одежда девушки, чистящей уши Бессмертному Хама или его ядовито-красный цвет губ. Аналога использования такого колорита в живописи того времени не было, что

является уникальной живописной манерой С. Сёхаку, передающей его внутреннюю экспрессию [4, с. 105].



Рисунок 1 – Сога Сёхаку «Бессмертные», правая и левая шестистворчатые ширмы, Национальный музей Токио, 1764.

Если обратиться к работам Такаси Мураками, то виден и яркий колорит работ, и деформированные изображения людей, которые также, как и у Сога Сёхаку выглядят эксцентрично. Напрямую к образам и композиции ширмы С. Сёхаку обращается одна из масштабных работ Т. Мураками «In the Land of the Dead, Stepping on the Tail of a Rainbow» (рис. 2) 2014 года. Художник частично изменяет расстановку персонажей, а также добавляет элементы, характерные для его живописной стилистики, например, изображение черепа. Т. Мураками переносит на холст персонажей С. Сёхаку в еще более яркой гамме, а также в еще более экспрессивной и более утрированной манере, сильнее искажая формы. Плюс Т. Мураками заполняет фон работы мотивом радужного водоворота, который характерен для его произведений. Таким образом, он воссоздает ширму Сога Сёхаку в своей индивидуальной живописной манере, интерпретирует и трансформирует образы, которые передает произведение художника-эксцентрика, в соответствии с яркой, постоянно меняющейся культурой современного мира, но продолжая его линию и сохраняя настроение произведения, заложенное Сога Сёхаку.



Рисунок 2 – Такаси Мураками. In the Land of the Dead, Stepping on the Tail of a Rainbow. 2014.

В данной статье разобрана только одна работа Такаси Мураками и художника-эксцентрика Сога Сёхаку, но на этом не заканчиваются аргументы в пользу утверждения о том, что Т. Мураками в своем творчестве продолжает линию эксцентриков. Приведенные работы для сопоставления являются наиболее показательным примером, иллюстрирующем теорию, но линия прослеживается не только в воспроизведении работ художников-эксцентриков, но и в общей экспрессивной живописной манере, ярком колорите, деформации образов. И вполне обоснованно можно утверждать, что Такаси Мураками является продолжателем линии эксцентриков, интерпретирую ее в связи с новым визуальным языком, трансформируя под современные реалии и распространяя по всему миру. Художник стремится, чтобы эта линия продолжала развиваться в творчестве современных японских художников,

что он и пропагандирует в своей студии Kaikai Kiki Co среди учеников. Такаси Мураками принадлежит фраза: «Я должен построить мост между традиционной историей и послевоенной японской субкультурой и экспортировать данное искусство в западный мир» [9].

Список использованных источников:

1. Виноградова Н.А. Искусство стран и народов мира. Искусство Японии / Альбом. М.: Изобразительное искусство. 1985.
2. Двойная перспектива: современное искусство Японии: [каталог] / Московский музей современного искусства, Японский фонд. М.: Майер, 2012.
3. Нобуо И., Торао Л., Тайдзи М., Ёсидзава Н. История японского искусства. М.: Прогресс. 1965.
4. Нобуо Ц. Генеалогия эксцентриков: от Матабэя до Куниёси. М.: Ад Маргинем. 2018.
5. Стэнли-Бейкер Дж. Искусство Японии. М.: Слово. 2002.
6. Такаси Мураками «Будет ласковый дождь»: [каталог] / Музей современного искусства «Гараж». М.: Издательство Музей современного искусства «Гараж», 2018.
7. Шедевры живописи и гравюры эпохи Эдо. Masterpieces and Edo paintings and prints 1603 – 1868: [каталог] / Государственный музей изобразительных искусств им. А. С. Пушкина. М. 2018.
8. Little Boy: The Arts of Japan's Exploding Subculture: [каталог] / ред. Такаси Мураками. Нью-Йорк: Japan Society Yale University Press, 2005.
9. The exhibition «Takashi Murakami: Lineage of Eccentrics» / The Museum of Fine Arts, Boston. URL: <https://www.mfa.org/exhibitions/takashi-murakami> (дата обращения 1.04.2019).

© Шедько И.И., 2019

УДК 793.31, 327.33

Шепилова В.О., Кузнецов Е.А. ТВОРЧЕСТВО М.С. ГОДЕНКО В КОНТЕКСТЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ ВТОРОЙ ПОЛОВИНЫ XX века

Московский государственный институт культуры

Международные отношения во 2-ой половине XX века были осложнены рядом обстоятельств, в том числе расколом мира на две противостоящие друг другу системы. Основная борьба развернулась между двумя сверхдержавами США и СССР, а также их союзниками. Мир в 50-е года оказался втянутым в «холодную войну», и только в 70-х годах обстановка стала налаживаться: между СССР и США складывался паритет в области ракетно-ядерных вооружений. Сотрудничество развивалось и в других сферах, в особенности в культуре и в науке. Немаловажное значение на развитие взаимоотношений сыграла концертная деятельность

государственных творческих коллективов: академических театров, государственных хоров, ансамблей песни и пляски, государственных хореографических ансамблей.

Творческая деятельность Красноярского ансамбля танца Сибири имени М.С. Годенко с их стремительными темпами, своеобразной манерой исполнения танцев, удалью и задором не могла оставить зрителей равнодушными. Тенденции развития внутренней социальной политики СССР XX века провозглашали эстетические ценности простоты и доступности. Было важно сплотить народ для строительства нового общества. Эти тенденции в некоторой степени отразились в постановках М.С. Годенко. Его творческий почерк окончательно сложился в Красноярском ансамбле танца Сибири. М.С. Годенко удалось создать свой особенный стиль, разнообразный по образам и жанрам, в меру театрализованный, зрелищный, обращённый к преемственности традиций и обычаев народной культуры. Благодаря его деятельности коллектив получил признание на международном уровне.

В 1963 году М.С. Годенко, сменив Я.А. Коломейского, становится главным балетмейстером и художественным руководителем Красноярского государственного ансамбля танца Сибири. Это событие стало долгожданной возможностью для хореографа проявить свой творческий талант в полной мере. Годенко соединял традиционное народное начало с современными танцами таким образом, что оно становилось ярким и зрелищным, близким по духу современному человеку. По мнению М.С. Годенко, «это значит – темп, динамика, оптимизм» [1, с. 1]. Его стиль отличал синтез эстетики сибирского народного танца с эстетикой мюзик-холла, в то время модный развлекательный жанр с элементами эстрадной хореографии и вокала. Из множества хореографических композиций, игр, народных гуляний и праздников М.С. Годенко выстраивал на сценической площадке многоцветный неповторимый образ Сибири: людей, живущих там, с их традициями и повседневными делами в быту. Он тщательно продумывал типы героев, согласно которым он выстраивал драматургию композиции. Каждый номер содержал интродукцию, завязку, развитие, кульминацию и коду. Знаменитые годенковские бисовки – коды, особенность которых состояла в том, что они были не просто очередным повтором понравившегося номера, а своего рода его продолжением. Интересный приём, разработанный М.С. Годенко, использовался в концертных программах и оказывал на публику неизгладимое впечатление. Зрители видели «красивый и чистый танец, красивые, чистые чувства здоровых и светлых духом людей» [2].

Уникальный природный мир Сибири – заснеженные просторы, голубые реки, зелёные горы, ослепительное солнце – отразился в цветовой гамме костюмов, сделанных лучшими модельерами страны. Сине-зелёные,

голубые, белые с вышивкой – яркие наряды создавали определённый сценический эффект. В основу стиля лёг внешний вид танцовщиц балета со светлыми, почти белыми волосами, символизирующими снег.

Особое значение М.С. Годенко придавал образу женщины. В своём творчестве он подчеркнул её эмоциональное состояние, выраженное в манере держать себя достойно с особым величием, которое проявлялось в плавном «русском» ходе. Возникало ощущение, будто девушки скользят по сцене, что вызывало интерес у зарубежных журналистов.

Популярность Ансамбля танца Сибири росла прямо пропорционально вниманию к стилистике и хореографии исполняемых танцев. С 1965 до 1971 года коллектив выступал только в странах социалистического лагеря, латинской Америке, Азии и Ближнего Востока, а уже с 1972 года, начиная с гастролей в Париже, ансамбль стали приглашать и на Запад, в том числе и в США.

Гастроли ансамбля танца Сибири стали политическим прорывом в выстраивании взаимоотношений с полярным по своей идеологической направленности миром. Они были призваны рассказать Западу о миролюбивости и жизнерадостности страны Советов: своим исполнительским мастерством, актёрской игрой и душевным состоянием разрушали складывавшиеся десятилетиями стереотипы. В американской прессе появилось часто цитируемое теперь высказывание: «Несомненно, те представления о Сибири, которые у нас сложились, ошибочны. Не может быть сумрачной и безрадостной страна, которая взрастила такие живые цветы». [3, с. 69]. Про стремительные танцы М.С. Годенко, темпы, темперамент и манера которых не могли оставить публику равнодушной, репортёры писали предположения, что такая активность в танцевальных номерах вызвана постоянным холодом и желанием согреться.

Выражение «Ансамбль танца Сибири ломал лёд холодной войны» [3, с. 69] существует не просто так. Ведь выступления ансамбля танца Сибири проходили не в самой благоприятной обстановке, а отношение к нему людей за рубежом было не таким тёплым, как может показаться сначала. Не единожды перед театрами устраивались пикеты с выражением недовольства. «Солист ансамбля Владимир Серов рассказывал, как проходил концерт в Нью-Йорке, в здании одного из театров на 5-й авеню: чтобы его саботировать, принимающая сторона заведомо плохо организовала рекламу, зал был почти пуст – это самый серьёзный удар для артиста. Перед началом представления у входа в театр люди кричали антисоветские лозунги, упоминая про нарушение прав человека» [4].

Артисты ансамбля танца Сибири неоднократно проявляли профессиональную выдержку и мужество. Были случаи, когда во время выступления на сцену кидали шипящие, крутящиеся и дымящиеся металлические предметы, но артисты продолжали танцевать, несмотря ни на что. Финал концерта всегда был одинаков: зал неистовствовал в полном

восторге. Как писали в газете «Washington Post»: «Не хватает слов, чтобы выразить глубокое впечатление, производимое красотой линий, скоростью движения и виртуозностью спектакля, включившего плавные, скользящие танцы девушек, поражающие прыжки, повороты, танцы на коленях и сверкающую борьбу на саблях...» [5].

И в 1979 году М.С. Годенко пригласили хореографом-постановщиком Фестиваля танца народов СССР в США. Хотя до этого ансамбль был на гастролях в США лишь однажды, в 1973 году, но благодаря укреплению культурных связей и большой популярности хореографических композиций Годенко, возникла возможность организовать такой фестиваль. Предложение о проведении своеобразного фестиваля танца народов Советского Союза поступило с американской стороны. Михаил Семёнович отобрал 70 танцоров для осуществления своего замысла, из которых только 40 были из ансамбля, а остальные – из союзных республик: Литвы, Латвии, Молдавии, Украины, Узбекистана, Армении. Программа была разнообразной по национальному колориту и эффектной. Артисты посетили 67 крупных городов США. Гастроли проходили так хорошо, что в завершении тура компания-организатор фестиваля сделала дополнительные двухнедельные концерты в Нью-Йорке. По этому поводу Михаил Семёнович писал: «Жизнь, её события показали, что великая созидательная сила нашего искусства может стать ещё более действенным средством борьбы людей планеты против военной катастрофы, средством пропаганды идей мира и дружбы, которые ещё раз провозгласила на своём XXVII съезде Коммунистическая партия Советского Союза» [6, с. 4].

Таким образом, творческий стиль М.С. Годенко, проявлявшийся в лексике танца, в костюмах, в музыке, в актёрской игре солистов, притягивал зрителей по всему миру. Вихрь энергии, удалства и задора захватывал публику, готовую вызывать на сцену артистов снова и снова. Ансамбль танца Сибири имени М.С. Годенко запомнился своей манерой исполнения, в которой им не было равных. Танцы зажигали сердца людей по всему миру, заставляли их пересмотреть своё отношение к культуре советского народа. Как показало время, постановки Годенко по-прежнему вызывают восторг публики на всех континентах. Кто знает, может, в очередной раз сработает «феномен Годенко» и разрядит напряжённость международных отношений, которая существует в настоящее время? Для этого необходимо проводить планомерную, созидательную работу, которая в первую очередь должна строиться на государственной поддержке творческих коллективов.

Список использованных источников:

1. Из интервью В.А. Вторушина Медовой А.А.
2. А. Александров «Искусство высокой пробы // Красноярский рабочий 21 августа 1966 год»

3. Медова А.А., Мосунова Д.А. «Михаил Годенко: живой огонь танца», Красноярск: СИТАЛЛ, 2016.
4. Нуждин Л. «Советский характер // Красноярский рабочий, 31 декабря 1982 года»
5. Washington Post, 20th January 1979
6. Годенко М. «Ответственность перед временем. Советский балет, 1986, №3».

© Шепилова В.О., Кузнецов Е.А., 2019

УДК 745.03

Шикун А.О., Криволапова Г.А. ХУДОЖНИК-РЕСТАВРАТОР КАК НОВАЯ ПРОФЕССИЯ, ВКЛЮЧАЮЩАЯ СПЕЦИАЛИЗАЦИЮ ИЗГОТОВЛЕНИЯ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ИЗДЕЛИЙ ПО ИСТОРИЧЕСКИМ ТЕХНОЛОГИЯМ

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

История витражного мастерства занимает в изобразительном искусстве особенное место благодаря оригинальным и уникальным свойствам стекла. Книжные иллюстрации, живописные полотна, фрески воспринимаются лишь в отраженном от их поверхности свете. А витражи при разной интенсивности освещения соответствующему времени года передают насыщенность ярких цветов и приглушенных оттенков, а также красоту и изящество рисунка за счет проникавших световых лучей в стекло, и свет окрашивается в различные цвета.

Складывается неповторимое чувство, когда вокруг переливается всех цветов радуги мерцание цветного стекла. Ни с чем несравнимые по своей эстетике, изяществу и ценности, они придают красоту зданиям соборов Франции и Англии. Витражи в равной мере оказывают магическое впечатление на верующих и путешественников.

Исследуя все стадии формирования данного вида искусства, возможно отследить первостепенные исторические и социальные преобразования в культуре и обществе. На витражах могли изображать знатных особ, членов королевских семей, покровителей, святых и ангелов в Средние века, героев в период Реформации и Возрождения, и во всех случаях окна представляют собой жемчужину и культурное наследие, отражение социальной и религиозной системы цивилизации. Искусство витража совмещает в себе значение архитектурной и декоративной составной части, ко всему прочему и ценность изящной росписи.

Неотразимость витражей воплощается не только лишь в том, что это все выполнено из стекла, но и в том, что изображение, которое сформировано таким образом, ни при каких условиях не изменит своих ярких цветов и внешнего вида. Однако игра блистательного света и

различных бликов, которые привлекают внимание и придают контрастность изображению, всегда будет представлять собой интерес для воображения.

Дальнейшему глобальному распределению витражей и как результат формированию искусства витража, по большей части поспособствовали ученые раннего христианства. Суть в том, что сверкание витражей в полной мере находилось в соответствии теологическим представлениям о соотношении света и духа. С этой позиции, витраж был не просто стеклом, а фактором между «градом небесным» и «градом земным». Таинственное истечение света с легкостью интерпретировалось как иносказательное отображение божественной ценности и преданности.

«Изготовление витражей было тесно связано с художественными ремеслами – гравюрой, эмальированием и ювелирным делом, что оказало известное влияние на технику витражного искусства. Между ними существовала не только творческая связь, но у них были даже общие мастерские. Витражисты многому научились у золотых дел мастеров, искусство которых по оправе драгоценных камней с незапамятных времен находилось на высоком уровне развития» [1, с. 48].

Технология росписи силикатными красками представляет собой особый процесс в исполнении, когда материал не обладает адгезией.

Первый этап – это рисование на листе бумаги фрагмента в натуральный размер. Заранее надо подготовить распечатанную фотографию в хорошем качестве и в натуральный размер. Затем проработать фрагмент рисунка со всеми деталями.

Второй этап – вырезать фрагмент из стекла. На отрисованный фрагмент кладется стекло и рисуется контур, по которому в дальнейшем вырезается стекло. После того, как фрагмент был вырезан, его нужно обточить по краям на абразивно-шлифовальном станке.

Третий этап – сделать контурный рисунок силикатной краской на стекле. Перед тем, как начинать расписывать, стекло нужно обезжирить. Только потом можно приступать к росписи. Итак, берется силикатная краска (в данном случае – темно-коричневая), которую нужно растереть «курантом» на отдельном куске стекла с водой и со связующим, а также кисть. Рисунок наносится с помощью тонкой кисти или пера.

Четвертый этап – фрагмент ставится в печь на обжиг.

Пятый этап – на контурный рисунок наносится гризайль (темно-коричневой краской). Затем берется заточенная деревянная палочка, которой прорабатываются светлые части фрагмента, там, где нужен плавный переход от темного к светлому. Если после обжига проработка получилась слишком светлой, то можно повторить эту стадию снова для более насыщенного оттенка как на оригинале.

Шестой этап – фрагмент закладывается снова в печь на обжиг.

Седьмой этап – нанесение «протравы» на обратную сторону фрагмента. Соль серебра, смешивается с водой и шамотом, и наносится слой на части изображения, где требуются золотистые цвета. Если слой наложения протравы будет неравномерным, значит, при обжиге получится также. Должен получится желтый или желто-оранжевый цвет на тех местах, где была нанесена протрава. Самое главное – это то, что фрагмент закладывается в печь протравой вверх.

Восьмой этап – фрагмент кладется в печь на обжиг. После того, как фрагмент извлекается из печи после обжига на 600°C, протраву нужно удалить жесткой щетиной или шпателем и в дальнейшем можно ее использовать повторно.

Девятый этап – детализировка фрагмента. Берется черная краска и смешивается на отдельном куске стекла курантом с добавлением связующего. Детали, которые нужно выделить, рисуем тонкой кистью или пером.

Десятый этап – сборка витража. После того, как фрагмент уже полностью расписан, идет стадия сборки. На деревянной доске нужно сделать рамку. Фрагмент должен быть обработан и его нужно подогнать по рисунку. Затем стекло оборачивается в свинцовую n-образную протяжку. Стекла, которые являются крайними, обрамляются п-образной протяжкой. Свинцовая протяжка должна изгибаться по рисунку стекла. Берется паяльник электрический и происходит пайка припоем стыков протяжки. Припой – это сплав олова и свинца, который имеет низкую температуру плавления. Пайка фрагмента осуществляется при помощи специального флюса. Сначала соединяется одна сторона, а затем обратная.

Витражная техника, получившая свое развитие в течение многих веков по всему миру сохранила технологический процесс, однако частично изменился способ изготовления листового стекла. Техника росписи по стеклу претерпела немного изменений, однако витражи XIX в. приобрели приемы из станковой и фресковой живописи.

Процесс обучения на 1 курсе магистратуры реставрации художественного стекла по дисциплине «художественное мастерство» включает реконструкцию витража в технике росписи и свинцовой сборки.

Художник-реставратор – профессионал, специализирующий на изготовлении художественных изделий по историческим технологиям. Благодаря новым специалистам будут созданы реконструкции произведений, находящиеся в музейных коллекциях в сильно руинированном состоянии, что позволит посетителям увидеть реконструированные утраченные предметы искусства.

Список использованных источников:

1. Минухин, Е. А. Витражи / Ефрем Абрамович Минухин. – Рига: Латвийское государственное издательство, 1959. – 181 с.:ил.

2. Сергеев Ю. П. Выполнение художественных изделий из стекла : [Учебник для художественно-промышленных вузов и училищ] . - М. : Высшая школа, 1984. - 240 с.

3. Искусство витража: от истоков к современности: [альбом] Вирджиния Чиффо Рагин и Мэри Клеркин Хиггинс; [пер.: М. Бунеева]. – Москва: Белый город, 2004. – 288 с.: ил., цв. ил. – (Энциклопедия мирового искусства).

© Шикун А.О., Криволапова Г.А., 2019

УДК 659.4:7.045

**Шилкина А.А., Макарова Т.Л. СОВРЕМЕННЫЕ ОБРАЗЫ
РОССИЙСКОГО КИНОСОПРОВОЖДЕНИЯ И РЕАКЦИЯ
АУДИТОРИИ**

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

Данная проблема в России актуальна, но по данной тематике недостаточно научных исследований: разрабатывать подобные стратегии промоспециалисты начали не так давно. Возьмем в качестве хорошего примера российский фильм «Дура». Главной «фишкой» выступил изданный роман, который по сюжету написал один из героев фильма. Также была организована акция, основанная на том, что по столице возили разбитые автомобили, на крыше которых была интригующая надпись «Дура идет в кино». В 2006 году авторами идеи получен «Серебряный Меркурий» за такой нестандартный подход: наградила R&I Group в номинации «За самый скандальный проект». Это яркий пример того, что wow-эффект безусловно хорош, но в меру [1-3]. Общая стратегия не была перенасыщена, поэтому такая нестандартная деталь подогрела интерес к фильму (рис. 1).



Рисунок 1 – Фото акции по фильму «Дура»: скандальный образ

Иногда wow-эффект идет как один из элементов в череде других изюминок кампании, как для фильма «Обитаемый остров». Его появление сопровождалось информацией о том, что это самый дорогой фильм, когда-либо снимавшийся в России. По этой логике, российские пиар-специалисты решили, что и пиар-кампания не должна уступать по бюджету и зрелищности. И поэтому российские города заполнили биллборды, вывески и баннеры. Все журналы и газеты были напичканы статьями и интервью с актерами. Шумихи было невероятно много, и преподносился этот фильм как нечто невообразимое и ошеломляющее. Но

все мы помним, что после премьеры стало понятно: «Остров» это не спасло. Но пиарщиков это не остановило, и они выпустили одноименную компьютерную игру, а затем и комикс по фильму. Все это лишь еще больше спровоцировало волну негодования и усилило чувство недоверия.

В качестве удачного примера можно смело взять искренне ожидаемый многими фильм «Высоцкий. Спасибо, что живой». Несмотря на то, что PR-кампания была весьма дорогая, она состояла по большей части из PR-технологий, нежели традиционного заманивания. За полгода в стране возродили память о Высоцком: издательство «Амфора» выпустило собрание сочинений в 10 томах. Были организованы фотовыставки, по телевизору показывали фильмы о нем, народные артисты пели его песни. Даже выпустили спички и пиво с портретом. Но главной «фишкой» стало то, что создатели фильма официально не раскрыли тайну, кто же сыграл в кино Высоцкого: «Мы не называем фамилию актёра и не пишем её в титрах именно для того, чтобы там не было никого, чтобы это был образ Высоцкого». В этой кампании есть и привлечение звезд, и киномерчандайзинг и кросс-промоушн, однако создатели оставили большую часть информации тайной, тем самым создав равновесие (рис. 2).



Рисунок 2 – Образы для фильма «Высоцкий. Спасибо, что живой»

А теперь обратимся к пиар-кампаниям зарубежных специалистов. И в качестве примера хорошей адаптации западной стратегии хотелось бы назвать российский документальный фильм «Великий Северный путь» (рис. 3). Задачей для пиар-специалистов выступала помощь в прокате по 20 городам России. Задача масштабная, поэтому для начала был сформирован портрет целевой аудитории, а именно мужчина от 30 лет, любящий путешествовать по России, интересующийся Арктикой, историей родины, увлекающийся рыбалкой и охотой. Затем создана стартовая версия сайта в стиле севера и проведено интервью с автором и режиссером картины, в котором он рассказывал о самых сложных и интересных случаях в экспедиции. После этого были созданы страницы в социальных сетях ВКонтакте, Facebook и Instagram. Страницы выполняли сразу несколько функций. Итог: «Великий Северный Путь» успешно закрепился в России. Сайт посетило более 10000 человек, а трейлер набрал 300000 просмотров.



Рисунок 3 – Образ фильма «Великий северный путь»

В заключение хочется отметить, что для того, чтобы специалистам по продвижению кинопродукции было легче составлять стратегии и придумывать новые инструменты продвижения – необходимо понять, что стратегия западных коллег хороша и уже настроена. Однако для российской аудитории нужна адаптация, а в некоторых случаях и полное переформирование стратегии, так как многие инструменты воспринимаются российскими зрителями как подозрительные и неестественные. Причиной этому служит негласное правило, смысл которого заключается в том, что чем больше и ярче показан кинопродукт, тем хуже он будет. По этой причине зритель, видя рекламу всегда и везде, задумывается, а стоит ли этот фильм потраченных денег. Эта глобальная проблема в восприятии существенно подрывает современные PR-стратегии. Для того чтобы развеять сомнения аудитории, необходимо более глобально окунуться в исследования аудиторий, психологические аспекты и грани восприятия. Только после тщательного анализа можно будет с нуля разрабатывать стратегию, основанную на западных подходах, но адаптированную под российскую аудиторию.

Список использованных источников:

1. Макарова Т.Л. Символы в дизайне и рекламе современного костюма. – М.: РИО МГУДТ, 2016. – 112 с.

2. Макарова Т.Л., Соколова В.М. Эпатажные образы в рекламе моды и их влияние на зрителя // Материалы докладов 51-ой Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов. – Витебск, 2018. – с. 42-46.

3. Макарова Т. Л., Макаров С. Л. Выставки дизайна и рекламы: новые информационные технологии и креативные решения в дизайне, рекламе и сервисе. Монография. - М.: РИО МГУДТ, 2016. - 108 с.

© Шилкина А.А., Макарова Т.Л., 2019

УДК 73.01/.09

Шилун В.В., Господарёва В.К. НОВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ В ГОРОДСКОЙ СКУЛЬПТУРЕ

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

Скульптура сопровождает человечество в течение всей его истории: во всех странах она существовала, существует и будет существовать в разных видах и жанрах. Многие культуры оставили нам большое количество скульптурных шедевров, которые говорили не только о невероятном мастерстве их творцов, но также и о том, что во все времена скульптура имела большое значение в формировании духовно-нравственной среды обитания человека. Искусство подразумевает диалог

художника и зрителя, активное взаимодействие человека с художественным произведением, соучастие в творчестве.

Внутри каждой из исторических эпох происходили непростые процессы изменений: развитие разных стилей и направлений, поиск самобытного пластического языка, свойственного только данному периоду времени.

Современная скульптура со временем приобретала новые особенности – динамичность (кинетическая скульптура), а с приходом современных технологий и новых материалов, прекратила ассоциироваться с теми или иными специальными техническими навыками скульптора. Исторически любую скульптуру характеризовали 2 её ключевых элемента – масса и пространство. В современной скульптуре, данные элементы теряют своё былое значение. Единые формы уступают место прозрачным и легковесным конструкциям с различным использованием материалов, которые дают возможность скульптору запечатлеть эффект движения в пространстве. Цель моего исследования – проанализировать новый подход к скульптуре и трансформация её в Арт-объект (Public Art). Для того чтобы лучше понять современное искусство следует коротко пройти по наиболее знаменитым работам самых известных скульпторов – чтобы сформировалось полное впечатление о том, что представляет из себя современная скульптура.

Японский дизайнер Makoto Tojiki (Макото Тожики) значительную часть своей творческой жизни работает со светом во всех его проявлениях. В своей работе «No Shadow» художник изобразил коллекцию скульптур, основанных на взаимосвязи света и тени. В скульптурах показано, как можно управлять данными элементами для создания необходимого эффекта. Скульптура составлена из сотни LED-светодиодов, расположенных на нитях. Она выглядит для зрителей так, будто мужчина телепортируется в место, где находится зритель. При помощи тонких нитей светодиодов нежно-небесного цвета создаётся потрясающий эффект «телепортации». По словам Makoto, данным визуальным эффектом он стремился показать момент телепортации – когда скульптура еще находится в выставочном зале и в то же время перемещается в другое место.

Трогающий душу проект «Monumento Mínimo» бразильской художницы и скульптора Nele Azevedo (Неле Азеведо) обращает внимание публики на проблему глобального потепления и напоминает о трагических страницах истории. Инсталляция закончится, когда растает последняя фигурка. Тающие человечки – фигурки мужчин и женщин. Высота одной скульптурки – 20 см. Время таяния экспозиции – от 30 мин. до 2 часов, которое зависит от места проведения мероприятия, времени года и погоды. Nele Azevedo рассказывает в интервью, что она просто скульптор, который ищет новые выразительные идеи. Она как бы изменяет привычные каноны:

вместо героя – неизвестный; на смену долговечности камня – эфемерность льда; вместо монументальности – крошечные недолговечные статуэтки. «Жизнь скоротечна», – отмечает художница, наблюдая, как ее произведения превращаются в лужицы воды. Действительно, инсталляция «Monumento Mínimo» изумляет масштабами, занимая центральную площадь города или лестницу перед величественным зданием. Человечки тают по-разному, они со временем исчезают на глазах у сочувствующей публики. В английском Бирмингеме в 2014 г., к 100-летию начала Первой мировой войны в память о жертвах была организована инсталляция с 5000 тающих человечков. Один из наиболее впечатляющих вариантов инсталляции был установлен в Мемориале Латинской Америки (Сан-Паулу, Бразилия), где напоминалось о кровавом уничтожении индейцев. Арт-представление Nele Azevedo было представлено во многочисленных городах по всему миру с целью привлечения внимания к проблеме глобального потепления. Удивительная скульптура, напоминающая дерево, издает звуки, когда дует ветер. Она была сооружена в 2006 году архитекторами Mike Tonkin (Майком Тонкином) и Anna Liu (Анной Лиу). Произрастает Поющее Дерево в Великобритании в Пеннинских горах. С того места, открывается прекрасный вид на город Бернли графства Ланкашир. Ветер играет в трубках-ветвях и в не очень ветреный день металлический «орган» звучит нежно и переливчато, наполняя окружающую природу симфонией звуков. Из-за того, что направление ветра всё время изменяется, скульптура никогда не «поёт» похожие мелодии. Мелодичность «аккордов» была бы неосуществима без тщательных математических расчетов с дальнейшим использованием «поющих» материалов. Поющее дерево имеет разную длину и систему отверстий, благодаря чему они могут издавать звуки разной высоты. Конструкция Поющего Дерева имеет 350 труб разной длины. Скульптура «Singing Ringing Tree» получила множество наград, в том числе и премию Королевского института британских архитекторов в 2007 г.

На набережной Батуми в 2010 году был установлен памятник двум влюбленным – мусульманину и христианке. Известная скульптура «Али и Нино» была создана Tamara Kvesitadze (Тамара Квеситадзе) и считается символом настоящей, но трагической любви. Инсталляция двигается, демонстрируя магнетическую связь между мужчиной и женщиной, их единство несмотря на все проблемы и невзгоды. Это монументальное произведение – воплощение истории любви из старинного одноимённого романа Юсифа Везира Чменземинли. Данный роман сподвигнул творца на создание движущейся статуи мужчины и женщины. Скульптурная композиция установлена как символ постоянного круговорота любви: вечное стремление влюбленных друг к другу; краткий миг встречи, объятие и поцелуй; необходимость разлуки. Высота монумента достигает 7 метров. Выполнен он из горизонтальных металлических пластин. В

дневное время скульптура статична, а начинает своё движение в вечернее время после 19 часов. Цикл движения скульптуры составляет почти 12 мин. За это время влюблённые сливаются в поцелуе и, проходя друг через друга, становятся одним целым, потом статуи расходятся и возвращаются в исходную точку и всё начинается сначала. В темноте металлические пластины подсвечиваются разными цветами, монумент приобретает фантастический вид. Во время движения включается грустная мелодия, она продолжается в течении 10 мин. Инсталляция стала своеобразной визитной карточкой Грузии и вошла в топ самых красивых мест для посещения туристами.

Theo Jansen (Тео Янсен) создает огромные скульптуры, которые умеют ходить и дышать. Для их перемещения не нужно ни электричества, ни солнечной энергии, столь популярной в наше время. Для того, чтобы вдохнуть жизнь в данные сложносочиненные формы, достаточно простого дуновения ветра. Статуи ходят, перебирая конечностями как насекомые, для этого используются пластиковые трубы и бутылки, полиэтилен и аналогичные расходные материалы. Статуи Янсена зачастую появляются на пляжах Нидерландов и разгуливают там, в одиночестве, приводя случайных зрителей в изумление. Сам Янсен говорит о том, что это «новые формы жизни». «Дышать» пляжные обитатели научились уже давно – при достаточной силе ветра излишки давления воздуха сохраняются в специальных резервуарах-легких. И даже когда погода безветренная, движение не останавливается: роботы используют запасенную энергию. А при приближении очень сильных порывов ветра, способного унести конструкцию, фигура выкидывает якорь, при помощи которого хватко держится за грунт».

Современное «открытое искусство» (Public Art) – это постоянное движение в бесконечных поисках нового пластического языка, отказ от различных тотальных схем в искусстве, переосмысление многовекового скульптурного наследия. Не в малой степени это стало возможным благодаря использованию в современной пластике технико-технологических достижений последнего века. Современные материалы и технологии коренным образом меняют мир предметно-пространственного окружения человека, и скульптура реального времени играет не последнюю роль для того, чтобы это окружение становилось красочнее, уютнее и комфортнее.

Список использованных источников:

1. <https://b-picture.livejournal.com/2719288.html>
2. <http://creativng.net/art/ledyanye-chelovechki-nele-azevedu-nele>
3. <https://bigpicture.ru/?p=177003>
4. <https://zen.yandex.ru/media/id/5c58a4904c240600b03fdd52/istoriia-liubvi-dvijuscaiasia-skulptura-ali-i-nino-v-gruzii-5c6266504ae1d700aedd04ee>

© Шилун В.В., Господарёва В.К., 2019

УДК 004.023

Шубин В.С. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ АДДИТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ ПРОТОТИПИРОВАНИЯ ГОТОВЫХ ИЗДЕЛИЙ

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

В настоящее время современные школы стараются обеспечить своих учеников всем современным и инновационным оборудованием, с помощью которого они могут познакомиться с разными научными сферами. К одной из таких относятся аддитивные технологии. Для учащихся средней и старшей школы данная наука является большим интересом. Но не во всех этих школах есть специалисты знакомые с данным оборудованием, и имеющие методику обучения на них.

В наше время процесс улучшения технологий не стоит на месте, и с каждым днем происходит усовершенствование цифровых технологий, что способствует использованию новшеств в различных сферах жизни человека. Аддитивные технологии – являются одними из самых востребованных и передовых во всем мире.

Аддитивные технологии (Additive Manufacturing – от слова аддитивность – прибавляемый) – это послойное наращивание и синтез объекта с помощью компьютерных 3D-технологий. Данное изобретение принадлежит Чарльзу Халлу, сконструировавшему первый в истории стереолитографический трехмерный принтер в 1986 г. Что же означает аддитивный процесс послойного создания модели и как он происходит? В современном промышленном мире это несколько различных процессов, в конечном результате которых моделируется 3D-объект: UV-облучение; экструзия; струйное напыление; сплавление; ламинирование.

В сфере аддитивных технологий используются такие материалы, как воск; гипсовый порошок; жидкие фотополимеры; металлические порошки; разного рода полиамиды; полистирол.

Аддитивные технологии в машиностроении. Американские инженеры используют аддитивное производство в машиностроении уже в течении 15 лет. Проект Urbee, компании Kog Ecologic – это создание первого прототипа 3D-автомобиля со скоростью 112 км/ч, его некоторые детали и кузов напечатаны на 3d-принтере. Другая компания Local Motors в ноябре 2015 г. представила «умный и безопасный» автомобиль LMSD Swim – 75% деталей которого, созданы с помощью трехмерной печати используя АБС-пластик и углеволокно.

В конце 20-го века, всего несколько десятилетий назад, появилась технология трехмерного сканирования. Первый работающий прототип появился в 60-х годах. Тогда он не мог похвастаться широким спектром своих возможностей, но это был настоящий 3D-сканер, который довольно неплохо справлялся со своей основной функцией.

Со временем, к 80-м годам, сканирующие устройства начал усовершенствовать: дополнили лазерами, источниками белого света и затемнения. Это позволило улучшить «захват» сканируемых объектов. Одновременно, в этот период появляются контактные датчики. Их помощь заключалась в оцифровывании твердых тел, которые не отличались сложной формой. Для улучшения оборудования, разработчикам потребовалось позаимствовать несколько оптических технологий у военной промышленности.

Интерес к применению 3D-сканеров было не только у конструкторов дизайн-студий, автомобильных концернов, но и работников киноиндустрии. В 80-х – 2000-х годах разные компании выпускали свои модели оборудования: 3D-сканер REPLICA, Head Scanner и другие. С того времени агрегаты усовершенствовались, изменились, стали более функциональными и мобильными. Сегодня, характеристики 3d-сканера существенно отличаются.

Принцип работы 3D-сканера состоит в том, что он занимается детальным исследованием физических объектов, затем воссоздаются их точные модели в цифровом формате. Современные агрегаты могут быть мобильными или стационарными. В качестве подсветки применяется особая лампа или лазер (их применение увеличивает точность измерений).

В свою очередь принцип работы 3D-сканера определяется технологией с помощью которой происходит сканирование. Применяя подсветки и встроенные камеры, аппарат измеряет расстояние до объекта с разных ракурсов. После, передаваемые камерой картинки сопоставляются. Затем, после тщательного анализа всех полученных данных, на экране проявляется готовая цифровая трехмерная модель. Работа сканерных 3D-устройств, основанных на лазере, заключается в том, что с его помощью измеряются расстояния в заданных точках. И на основе полученных сведений выводятся координаты.

Выделяют два основных метода трехмерного сканирования:

Контактный. Устройство зондирует объект или предмет посредством физического контакта, пока объект находится на прецизионной поверочной плите. Этот метод отличается сверхточной работой. Однако, при сканировании есть шанс изменить или повредить форму объекта.

Бесконтактный. В данном методе применяется излучение или особый свет (ультразвук, рентгеновские лучи). Посредством отражения светового потока сканируется объект.

Одной из составляющих создания готового трехмерного объекта является 3D-моделирование. Сейчас, абсолютно во всех сферах производства, на этапах конструирования, активно применяется объемная графика. Разработка трехмерного объекта проходит гораздо проще при трехмерном ее представлении, видении ее каждого элемента и значимой детали. Во время каждого этапа создания продукта, будь это несложный

механизм или ракетный двигатель, лучше ориентироваться на многогранный макет. Он представляет собой многовекторный чертеж, который имеет не только номинальную высоту, длину и ширину, но и визуальное воплощение.

При применении метода трехмерного моделирования происходит переход из схематического, однолинейного пространства в более реалистичное. Визуализация нашла свое начало и получила огромную востребованность именно в конструировании объемного образа. Она широко применяется в следующих отраслях: индустрия развлечений; медицина; промышленность.

В сфере развлечения 3D-моделирования активно применяется в кинематографе, компьютерных играх и анимации. Все несуществующие герои и виртуальные пространства создаются с помощью особой техники использования полигонов. А именно так называемых обыкновенных геометрических фигур, с тремя или четырьмя гранями, соединяющиеся под разными углами в один объект. Для придания объекту движения, необходимо изменять параметры у составляющих – вращать, перемещать, вытягивать. Все действия похожи на натяжение паутины, так как все они связаны, остальные сегменты деформируются в соответствии с первым.

С уменьшением площади каждого отдельного куса, увеличивается их общее количество, а также точность изображения. В данных случаях принято говорить о качестве графики – в некоторых играх можно ее делать ниже и выше. Данная процедура имеет место быть в тех случаях, когда мощность компьютера не позволяет достаточно быстро показывать все фрагменты. Нельзя сказать, что большое количество полигонов модели High poly лучше, чем небольшое количество полигонов – модели Low poly. Для создания анимации достаточно общего вида героя, если их много или он один, и он второстепенный. Как правило, главного персонажа создают более подробно. Для завершения образа героя, на графические фигуру накладывают текстуры.

3D-печать или «аддитивное производство» подразумевает под собой процесс создания цельных трехмерных объектов почти любой геометрической формы на основе цифровой модели. 3D-печать задумана на концепции построения объекта последовательно наносимыми слоями, повторяющие контуры модели. С фактической точки зрения, 3D-печать – полная противоположность таких знакомых методов механического производства и обработки, как резка или фрезеровка, где создание облика изделия получается путем удаления лишнего материала (т.н. «субтрактивное производство»).

3D-принтерами называют машины с программным управлением, которые выполняют построение детали аддитивным способом. Конечно, технология 3D-печати появилась еще в 80-х годах прошлого столетия, глобальное коммерческое применение 3D-принтеры получили только в

начале 2010-х. В начале XXI века произошел значительный скачек продаж, что предшествовало резкому снижению цен на устройства. По данным ведущей консалтинговой кампании, в 2012 году объем мирового рынка 3D-принтеров и сопутствующих сервисов достиг \$2,2 млрд., показав рост на 29% по сравнению с 2011 годом.

Технологии 3D-печати используются для прототипирования и распределенного производства в архитектуре, промышленном дизайне, строительстве, автомобильной, аэрокосмической, инженерной и медицинской отраслях, военно-промышленной, биоинженерии (для создания искусственных тканей), производстве модной одежды и обуви, ювелирных изделий, в образовании, пищевой промышленности географических информационных системах, и многих других сферах. Согласно исследованиям, домашние 3D-принтеры с открытым исходным кодом позволяют окупить капитальные затраты на собственное приобретение благодаря экономичности бытового производства предметов.

В производстве, в частности машинной обработке, термин «субтрактивные» является более традиционным методом и является ретронимом. Его придумали в последние годы для разграничения примитивных способов и современных аддитивных методов. Несмотря на то, что традиционное производство использует, по сути, «аддитивные» методы на протяжении веков (такие, как склепка, сварка и привинчивание), в них отсутствует трехмерная информационная технологическая составляющая. А вот машинная обработка (производство деталей точной формы), как правило, базируется на субтрактивных методах – опилке, фрезеровании, сверлении и шлифовании.

И автоматическое и ручное создание 3D-печатных моделей может вызвать трудности у среднего пользователя. В связи с этим в последнее время получили распространение 3D-печатные торговые площадки.

Список использованных источников:

1. <http://kak-bog.ru/additivnye-tehnologii-cto-eto-takoe-i-gde-primenyayutsya>
2. <http://elib.spbstu.ru/dl/2/3548.pdf/download/3548.pdf> М.А. Зленко, А.А. Попович, И.Н. Мутылина АДДИТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МАШИНОСТРОЕНИИ
3. <https://make-3d.ru/articles/3d-skanirovanie-prednaznachenie-metody-i-primenenie/>

© Шубин В.С., 2019

УДК 741.021.2:677.027.511

**Щербинина Е.Р., Щербакова А.В. РАЗНОВИДНОСТИ
ДЕКОРАТИВНОГО ПАННО**

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

На сегодняшний день в оформлении интерьера особую актуальность приобретает декоративное панно. Под декоративным панно подразумевается рельефный или плоскостной декоративный элемент, отделенный от плоскости стены обрамлением, либо фрагмент архитектурного решения пространства интерьера [1].

Современные дизайнеры все чаще используют декоративное панно в интерьере. В наше время оно очень популярно: это эффективный художественный метод, который поможет сделать комнату неузнаваемой и дать ей новую жизнь. Такие картины придают интерьеру законченный и художественный вид. Помещение сразу приобретает оригинальность и красоту.

Декоративное панно – отличный выбор для украшения интерьера. Их можно разместить на стенах, потолке, на полу. Они визуально увеличивают пространство, украшают помещение, сделав его непохожим на другие комнаты. При выборе изделия, необходимо ориентироваться на цветовую гамму и стиль интерьера, чтобы картина выглядела гармонично и ярко. Здесь нужно учесть размеры, ведь если выбрать широкое настенное панно, то потребуются дополнительное освещение, чтобы подчеркнуть красоту работы.

Картина может быть в виде конкретного изображения или абстракции. Стиль также бывает разным: современным, классическим, хай-тек.

В спальне обычно размещают изображения цветов в теплых, пастельных тонах. На кухне панно с изображением натюрморта. А в детской лучше всего смотрятся рисунки, герои мультфильмов и фантастические сюжеты.

Существуют разнообразные виды декоративного панно. К ним можно отнести:

- деревянные панно (из бука, дуба, березы, сосны, липы);
- панно из синтетических материалов;
- панно из кожи (натуральной и искусственной);
- тканевые в виде аппликации, вышивки машинным или ручным способом;
- вязаные панно;
- расписанные по стеклу;
- панно с применением камня (мрамор, гранит, базальт);
- мозаичные панно;

скульптурные, объемные панно с использованием гипса, фактурной штукатурки, металла; керамические [2].

Сегодня самыми популярными являются следующие виды панно.

1. Деревянные. На протяжении длительного времени древесина выступала сырьем для изготовления множества бытовых предметов, украшений. Это легкодоступный и долговечный материал. Декоративное панно из дерева на стену можно изготовить, используя любую его часть. Картины из бука, дуба, березы, сосны, липы и прочих пород. Возможны комбинировать различные виды дерева и создавать объемные узорчатые панно. Оригинальные работы из сухих веток, оформление большой стены «пятакими» распиленного поперек ствола, а также присутствие, в качестве настенной декорации, практически, целого массива [3].

2. Панно из натурального камня (мрамор, гранит, базальт, оникс), представляющее собой сюжетную линию или мозаичное изображение. Эстетическая привлекательность изделия способна украсить дом, офис, развлекательные центры, и другие важные помещения. Это может быть классический интерьер, и интересные разновидности уникального современного дизайна. Кроме общепринятых прямоугольных форм, картина также может быть треугольной, квадратной или другой необычно изогнутой формы, что является идеальным дополнением к дизайну интерьера. Современные технологии обработки камня дают возможность создания геометрических и растительных орнаментов, логотипов, вензелей [4].

3. Графические панно – печать на холсте с использованием новейших технологий, качественные репродукции, авторские работы художников, изображения и фотосюжеты. Графическое панно – это украшение, материалом для которого служит изображения большого формата в рамке или без нее, нанесенное на холст, пластик, акрил или другую плоскую поверхность [5].

4. Керамические панно. Это сюжетные изображения крупного формата без четких границ. Создаются из отдельных плиток, расположенных в определенном порядке, либо представляют собой монолитную картину. Благодаря своей влагостойкости, керамические панно можно размещать в ваннах и саунах. Из керамической плитки выкладывается рисунок на всю или большую часть стены. Часто используются различные декоративные элементы, так панно выглядит законченным и целым [6].

5. Панно из декоративной штукатурки также являются сегодня модной тенденцией. Картина из штукатурки и гипса придает узору фактурное изображение. Если верно расположить свет, то можно добиться эффекта увеличения пространства. Нанесение штукатурки производится через специальный трафарет, после чего рисунок оттеняется красками.

Такой вид панно применяется при украшении стен разными изображениями, медальонами поверхности потолков. Панно из штукатурки выполняются с использованием нескольких техник. Затем они могут декорироваться: красками, лаком, натуральным камнем [7].

6. Тканевые панно – аппликации, вышитые или гобеленовые картины, выполняемые машинами или вручную. В отличие от картин, которые создавались на холстах, для изготовления панно широко применялись разнообразные материалы: лоскутки, бумага, дерево или различные виды тканей. Причем скомбинировав несколько на первый взгляд совершенно несовместимых материалов, мастера умудрялись делать полотна необыкновенной красоты. Издавна чтобы правильно выделить убранство дома и подчеркнуть неповторимый образ интерьера использовали разнообразные виды панно. Поэтому декорирование поверхностей рисунками и объемными полотнами из тканей, считалось лучшим способом украсить помещение или фасад [8].

7. Комбинированные панно с использованием комбинированных приемов, техник. Представляют собой сочетания разных техник водной работе. Например, элементы декоративной живописи и лоскутное шитье, изонить, канзаши и пэчворк. На иллюстрации ниже (рис. 1) изображена авторская работа по мотивам известной картины Яна Вермеера «Девушка с жемчужной сережкой», выполненная в комбинированной технике. Используются два приема String Art и лоскутная аппликация.



Рисунок 1 – Тканевое панно «Муза Вермеера», авторская работа в технике лоскутной аппликации, String Art.

Список использованных источников

1. Молотова, В. Н. Декоративно-прикладное искусство: учебное пособие [Текст] / В.Н. Молотова. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Форум, 2010. – 288 с.
2. Холопкина В. Создание декоративного панно [Электронный ресурс] / В. Холопкина. – http://www.kholopkina.ru/Article_8.html
3. <https://dekorin.me/panno-na-stenu-foto/>
4. <https://www.design-torg.ru/raboty-po-kamnyu/panno-iz-kamnya-na-stenu.html>
5. <http://f-ekb.ru/article/pano-dlya-sten>
6. <https://diy.obi.ru/articles/panno-iz-plitki-vidi-panno-vibor-i-osobennosti-ykladki-20078/>

7. <http://dizainfoto.ru/svoimi-rukami/delaem-panno-svoimi-rukami-dlya-interera.html>

8. <https://kitchenremont.ru/dekor/panno/iz-tkani-panno>

© Щербинина Е.Р., Щербакова А.В., 2019

УДК 745.048:687

Щигорец Н.А., Щербакова А.В. ПЛАТОЧНЫЕ ИЗДЕЛИЯ КАК ИСТОЧНИК ВДОХНОВЕНИЯ ПРИ СОЗДАНИИ СОВРЕМЕННОГО ОБРАЗА

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

Платок в современном мире – неотъемлемая часть образа. Современные дизайнеры в своих коллекциях уделяют огромное внимание платочным изделиям. Они используют платки в качестве аксессуара: повязывают на шею, сумки, на руки, используют платок в качестве основного материала для создания формы моделей, используют известные орнаментальные композиции в качестве деталей для своих изделий. Сейчас при создании рисунка для платков используют не только отрисованные композиции, но и фотопринты, т.е. цифровую печать. При создании фотопринта используют объединение основных композиционных схем, отработанных годами проектирования, и современные художественные приемы. Появление современных технологий дает возможность для реализации любых концепций современных дизайнеров.

Платок – кусок ткани, квадратный или треугольный, используемый в качестве элемента одежды или дополняющий ее. В основном, платки присутствуют в женском гардеробе, но благодаря разнообразию они носятся и мужчинами.

Первые упоминания о платке как о головном уборе приходится на времена египетских фараонов 2000 год до н.э. В Египте, и в Ассирии платок демонстрировал общественное положение владельца.

Покрывали голову платком с древних времён и в Европе. В Средние Века платки считались признаком состоятельности у знатных особ – их расшивали золотыми и серебряными нитями, украшали кружевом, лентами и бантами.

К началу XIX века появилась мода на шали. Шали пришлись по вкусу не только как красивый аксессуар к нарядам в стиле ампир, но и как защита от холода. Шали были и широкие, и узкие длинные, и квадратные. В те времена ценилось искусство драпировки шали. Они были настолько популярны, что даже появился танец «па де шаль». Шали стали производить в Англии, Шотландии, Бельгии, Франции. Дамы были в восторге от знаменитых лионских шёлковых шалей и ярких русских.

В современном мире платки и шали украшают не только женскую голову, но и создают оригинальные модели одежды. Их используют в разных интерпретациях. При создании образа платки выступают как в роли аксессуара, так и в роли источника вдохновения. Многие дизайнеры берут за основу платок или сшивают несколько платков между собой и создают необычные, современные образы. Некоторые дизайнеры, как например Ив Сен Лоран в своей коллекции дубленок, используют мотивы павлово-посадских шалей и берут за основу платочные композиции.

Платки так же классифицируются по способам завязывания и каждый узел имеет свое название. Основные названия это: «аскот», «солитер», «а-ля Байрон», «по-ирландски», «Примо Темпо».

Платки отличаются по назначению, они бывают частью костюма (шейные, головные, нагрудные, носовые), деталью интерьера (платок на стене в качестве панно).

Платочные изделия изготавливаются из различных видов тканей: шелка, льна, хлопка, пуха, искусственных материалов.

Существует большое множество видов платков. Основные из них это: бандана, косынка, кашне, шаль, палантин, парео, куфия, хиджаб, фишу, платок паше, каре, оренбургский пуховый платок, павлово-посадский платок.

Платок – это квадрат, четырехугольник, одна из самых устойчивых геометрических форм и расположение рисунка на платке – одна из древнейших видов дизайна, который обуславливается технологией и утилитарным применением. Каждый платок, это целая история, легенда и традиция – искусство в квадрате.

В платочных изделиях огромную роль играют композиционное решение и орнамент. Еще в Средние Века было обязательным вышивать на углах платка гербы владельцев или монограммы. Платки указывали на статус своего владельца или на принадлежность той или иной организации.

В классической композиции платка есть несколько основных составляющих частей это: центр, углы и кайма. И основные акценты соответствуют этим элементам.

Принципы построения имеют четко выраженные особенности. Все элементы должны обеспечивать замкнутую композиционную структуру и устойчивое зрительное равновесие всех элементов, компонентов. При этом замкнутость может быть четко выражена или подразумеваться.

В выборе цветовых сочетаний для проектирования платочных изделий используют родственные, контрастные, родственно-контрастные цветовые сочетания. Также платки бывают двуцветными или однотонными.

Существует несколько способов художественного оформления платков: ткачество (использование различных видов переплетений,

соединение нитей различных цветов и нитей различного состава (хлопок/шерсть), использование фактурных нитей для создания объемного рисунка и др.), печать (прямая трафаретная печать, вышивка, сублимационная печать, цифровая принтерная печать, термотрансферы), ручная роспись (холодный, горячий батик, применение различных эффектов).

Печатные рисунки делятся на два вида: фотопринт и отрисованные орнаментальные мотивы.

В платочных композициях можно выделить несколько основных орнаментальных групп: растительная, геометрическая, абстрактная, предметная, сюжетно-тематическая, зооморфная, пейзажная, шрифтовая, комбинированная.

С течением времени платок из простого средства защиты и обогрева в качестве головного убора переходит в часть художественного образа и современного источника вдохновения. История платка очень разнообразна и полна интересных и важных для проектирования костюма тонкостей. Платочные изделия имеют большой спектр классификаций и способов применения в современном мире. С развитием современных технологий появляется множество способов проектирования платочных изделий и реализации дизайнерских решений с платками в качестве источника вдохновения.

Список использованных источников:

1. Козлов В. Н. Основы художественного оформления текстильных изделий: Учебник для вузов. - М.: Легкая и пищевая промышленность, 1981. – 264 с

2. Лагунова А.В. Композиционное решение в дизайне текстильных изделий (статья 2) ВІСНИК ХДАДМ №3, 2011. 39-41 с.

3. Малахова С.А. Специальная композиция печатного рисунка на текстильных материалах. - М.: Легкая и пищевая промышленность, 1984. – 203 с.

4. Малахова С.А., Журавлева Т.А., Козлов В.Н. Художественное оформление текстильных изделий. - М.: Легпромбытиздат, 1988. – 304 с.

5. Рудин. Художественное оформление тканей. - М.: Экономика, 1964. – 172с.

6. Шангина И. И. Платок (плат) // Русский традиционный быт : Энциклопедический словарь. – СПб.: Азбука-классика, 2003. – С. 564–568. – 688 с.

7. Щербакова А.В. Принципы и методы художественного проектирования печатного текстильного рисунка 50 – 60-х годов XX века. Зарубежный и отечественный опыт. дис. канд. искусств. – М.:2013. -350 с.

© Щигорец Н.А., Щербакова А.В., 2019

Авторский указатель

Б

Бутко Т.В., 58

Г

Господарёва В.К., 17, 114
Гусева М.А., 27

З

Заболотская Е.А., 74, 98

К

Казакова Н.Ю., 95
Киба О.В., 36
Кравец Н.А., 42
Криволапова Г.А., 109
Кузнецов Е.А., 105

М

Макарова Т.Л., 112
Мухина Е.Н., 29
Мыскова О.В., 80

Р

Разина Е.И., 95
Рогожина Ю.В., 27
Рыкова Е.С., 49

С

Сафонов В.В., 93
Синицына Е.И., 65
Сорокотягина Е.Н., 77

Т

Талдыкина А.А., 8
Таран В.Н., 10
Тельпиз Е.Д., 13
Теплова А.А., 17
Тёрина Е.О., 20
Тимохович А.Н., 38
Токарева Е.Д., 23
Толстых С.Н., 27
Топорищева Н.А., 29

Третьякова А.Е., 93
Трусова П.В., 32
Туз М.С., 36

У

Уваров В.Д., 89
Угодникова А.Р., 38
Ушакова П.С., 42

Ф

Федорова М.А., 45
Федосеева Е.В., 49
Филенко С.С., 52
Филенко Ц.С., 55
Фомина Ю.А., 58

Х

Хименко М.М., 62
Хиральдо В.М.К., 65
Хрусталева А.Д., 68
Хрущ Ю.С., 71

Ц

Церенина Е.В., 74

Ч

Чепкасова Д.Б., 77
Черникова Е.В., 80
Чернышова Ю.В., 82
Чешкова А.В., 29
Чивга М., 86
Чираева К.С., 89
Чоудури Р.Н., 93
Чудин Э.А., 95

Ш

Шамёнова Д.С., 98
Шедько И.И., 102
Шепилова В.О., 105
Шикун А.О., 109
Шилкина А.А., 112
Шилун В.В., 114
Шубин В.С., 118
Шушлякова Е.А., 71

Щ

Щербакова А.В., 122, 125

Щербинина Е.Р., 122

Щигорец Н.А., 125

Научное издание

Всероссийская научно-практическая конференция

«ДИСК-2019»

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

Отпечатано в РИО РГУ им. А.Н. Косыгина