

Министерство образования и науки Российской Федерации

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Московский государственный университет дизайна и технологии»**

Международная научно-техническая конференция

**«ДИЗАЙН, ТЕХНОЛОГИИ И ИННОВАЦИИ В ТЕКСТИЛЬНОЙ
И ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ»
(ИННОВАЦИИ –2015)**

(17-18 ноября 2015 г.)

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ

Часть 4

Москва – 2015

УДК 677.02.001.5

Дизайн, технологии и инновации в текстильной и легкой промышленности (Инновации-2015): сборник материалов Международной научно-технической конференции. Часть 4. – М.: ФГБОУ ВПО «МГУДТ», 2015. – 223 с.

В сборник включено содержание докладов профессорско-преподавательского, научного состава и аспирантов российских и зарубежных вузов и научно-исследовательских институтов, представленных на конференции и отражающих основные направления развития в области текстильной и легкой промышленности.

Редакционная коллегия:

Председатель:

Белгородский В.С., профессор, ректор

Ответственный секретарь:

Николаева Н.А., доцент, ведущий инженер отдела научно-исследовательских работ

Члены редколлегии: Балыхин М.Г., доцент, проректор по науке и инновациям; Бесчастнов Н.П., профессор, декан института искусств; Кобраков К.И., профессор, зав.кафедрой; Костылева В.В., профессор, зав.кафедрой; Прокопенко А.К., профессор, зав.кафедрой; Радько С.Г., профессор, зав.кафедрой; Разумеев К.Э., профессор, декан текстильного института им. А.Н. Косыгина; Румянцев Ю.Д., профессор, зав.кафедрой; Седяров О.И., доцент, зав.кафедрой; Шустов Ю.С., профессор, зав.кафедрой

ISBN 978-5-87055-272-9
ISBN 978-5-87055-276-7

© Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Московский государственный университет дизайна и технологии», 2015

© Обложка. Дизайн. Целикова Г.А. 2015

СОДЕРЖАНИЕ

Секция 9. Дизайн, искусство костюма, текстиля и рекламы.....	4
Авторский указатель.....	221

СЕКЦИЯ 9
Дизайн, искусство костюма,
текстиля и рекламы

**МЕХАНИЗМЫ ИНТЕГРАЦИИ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОГО
ПРОГРЕССА И ПРОЕКТНОЙ ПРАКТИКИ ДИЗАЙНА КОСТЮМА**

Аринов А.Г., Петушкова Г.И.

Московский государственный университет дизайна и технологии, Россия

Современный рынок легкой промышленности в последние десятилетия претерпел значительные изменения. Расширился охват потенциальной аудитории по возрасту и гендерной принадлежности, заинтересованной в актуальной и модной одежде. Это, в первую очередь, связано с общим улучшением благосостояния населения и, как следствие, ростом покупательной активности. Во вторую очередь – с развитием производственных мощностей и их научно-техническим усовершенствованием. В совокупности это привело к общему прогрессу в области разработок методов проектирования в дизайне, способов решения различных проектных задач и исследованию приемов художественной выразительности современных цифровых технологий.

Последнее особенно востребовано в условиях широкой интеграции в проектную культуру промышленного дизайна, новых технологий и научно-технического прогресса. Актуальной становится проблема расширения виртуальных методов проектирования и формообразования. При переходе промышленного проектирования в область виртуальных технологий меняются стандартные подходы разработки формы и ее образной наполненности. Традиционно для формообразования костюма применялись комбинаторные методы проектирования, которые включали в себя функциональный, технологический и художественный уровни.

Новые технологии увеличивают роль дизайна в культуре, расширяют сферу его влияния, ставят новые задачи перед дизайнерами и проектировщиками. По-прежнему неотъемлемым остается значение промышленного производства и массового потребителя, дизайн, со своей стороны, являлся посредником между ними и уделяет внимание главным образом обобщенным характеристикам потребителя [1]. Техническая эстетика, будучи органичной частью, производственной экономики, не может оставаться в стороне от процесса поднятия на новый качественный уровень планирования и управления всеми отраслями легкой промышленности, где одно из центральных мест отводится программно-целевому подходу, обеспечивающему организационную коммуникацию и кооперацию различных сфер деятельности.

В среде промышленного проектирования костюма чувствуется нехватка методов, оптимизирующих затраты времени на начальном этапе разработки коллекции одежды и как результат возрастает интерес к инновационным трактовкам технологий и виртуальному моделированию. Наиболее актуальным является развитие методов проектирования в условиях виртуального пространства и исследование искусства как формообразующего фактора, в связи с чем основной проблемой является разработка алгоритма виртуальной комбинаторной программы, которая комплексно решала бы проектно-художественные задачи [2]. В качестве решения вопроса по организации и управлению проектной деятельностью необходимо правильно выбирать методы организационной стратегии согласно с поставленной задачей. Целью данной программы становится формирование определенной концептуальной целостности, которая являет собой смысловой инвариант художественной системы, охватывающей множество предложений автора [3].

Компьютерные технологии уже нашли свое применение в проектировании костюма. Дизайн-программирование соединяет в целостный процесс разработку эстетико-художественной концепции объекта и способы его реализации. В области виртуального проектирования костюма так же существуют методы как формализации начальных творческих этапов предпрограммного моделирования, так и концепции структурно-функционального копирования природы и закономерностей организации объектов в искусственных системах.

Но в большинстве случаев компьютерное проектирование применяется как один из этапов в общем цикле моделирования формы. В свою очередь, инновационные технологии могут позволить расширить возможности предметно-пространственного проектирования одежды, переводя ее в область виртуального моделирования. Современный ритм потребления товара превращается в интенсивный процесс постоянного обновления вещей. Новые промышленно-технологические возможности дают потенциал для большего количества экспериментов с формами, материалами, стилевыми направлениями, конструктивными и декоративными элементами. Увеличение спроса современного рынка, в свою очередь, приводит к увеличению спроса непосредственно на творческий потенциал в области дизайн-проектирования. Внедрение новых виртуальных технологий в разработку коллекции на проектно-графическом этапе, с одной стороны способствует усовершенствованию процесса проектирования. С другой стороны приводит к усложнению характера деятельности художника-проектировщика, что в результате порождает принципиально новый подход к структуре организации самого процесса проектирования, в котором должны органично сочетаться анализ предпроектной ситуации с прогнозированием и инженерным расчетом. Подобная ситуация требует от художника не только владения творческими методами, но и обширных знаний в

области применения виртуальных графических инструментов, понимания возможностей интерактивных технологий и способах всеобъемлющего представления концепции разрабатываемого проекта. Внедрение виртуальных технологий позволят проектировщику моделировать эксперименты в неограниченном количестве вариантов, в поисках квинтэссенции замысла автора, актуальных стилевых направлений и спроса потенциальной аудитории [4].

Комплексная система проектирования связана с необходимостью разработки комбинаторного метода проектирования, включающего в себя аналитику актуальности производимых моделей, хронологические изменения структурных характеристик изделий. Целью данной системы будет являться оптимизация процесса проектирования с последующим сокращением затрат по времени. Так же важен сам подход в проектной виртуальной художественной деятельности, поскольку в данном случае используются непосредственно инструменты создания виртуального пространства, из чего следует необходимость анализа и структурирования существующих методик, для понимания принципов работы и дальнейшего развития технологий творческой деятельности.

Литература

1. *Луков В.А.* Социальное проектирование: учебное пособие – 4-е изд., испр. – М.: Издательство Московской гуманитарной социальной академии: ФЛИНТА, 2003. – 204 с.
2. *Аринов А.Г.* Искусство художественного авангарда XX века как фактор формообразования в дизайне Бытачевской Т.Н.: автореферат. – Москва, МГХПУ им. Строганова, 2005. – 18 с.
3. *Петушкова Г.И.* Трансформативное формообразование в дизайне костюма. Дизайн костюма: Теоретические и экспериментальные основы: учебное пособие. – М.: ЛЕНАНД, 2015. – 33 с.
4. *Аринов А.Г., Петушкова Г.И.* Терминология виртуального языка в дизайне костюма // Дизайн и технологии. – 2012. – С.18

ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ СРЕДЫ ТЕАТРАЛЬНЫХ СООРУЖЕНИЙ

Волкодаева И.Б., Салманова Р.К.

Московский государственный университет дизайна и технологии, Россия

По данным экспертов, российская архитектура отстает от мирового уровня на 20-30 лет. А в случаи с архитектурой театральных зданий к этой цифре можно смело прибавлять пару десятков лет.

Под словом «театр» мы в первую очередь понимаем непосредственно репертуар и режиссерские постановки. Но театр – это еще и помещение со своей специфической архитектурой. На территории России более 1400 театров. Большинство из этих зданий сильно устарели как «морально», так и «физически». Архитектурное решение российских театров отстает от требований и запросов времени, что в свою очередь ограничивает режиссерские замыслы. Театр и город сегодня – две глубокие и сложные проблемы. Но поскольку некому ими заниматься, то всё сводится к каким-то отдельным сооружениям, порой интересным, а порой не очень. Будет легче понять возможность принципиально нового подхода к проектированию театрального здания, если мы представим себе природу его устройства. В его основе лежат сразу два морфологических типа пространства – технологически взаимосвязанное пространство игры или так называемое «театральное пространство» (комплекс «сцена – зал») и «пространство публики». Это фойе, вестибюли, фасады и прилегающая городская среда [2].

«Театральное пространство» – синоним театральной культуры. А театральная культура не может развиваться вне времени. Современный театр становится на инновационный путь развития, используя достижения новых технологий в основных составляющих постановочного процесса: режиссерской экспликации, создании эскизов декораций и костюмов, а также в осуществлении сценографического решения спектаклей. Новые технологии оказывают огромное влияние на развитие театра как вида искусства: появляются уникальные формы спектаклей, новые театральные специальности, специфические технологии постановочного творчества и театрального дела [1]. Развитие современного театра требует новой формы планирования и организации театрального пространства, что актуально для оптимизации творческого и постановочного комплекса.

«Публичное пространство» не может существовать без самого театра. Все помещения, входящие в комплекс театрального сооружения должны быть выдержаны в одном ключе и подчиняться единой идее. Если говорить о новых формах планирования сцены и зала, то эта концепция должна так же применяться и к «пространству публики». Посетители театра воспринимают фойе как прихожую перед входом в зал, где зрители томятся в ожидании спектакля. На деле так оно и есть. Большое пространство фойе и вестибюлей никак не задействовано в жизни театра. Благодаря новым формам организации театральных сооружений, данное пространство может восприниматься совершенно по-новому. Фойе в современном театре превращается в открытое публичное пространство, где могут не только проходить лекции, мастер-классы, выставки и презентации, но так же выступать в качестве дополнительной площадки под театральное действие.

Сегодня у российского зрителя театр чаще всего ассоциируется с таким «шаблоном»: красные бархатные стулья, красные ковровые дорожки, тяжелые портьеры, позолото, мрамор и т.п. Но в последние годы на-

блюдается тенденция реорганизации устаревших театральных зданий в более современные. Одним из удачных примеров реконструкции «шаблонного» театра в совершенно новое открытое театральное пространство может служить открывшийся в январе 2015 года после полутора лет реконструкции Электротheater Станиславский, ранее носившийся название Московский драматический театр имени Станиславского. Проект реконструкции разработало архитектурное бюро Wowhaus, которое уже известно по своим проектам обновленного Парка Горького, Крымской набережной и института «Стрелка». В новом театре есть зал – трансформер на четыреста человек с акустическими панелями по периметру и точечными подъемными механизмами, которые позволяют трансформировать сцену до неузнаваемости. Есть просторные гримерки с душами, репетиционные залы и художественные цеха, оснащенные невероятными приспособлениями, которые помогут справиться с любой технической задачей. Есть фойе, в котором задают тон открывшиеся во время реконструкции стальные колонны и кессоны, - оно функционирует как пространство для перформансов, театральное кафе и переходная зона одновременно [4].

«У нашего бюро Wowhaus есть вполне определенная идеология. В Москве мы «продвигатели» общественных пространств. Публичное пространство – это то, чего не хватает современному городу и что должно город объединять. Поэтому для нас важно было сделать проницаемый, открытый театр» [3]. - Олег Шапиро, один из авторов проекта.

Таким кардинальным изменениям Электротheater во многом обязан Борису Юхананову, художественному руководителю театра. Именно он предложил совершенно новую концепцию использования театрального пространства. «Много разных возможностей предоставляет это пространство собственно режиссуре. Но, кроме того, в открытом фойе может продолжаться открытая жизнь города. Будет работать кафешка, книжная лавочка. С утра люди могут прийти сюда. Все это пространство пронизано волнами wi-fi. Они могут сидеть, работать с компьютером, пить кофе, читать книжки, общаться друг с другом. Также в фойе могут быть разные музыкальные приключения в виде концертиков. Здесь, или вот если вы поднимитесь по лестнице, там возникает маленький концертный зал – «Электроступница». Мы можем давать подушки, люди могут лежать и слушать музыку» [3]. – Борис Юхананов о проекте Электротheater Станиславский. Процесс реконструкции театра еще не завершен. В проекте так же заложено обустройство внутреннего двора, где будут проходить различные фестивали, стрит-арт и более сложные театральные действия. Двор, как и пространство театра, будет открыт для всех желающих. В тихом театральном дворике можно будет отдохнуть от шумных улиц мегаполиса.

«Нужны новые формы. Новые формы нужны», - говорил Треплев в «Чайке» А.П. Чехова. Данное выражение актуально и сегодня. Современный театр – это всегда поиски чего-то нового. Ведь новому взгляду на мир,

новому ритму жизни должны соответствовать и новые формы планирования и организации, новые режиссерские приемы, новые пути решения сценического пространства. Но в погоне за инновациями не должны искажаться дух и идея театра.

Литература

1. *Астафьева Т.В.* Новые технологии в современном постановочном процессе [Текст]: автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. иск. (17.00.09) / Астафьева Татьяна Владимировна; СПбГУП. – Санкт-Петербург, 2011. – 26 с.

2. *Гриб А.С.* Архитектура зрелища [Текст] // 66 параллель. – 2009. – № 2 (33). – С. 104-105.

3. *Пальвелева Л.* Электротئاتр Станиславский [Электронный ресурс] // Радио Свобода. – 2015. – Режим доступа: <http://www.svoboda.org/content/article/26816654.html>

4. *Углик А.* Электротئاتр Станиславский [Электронный ресурс] // Architectural Design. – 2015. – № 3 (137). – Режим доступа: http://www.admagazine.ru/inter/58741_elektroteatr-stanislavskiy.php

КРЕАТИВНАЯ ЖИВОПИСЬ ДЛЯ ДИЗАЙНЕРОВ

Сидоренко В.Ф.

Московский государственный университет дизайна и технологии, Россия

Понятие «креативная живопись» впервые предлагается в данной статье как обозначение актуальной образовательной дисциплины в вузах художественного и дизайнерского профиля, обновляющей и расширяющей содержание понятия «декоративная живопись», используемое в нынешних программах дизайн-образования на протяжении многих десятков лет и не раз удостоенное переосмыслению в контексте динамики новейшего художественного процесса.

Итак, понятие «креативная живопись» не отрицает, включает в себя и сохраняет весь накопленный многолетний творческий, практический и методический опыт «декоративной живописи» как образовательной дисциплины.

В понятии «декоративная живопись» как образовательной дисциплины есть некая двусмысленность. Язык декоративной живописи был изначально связан с функцией «декора» в продукции художественных промыслов - т.е. живопись как украшение на утилитарных предметах: классические картины на фарфоровых вазах, лаковая живопись на шкатулках и мебели, батик, шпалеры, декоративные и плательные ткани, обои, расписные дворцовые сервизы посуды, стенная роспись интерьеров и др. Живо-

пись в роли декора отличается от станковой живописи не только по технике, но и по художественным средствам, по своей философии и эстетике, по выразительному языку. Но как образовательная дисциплина в подготовке современных дизайнеров «декоративная живопись» не имеет никакого отношения к «декору». В главном, т.е. как жанр ремесла и творчества, она сохраняет свои родственные корни и признаки именно станковой живописи, а не прикладное значение «декора». Поэтому, чтобы избежать терминологической путаницы и двусмысленности, целесообразно назвать интересующий нас предмет не «декоративной», а «креативной живописью», т.е. положив в основу цель и метод образовательной дисциплины, а не «декоративность» как один из частных формальных признаков «по аналогии». В этом смысле не менее важным признаком и средством формообразования является язык орнамента. Отсюда понятие «орнаментальности» как одной из цвето-пластических ценностей креативной живописи.

Креативная живопись родилась в стенах ВХУТЕМАСа и Баухауза как образовательная дисциплина, интегрированная в авангардный художественный процесс, альтернативный сюжетно-изобразительному академизму и «украшательским» художественным промыслам, и развивалась как актуальная экспериментальная художественная методология XX в., основанная не на сюжетно-изобразительных формах, а на пластических ценностях АБСТРАКТНОЙ ФОРМЫ – геометрия, цвет, фактура, плоскость, линия, пятно, рельеф, ритм, пропорции, контраст, асимметрия, монтаж, коллаж и т. д. Поэтому в системе «актуального искусства» XX века, насчитывающего около семидесяти направлений, креативная живопись не составляет какого-то самостоятельного направления, а есть сама его сущность. А в качестве образовательной дисциплины креативная живопись экспериментирует с формальными средствами всех направлений.

Эксперимент – наиболее значимая рабочая категория креативной живописи как метода цвето-пластического формотворчества.

В каком-то смысле к эксперименту можно отнести и маргинальное самодеятельное уличное декоративное искусство, которое, не чураясь эклектики, соединило и связало орнамент, живопись, типографику и каллиграфику в новом китчевом жанре «графити» и его новейших разновидностях. В образовательной концепции и программе креативной живописи опыт и метод «графити» также находит применение.

Современная креативная живопись, вобрав в себя в своей собственной эволюции радикальный авангард и сохраняя достижения и ценности абстрактного нефигуративного искусства, теперь не только не отрицает, но «возвращает» культуре преображённое изобразительное начало, видя в нем неисчерпаемые возможности создания остроактуальных содержательных композиций, раздвигающих границы и открывающих новые пути, направления, средства и приемы визуального творчества: символизация, метафоризация, стилизация и др. Фигуративные мотивы и сюжеты комбини-

руются с нефигуративной живописью с помощью приёмов монтажа, коллажа, «наплыва» и т.п., в том числе с использованием фотографии и новейших программных средств компьютерных технологий. Надо заметить, что российское дизайнерское образование, даже во вхутемасовский период, не отрекалось полностью от фигуративной живописи, а искало пути его трансформации и интеграции с цветопластическими упражнениями по пропедевтике, а также с фотографией, текстильным, графическим и средовым дизайном.

Современная креативная живопись теперь не отрицает и орнаментализм, как его отрицал столетие назад модернизм в лице Адольфа Лоса («Орнамент и преступление», 1925г.). Напротив, принцип орнаментализма, - как теория и практика создания образцов пластического совершенства, заключенная в математически выверенной пропорционально-ритмической организации шедевров кельтского, японского, иранского, русского орнамента и других мировых культур, - этот принцип и опыт сегодня также является базовым для креативной живописи.

Как предмет дизайнерского образования креативная живопись не ассоциируется с функцией украшения. Она самодостаточна как образовательный жанр, который изучается, разрабатывается и практически осваивается в качестве дисциплины, формирующей профессиональную оптику глаза, способного мыслить и лепить цветоформу как визуальную парадигму художественной композиции, не имеющей специального целевого назначения, и именно поэтому открытой для самого разного целевого использования.

Ритмо-пластический и тонально-цветовой строй образуют каркас креативной живописной композиции. При этом ахроматический тональный каркас – первичен. Современная цифровая техника (компьютер) позволяет контролировать пропорционально-ритмическое и пластическое качество тонального каркаса (контрасты, нюансы, плотность, фактуру, и т.п.) путем периодического «обесцвечивания» композиции в процессе поиска «единственного» решения. Принцип пропорционирования и группировки трех тонов в поиске «цельного» решения является классикой «правильного» построения тонального каркаса. На найденном ахроматическом каркасе строятся цветовые гармонии.

Система цветовых гармоний основывается на теории цветового круга, в котором выделяются гармонические группы «родственных», «родственно-контрастных» и «контрастных» цветов. Существуют разные теории гармонических сочетаний на основе выбранных опорных цветов круга. Наиболее распространенная модель кладет в основу физиологию цветового зрения - теорию трех цветочувствительных центров на сетчатке человеческого глаза: красный-желтый-синий. Другая — альтернативная - модель опирается на культурно-психологический опыт и символично-архетипическое восприятие цвета, выделяющее не три, а четыре «главных»

цвета, образующих две пары контрастных цветов и две крестообразно пересекающиеся под прямым углом диагонали цветового круга: красный-зеленый (горизонталь); желтый-синий (вертикаль). Все возможные контрастные пары цветов находятся на противоположных концах диаметра. Четыре сектора цветового круга называются «родственными» цветами – оранжевые, желто-зеленые, сине-зеленые, фиолетовые. На вертикальных и горизонтальных хордах круга располагаются «родственно-контрастные» цвета. Колористика, построенная на этой модели, следует великим традициям мировой цветовой культуры.

В истории мировой культуры есть немало примеров построения совершенного живописного цвето-пластического художественного ансамбля произведения, в котором музыкальность пропорций, ритмико-пластическая организация красочной поверхности сочетается с высоким смыслом художественного образа – образа вечной и совершенной духовности. Один из таких шедевров – «Троица» Андрея Рублёва – наглядное пособие для изучения принципов, наследуемых креативной живописью от русской иконы: высвобождение пластической и символической сущности формы и цвета, преодоление натуралистического видения предмета и преобразование его в орнаментально-цветовой пластике, насыщенной символическими ассоциациями. Орнаментальная стилизация формы вырывает предмет из привычного бытового контекста, высвобождая фактуру, ритм, цвет, плоскость, контрасты и нюансы, пространство и время, композицию, наполняя их восприятие символическими ассоциациями. Здесь не цвет принадлежит предмету, а предмет принадлежит цвету. Предмет в утилитарно-материальном смысле - вторичен. Предмет и цвет восходят к символу, прозаичность преодолевается цвето-ритмическим и музыкально-гармоническим строем изображения, светолепкой, преобразующей предметный мир в созерцание метафизической красоты (П.Флоренский: «Иконостаc»).

Светолепка – это не физическая светотень, моделирующая внешним источником света объём предмета и пространства в реалистической живописи. Светолепка – это выявление внутренней светоносности цветового пятна, символически обозначающего предмет в декоративной композиции. Светоносность - метафора духовности, созерцаемая буквально физически и чувственно как красота и гармония цветоформы действительности, воссозданной в поистине креативной живописной композиции. Свет в живописи синоним светоносного пространства, т.е. пространства как источника света. Это качество достигается особым наложением красочного мазка кисти на поверхность белого или тонированного картона или холста, использованием приемов контраста и нюанса, лессировки и фактурного пятна и т.д.

Важным аспектом красочной поверхности живописи является фактура. Фактура, как и пространство, - это особая художественная реальность, неразрывно связанная с цветовыми качествами живописного произведе-

ния. Это образ бесконечно разнообразных материальных качеств визуального мира, проецируемых в материальную плоскость живописи. Традиции конструктивной организации фактуры или красочной поверхности иконы, фрески, мозаики, витража, а также современного искусства являются классическими источниками вечных ценностей для экспериментов и подлинного творчества в современной живописи.

Для студийных учебных занятий живописью в условиях вуза натурные постановки в жанре традиционного «псевдоголландского» натюрморта являются не самым лучшим провокатором креативного мышления. Метод инсталляций и перформансов для такой провокации более адекватен. Символичность предметной формы создается неожиданным композиционно-смысловым взаимодействием между предметами и их окружением. Когда предметы подобраны не случайно, а их взаимодействие с окружением осмысленно, возникает внутренняя связь, образующая смысловой каркас предметно-пространственной структуры, а композиция приобретает качество живописно-художественного ансамбля.

ПЕРИОДИЧНОСТЬ ТЕНДЕНЦИЙ ФОРМООБРАЗОВАНИЯ В ДИЗАЙНЕ ПРЕДМЕТНОЙ СРЕДЫ

Мыскова О.В., Розенблюм М.И.

Московский государственный университет дизайна и технологии, Россия

В свете экологических проблем выявляется необходимость более полно использовать потенциал дизайна для создания как экологически направленных программ, так и объектов предметного мира, дружественных окружающей среде [4]. Таким образом, рождается вопрос – какие варианты развития формообразования в дизайне, могут быть рациональными в современном потребительском обществе, находящемся под гнетом изобилия вещей и нарастающей экологической проблемы? И прогнозируемы ли варианты развития тенденций формообразования?

Для ответа на этот вопрос ставится цель – вывести возможные закономерности в развитии формообразования мебели, чтобы выявить тенденции, которые были бы актуальны в ближайшем будущем. Достижение данной цели подразумевает выполнение следующих задач: проанализировать историю развития формообразования мебели, проследить связи с эволюцией науки, вывести общие закономерности в различных схемах развития искусства.

А.Н. Лаврентьев в 90-гг. исследовал смену тенденций формообразования в дизайне XX в. в соответствии с изменяющимися представлениями о мире. Он выделил четыре такие тенденции: геометрическая, органическая, метафорическая и технонаучная. «Геометрическая» концепция формообразования опирается на математико-геометрические закономерности,

в основе такой философской и эстетической позиции лежат логика, целесообразность, разумность. «Органическое» направление опирается на бионические формы, учитывает свойства материалов. Преобладает эстетика мягких гибких форм. «Метафорическое» направление опирается на символическое значение вещи, вписывающее ее в определенную культуру. «Технонаучное» направление связано с развитием средств коммуникации. Объекты теряют свою завершенность, но приобретают интерактивность [2, 74-75].

Наблюдая за рождением и развитием принципов формообразования, возникавших от Древнего Египта до наших дней, можно предположить, что выделенные А.Н. Лаврентьевым тенденции XX в. вполне можно использовать и применительно к предшествующим векам. Так, «Геометрическая» концепция формообразования с четкими логическими представлениями о мире, с идеалами целесообразности, с чистыми универсальными формами вполне ассоциируется с античным искусством периода архаики, с его идеалами законченности, упорядоченности. Ясные членения форм, пропорции, рациональные формы, прослеживаемые и в дорическом ордере храмов, и в геометричной функциональной мебели. Вместе с тем, развитие стилей во многом обуславливалась развитием архитектуры, которое зависело от технологий и материалов. Так, ранняя стоечно-балочная система, типичная для античных построек основывалась на возможностях строительного материала той эпохи – камня и дерева. Сюда же можно отнести раннесредневековый стиль «темных веков» варварских королевств, и даже милитаризированный романский стиль, архитектура претерпевает изменения – изобретение цемента и бетона, а также развитие науки, позволили создавать более сложные криволинейные конструкции, появляется арочно-купольная система. Следующий этап в развитии сводов наступил в готической архитектуре, строители которой изобрели новый вариант распределения нагрузки, введя систему контрфорсов и аркбутанов. Это открытие позволило архитекторам готики утончить стены и перекрывать конструктивно новыми типами сводов большие пространства соборов и создавать головокруглительно высокие потолки. Также «геометрическая» концепция прослеживается в стиле «ампир» (в контрасте с предшествующим претензионным рококо, выглядит достаточно геометрично), конструктивизм, супрематизм 20-х годов. И снова зарождение этих стилей совпадает с изменениями в архитектуре - с изобретением железобетона, металлических конструкций появилась возможность создания монолитных и сборных железобетонных тонкостенных сводов-оболочек сложной конструкции.

В социальном и историческом контекстах эпохи «геометрического» стиля характеризуются отходом от прежних убеждений, военными событиями, приведшими к глобальным политическим изменениям: в период античности - греко-персидские войны, пелопонесские войны, переход от мифологических представлений о мире; «темные века», раннее средневековье

- падение Римской империи, войны между варварскими королевствами, становление королевства Карла Великого, христианизация; XIX в. – Наполеоновские войны, научные революции, начало XX в. в России ознаменовалось кардинальными политическими и идеологическими изменениями.

В период античной классики человек приобретает значимость и как гражданская единица, и как нравственный объект, и его пространство соответственно начинает подстраиваться под него, приобретая органические формы [1, с.154]. Органический стиль обычно приходится на период наивысшего расцвета определенной эпохи. К «органическому» подходу можно отнести античное искусство периода классики, модерн, современный бионический и экологический стили. В стилях, подпадающих под «органическую» концепцию прослеживается стремление придать природные формы посредством доступных технологий. Так, в период античной классики геометричную стоечно-балковую систему украшали лепниной и малыми архитектурными формами, стараясь придать некой динамичности и легкости конструкциям посредством тектоники.

К концепции «метафорического» подхода соответствуют античное искусство периода эллинизма, стиль Ренессанса, барокко, постмодернизм, сюрреализм. Эта концепция характерна для периодов, когда достижения всей эпохи анализируются и прорабатываются уже с позиции имеющихся технологий, центре концепции знаковость, метафоричность, смысл. Форма уже следует за смыслом.

Но, ближе к концу эпох, форма начинает играть решающую роль – на первый план выходит эклектика, динамика, наблюдается некая напряженность композиции, содержание не имеет особого значения (конец эллинизма, рококо, стиль «Мемфис», китч, поп-арт). Шеллинг, Гегель, а за ними и современные исследователи искусства Ч. Мак-Коркодейл, В.В. Бычков, Л.Н. Столович усматривают некий упадок в ситуации, когда возникает уход от осмысленности в чистое формообразование [5, с.45; 6; 7].

Так как «технонаучная» тенденция появилась с развитием информационных технологий, то она относится только к современному периоду, к нему можно соотнести веб-дизайн, дизайн визуальных коммуникаций, информирующих систем и полностью соответствует современному представлению о мире, в центре которого – нескончаемый поток информации.

Эти разновидности тенденций формообразования напоминают по сути предположение ранее упомянутого Чарльза Мак-Коркодейла о принципе динамики стилей в искусстве: начало века создает новые формы, новые идеи, середина – развивает, конец века анализирует, когда композиционные инструменты стиля уже разработаны, их используют для языка метафоры, в конце эпохи происходит уход в сторону эклектики с частичной утерей функциональной и смысловой нагрузки [3, с.225].

Таким образом, для появления и принятия новых тенденций в формообразовании в мышлении общества должен произойти некий переворот.

И, возможно, именно поэтому, глобальные смены стилей в искусстве в целом происходили со сменой парадигм, т.к. у общества менялся взгляд на мир и на вещи.

Если обобщить все многообразие современных стилей в мебели под названием хай тек и минимализм, условно отнесем их к «геометрической» тенденции формообразования, то следующим этапом возможно будет «органическая» тенденция формообразования, бионические формы, упор на экологичность, использование инновационных экологичных материалов или переработанных отходов, человекоориентированность. В архитектуре уже прослеживаются попытки заимствования природных форм не только с эстетической целью, но и с энерго-, теплосбережения.

Литература

1. *Гомбрих Эрнст*. История искусства. – М.: Издательство «Искусство XXI век», 2014. – 688 с.
2. *Лаврентьев А.Н.* Эксперимент в дизайне: Источники дизайнерских идей. – М.: Университетская книга, 2010. – 244 с.
3. *Мак-Коркодейль Чарлз*. Убранство жилого интерьера. От античности до наших дней. – М.: Издательство «Сварог и К», 2006. – 248 с.
4. *Yong-jun Ye, Zi-Xiang Chen, Zhong-Feng Zhang*. Research on Evaluation System of Green Design for Furniture, Taraksh Journal of Physical Education, 2014. –Volume 1. – Issue 1.
5. *Шеллинг Ф.В.Й.* Философия искусства. М.: Мысль, 1966. – 496 с.
6. *Бычков В.В.* Художественность как сущностный принцип искусства//Вопросы философии. – М.: 2015. – №3.
7. *Столочич Л.Н.* Покинула ли «Сова Минервы» эстетику?//Вопросы философии. – М.: 2012. – №7.

БЕЛОРУССКИЕ МОТИВЫ В ЛЕТНЕМ ПЛАТЬЕ

Мурашко В.С., Иванова Н.Н.

Витебский государственный технологический университет, Республика Беларусь

Лён – богатство Беларуси, ценный подарок природы. С давних времён белорусы по достоинству оценили льняные изделия и применяли их в различных отраслях своей жизни. Испокон веков наши предки одевались в льняную одежду.

Одежда из льна – экологически чистая, очень удобная, легкая, красивая, не выходит из моды, а остается актуальной и в наши дни. Летний сезон диктует каждый год свою моду на наряды, но платье обязательно должно быть в гардеробе молодой девушки.

В магазинах можно встретить интересные модели платьев, декорированные вышивкой, вязаным кружевом, но стоят они недешево. Поэтому, имея навыки в шитье и вязании, можно к летнему сезону обновить свой гардероб, сэкономив семейный бюджет.

Целью работы является изготовление летнего платья из льняной ткани с использованием отделки в технике вязания крючком и вышивки.

Выполнены задачи по разработке эскиза и выбору цветового решения изделия; подбору схемы кружева и материалов для декорирования платья; разработке конструкторской и технологической документации; применению на практике знаний по технологии изготовления одежды и совершенствованию навыков в вязании и вышивке.

Предложенная модель платья из льняной ткани светло-зеленого цвета, прямого силуэта с разрезами по боковым швам выглядит не только современно, но и практично. Льняное платье способно выдержать большое количество стирок без потери формы, приобретая при этом приятную на ощупь мягкость.

Выразительные элементы декоративной отделки – вязаное кружево и несложная вышивка кардинально изменили характер платья. Платье со вставкой филейного кружева по нижней части переднего полотнища смотрится эффектно и оригинально. Узоры кружева составлены из символов белорусского орнамента «мать» и «дитя». Согласно народным поверьям, они не только украшали одежду, но и оберегали от злых сил [1].

Две линии вышивки «ажурная восьмерка», расположенные по обеим сторонам кружева, и ромбики из «бабушкиной» коллекции вязаных узоров слились в единую композицию, оформляющую низ изделия.

Оригинальность изделию придает применение мережки «кисточка» для закрепления среза обтачки горловины, а также низа рукава и низа изделия [2].

Платье с декоративной отделкой отлично подойдет как для летних прогулок, так при необходимости даже для непринужденной праздничной обстановки. Современный ассортимент льняной одежды представлен на рынке различными моделями костюмов, брюк, юбок, жакетов, шорт и т.д., вплоть до спортивной одежды. Модные тенденции предлагают носить льняные платья свободного покроя, лишь слегка обозначая линии фигуры.

Нижняя часть переда предлагаемой модели платья декорирована вставкой из филейного кружева. Низ рукава и низ изделия обработаны мережкой «кисточка». Вырез горловины квадратной формы обработан обтачкой. Срез обтачки обработан вручную, швом в подгибку с обработкой в мережку «кисточка». По краю выреза горловины и филейного кружева выполнен шов «ажурная восьмерка».

Раскрой изделия для экономичной раскладки выполнялся в два этапа. Межлекальные выпадки использовались для отработки элементов декора

Выполнен расчёт количества петель для филейного кружева. Схема филейного кружева представлена на рис.1.

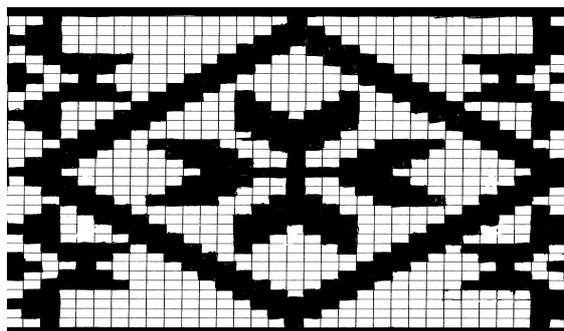


Рис.1. Схема филейного кружева

Стоимость изделия из льняной ткани подобного ассортимента, предлагаемые торговой сетью Республики Беларусь, по цене значительно выше. Стоимость платья с декором ручной работы значительно выше, следовательно, самостоятельное изготовление изделия экономически выгоднее. Поэтому изготовление такого летнего платья является целесообразным.

Познакомившись с секретами изготовления одежды в прошлом и направлением современной моды, мне удалось решить задачу – создать модель летнего платья с элементами декора, которое можно использовать как для летней прогулки, так и для праздничной обстановки.

Такой наряд очень удобен, лёгок, красив, не выходит из моды, и остаётся актуальным в наши дни.

Цветовое решение платья отражает летнюю тематику. Летом в таком платье любой будет чувствовать себя максимально комфортно и свободно. Благодаря удивительным гигиеническим свойствам льна, платье защитит от солнечных лучей, принесёт прохладу, позволит телу «дышать».

Элементы декора, вязаное кружево, шов «ажурная восьмёрка» и мережка «кисточка» делают платье оригинальным. Самостоятельная разработка модели и схемы вязания, делает платье эксклюзивным, а образ индивидуальным и неповторимым.

Платья из льна уже несколько лет пользуются большим спросом, благодаря своей натуральности, красоте и удобству.

Литература

1. *Лабачэўская В.А* Беларускі арнамент. – Минск: Издательство Беларуси, 2002. – 231 с.

2. *Красичкова Е.И.* Художественное вышивание. – Минск: Государственное издательство БССР, 1963. – 184 с.

«РУССКИЙ СТИЛЬ» В СОВРЕМЕННОЙ ОДЕЖДЕ*

Денисова О.И., Шелуденко В.И.

Костромской государственной технологической университет, Россия

Фольклорные мотивы в современной моде появляются практически каждый модный сезон. Разнообразие форм и декора народной одежды позволяет найти множество новых решений костюма для детей и подростков. К основным признакам, определяющим «русский стиль», можно отнести [1, 2]:

- силуэтные решения, заимствованные из народного костюма: плоский крой, ластовицы, удлиненные А-образные и округлые формы, многослойность;
- разнообразные приемы декорирования: вышивка, плетение (кружево), набойка и др.;
- характерные для народного костюма аксессуары (пояса, платки, шали), а также плетеная и валяная обувь;
- мех в качестве основного или отделочного материала: использование меха в русском костюме связано с климатическими особенностями и является одним из ведущих признаков «русского стиля».

Проведенный анализ трендов 2015-2016 гг. позволил выявить следующие модные тенденции в дизайне верхней детской одежды:

1. Использование насыщенных спектральных цветов: например, яркий красный с черным и синим, или оранжевый в комбинации с зеленым и коричневым.
2. Второй тенденцией является соединение в одном ансамбле различных по текстуре материалов.
3. Третья тенденция – аксессуары: шарфы, снуды, повязки на голову, пояса.

В работе над созданием коллекции одежды были использованы авторские паттерны (рис.1). За основу узора был взят мотив «восточный огурец», переработанный комбинаторными методами с помощью возможностей графического редактора CorelDRAW.

На основе творческого источника был разработан ряд эскизов промышленной коллекции верхней одежды для девочек-подростков в «русском стиле», поскольку фольклорность позволяет подчеркнуть выразительность формы и декора изделий. Разработка конструктивных основ и лекал изделий проводилась с применением автоматизированных систем проектирования (САПР JULIVI), используя вновь построенные конструк-

* Работа выполнена в рамках грант РГНФ «Ретроспективный анализ социокультурной среды Костромского региона в контексте формирования и духовно-нравственного развития личности подрастающего поколения»

ции по методикам 1960-х годов [3]. В результате работы по эскизам авторской коллекции были созданы конструкции и лекала изделий, которые могут быть использованы при промышленном изготовлении качественных, современных и конкурентоспособных моделей верхней одежды для девочек школьного возраста.



Рис.1. Паттерн в «русском» стиле и его применение в дизайне современной детской одежды

На рис.2 представлены ряд апробированных решений детской верхней одежды в «русском стиле». В частности, изготовлена модель утепленного плаща (см. рис.2, а), где в качестве подкладки изделия и декора воротника используется мех кролика (меховой лоскут), который отличает от носительная дешевизна. Дополнительным утеплителем, помимо меха, является синтепон. В декорировании данной модели использована вышивка и стежка контрастными нитями. При желании изделие может эксплуатироваться как двустороннее: как мехом внутрь, так и наружу.

Меховой лоскут использован в качестве отделки для модели пуховика с набивным рисунком (рис.2, б). Яркий принт соответствует выявленным стилевым тенденциям, а также отвечает потребительским предпочтениям детей и подростков. Утепленный меховой капюшон является съемным элементом конструкции, что обеспечивает удобство эксплуатации и ухода за изделием. Пух в качестве утеплителя применяется в деталях полочек, спинки и рукавов изделия. Низ изделия имеет мягкую объемную форму и утеплен синтетическим нетканым материалом. Такое технологическое решение позволяет создать А-образный силуэт модели при сохранении теплозащитных свойств пакета материалов.

Как было указано выше, аксессуары являются неотъемлемой чертой «русского стиля», поэтому был разработан ряд дополнений к верхней детской одежде. В частности, на рис.2(в) представлен трикотажный снуд из синтетической пряжи, изготовленный на однофонтурной машине. Полосы различной ширины дополнены декором – фактурной вышивкой, создающей эффект трикотажа с узором «в горошек».



Рис.2. Утепленный плащ (а), пуховик с меховой отделкой (б) и снуд для девочки-подростка (в)

Использование в моделях ограниченного количества конструктивных основ позволяет сделать процесс производства моделей одежды эффективным, снизить трудозатраты и время проектирования. Как показал анализ потребительского спроса, модели для детей и подростков, выполненные в «русском стиле» являются конкурентоспособными на современном рынке одежды.

Литература

1. *Пармон Ф.М.* Композиция костюма. – М.: Легпромбытиздат, 1997. – 318 с.
2. Русский стиль в одежде [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://stylish.ru>
3. *Денисова О.И.* Сравнительный анализ ретроспективных и современных приемов конструирования школьной формы // Известия вузов. Технология текстильной промышленности. – 2014. – №5 (353). – С.89-93.

СОВРЕМЕННЫЕ «ДИЗАЙНЕРСКИЕ» ВИЗИТКИ И ВИЗИТКИ-БРОШЮРЫ

Дергилева Е.Н., Бесчастнов Н.П.

Московский государственный университет дизайна и технологии, Россия

Креативность, ставшая характерной особенностью современного постиндустриального общества, быстро меняет облик визуальных коммуникаций. Оригинальные идеи, материализованные в предметных формах, вызывают у потребителя удивление и восхищение [1].

Погоня за креативностью рождает множество оригинальных произведений графического дизайна. Общемировая тенденция стала катализатором и в сфере рекламной графики, которая долгое время сама была флагманом креатива. Эти изменения наиболее понятны на примере такой развитой и общезначимой части рекламной графики как визитка – визитная карточка. За последние пятнадцать лет прямоугольные небольшие листки из плотной белой или цветной бумаги с логотипом – фирменным знаком и краткой рекламной информацией о ее владельце, которыми пользуются десятки миллионов наших соотечественников и сотни миллионов жителей других стран, стали ареной нешуточных рекламных битв. Борьба за умы, сердце и кошелек потенциального потребителя в полную силу ведется уже в фазе «разведки боем» вкладывая изощренные проектные мысли-достижения в активно раздаваемые в процессе знакомства визитки – графические шедевры!

Достижением последний лет стал расширенный поиск неординарного графико-пластического образа визитки, выражающегося как в удивительных на первый взгляд материалах – носителях информации, заменивших бумагу, так и в особой архитектонике изделия, предполагающей конкретную манеру ее использования. Самые креативные визитки рождаются, как правило, в рекламе небольших фирм, трудящихся в области it-технологий, дизайне мебели и интерьера, рекламе модных бутиков, тренажерных залов, парикмахерских и т.п. организаций. Значительного рекламного бюджета у них нет, и все свои силы они пытаются «вложить» в очарование первого знакомства. Сплошным креативом сегодня являются визитки дизайнеров-«фрилансеров», фотохудожников и других специалистов, ушедших в бурное море индивидуальной творческой практики. Поскольку рынок фриланс-услуг в настоящее время стремительно развивается, привлекая все новых участников в виде организаций и частных лиц, готовых к сотрудничеству на удаленной основе, то оригинальных визиток становится все больше и больше [2].

Самым неожиданным стало появление съедобных визиток: визитка-печенье, визитка из вяленого мяса, визитка-орех, визитка-«жвачка» и т.д. Некоторые снабжены шутливой надписью «После прочтения съесть!». Вторым по значению новаторством стало развитие визиток-«складушек», превращающихся в маленькие модели диванов и стульев в рекламе мебельных фирм, кубики в рекламе компаний-перевозчиков, игрушки в рекламе производителей детских товаров и т.д. [3]. Третьим открытием стали визитки – рекламные подарки, на которых текст дополнялся прикреплением к картонной плоскости набором заколок-«невидимок», конвертиков с семенами, духами, таблетированными витаминами, кофе и сахаром. К этому же типу визиток следует отнести визитки – рекламные подарки, на которых носителем «визиточного текста» являются сами подарки, выполненные в размер и форму визиток (расчески – реклама парикмахерских, чис-

тящие минигубки – реклама хозяйственных магазинов, минилинейки или карандаши – реклама архитектурных бюро, флешки – реклама it-компаний, кусочки очень редкой деревянной фонировки – реклама производителей паркета, велосипедные ключи – реклама мастерской по ремонту велосипедов и др.). На многие визитки-подарки из твердых и супертвердых материалов, имеющих поверхности с неровной фактурой, текстовая информация сегодня выжигается лазером как на небольшую глубину, так и насквозь [4].

Появление высококачественного прозрачного жесткого и мягкого пластика дало толчок к проектированию «прозрачных визиток» в виде видеискателя на цифровом фотоаппарате, очень плоского «увеличительного стекла» различных конфигураций, плоских прозрачных пакетиков с переливающейся различными цветами жидкостью внутри. Необходимо отметить, что в начале нашего века возникает мода на визитки в конвертиках с множеством прорезей – просечек. Конвертики несут как чисто защитную функцию, так и вступают с изображениями на вложенной визитке в графическую игру.

Изобретение клеев, которые позволяют снимать наклеенную «вставку» в визитке без нанесения ущерба самой визитке («отлипание» без следов) породило направление в «визиточном дизайне», связанное с игрой на отклеивание наклеенных друг на друга форм геометрического или биологического типа. Так, например, в визитке персонального тренера при «сдергивании» наклейки с изображением грузного человека возникает красивое тело атлета. В ряде визиток специальной легко снимаемой полосой заклеен остроумный «слоган» или шуточное пожелание.

После 2000 года появляется довольно большое количество визиток с философскими изречениями, шуточными «слоганами», словами нестандартного и двойного прочтения, двойного смысла. Они – реакция на прагматичные рекламные тексты, заполнившие визитки прошлого века. Нестандартное мышление и юмор становится успешным рекламным ходом.

В последнее десятилетие замечено такое явление как «гибрид» визитки и листовочной брошюры, представляющий собой по конструкции листовочную брошюру, построенную так, что она в согнутом виде (с использованием нескольких сгибов) имеет размер визитки, а на ее лицевой полосе нанесен текст профессиональной визитки. При разворачивании получатель визитки-брошюры снабжается развернутой информацией о возможностях и потенциальных услугах подателя визитки. Визиткой-брошюрой, в основном, пользуются фризлайтеры. Печатается она на очень тонкой хорошо держащей форму бумаге, вошедшей в полиграфический обиход в начале нашего века.

Данный анализ, проведенный на основе семисот образцов современных креативных визиток, позволяет сделать вывод о том, что визитка продолжает эволюционировать. В ее дизайне соединяются как культурные,

так и технологические достижения времени, рождая острые запоминающиеся образы. Обостренная чувственность воплощения художественной идеи современной визитки говорит о том, что проектные метаморфозы визитки будут продолжаться и в будущем. Понимание особенностей путей ее трансформаций позволит дизайнерам осознанно и адресно заниматься проектной деятельностью в графической рекламе.

Литература

1. Успех благодаря идеям – креативная экономика. // Deutschland, №1. – Франкфурт-на-Майне, 2009. – С. 41-46.

2. *Моренко И.В.* Актуальные вопросы терминологии в контексте дизайна систем ориентирующей информации. Материалы международной конференции к 190-летию МГХПА им. С.Г. Строганова и к 100-летию П.А. Тельтевского. Сборник статей. – М.: 2015. – С. 228-231.

3. *Жирякова А.Д., Назаров Ю.В.* Пластическое и тектоническое формообразование (в поисках смысла, различий и совпадений) // Дизайн и технологии. – 2014. – №42. – С. 12-20.

4. *Лаврентьева Е.А.* Текст в пространстве. Коллективная монография «Исторические традиции и формы художественно-образного и пространственно-средового взаимодействия архитектуры, дизайна и декоративно-прикладного искусства». – М.: МГХПА им. С.Г. Строганова, 2012. – С. 253-266.

ЖАНРЫ И НАПРАВЛЕНИЯ В ИСКУССТВЕ ПЛАКАТА ПЕРВОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЫ

Еперина А., Костюкова Ю.А.

Костромской государственный технологический университет, Россия

Первая мировая война стала одним из самых тяжелых потрясений XX века. Грандиозная по военно-политическим и социальным последствиям война длилась 4 года и 3 месяца. Огромными были людские потери. Впервые использовано химическое оружие, произошло широкомасштабное применение танков и авиации. Фактически, сформировалось страшное лицо войны, черты которого остались в памяти человечества во много, благодаря плакатной графике.

Плакаты военного периода без сомнений являлись оружием воздействия на массовое сознание, и этим эффективно пользовались воюющие стороны. Яркие и доходчивые, они призывали на борьбу с врагом, прославляли подвиги героев фронта и тыла, поднимали боевой дух солдат и офицеров, взывали о милосердии и сострадании. Плакаты печатались огромными тиражами и размещались везде, где это было возможно. Они бы-

ли злободневны, исполнены оптимизма, созвучны чувствам и мыслям людей.

Многие плакаты носили символический характер. Так, например, на плакате «Согласие» (Антанта) изображены три женские фигуры, олицетворяющие Францию, Россию и Англию (союзные державы с мольбой смотрят на стоящую в центре Россию. Подпись под Англией гласит: «Надежда в ней всегда живет на мощь, величие России ...»). Другой пример: на плакате «Священная война» Могучая Русь выступает в образе былинного богатыря – символа патриотизма, связанного с многовековой историей нашей страны.

Для воодушевления воинов и населения на плакатах впервые появился образ Родины. В самом начале войны Россию символично изображали в виде женщины-воительницы в традиционном наряде и с богатырским вооружением, попирающую ногами гигантского змея – Германию. На плакате 1915 года несколько иной образ: художник С. Виноградов показал Родину-мать в виде немолодой боярышни, стоящей у стен Кремля и молящейся о судьбах русских воинов («Москва русским воинам в плену. 31 октября - 1 ноября»).

Образ врага – кайзера Вильгельма II, развязавшего мировую войну – также нашел отражение в плакатной графике. На плакате «Враг рода человеческого» (1914) известный русский художник Н. Рерих представил его в виде сатаны. Изображая фигуру вандала-разрушителя и руины погибших городов по обе стороны от него, Рерих хотел обратить внимание правителей всех государств, ввязавшихся в войну, на то, что во время вооруженных конфликтов гибнут не только люди, но и сокровища мировой культуры. И сегодня эта проблема остается актуальной. Например, разрушение исторических памятников в ходе гражданской войны в Сирии (часть из которых находится под защитой ЮНЕСКО) считается самой огромной культурной потерей со времен Второй мировой войны.

Важно отметить, что в начале Первой мировой войны стилистика политических плакатов в России еще только зарождалась. Но зато была многовековая культура лубка – «народных» картинок с лаконичными (очень часто рифмованными) подписями. Именно в технике лубочной картинки в Первую мировую создавали свои плакаты художники-авангардисты В. Маяковский, К. Малевич, А. Лентулов.

В русском плакате времен Первой мировой войны можно выделить несколько ведущих направлений: сатирический плакат, информационный плакат, плакаты, прославляющие подвиги русских воинов и социально-политический плакат.

Сатирические плакаты, наряду с карикатурой, разоблачали образ захватчиков. Каждая такая картинка была пропитана особым юмором, который был для солдат неплохой моральной поддержкой. Так, например, фабрика имени А. Постнова создала целую серию карикатур с изображе-

нием Вильгельма и других глав центральных держав, которые оказывали ему помощь в попытках завоевания России; типография Машистова отличалась тем, что создавала целые юмористические истории про храбрость русского солдата и трусость врага.

Информационный плакат повествовал о военных действиях на фронте, о ходе и итогах сражения. Плакаты этого жанра отличались большей реалистичностью, что позволяет считать их не только оригинальными художественными произведениями, но и подлинно историческими документами. Хромолитографии Машистова, Морозова, Сытина тиражировали виртуозно исполненные цветные многофигурные «батальные сцены» в различной стилистике.

Особо хочется выделить имя типографа И. Сытина. Он родился в селе Гнездикино Солигаличского района (в самом Солигаличе в его честь названа улица). Будучи простым деревенским парнем И.Д. Сытин, благодаря своему предпринимательскому таланту, громадному практическому уму, неистощимой энергии, стал ведущим издателем России. Четверть печатной продукции России печаталась в его типографиях, в том числе и плакаты.

У отечественных мастеров плаката излюбленным образом русского воина был донской казак. В истории Первой мировой войны немало примеров проявления необычайного мужества и отваги казаков. Один из самых известных – казак Кузьма Крючков. Бравый казак красовался на плакатах и листовках, папиросных пачках и почтовых открытках, его портреты и рисунки, изображающие его подвиг, печатали в газетах и журналах.

Конечно, в Первую мировую войну было много героев. Большинство имен русских воинов канули в лету, но их победный дух спустя 100-летие могут воскресить плакаты, дошедшие до наших дней. Среди многочисленных проявлений необычайного мужества и отваги наших героев-солдат нельзя не отметить подвиг казака Ф. Приданникова, штабс-капитана П. Нестерова, рядового Д. Выжимки и др.

На годы Первой Мировой войны и последовавших за ней революционных переворотов приходится бурное развитие *социально-политических плакатов*. Их авторами стали многие выдающиеся представители русской художественной культуры начала XX века: братья Васнецовы, К. Коровин, Л. Пастернак, А. Архипов, Л. Бакст и др.

Былинно-историческая тематика социально-политического плаката демонстрирует общий, бурно возрождавшийся накануне Первой Мировой войны интерес к древнерусскому искусству и культуре. Один из наиболее значительных листов такого типа принадлежит К. Коровину («Всероссийский земский союз помощи больным и раненым...», 1914), на котором монументально-торжественная фигура Д. Донского гармонируют с прозаическим, сугубо конкретным текстом, разъясняющим, какие предметы подлежат сбору, кому они предназначены.

Наряду с былинными богатырями и витязями встречаются и реальные образы, например, в плакатах с изображением солдат (авторы: С. Виноградов, Л. Пастернак и др.). Под влиянием журнальной графики в этих плакатах можно наблюдать многофигурность композиций, обилие бытовых деталей, пейзажные мотивы, разнообразный фон, штриховую, очерковую манеру рисунка, натурную цветопередачу.

Лейтмотивом многих военных плакатов стал призыв к населению помочь своему воинству деньгами. Лучшие плакаты государственного займа были созданы В. Кустодиевым («Заём свободы», 1917) и И. Владимировым («Все для победы!», 1916). После свержения царя в марте 1917 г. военный заём стал красиво называться «Заём Свободы», а главным лозунгом Временного правительства стала «Война до победного конца». Красная атрибутика революции ещё какое-то время уживалась с прежними патриотическими символами.

Во время Первой мировой войны появляется большое количество социальной рекламы военно-патриотического содержания (проблемы беженцев, огромное количество раненных, искалеченных и др.). Заботы о жертвах войны во многом легли на плечи русского гражданского общества. Внимательно изучая содержание плакатов, можно с уверенностью сказать, что русский народ помогал не только своим гражданам, но и другим пострадавшим от войны народам. Общественные институты организовывали благотворительные вечера, детские праздники, лотереи, пасхальные базары, чтобы собрать деньги на помощь нуждающимся.

Особое место в плакатном творчестве занимает тема детей-сирот и борьбы с детской смертностью. Афиши благотворительных выставок призывали помочь детям воинов, внести пожертвования на содержание, обучения и уход за обездоленными войной детьми.

В заключении хочется сказать, что исследование короткой, но яркой эпохи русского досоветского плаката позволило более образно и детально представить историю Первой мировой войны. Важно отметить высокое мастерство создателей плакатов Первой мировой войны. Во многом благодаря их самоотверженному труду и профессионализму плакат стал заметным явлением в русском искусстве начала XX века. Образный язык плакатного искусства тех лет получил дальнейшее развитие в творчестве советских плакатистов первого послереволюционного десятилетия. К этим традициям постоянно обращаются и современные мастера.

В наши дни плакаты той далекой войны вызывают неподдельный интерес и восхищение, обретая новое звучание на волне патриотического подъема современной России. Актуальность темы подтверждают прошедшие юбилейные выставки, конкурсы и фестивали современного плакатного искусства. Авторский проект по результатам исследования – информационный стенд в стилистике плакатов Первой мировой с использованием компьютерной программы Adobe Photoshop.

Литература

1. *Березовая Л.Г.* Художественная летопись Первой мировой [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://rus-istoria.ru>
2. Русский военный лубок. Виртуальная экспозиция коллекции фонда Государственной публичной исторической библиотеки России. [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://vvpmv.shpl.rul>
3. Russian poster WWI. [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://commons.wikimedia.org>
4. Плакаты. <http://www.russianposter.ru>
5. *Бабурина Н.И.* Русский плакат первой мировой войны. – М.: Искусство и культура, 1992.
6. Неизвестная история: плакаты Первой мировой [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.kp.ru/daily/alfabank>
7. Агитационные плакаты времен Первой мировой войны <http://ria.ru/infografika>
8. Тема Первой мировой войны в творчестве молодого художника. Выставка музея современной истории России [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.sovr.ru/exhibition>

ДЕКОРАТИВНАЯ ТКАНЬ ДЛЯ ОБИВКИ МЯГКОЙ МЕБЕЛИ

Невских В.В., Глушнёнок А.Г.

Витебский государственный технологический университет, Республика Беларусь

Современный текстиль – очень динамичный и многогранный материал, с помощью которого можно решить практически любые задачи декорирования интерьера: от создания привычных штор и покрывал до зонирования пространства помещения с помощью текстильных раздвижных перегородок.

Современная текстильная промышленность всё активнее стирает границы между мирами интерьерной и фэшн индустрии. Мода на интерьерные декоративные ткани становится всё более динамичной – сегодня коллекции мировых производителей кардинально обновляются несколько раз в год (весна-лето и осень-зима). Всё более актуальной становится тенденция текстильного оформления дома с учётом сезона.

Отечественные жаккардовые декоративные ткани – новый современный широко востребованный ассортимент шелковых тканей для мебели и интерьера, в их оформлении и в настоящее время прочно сохраняются традиционные приемы композиционного построения рисунка.

Современный рисунок на текстиле должен удовлетворять многим требованиям – эстетическим, техническим и экономическим. Большое значение в создании рисунков узора имеет область назначения материала.

Ткани для обивки мягкой мебели производятся сейчас в таком разнообразии колоритов и рисунков, что на них уместно размещение и сочетание различных видов орнамента. Наиболее часто применяемые орнаменты по характеру своего рисунка могут быть подразделены на два крупных класса мотивов: неизобразительные (геометрические и негеометрические) и изобразительные, созданные на основе растительных, животных, человеческих форм или же предметов материальной культуры.

Классическую группу рисунков на ткани составляют растительный и народный орнаменты. Растительные и цветочные узоры и композиции, созданные основе этих форм многообразны в своем движении, ритме, поворотах по величине и размещению, загруженности поля ткани. Встречаются в виде равномерно разбросанных по полю фигур, полос, каймы, гирлянд.

Народный орнамент основан на произведениях народного творчества, используя штрихи и точки, прямые и изогнутые линии в различных построениях; их движение и ритмика, складывающиеся в орнамент, создают бесчисленное множество вариантов и комбинаций, от очень простых, до сложных. Мотивы народного орнамента содержат особенности национального самобытного стиля, творчески переработанного в текстильный рисунок.

Применение высокоскоростных ткацких станков PTS190 J с электронной жаккардовой машиной фирмы «Dornier» позволяет вырабатывать декоративные ткани с жаккардовым рисунком узора в различном структурном исполнении, с использованием цветных нитей в основе и утке. На рис.1 приведен эскиз такой спроектированной декоративной ткани двухслойного строения.



Рис.1. Эскиз рисунка узора разрабатываемой ткани

На ткани образована рельефная фактура за счет использования двухслойных переплетений. Модельные переплетения приведены на рис.2. Принятые переплетения позволяют выразить все цветовые эффекты разработанного рисунка узора.

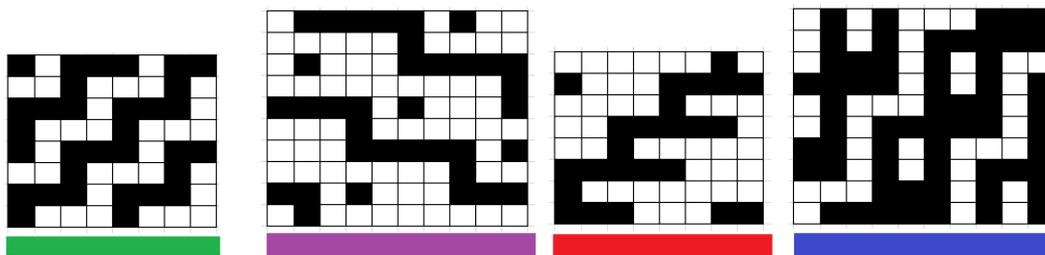


Рис.2. Модельные переплетения для разработанной декоративной ткани

Тань разработана в производственных условиях ОАО «ВКШТ», на рапирных ткацких станках PTS 8/J фирмы «Dornier» с электронной жаккардовой машиной S550. В основе использована полиэфирная комплексная нить линейной плотности 24,5 текс, в утке – полиэфирные текстурированные нити линейной плотности 80 и 120 текс.

Основные заправочные параметры ткани: ширина суровой ткани 157,0 см; плотность суровой ткани по основе 370 н/10см, по утку 260 н/10см; линейная плотность суровой ткани без учета расхода нитей на отрезную кромку 585 г, поверхностная плотность суровой ткани 375 г/м².

Ткань имеет приятный внешний вид благодаря сырью, которое использовалось для ее производства, легко чистится и быстро высыхает, не желтеет, сохраняет свежесть и первоначальную структуру и колористику. Имеет достаточно плотную стабильную структуру, малую растяжимость и незначительную усадку, рельефную фактуру поверхности, полученную за счет применения жаккардового крупноузорчатого переплетения, рисунок узора на поверхности соизмерим с формами и размерами мебели, для которой данная ткань разработана. Помимо этого, полиэфир является единственным материалом, изначально обладающим антистатическими свойствами, что позволяет не обрабатывать его антистатиками. Полиэфирные волокна устойчивы к развитию микроорганизмов, моли и плесени. Полиэфирные декоративные ткани просты в использовании, не мнутся, хорошо отстирываются, служат гораздо дольше, не теряя при этом своего первоначального внешнего вида.

Разработанная ткань получила положительную оценку специалистов ОАО «ВКШТ» и принята к производству.

КОСТЮМ СИБИРЯКОВ С НАЧАЛА ЗАСЕЛЕНИЯ СИБИРИ

Кайманаков А.Г.

Новосибирский технологический институт (филиал) МГУДТ, Россия

Считается, что заселение Сибири, освоение ее огромных территорий начинается с эпохи Ермака, когда казаки разбили войско хана Кучума, заняли столицу сибирского ханства Искер, что дало начало основания и становления Тобольской губернии. Во что были одеты казаки? Какие костю-

мы они носили? По своей природе казаки одевались ярко и красиво, в шёлковые чекмени, шаровары, бархатные кафтаны, сафьяновые и юфтевые сапоги, высокие папахи, много было вещей турецких и персидских, в набегах брали лучшее. Но вот в поход одевались в вещи простые, «серьмягу», чтоб врагу поживы не было, даже сабли, содержащиеся в идеальной чистоте, выдерживали в рассоле, «Чтоб на ясном железе глаз не играл». Одежда была соответствующая 1582 году. Шли в зиму, поэтому, конечно, были и тулупы, валенные сапоги, перенимали образцы одёжки местного населения (например унты, треухи). Ермак погиб, попав в засаду на р. Вагае, где он с отрядом собирался охранить бухарских купцов от досаждавших им кучумичей. Соответственно можно предполагать о наличии восточных тканей и одежды (элементов костюма).

Царь посылал в помощь казакам стрельцов – отсюда стрелецкий костюмный комплекс, казаки набирали «охочих людишек» идти служить в Сибирь. Удаляясь вглубь Сибирских просторов, казаки ставили остроги и городки. Тарский острог, Томский, Киренский, и прочие. Под защитой острогов, на берегах рек возникали деревни и сёла. Так формировалось старожильческое население Сибири, чалдоны (Балман, Барабинский район, Казачий мыс, Венгеровский район Новосибирской области). Заселение Сибири шло в основном из северных и центральных районов. После отмены права Юрьева дня («Вот тебе бабушка и Юрьев День») уход крепостных на вольные земли усилился.

Для мужского костюма характерно следующее: сапоги, бутылы (бродни), рубахи с косым воротом и прямым рукавом, либо с брыжами и перелинкой с брокаровской вышивкой, была и тамбурная вышивка, казачины, кафтаны, азямы. Валяные и меховые шапки, порты, с мотнёй и гашником, по свидетельствам старожилков, лаптей не носили. В женском костюме это андорак – юбка прямого покроя, коротены (епачгейки, душегрейки) на лямках, на голове шамшура и повойник, шушун с отложным воротом, который в ветер и стужу носили поднятым.

У мужчин-охотников использовалась специфическая одежда - верхник, из кожи или плотной ткани. До девятнадцатого столетия одежда была из шёлка, сказывалась торговля с бухарцами и китайцами. По началу в Сибирь шли люди предприимчивые и незажиточные, но со времени царствования Алексея Михайловича Романова, начавшийся церковный раскол повлек в Сибирь ссыльных и убёгом уходивших боярских родов «с ближними и присными», так появились по р. Бухтарме «каменщики» (от понятия «уйти в камень», т.е спрятаться в горы). Часть староверов уходило к казакам, на вольный Дон, на Яик, на Терек, казачество в массе было старого обряда. Часть уходила на Север (Поморский толк), часть в Речь Посполитую, (Белокриницкий толк). При Екатерине из отвоёванных у Польши земель (Белая Церковь) старообрядцев погнали в Сибирь. Часть заболевших, ослабленных оставили на Урале, часть поселили в посёлках теперешнего

Глубоковского района Восточного Казахстана и на Алтае, они известны в науке как «Поляки», хотя этнически русские (дер. Черемшанка, Быструха), часть поселили в Забайкалье, это большой Куналей, малый Куналей, теперешняя Бурятия. Эти люди сохранили память друг о друге, и даже навещали друг друга. У этих групп идентичные костюмные комплексы, фольклор, песни. Характерны мужские рубахи, орнаментально расшитые, с долгим подолом, тканые пояса, старообрядческие кафтаны (моленная одежда). Женщины украшали головной убор платками и цветами. У мужчин обязательное ношение бород и, как ни странно, выстригание тонзуры на макушке, что встречалось даже в 30-х годах XX века. Из Польши принесли с собою интересный головной убор – шапка-пятиуголка, с высокой тульей и отороченная мехом, интересно, что другие старообрядцы федосеевского толка высмеивали «поляков» - «Вон он идёт, 4 беды да 5 оказия» - ещё в XX столетии. Характерно использование китайского шёлка. В XIX веке стали использовать хлопчатобумажные ткани. Женщины носили сарафаны и боты, хотя на покосе и в поле – бутылы, их обильно смазывали дёгтем, от сырости и гнуса и от змей. Старообрядцы в Сибири жили очень замкнуто, старались «не обмирщаться», были трудолюбивы и очень чистоплотны, грамотны. Современники начала XX столетия описывают приезд старообрядцев на базар в Семипалатинск, как «боярская былинная в своей красоте Русь». Обычно жили подолгу.

Присоединение к Русскому царству огромных территорий Западной и Восточной Сибири, Средней Азии, удержанию их от захватчиков, Россия во многом обязана Сибирским казакам – практически единственной вооружённой силе в «в азиатской» части империи на протяжении долгих лет, напомним, что старшинство своё войско ведёт с 1582 года, а второе крупное «азиатское» казачье войско основано по указу Николая I только в 1851 году. С течением времени видоизменялся казачий костюм, нужно отметить, что в 1808 году, в следствии войны с Наполеоном, все полевые регулярные войска были из Сибири передислоцированы в европейскую часть России, и окраина границ огромной (более 200 вёрст) территории от Тобола до Кузнецка легла на плечи сибирских казаков (13000 душ обоего пола, в строю всего 3 тыс.). Основное правило – одежда должна быть удобной и не сковывать движений, большое влияние на бытовой костюм оказала военная форма.

Первая регламентированная форма сибирских казаков появилась как признание заслуг перед Россией – они получили одежду уланского типа, не похожую на костюм других казачьих войск. Темно-синий мундир и шаровары с алыми лампасами в 1812 г. «за усердие и исправность в службе» войско получило флюгера на пики, алые погоны у казаков нижних чинов и серебряные эполеты у офицеров. В 1840 г. мундир стал тёмно-зелёным, на голове носили кивер с плюмажем. В 1855 г. Александр II ввёл новую форму. У казаков вместо шапок-киверов вновь появились меховая папаха с ко-

кардой, прежде прямые обшлага чекменей заменились мыском, воротник стал скруглённым с серебряным галуном. В 1862 г. в казачьих войсках вводят башлыки, хотя казаки этот вид одежды и так носили, вне строя. В 1867 г. казаки получили фуражку с верхом цвета мундира и околышем цвета прикладного сукна (алый, как у донцов). В жару на фуражку надевался белый чехол с затыльником. Чекмень и стали именовать мундиром, полы его были до 27 см от талии, сзади 6 складок с разрезом (для седла). Застёгивался справа-налево, на крючки. В жарких районах введён холщёвый чекмень и шаровары. Казаки, несшие службу в Туркестане, получали широкие красно-коричневые кожаные штаны – чембары. Шаровары были тёмно-синие с алыми лампасами.

На историческом фото 1876 года зафиксированы сибиряки, награждённые георгиевскими крестами. Они одеты в так называемые «ермаковки» - гимнастёрки с клапаном на груди и выпушками прикладного сукна, рукава мыском, слева и справа от клапана газыри под патроны.

В 1893 году Приказом по В.В. №305 от 13 ноября внесены изменения в форму казаков. «Папаха с коротким мехом и алым донцем, фуражка из неворсованного тёмно-зелёного сукна с алой выпушкой по тулье и двумя алыми выпушками по околышу. Двубортный мундир из неворсованного тёмно-зелёного сукна с косыми бортами на 4-х крючках. Ворот стоячий, с выпушкой...». С разрешения войскового наказного атамана сибирские казаки мундир удлинили на 7,5 см, скошенный бортик сделали отвесным, настоящие карманы расположили сзади, по бокам фальшивые. Так же полагались шаровары, чембары, теплушка, полотняная рубаха, серого сукна шинель на крючках с обшлагами мыском и 2-мя карманами, башлык верблюжьей шерсти, белые перчатки – у нижних чинов нитяные, у офицеров замшевые. Сапоги армейского образца.

На службу казак являлся с конём, седлом и прибором и сбруей, и с предметами снаряжения и обмундирования: папаха, башлык, 3 рубахи, 3 подштаников, пара сапог, 3 пары портянок холщёвых, пара портянок суконных, либо шерстяных чулок, 2 пары тёплых перчаток, 2 полотенца, сумка суконная с ремненным набором, нагайка. Сверх того надо иметь: 2 мундира с шароварами и погонами, шинель, полушубок, фуражку с чехлом, галстук, кушак, гимнастическую рубаху с погонами, попону с троком, ремень (погон) к пике, пара торб или сеток для сена, суконный чемодан, сакву фуражную и сухарную, аркан, прикол, котелок, баклагу... И всё это за свой счёт! Только пику, шашку и винтовку казаку давала казна. Естественно, что однообразие среди казачьего костюма не было. Служильный состав войска состоял из 3-х разрядов: приговорительный (20-тилетние), строевой (21-32), запасной (33-37). Отслужив 4 года в первоочередном полку, казак выходил на льготу и зачислялся в полк 2-ой, а затем 3-ей очереди.

В 1901 году у фуражек околыш становится алым, башлык заменяется вязанным шлемом, одевавшимся под папаху и под ворот.

Таким образом, видно, что казак до 38 лет находился на службе и потом отправлялся в запас, пополняя ополчение. Форменная одежда носилась в быту, с тем лишь различием, что с фуражек и папах снимали кокарду, носили гимнастёрки без погон, на праздник одевали парадные мундиры, носили чекмени – практичную и удобную одежду, помимо сапог одевали чирки, галоши с тёплым чулком, пояса кожаные. Казачки носили парочку – длинная юбка и кофта с широким рукавом и манжетой. На голове платок. Грамотность в войске была очень высокой, и это откладывало отпечаток на внешний вид казаков. Приветствовалась «форсистость» и красивость в облике, и вместе с тем практичность в костюме, удобство и ничего лишнего, обременённого.

Подводя итог рассмотренным материалам, нужно отметить, что костюм в Сибири (русский костюм) формировался от освоения земель казаками, казачий костюм XVI века, костюм стрелецкий, костюм русского севера и центральных областей – это старожильческий костюмный комплекс; костюм старообрядцев «поляков», «каменщиков». При Екатерине им даровано Российское подданство на правах ясачных инородцев, и выйдя из «камня», они организовали девять деревень – это костюм второй пореформенной волны заселения, белорусский и южнорусский костюмы, ну и конечно костюм казаков, видоизменявшийся в силу приказов по военному ведомству.

ОСОБЕННОСТИ ПОСТРОЕНИЯ ПЕРСПЕКТИВНОГО ИЗОБРАЖЕНИЯ ПОВЕРХНОСТИ ШАРА В ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИИ

Никифоров В.М., Мальцева Е.А.

Московский государственный университет дизайна и технологии, Россия

Очерк поверхности шара, расположенного в предметном пространстве, можно построить в перспективе, если из точки зрения S провести обертывающий шар конус и найти линию пересечения его с картинной плоскостью Π_k . В случае, когда ось конуса не проходит через главную точку P плоскости Π_k и центр O шара, то линией пересечения будет эллипс.

В перспективе очерк сферической поверхности шара, без крайней необходимости, всегда изображают в виде окружности. Для построения этой окружности необходимо определить расположение на Π_k перспектив центра O_k , его вторичной проекции $O_{кв}$, вторичной проекции квадрата, описанного вокруг горизонтального экватора сферы, и радиус $R_{ш}$ окружности очерка.

прямыми $2_H P$ и $3_H P$ проводим отрезки перспектив горизонтальных сторон вторичной проекции квадрата.

Перспективу O_K центра сферы можно найти с помощью масштаба высоты. Тогда, используя точку D как точку схода перспектив $4_H D$ и $5_H D$ с начальными точками 4_H и 5_H параллельных прямых, на пересечении прямых $1_H P$ и $5_H D$ найдем точку O_K . Очевидно отрезок $4_H 5_H$ должен быть равен натуральной величине радиуса R шара.

Радиусом, равным отрезку $O_K O_{KB}$, можно провести окружность очерка сферы (штриховая линия). Однако эти построения будут выполнены с нарушением законов линейной перспективы. Самая нижняя точка окружности перспективы очерка сфер совпадает с точкой O_{KB} , что соответствует вертикальному и параллельному картинной плоскости Π_K расположению очерка. На самом деле плоскость очерка сферы наклонена к плоскости Π_K под острым углом.

Пусть перпендикулярно к предметной плоскости T расположена картинная плоскость Π_K (рис. 2).

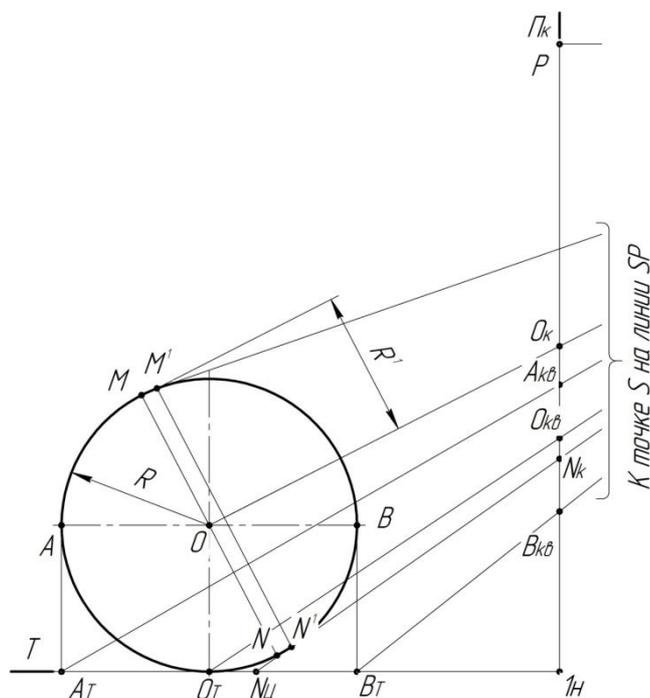


Рис. 2. Проективная геометрия при центральном проецировании поверхности шара

Тогда обертывающий шар конус зрения из точки зрения S рассекает его по окружности $M'N'$ с радиусом R' . Ортогональными проекциями центра сферы O и крайних точек A и B горизонтального экватора будут точки O_T , A_T и B_T . Если из точки зрения S к точкам провести проецирующие лучи, то в точках пересечения их с прямой $1_H P$ картинной плоскости Π_K получим перспективы A_{KB} , O_{KB} и B_{KB} вторичных проекций точек A , O и B .

Нижняя точка N' очерка сферы всегда расположена выше точки O_T и плоскости T . Поэтому соответствующие ей точки на плоскостях T и Π_K расположены на продолжении луча SN' в точке N_{Π} и на пересечении этого луча с Π_K в точке N_K .

Как видно из рис.2 радиус окружности очерка сферы R' меньше истинного её радиуса R . При этом с увеличением главного расстояния SP радиус окружности очерка сферы увеличивается и наоборот. Принимая величину главного расстояния SP в рекомендуемом диапазоне от 1,5 до 2,0 ширины картины, а также радиус очерка сферы, равному R , что соответствует крайним верхней точке M и нижней точке N сферы. Положение точек N_{Π} и N_K существенно не изменится относительно перспективы O_{KB} вторичной проекции O_T точки O .

Из проективной геометрии известно (1), что если на одной прямой расположены четыре точки (в нашем случае точки A_T, O_T, N_{Π} и B_T), то если $(A_T O_T : O_T N_{\Pi}) : (A_T B_T : N_{\Pi} B_T) =$ действительное число, то расстояния между этими точками находятся в сложном отношении друг к другу. Более того, это сложное отношение сохраняется при центральном проецировании, т.е. $(A_{KB} O_{KB} : O_{KB} N_K) : (A_K B_{KB} : N_K B_{KB}) =$ то же самое действительное число.

Ограничивая ширину картины величиной, равной двум диаметрам сферы, при расположении точки S от плоскости Π_K на расстоянии от двух до четырех диаметров сферы имеем отношение $O_{KB} N_K : O_{KB} B_{KB}$ в пределах 0,28...0,21. Очевидно, приближенно можно воспользоваться средним значением 0,25 указанного отношения, найти на линии 1_{HP} (рис.1) точку N_K и, принимая радиус окружности перспективного очерка сферы $R_{ш}=1,25 O_K O_{KB}$, выполняем перспективное изображение поверхности шара.

Литература

1. *Глаголев Н.А.* Проективная геометрия. 2 изд. – М.: Высшая школа, 1963. – 344 с.

ИССЛЕДОВАНИЕ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ ПОПУЛЯРНОГО ОТЕЧЕСТВЕННОГО БРЕНДА ОДЕЖДЫ «A LA RUSSE»

Гусова Д.Т., Козлова Т.В.

Московский государственный университет дизайна и технологии, Россия

В качестве достойного примера на отечественном модном рынке можно привести популярный среди молодежи и знаменитостей бренд «A la Russe», основателем которого является модельер Анастасия Романцова (рис.1).

Первоначальная команда бренда «A la Russe» состояла из пяти человек, помимо самой основательницы А.Романцовой. В состав данной команды входили члены семьи основательницы: мама занималась бухгалтерией, сестра отвечала за связи с общественностью (из интервью с А.Романцовой на лекции 14 апреля 2015 года в Центре «Менеджмента и коммуникации в индустрии моды» НИУ ВШЭ). Период окупаемости торговой марки составил полтора года, что является достаточно быстрым результатом.

Производство одежды данной фирмы сосредоточено в московской области (г. Перово). Закупка тканей производится преимущественно в Италии и США (Нью-Йорк). Орнаменты и идеи принтов на тканях принадлежат фирме. Процесс создания коллекций одежды бренда «A la Russe» состоит из нескольких ключевых этапов:

1. Формирование мутборда (англ. *mutbord*) или доски настроения по теме коллекции и приблизительной ассортиментной матрицы;
2. Посещение специализированной выставки в Нью-Йорке, с целью поиска поставщиков тканей и фурнитуры, анализа модных тенденций и актуальных капсульных наборов;
3. Работа с поставщиками тканей и фурнитуры (заказ, разработка/доработка, доставка, разбраковка);
4. Моделирование коллекции с учетом специфических особенностей выбранных тканей (создание эскизов капсульной коллекции, конструкторских и технологических образцов);
5. Обсуждение предпроизводственных образцов на худсовете компании и урегулирование недостатков;
6. Производство коллекции;
7. Формирование лукбуков (англ. *lookbook*) коллекции (фотосъемки, каталоги и т.д.) для предварительной презентации закупщикам бутиков и иных магазинов;
8. Модные показы коллекции в фирменном бутике и на неделях мод с целью публичной презентации коллекции и поиска новых закупщиков;
9. Продажи;
10. Аналитика продаж.

Одна третья часть производимых брендом «A la Russe» товаров идет на международный экспорт. Большая часть экспортируемой продукции потребляется в мусульманских странах (ОАЭ, Катар, Бахрейн и т.д.). Первые лукбуки коллекций отправляются регулярным закупщикам заблаговременно, до выхода любой информации о проектируемой коллекции в СМИ.

А. Романцова ведет активную светскую жизнь и участвует во множестве мероприятий, что является немаловажным аспектом для продвижения бренда за счет имиджа модельера. Художник, создающий собственную марку одежды, одновременно курирует множество профессиональных процессов, которые занимают большое количество сил и времени. Соот-

ветственно в случае если модельер самостоятельно не обладает навыками популяризации собственного имиджа, в обязательном порядке требуется специалист по продвижению персонального бренда, который будет рассчитывать занятость модельера и планировать его социальную активность.

СТРУКТУРА И ТЕХНОЛОГИИ ПРОИЗВОДСТВА ДЕКОРАТИВНОЙ ЖАККАРДОВОЙ ТКАНИ*

Бондарева Т.П., Гмир Е.А.

Витебский государственный технологический университет, Республика Беларусь

Целью работы явилась разработка структуры и технологии производства декоративной жаккардовой ткани на рапирном ткацком станке PTS4-190J немецкой фирмы «Dornier». Эти станки оснащены электронной жаккардовой машиной DX 110 швейцарской фирмы «Staubli», которая позволяет вырабатывать широчайший ассортимент тканей с жаккардовым рисунком.

В качестве образца-аналога была выбрана ткань «Виолетта», вырабатываемая из полиэфирной пряжи линейной плотности 24,5 текс в основе и льняной пряжи мокрого прядения 50 текс в утке. В спроектированной нами ткани были изменены: 1) линейная плотность нитей основы на 11 текс и 2) сырьевой состав нитей утка на смешанную пряжу (полиэфирное волокно – 60%, хлопчатобумажное волокно – 15% и котолен – 25. Использование нового сочетания пряж для выработки декоративной ткани придает ей такие свойства, как прочность, стойкость к истиранию, гигроскопичность, повышенная устойчивость к действию многократных стирок.

При проектировании раппорта узора новой ткани была выбрана композиционная схема, представленная на рис. 1. Она получена из базовой схемы сетчатого раппорта (рис.1, а) с использованием динамичного рисунка одного элемента в одном повороте с разными его размерами в раппорте с поворотом схемы на 90°. Кроме того, в нашем случае в больших кружках, в узлах сетки раппорта, расположен основной мотив, в маленьких – дополнительный. Стрелками при этом указано направление движения элементов. Такое расположение и поворот элементов выбран для того, чтобы создать эффект динамики, заполнить пространство, выполнить сходящуюся композицию (рис.1 б). Основной и дополнительный мотивы предложено выполнить в виде растительного орнамента, так как он актуален для сезона весна – лето 2015 года (цветки лилии и тюльпана, соединенные листьями дуба).

* Работа выполнялась в условиях и по заданию ОАО «Витебский комбинат шелковых тканей».

Для выполнения теоретического проектирования параметров строения и структуры разрабатываемой ткани были подготовлены ее срезы вдоль нитей основы и утка. По этим срезам мы определяли основные параметры строения ткани (коэффициенты изменения высот волн изгиба нитей основы и утка, коэффициенты наполнения ткани по основе и утку, длины нитей основы и утка в раппорте переплетения, форма поперечного сечения нитей и их коэффициенты смятия). Для этого подготовленные срезы рассматривались под микроскопом и фотографировались с помощью электронной насадки НВ-200 в программе «Scope Photo 3.0.3».

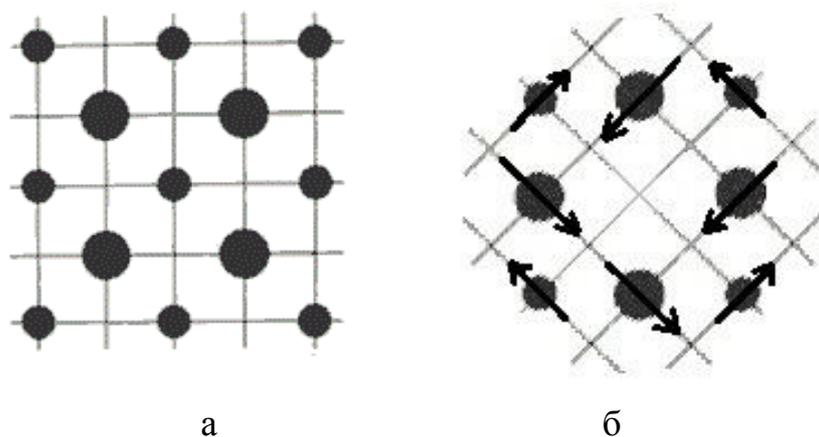


Рис.1. Композиционная схема раппорта основного узора

Раппорт узора проектируемой ткани имеет вид, представленный на рис.2.

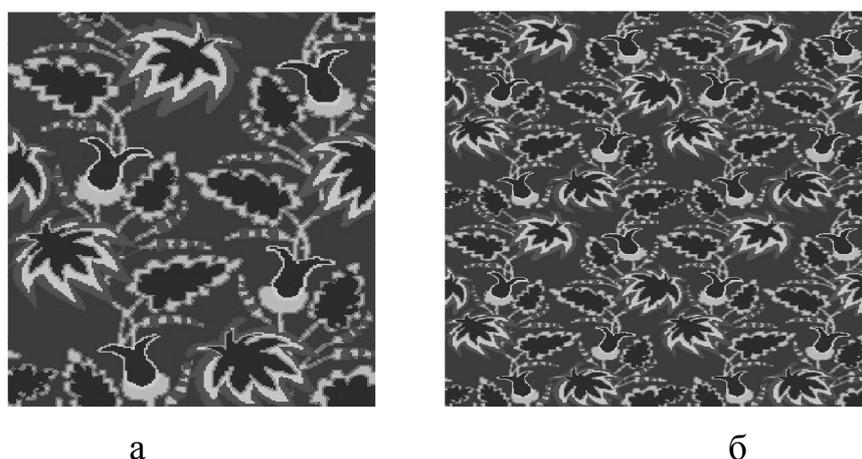


Рис.2. Раппорт проектируемой ткани (а) и её натуральное изображение (б)

В результате теоретического проектирования по заданной поверхностной плотности ткани, выполненного с применением ЭВМ, определены основные заправочные параметры ткани: уработка нитей, плотность ткани по основе и утку, поверхностная плотность суровой и готовой ткани. Ошибка проектирования составила 1,02%.

Основываясь на данных проектирования, был составлен технический расчет, осуществлена заправка и выработка ткани на рапирном ткацком станке PTS4-190J с жаккардовой электронной машиной DX 110. Из-за изменения сырьевого состава и линейной плотности нитей основы во вновь спроектированной ткани уменьшилась поверхностная плотность с 225 г/м² до 165 г/м² и увеличились разрывные характеристики ткани.

Исследованиями установлено, что спроектированная жаккардовая ткань «Гармония» обладает улучшенными потребительскими свойствами и имеет на поверхности рисунок в виде растительного орнамента, очень актуального для сезона весна-лето 2015 года. Ткань имеет интересное колористическое решение с учетом требований современной моды, обладает красивым глянцевым эффектом. Образец разработанной ткани получил положительную оценку на художественно-техническом совете предприятия.

При выработке опытной ткани снижается ее материалоемкость, а ее себестоимость уменьшается на 14,8%. Экономический эффект в годовом объеме производства ткани составит 25667 тысяч белорусских рублей.

АПСАЙКЛИНГ – ЭЛЕМЕНТ ДИЗАЙНА ИНТЕРЬЕРА

Козикова Д.Ю., Кошелева О.Э.

Сибирский государственный университет путей сообщения, Россия

Современным трендом в искусстве и его отдельном направлении – дизайне является уникальность и креативность, связанная с применением новых, неизвестных в прежнее время, материалов. Апсайклинг – яркий пример данной тенденции.

В переводе с английского языка «апсайклинг» означает вторичное использование, переработка сырья. В отличие от простой переработки сырья при апсайклинге из старых и ненужных вещей, бытового мусора получают новые и красивые предметы интерьера, обладающие оригинальностью и неповторимостью, способные вызывать удивление.

Апсайклинг активно набирает популярность среди людей с творческими наклонностями и одновременно является средством решения актуальной проблемы современности – проблемы экологии, связанной с утилизацией бытовых отходов (в основном пластмасс) и созданием малозатратных предметов интерьера. Смысл этого вида искусства заключается в формулировке: «Из ничего сделать что-то».

Для создания живописных полотен (портрета, пейзажа и т.д.) необходимо специальное образование и владение разными техническими приемами живописи, обладание творческими способностями и особым видением окружающего мира. С точки зрения апсайклинга воплотить любую идею можно без специальной подготовки и финансовых затрат. Самые по-

пулярные и доступные материалы для создания уникальных предметов интерьера – бумага, пластик, текстиль и древесина. Поэтому одно из достоинств апсайклинга – вторая жизнь ненужных вещей. Если учесть, что в среднем современный человек производит 1 – 1,5 килограмма отходов в день, то количество это в пересчете на все население в нашей стране и в мире огромно.

Апсайклинг – это «ноу-хау», доступное любому человеку. Начать работу над каждым произведением следует с идеи, в процессе созревания которой формируются главные составляющие будущей работы:

1. Выбор темы.
2. Выбор размера предмета интерьера в зависимости от помещения.
3. Выбор цветовой гаммы (зависит от других предметов интерьера и их колористического оформления).
4. Выбор материалов (их цвета, размера, формы), с помощью которых будет создаваться новый предмет интерьера.

Процесс работы складывается из следующих этапов:

1. Подготовка рабочего места и подбор основы изделия.
2. Выполнение эскиза на твердой основе (обычно фанере).
3. Подбор материалов и инструментов и их подготовка для выполнения работы.
4. Выполнение работы с использованием различных техник и воображения.

В настоящее время в этом стиле работают многие знаменитости, получившие благодаря апсайклингу мировое признание. Это художники Барнан Прас, Зак Фримэн, Том Дайнингер и Джейсон Мерсье, вдохновленные творчеством классиков или создающие необычные произведения искусства: портреты, пейзажи, натюрморты. При взгляде издали эти разнообразные шедевры творцов, борющихся за чистоту окружающего мира, кажутся обычными картинами. Секрет раскрывается, когда картины рассматриваешь на близком расстоянии. На полотне выделяются болтики и гаечки, шнурки и проводки, запчасти от компьютеров и телефонов, обломки пластиковой посуды, обрывки ткани и многое другое. Для создания портрета суперзвезды, например, художнику Джейсону Мерсье требуется 50 часов работы и от 10 до 30 килограммов мусора.

За основу коллекции, созданной в данной работе, выбрано творчество и картины известного австрийского художника Густава Климта, отличающиеся лиричностью и ярким колоритом. Произведения, выполненные в стиле апсайклинга, характеризуются множеством мелких деталей, широкой цветовой гаммой и оригинальностью исполнения, что позволяет автору выразить свое видение мироустройства, заявить о своей индивидуальности и внутреннем мире.

Огромное достоинство апсайклинга заключается также в том, что этот вид искусства способствует расширению кругозора и творческих способностей молодого поколения.

ЭВОЛЮЦИЯ И СТАНОВЛЕНИЕ УЛИЧНОГО ОСВЕЩЕНИЯ КАК ОБЪЕКТА СРЕДОВОГО ДИЗАЙНА

Круталевич С.Ю., Косарева З.А.

Московский государственный университет дизайна и технологии, Россия

Неповторимые образы вечерних городов, сумасшедшие светоэффекты, яркие образы площадей, мостов и набережных – это результат многолетней работы архитекторов и дизайнеров, монтажников и технического персонала, проектировщиков и светотехников, конструкторов, работающих в сфере освещения, людей, выбравших «необычную» профессию – дарить Нам свет. Как и культура, дизайн отражает свое время и его технологии, однако, в центре всего – это его назначение: служить и помогать человеку осуществлять свою деятельность (физическую и эмоциональную) в любом из выбранных им пространств [1]. И видя окружающее нас многообразие уличного освещения возникает вопрос, интерес: с чего же все начиналось? В данной статье рассматриваются этапы эволюции и становление уличного освещения как элемента средового дизайна.

Заглядывая в историю городского облика того или иного города понимаешь, что в 18 – 19 веках архитектурное освещение зачастую стояло одним из последних пунктов в плане благоустройства города. Но это время далеко не начало истории и эволюции уличного освещения. Еще в Древних Афинах в то время уже были предприняты человеком неброские попытки благоустроить уличное пространство – осветить его. На площадях зажигались яркие костры, за которыми следили специальные люди и поддерживали пламя всю ночь. Улицы Древнего Рима освещались факелами, прикрепленными к стенам зданий, и переносными фонарями и масляными лампами. Если подумать, то это уже был прототип современных бра, настенных светильников на кронштейнах/штангах. В Египте, Ассирии, Вавилоне, Древней Византии огромные фитильные лампы, масляные светильники освещали столицы этих городов.

В Европе уже в 13 – 14 веках улицы Испании, Франции освещались фонарями с масляными плашками. В начале 17 века появляются фонари, установленные на деревянных столбах, напоминающие наши современные уличные осветительные опоры. В дальнейшем, именно в Париже, впервые появляется постоянное уличное освещение, было установлено 2736 фонарей со свечами – «блестящее царство» Людовика XIV.

Что интересно, средневековый фонарь представлял собой шести или восьмигранную коробку со слюдяными стенками, с помещенной внутри

свечой. Как можно заметить, дизайн современных классических бра очень похож, изменились только технологии.

В России же первый проект уличного фонаря, можно сказать «необычного» - шарообразной формы, был разработан в 1718 году Жаном Леблонем. В 1720 году, в Санкт – Петербурге, впервые было введено повсеместное ночное освещение, в Москве же фонари впервые были зажжены в 1730 году. Тусклые масляные фонари в России дожили до начала 19 века. После же появились так называемые «варшавские фонари», в которые заливалось уже лампадное масло. А с середины 19 века стали предприниматься попытки заменить масло спиртом, а именно спиртовыми смесями. Сами фонари имели шестигранную призматическую форму и делались из луженой жести, со стеклянными боками и крышей. Они крепились на кронштейны или к столбу так, чтобы их можно было удобно снимать. Этот способ применялся до 1862 года. С 60-х годов спиртовые и конопляные фонари начали заменять керосиновыми. В 1855 году американский химик Селлиман создал первую керосиновую лампу на основе масляной. Примерно в это же время польский ученый Лукаевич создает новую конструкцию керосиновой лампы с круглым фитилем и плоским колпачком, получившее название «молния» и дававшая силу света в 50 свечей. Однако, в лунные ночи фонари не зажигались. Как писал Гиляровский: «Ночь была непроглядной. Нигде ни одного фонаря, так как по думскому календарю в те ночи, когда должна светить луна, уличное освещение не полагалось» [2]. И только с 1900 года фонари начали зажигать в лунные ночи в Москве.

В середине 60-х годов в России появляются газовые фонари. На улицах появляется ряд новых горелок Дуплекса, Фалеза, Дитмара. Они стали более яркими, и например, последняя система показывала силу света 12 свечей при 8,75 золотников керосина в час. В 1901 году русским инженером Галкиным была изобретена керосиновая лампа «Россия», а позже были изобретены лампы «Самосвет № 1» мощностью 604 свечи и «Самосвет № 2» мощностью 222 свечи. Такие фонари часто применялись при организации временных гуляний, на станциях и путях железных дорог.

Но и на этом развитие освещения в России естественно не остановилось. На смену керосиновому освещению пришло освещение светильным газом, используемое еще в древнем Китае. И первым в России оно появилось в 1821 году в Петербурге, а затем в 50-х годах пришло в Москву, но вытеснить керосиновые светильники не смогло: во - первых из-за своей дороговизны, а во - вторых газ не поступал в фонари в надлежащем количестве. Но к концу 19в. все таки произошли значительные качественные изменения благодаря Карлу Ауэру фон Вильбах, который изобрел газокалильную сетку, обладавшую свойством при накаливании от пламени газовой горелки испускать яркий чистый «жаровой» свет, близкий к естественному. С 1910 года освещение улиц стало переходить на новые газовые фо-

нари с применением газа повышенного давления. Сила света стала достигать мощности до 4000 свечей. Давление в них поддерживалось автоматически, и фонари имели мембрану, открывающую доступ газа в горелке, что позволяло отказаться от фонарщиков. Но в это же время начинает набирать силу электрическое освещение.

Первые электрические фонари на улицах России появились в конце 19 века. И это первое «электрическое солнце» зажглось на башне Адмиралтейства в Петербурге в 1849 году. Но они были нерегулярны и непродолжительно работали, требуя огромных затрат. Только в 1876 году русский изобретатель П.Н. Яблочков создал электрическую лампу совершенной конструкции того времени – «свечу Яблочкова». Он расположил угольные электроды вертикально, параллельно друг другу, разделив их тугоплавким изолятором – коалином, и эта конструкция могла давать силу света от 76 до 5760 свечей.

В 1876 году была разработана им лампа получившая название «Русский свет», которая стала востребованной не только в России, но и получила широкое распространение на улицах Европы.

Первая же электрическая иллюминация (зажглись лампы Эдисона), без которой мы сейчас не представляем и дня, ставшая одним из важнейших событий в истории света, произошла в Москве 15 мая 1883 года, в день коронации Александра III.

В начале 20 века начинается же борьба между всеми уже существующими видами освещения. Но лампы с электрическим, дуговым светом постепенно вытесняют остальные виды, и в последствие заменяются лампами накаливания с металлической нитью (Лодыгин А.Н.). Из-за войны 1914 – 1918 годов освещение угасает в своем развитии, но к 1921 году возобновляется и появляется новый вид освещения – номерные фонари для домов. В 30 – х годах в Москве были ликвидированы уже все керосиновые и газовые фонари.

Так же в это время начинается световое оформление городов. Впервые задумываются об оформлении фасадов исторических зданий, установке световой рекламы, витрин и прочего. В 50-е годы разрабатываются новые виды фонарей и опор для них. Большое внимание уделяется и новым технологиям освещения. Предпринимаются попытки частичной замены электрического источника света на газоразрядный. Опыты освещения улиц ртутными и натриевыми лампами увенчались неудачами и внимание обратилось к люминесцентному освещению; но тем не менее и в наши дни большинство магистралей и дорог освещается именно газовыми лампами.

В конце 20 - начале 21 веков облик городов стал кардинально меняться, а вместе с ним и взгляд на роль освещения в нашей жизни. Роль освещения улиц стала рассматриваться не только с точки зрения безопасности, но и с эстетической, эргономической и энергосберегающей точек восприятия. Появляется новое направление в дизайне – светодизайн. Стало уде-

латься внимание архитектурно-художественному освещению. К существующим источникам света прибавляются новые светодиодные элементы освещения. Все больший интерес проявляется к эстетике светильников, опор, несущих конструкций освещения, а так же и о дизайне света как таковом.

Существует множество приемов освещения: например – «заливающее освещение», используемое для создания равномерной световой среды и визуального уменьшения пространства, применяющиеся на парковках. Широко используются подвесные и опорные фонари, прожекторы, встраиваемые уличные светильники, декоративные лампы и гирлянды, болларды, грунтовые и дорожные столбы для создания архитектурного и ландшафтного освещения.

В настоящее время световой дизайн – искусство создания комфортного визуального пространства. Как и музыка, он задает ритм нашей жизни. В конечном счете, свет должен нас очаровать. Для этого нужно использовать дневной свет и свет электрический.

Создавая визуальный комфорт, недостаточно осветить объект лампами или прожекторами. Многое зависит от цветовой гаммы, яркости и направления лучей света. В ход идут разнообразные источники и отражатели света, различные экраны и рассеивающие поверхности и иногда электрический свет прекрасно сочетается с естественным.

Сегодня световой дизайн является частью архитектурной среды. Поэтому во многих проектах, наряду с архитектором, участвует и дизайнер света. Словом, в новой области дизайна жизнь бьет своим особым, «подсвеченным» ключом. И, можно сказать однозначно, свет – надежное средство для того, чтобы создать атмосферу и культуру пространства. Свет – это праздник для глаз, ясное сознание, инструмент понимания тайн тьмы, организованная среда и структурированное пространство.

Литература

1. http://rosdesign.com/design_materials/design_text.htm
2. *Гиляровский В.А.* Москва и москвичи. М.: Камя, 1997.
3. Справочная книга по светотехнике под ред. Ю.Б. Айзенберга. 3-е изд. перераб. и доп. М.: Знак. – 972 с.
4. Сборник очерков по городу Москве. Общие сведения по городу и обзор деятельности Московского Городского Общественного Управления. Освещение улиц города Москвы. 1730 – 1896. – М., 1896.
5. *Щенетков Н.* Световой дизайн города. М.: Архитектура-С, 2006.
6. *Гусев Н.М., Макаревич В.Г.* Световая архитектура. М.: Стройиздат, 1973. – 248 с.

ТРЕХМЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ МОДУЛЬНОГО ФОРМООБРАЗОВАНИЯ НЕКРОЕНОЙ ОДЕЖДЫ

Курбатова М.А., Белько Т.В.

Поволжский государственный университет сервиса, Россия

В истории костюма продолжительное время основной технологией формообразования одежды являлось геометрическое членение пластичного материала с учетом морфологии тела человека и применение таких соединительных элементов как конструктивные швы. Так как поверхность фигуры человека представляет собой сложную трехмерную форму, в которой отсутствуют простые геометрические поверхности, применительно к конструированию облегающей одежды она может быть развернута лишь со значительной долей погрешности.

Развитие новых технологий и материалов, которые в последнее время все больше проникают в модную индустрию, обеспечивает появление альтернативных методов формообразования одежды некроеным способом. Одним из таких методов создания искусственной оболочки человека являются трехмерные технологии модульного формообразования некроеной одежды. Трехмерные технологии формообразования одежды заключаются в изготовлении цельной бесшовной формы из нетканых материалов. В свою очередь «модульный метод проектирования представляет собой процесс создания изделий на основе каким-либо образом упорядоченных, составных частей (узлов, агрегатов, секций) или блоков» [1, С. 97].

Историческим аналогом трехмерных технологий формообразования некроеной одежды является изготовление доспехов. В силу своего специфического назначения, которое заключается в защите носителя от агрессивного внешнего воздействия холодным и метательным оружием допороховой эпохи, доспехи изготавливались из твердых материалов. Трехмерные технологии модульного формообразования защитной одежды, которые являются аналогами для современного проектирования одежды прослеживаются в изготовлении кольчатых и зеркальных доспехах.

Кольчатые доспехи представляет собой защитную амуницию в виде металлической сети трехмерной формы, сплетенную из железных колец, «отличающиеся друг от друга размерами колец, их сечением, видами крепления, а также технологией производства колец» [4, С. 428].

Следует рассмотреть кольчатые доспехи по типам соединения колец. Первый тип, распространенный в Японии, заключается в перпендикулярном соединении колец, образуя, при плетении звеньев четыре в одном, форму квадрата, а при плетении колец шесть в одном, форму треугольника. Звенья изготавливаются из проволоки, которая сворачивается в форму кольца со сведенными не спаянными кончиками. Часто звенья скручиваются в несколько звеньев, имитируя отдельные кольца, прикрепленные

друг к другу. Второй тип соединения колец, прослеживающийся в Европе средневекового периода, заключается в том, что каждое звено проходит через четыре других. Плетение кольчужного доспеха данного типа различаются на одинарные и двойные, где отличием является размер внутреннего диаметра кольца. В одинарном плетении кольчатого доспеха кольца тонкие и расположены разреженно друг от друга, а в двойном звенья сплетены очень близко за счет уменьшения внутреннего диаметра кольца, следовательно, увеличивается плотность доспеха. Третий тип соединения звеньев кольчужных доспехов «брусочно-звеньевой», распространенный в Персии и Индии, заключается в чередовании звеньев с перекладинами через них, при котором, каждое из мелких, соединяющихся колец соприкасалось с кольцами из другого ряда, а не из своего [3, С. 295].

В настоящее время кольчужное металлическое плетение используется в изготовлении перчаток из нержавеющей стали для мясоперерабатывающей промышленности Российской компании «Партнер», которые предназначены для предохранения рук от порезов при работе с острыми режущими инструментами.

Технология кольчужного плетения является основой создания современной металлической обуви «PaleoBarefoots», напоминающая сетчатые следки изготовлением которых занимается немецкая компания GoSt-Barefoots. Кольчужная ткань из нержавеющей стали имеет достаточную гибкость, чтобы точно повторить очертание стопы. Идея создания такой обуви заключается в восприятии кожи природной фактуры при ходьбе или беге, способствующей развитию биомеханики и сенсорных функций ног. При этом, металлическая сетка несет защитную функцию, избегая повреждений ног острыми поверхностями [6].

Примером использования данной технологии в формообразовании одежды послужит прилегающее к телу платье и юбка в осенней коллекции 2012г. модельера Ива Сен Лорана.

Зерцальные доспехи представляют собой защитную амуницию, форма которой достигается модульным формообразованием из пластин, соединенные между собой кольцами. Шиндлер О.В. разделяет зерцальные доспехи на «личные зеркала» и «полные зеркала». Личные зеркала состоят из четырех больших металлических пластин, боковые пластины которых имеют закругленную подмышечную выемку. Пластины соединяются кожаными ремешками, застегиваясь по краям пластин сверху и с боков или панцирными кольцами [4].

Полные зеркала, состоящие от десяти до сорока пластин, полностью прикрывают корпус человека, скрепляющиеся по такому же принципу, что и личные зеркала. Полные зеркала имеют доску формы круга, дощечки, ожерелье и обруч, обхватывающий шею, передние доски имеют плечевые скрепления [2].

Технология трехмерного формообразования зеркальных доспехов является основой создания одежды из пластика модельером Пако Рабанн (Paco Rabanne) в 60-е годы XX века. Модельер создает одежду по принципу модульного формообразования, используя пластины из пластика, металла и бумаги. Форма платья в коллекции «12 платьев», созданной в 1966 году, получается путем соединения одинаковых пластин кольцами из проволоки, образуя прямой силуэт. В летней коллекции 2012 года креативным директором бренда Paco Rabanne Маниш Арора представлена коллекция одежды, в которой модели выполнены из пластиковых и металлических пластин, образуя полное прилегание к фигуре. Трехмерная технология модульного формообразования одежды из твердых материалов в моделях данной коллекции достигается за счет соединения пластин ручным способом различной формы и размера таким образом, что бы не стесняя движения человека, точно повторить его очертания.

Симбиоз трехмерных технологий модульного формообразования кольчатых и зеркальных доспехов, т. е. соединение пластин непосредственно друг с другом, используется в изготовлении одежды из пластика с применением инновационной технологий 3D печати, которая представляет собой процесс создания цельных трехмерных объектов на основе цифровой модели. Трехмерная технология формообразования служит основой для изготовления по средствам 3D печати кинетического платья, состоящего из 2279 треугольных жестких нейлоновых мини-панелей, которые соединяются между собой 3316 петлями. Соединенные модули представляют собой гибкую структуру, которая печатается целиком. «Данная технология представляет собой систему для 4D печати, которая создает сложные, складные формы, состоящие из сочлененных модулей. Система предоставляет возможность преобразовать любую трехмерную форму в гибкую структуру, используя 3D печать» [5]. Авторами данного проекта являются сотрудники дизайн-студии «NervousSystem» Джессика Розенкранц и Джесси Луис-Розенберг.

На сегодняшний день, материалом для производства одежды по технологии 3D печати является пластик, который не обеспечивает эксплуатационных функций при носке таких изделий. Таким образом, данная одежда является непригодной для повседневной носки.

На современном этапе развития 3D печати одежды решается вопрос по замене пластика пластичным материалом. Совершенствование нано технологий и эксперименты на молекулярном уровне, возможно, решат данную проблему в дальнейшей перспективе, что обеспечит производство высокотехнологичных изделий легкой промышленности, соответствующие в полной мере функциональным и эргономическим требованиям, предъявляемые к одежде.

Использование трехмерных технологий модульного формообразования для изготовления некроеной одежды обеспечивает создание искусст-

венной оболочки человека, которая точно повторяет форму человека, избегая при этом, применение таких элементов как конструктивные швы. Использование трехмерных технологий позволит обеспечить внедрение производства некроеной одежды в масс-маркет, решив проблему оптимизации многооперационной системы проектирования кроеной одежды.

Литература

1. *Белько Т.В.* Костюм: бионическое формообразование : учеб. пособие / Т.В. Белько, Т. В. Козлова. – Тольятти: Изд-во ПВГУС, 2008. – 192 с.: ил.
2. *Висковатов А.В.* Историческое описание одежды и вооружения российских войск : в 30 т. – Факсимильное издание 1841-1862 гг. / А.В. Висковатов. – СПб.: Альфарет, 2007.
3. *Стоун, Дж.* Оружие и доспехи всех времен и народов : пер. с англ. Л. И. Зданович / Дж. Стоун. – М.: Астрель, 2010. – 767 с.: ил.
4. *Шиндлер О.В.* Классификация русских корпусных доспехов XVI века [Электронный ресурс] // История военного дела: исследования и источники. – 2014. – Т. V. – С. 417-486.
5. <http://www.milhist.info/2014/08/18/schindler>
6. Сверхупругая гофрированная оболочка. – Режим доступа: <http://uvakin.ru/>. – Загл. с экрана.
7. Novate. – Режим доступа: <http://www.novate.ru/>. – Загл. с экрана.

ДИЗАЙН ДЕКОРАТИВНЫХ ТКАНЕЙ

Самутина Н.Н., Глушнёнок А.И.

Витебский государственный технологический университет, Республика Беларусь

Цель исследования – спроектировать дизайн декоративной ткани из полиэфирных нитей для жилого интерьера. Главным выразительным средством в облике помещения всегда были материалы, которые применялись для окончательного оформления мебели. Они играли важную роль в эстетическом восприятии изделий, использовались не только как отделочные материалы, но и для пошива подушек, покрывал, скатертей, салфеток и многого другого. Разработка таких тканей в настоящее время актуальна, а использование синтетических волокон, кроме снижения материалоемкости, придаст им прочность, гипоаллергенность и устойчивость к развитию бактерий и пыленакплению.

Для достижения поставленной цели были определены задачи исследования: изучить виды декоративных тканей; определить особенности разработки эскизов для них; разработать дизайн ткани для интерьера; предложить актуальную цветовую гамму.

В результате проделанного анализа установлено, что наибольшее количество современных высококачественных тканей вырабатывается посредством жаккардового и ремизного ткачества. Для получения дополнительного художественного эффекта тканые узоры дополняются набивкой. Ткани при этом одноцветные и многоцветные, с рисунком или без него, гладкие и фактурные. Одноцветные безрисуночные материалы легче гармонируют с окружением, красоту ткани подчеркивают их цвет, фактура и выработка.

При работе с любыми мотивами, как правило, учитывают основные требования к рисункам декоративных тканей в интерьере: правильный выбор масштаба, выявление его конструктивной основы и четкого ритмического строя, соответствие рисунка структуре ткани и выбор колористического решения, отвечающего общему образному звучанию. При разработке эскизов для декоративных тканей важно их строение, так как количество систем основных и уточных нитей и виды переплетений диктуют выразительные возможности рисунка: преобладание графического или живописного решения, количество эффектов чистого цвета, фактуру поверхности.

Изображения или формы, которые могут быть использованы в качестве мотивов для декоративных тканей, можно разделить на две большие группы: абстрактные (повторение геометрических форм) и реальные (элементы природы, такие как цветы, листья, звезды, раковины, солнце, звезды или луна). Гораздо реже в материалах стали встречаться изображения пейзажа с включением элементов парковой архитектуры, животных и птиц среди цветов и деревьев. При этом актуальна условная трактовка мотивов и большая степень стилизации. Если интерьеру необходимо придать грациозность и мягкость, используют растительные орнаменты – отдельные формы, букеты, гирлянды, венки, сложные сплетающиеся ветви, состоящие из плавных, волнистых, спиралеобразных линий. Для визуального изменения пространства помогут геометрические орнаменты: вертикальная направленность мотивов поднимет потолки, а горизонтальная – расширит стены. Для чего рисунки в клетку и полосу строятся в основном на симметрии, тональном и контрастном сочетании цветов, преобладании метрического и ритмического построения рисунка.

Проектируя художественно-композиционное решение декоративной ткани, был выбран природный орнамент с элементами геометрии. При этом использован такой приём, который способствует образному решению композиции – внутренняя орнаментация мотивов организована не по принципу одинаковости, а по принципу разнообразия.

Раппорт мотива узора разрабатываемой ткани представляет собой композицию, состоящую из двух элементов, имеющих прямолинейное и непрерывное пластическое движение, направленное сверху вниз. Используются простые, статичные детали замкнутой формы и объекты с элементами динамики. Статика проявляется в элементе простой формы – звезде –

одном из древнейших общечеловеческих астральных знаков, символов вечности, высоких стремлений, воплощения земных животных, мифологических героев или их следов, а также эмблеме счастья. Динамика проявляется в применении закона трехкомпонентности в рисунке – использовании трех размеров, поворотов и расстояний между элементами. Второй элемент – волна – олицетворяет превратности жизни, изменения, иллюзии, тщеславие и возбуждение. При построении рисунка была проанализирована природная форма волны, выявлен характер пластического движения для её получения: чёткие мягкие линии (рис.1).



Рис.1. Разработанная ткань

Трактовка форм мотивов волн выдвигает элементы звезд на передний план. Элементы ритмических движений располагаются на некотором расстоянии один от другого. В их природе лежит постоянство изменений направления, поэтому они выражают равномерное, спокойное движение.

Разработанная ткань имеет цветной ткацкий жаккардовый рисунок. Фактура материала объёмная, создаётся структурой материала и полиэфирными нитями различной линейной плотности. Рисунок и фактура взаимосвязаны и усиливают художественную выразительность ткани в целом. При этом орнамент, его ритмическое построение, преобладают над фактурой фона.

Для цветовой гаммы было предложено использовать пропорциональное соотношение цветов: пастельные оттенки молочного, светло-голубого, светло-серого, а так же чёрный и синий цвета, которые являются модными и актуальными в настоящее время. Серый цвет – это классика спокойного интерьера. Он хорошо сочетается со всеми оттенками белого, в том числе, и с молочным. Оттенки белого цвета характеризуются совершенством и завершенностью, демонстрируют полную свободу для возможностей и снятие препятствий. Для активизации мыслительного процесса, а так же чувства безмятежного спокойствия были выбраны оттенки холодных тонов синего цвета. Голубой вызывает у человека чувство чис-

тоты, свободы, ясности, спокойствия и умиротворения, способствует понижению артериального давления, благотворно влияет на общее состояние человека. Черный всегда скрывает в себе все, что несет, связан с любопытством, притягивает к себе и побуждает к действиям, бросает вызов.

ДИЗАЙН ТЕЛЕЭФИРА

Каршакова Л.Б.¹, Бесчастнов П.Н.¹, Денисов Д.А.¹, Серков А.М.²

¹Московский государственный университет дизайна и технологии, Россия

²Дизайн-студия «Cado», Россия

Каждый телевизионный канал отличается от других не только набором передач и лицами телеведущих, но и своим оформлением. Успех целого телеканала может зависеть от качества дизайна телевизионного эфира.

Оформление определяется миссией данного канала, тем, кто и какие идеи хочет донести до потребителя эфирного времени, кто является целевой аудиторией, кем и для кого он был создан. Внешнее должно быть достойным проявлением внутреннего. Любой дизайн должен отталкиваться от бренда. Бренд — это больше, чем реклама или маркетинг. Это все, что приходит в голову человеку относительно продукта, когда он слышит название или видит логотип.

Развитие технологий оказало на человеческое общество огромное влияние. Во-первых, это выразилось в том, что мы все окружены технически сложными приспособлениями, которыми пользуемся каждый день, имея смутное представление о том, как эти вещи устроены. Более того, современные потребители иногда оказываются не в состоянии понять все характеристики покупаемого изделия. Здесь на помощь потребителю приходит бренд, который выделяет из всех характеристик товара те, которые важны для потребителя, и облегчает понимание товара.

Вторая задача, которую решает бренд — это упрощение выбора. Каждый день потребитель сталкивается с множеством похожих товаров, и у него просто физически нет времени сравнивать все параметры. В этой ситуации брендинг является просто «спасательным кругом», — на каждый товар наклеиваются простые, ясные, понятные неспециалисту ярлычки: «дорого, но престижно», «экономично», «для новичков», «молодым и раскрепощенным» и т.д.

Телевизионные каналы отличаются друг от друга своей направленностью и это должно быть подчеркнуто оформлением. У каждого канала — свой логотип, своя цветовая гамма и стилистика заставок. Все составляющие телеэфира должны подчиняться общей стилистике всего медиабренда.

Зачастую графика помогает подчеркнуть направленность отдельных элементов эфира или дать дополнительную информацию. С помощью гра-

фики можно сообщить время, курс валют, погоду, дать крохотный анонс следующей передачи и т.д. Это называется визуализацией информации.



Рис.1. Разработка логотипа и эскизы применения фирменного стиля

Более того, средствами графики создаются виртуальные студии. С помощью трехмерного моделирования можно изменять помещение, создавать необходимые декорации.

Спектр задач, решаемых специалистами в данной области, весьма широк: от разработки общей концепции и основных элементов до ежедневного наполнения отдельных фрагментов. Дизайнеры работают в отделах графического оформления эфира, в отделах оперативной графики, дизайн-студиях телевизионных каналов.

Работа людей, отвечающих за графическое оформление канала, опирается как на творческую интуицию, образное мышление, так и на формальную логику. Необходимо быть и специалистом в области современных информационных технологий и иметь художественное чутье, желательно уметь рисовать, владеть приемами фотокомпозиции, представлять технологию телепроизводства, владеть основами искусства телеоператора, режиссера и т.д. Как и в любой другой области, невозможно работать дизайнером, не имея художественного воображения, не понимая законов композиции, работы со светом и цветом.



Рис.2. Разработка элементов дизайна эфира

При подготовке специалистов в области визуальных коммуникаций необходимо давать знания о технологических средствах при тесном взаимодействии с задачами обучения по специальности. Сотрудники Московского государственного университета дизайна и технологии двух направлений, работающие на кафедре визуальные коммуникации и рекламная графика Института искусств, а также на кафедре информационные технологии и компьютерный дизайн Института информационных технологий и мехатроники, совместно со специалистом в области моушен-дизайна разработали методику обучения студентов основным этапам разработки фирменного стиля для телеканала. Этот курс является комплексным и проходит на двух дисциплинах «Информационные технологии в искусстве костюма и текстиля» и «Компьютерная графика». Последовательность использования компьютерного инструментария можно зафиксировать в виде табл.1.

Таблица 1

Этапы	Инструментальные средства	Применение
Разработка бренда	Офисные программы	Сбор информации. Составление графиков, прогнозов и отчетов
Разработка логотипа	Векторные редакторы	Поиск композиционных решений. Поиск цветовых решений
Разработка эскизов применения фирменного стиля	Векторные и растровые редакторы	Создание стилизованных и фотореалистичных эскизов применения
Разработка анимационных элементов	Редакторы для создания специальных эффектов для видео	Создание анимированного логотипа, заставок
Разработка рекламного ролика	Видеоредакторы, редакторы для создания специальных эффектов для видео	Обработка видеоматериала
Разработка элементов дизайна	Трехмерные редакторы	Создание виртуальных студий, разработка дизайна помещений, создание анимационных заставок

Информационные технологии являются основой для практической деятельности в сфере проектирования, в том числе, художественного. Развитие дизайна напрямую связано с развитием компьютерной графики. Создание элементов дизайна телеканала — это художественная задача, но она опирается непосредственно на технические возможности. Учебный процесс должен включать в себя изучения всех этапов производственных методов.

МЕТОД ПРОЕКТИРОВАНИЯ И СОЗДАНИЯ РИСУНКОВ НА ШЕЛКОВЫХ ТКАНЯХ В ТЕХНИКЕ АЭРОГРАФИЯ

Кузичева И.А, Морозова Е.В.

Московский государственный университет дизайна и технологии, Россия

Принцип нанесения краски при помощи сжатого воздуха был известен уже в IV – I тысячелетии до н.э., когда первобытные люди применяли полые предметы (кости, стебли растений) для выдувания забитого в них пигмента на поверхность пещер, получая изображение. Примером могут служить росписи стен в пещерах Эль-Кастильо, Северная Испания; Куэва-де-лас-Манос, Аргентина, где в качестве трафарета для создания «аэрографического» изображения использовалась рука человека. Сохраняя основной принцип нанесения краски, инструменты совершенствовались: использовались трубочки, щетки. В XVII-XVIII веке для распыления начинают применять различного рода форсунки. Появление аэрографа по виду максимально приближенному к современному относится к 1876 году, когда Френсис Эдгар Стенли запатентовал изобретение под названием «atomizer» (распылитель). Основными особенностями изобретения являлись возможность контролировать количество подаваемой жидкости и появление основного механизма – иглы, за счет которой можно было точно регулировать подачу жидкости. Сферой применения аэрографа стала ретушь фотографий. В 1878 году Эбнер Пинер создал устройство, которое он назвал «распределитель краски». Его работа была основана на принципах аэрографии. Новшеством этого устройства стал ручной компрессор, специально приспособленный для аэрографа. Областью применения «распределителя краски» стала живопись. В течение восьми последующих лет аппарат постоянно совершенствовался.

Аэрография, как способ оформления текстиля, начал использоваться в России в начале XX века. Первая аэрографическая мастерская открылась в Москве (1908 г.) при шелковой фабрике П.А. Мусси. Кроме этого небольшого предприятия подобные мастерские работали в Павловском Посаде на фабрике В.И. Грязнова и в Харькове на Жирардовской Мануфактуре. В 1910 году аэрографическая мастерская открывается на хлопчатобумажной Прохоровской Трехгорной Мануфактуре в Москве. Оборудование

для неё было закуплено за границей и монтировалось немецкими механиками. В мастерской печатались «платья по батисту и вольте, шарфы, платья, блузки по шелку, светлому и черному плюсу, столовое белье и др. вещи» [Маяковская Л.В., Известия текстильной промышленности]. В 1910 году на Прохоровскую Трехгорную Мануфактуру приходит выпускница Императорского Строгановского Центрального художественно-промышленного училища Людмила Владимировна Маяковская. Пройдя стажировку на фабрике П.А. Мусси, Л.В. Маяковская начала работать в аэрографической мастерской.

Аэрографический способ создания рисунка на ткани включал несколько стадий:

1. *Перенесение подготовительного рисунка на кальку.* Калька должна соответствовать размеру шаблона. Если калек было несколько, то все фигуры одинакового цвета отмечались одинаковыми знаками.

2. *Перенесение рисунка на шаблон.* Рисунок переносился на шаблон при помощи копировальной бумаги или порошка графита. В последнем случае контуры мотивов накальвались иглой или специальным резцом, после чего порошок графита протирался через проколы, оставляя след на шаблоне.

3. *Изготовление шаблонов.* Шаблоны обычно выполнялись из картона. Картонные шаблоны предварительно покрывали олифой, воском или другим веществом, сообщающим картону водонепроницаемость. Толщина шаблонов из оцинкованного железного листа зависела от сложности рисунка. Чем более тонок и сложен он был, тем меньше была толщина оцинкованного листа. После изготовления всех шаблонов, делалось пробное напыление рисунка. При необходимости вносились изменения, уточнялась колористическая гамма.

4. *Нанесение рисунка на ткань.* Для нанесения рисунка на ткань шаблоны располагались следующим образом: сначала шаблоны с большими поверхностями, затем с меньшими и перекрывающими частями. При работе через оцинкованный шаблон большую роль играло направление расположения одинаковых фигур, так как при нанесении красителя нельзя менять направление и манеру брызгания. Пренебрежение этими правилами могло привести к отсутствию взаимосвязи между мотивами и, в конечном счете, нарушению композиционного строя рисунка. После нанесения рисунка с первого шаблона, накладывался второй, а затем все последующие. Совмещались шаблоны при помощи специальных отверстий. При последующем наложении шаблонов, часто получались пересечения мотивов рисунка, в таких местах красочные слои накладывались друг на друга. Таким образом, достигалось смешение цветовых тонов непосредственно на ткани. При использовании двух цветов и одного или двух шаблонов можно получить третий цвет практически со всем светлотным диапазоном. При ис-

пользовании трех шаблонов и трех основных цветов можно было получать практически весь спектр дополнительных цветов.

5. *Заключительная отделка.* После нанесения рисунка, ткань запаривалась, обрабатывалась в зрельнике, промывалась, сушилась и гладилась.

Способ аэрографического нанесения рисунка на ткань использовался в 30-х годах Л. В. Маяковской, работающей в то время на шелковом комбинате «Красная Роза». Став заведующей единственной аэрографической мастерской Л.В. Маяковская определила, практически весь путь развития этого способа нанесения рисунка на ткань в России. Она работала над поиском новых способов усовершенствования аэрографии, в основе которых была заложена идея сокращения количества шаблонов при сохранении художественной выразительности рисунка.

В своей работе над оформлением ткани она использовала следующие методы:

1. *Моделирование орнамента при помощи перевязывания ткани.* В этом случае получаемый рисунок зависел от формы и способа завязывания и положения узлов.

2. *Моделирование орнамента при помощи иглы или нитей.* Материал в этом случае собирался в фигуры различной формы, после чего напыляется первый слой краски, затем расправляется, и снова собирался в складки, местоположение последних изменялось, затем наносился слой краски другого цвета. Собранные нитками места не окрашивались или окрашивались в меньшей степени, так создается переход от интенсивного цвета к более светлому.

3. *Работа по шаблонам (трафарет-маскам).* Создание рисунка по заранее подготовленным трафаретам. Наиболее распространенный метод на производстве.

4. *Использование передвижного шаблона.* После нанесения орнамента основным шаблоном, трафарет меньшего размера, передвигался по нанесенному рисунку в вертикальном или диагональном направлении в рамках раппорта. Такой метод был разработан Л.В.Маяковской с целью создания разнообразных рисунком с наименьшими производственными затратами. Этот способ позволял увеличить вариативность готовых текстильных рисунков.

Особенность текстильных рисунков Л.В. Маяковской заключалась в стремлении передать впечатление, создать настроение. Благодаря использованию неопределенности и живописности форм текстильный орнамент насыщался образно-эмоциональной составляющей. Творческий метод работы Л.В. Маяковской способствовал постоянному совершенствованию техники аэрографии и появлению новых приемов в оформлении промышленного текстиля.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ГРАФИЧЕСКОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ АКСЕССУАРОВ КОСТЮМА В КОМПЬЮТЕРНОЙ ГРАФИКЕ

Линчевская И.А., Бастов Г.А.

Московский государственный университет дизайна и технологии, Россия

В настоящее время работа с компьютерной графикой - одно из самых популярных направлений использования персонального компьютера, причем занимаются этой работой не только профессиональные художники и дизайнеры. На любом предприятии, в том числе в обувной промышленности, время от времени, возникает необходимость графической визуализации разработки современного ассортимента обуви и аксессуаров, а так же в представлении информационно-графических материалов и представления готовой продукции в рекламной сфере. Однако, область взаимодействия с компьютерной графикой очень обширна, частным случаем компьютерной графики является *графический дизайн*. Это понятие включает в себя множество направлений графической визуализации, довольно активно используемых в современном проектировании, но не исчерпывающих его изначального потенциала. Так, изучив основные аспекты применения и развития компьютерной графики и графического дизайна в проектировании обуви и аксессуаров, появилась идея создания технологии графической трансформации объектов в условиях использования компьютерной графики.

Компьютерная графика (также машинная графика) — область деятельности, в которой компьютеры используются в качестве инструмента, как для синтеза (создания) изображений, так и для обработки визуальной информации, полученной из реального мира.

CGI (англ. *computer-generated imagery*, букв. «изображения, созданное компьютером») — неподвижные и движущиеся изображения, созданные при помощи трёхмерной компьютерной графики, и использующиеся в изобразительном искусстве, печати, кинематографических спецэффектах, на телевидении и в симуляторах.

Область применения компьютерной графики не ограничивается одними художественными эффектами. Во всех отраслях науки, техники, медицины, в коммерческой и управленческой деятельности используются построенные с помощью компьютера схемы, графики, диаграммы, предназначенные для наглядного отображения разнообразной информации. Дизайнеры-проектировщики, разрабатывая новые модели автомобилей и самолетов, используют трехмерные графические объекты, чтобы представить окончательный вид изделия. Архитекторы создают на экране монитора объемное изображение здания, и это позволяет им увидеть, как оно впишется в ландшафт.

Основные области применения компьютерной графики:

- научная графика. Первые компьютеры использовались лишь для решения научных и производственных задач. Чтобы лучше понять полученные результаты, производили их графическую обработку, строили графики, диаграммы, чертежи рассчитанных конструкций;

- деловая графика - область компьютерной графики, предназначенная для наглядного представления различных показателей работы учреждений;

- конструкторская графика используется в работе инженеров-конструкторов, архитекторов, изобретателей новой техники;

- иллюстративная графика - это произвольное рисование и черчение на экране компьютера;

- художественная и рекламная графика - ставшая популярной во многом благодаря телевидению.

Целями использования компьютерной графики являются расширение вариативности найденных форм и цветовых гармоний; стремление к творческому новаторству; поиск новых решений через случайно заданные алгоритмы. А также компьютер дает возможность сохранять последовательные стадии работы, а потом вернуться к более ранним вариантам.

Прикладные программы, активно использующие компьютерную графику, можно разбить на четыре категории:

- компьютерное проектирование (CAD), где компьютер используется как средство проектирования объектов от автомобилей и мостов до электронных микросхем;

- искусство, где художники используют компьютерный экран для создания образов, кинематографических спецэффектов, мультипликации, телерекламы;

- научная визуализация, где на экране монитора моделируется то или иное событие, например, рождение звезды или развитие торнадо;

- программы, обеспечивающие глобальный интерфейс человек-компьютер. Компьютерная графика нашла широкое применение в полиграфии, проектировании, научных исследованиях и индустрии развлечений.

Графический дизайн — художественно-проектная деятельность по созданию гармоничной и эффективной визуальной среды. Графический дизайн вносит инновационный вклад в развитие проектной графики и прочих сфер художественного проектирования, способствуя формированию инновационного развития современной визуализации.

Графический дизайн можно классифицировать по категориям решаемых задач:

- типографика, каллиграфия, шрифты, книжное оформление;

- фирменный стиль (корпоративный стиль), в том числе фирменные знаки, логотипы, брендбуки;

- визуальные коммуникации, в том числе системы ориентации (навигационные и иные пиктограммы);
- плакатная продукция, в том числе рекламные плакаты;
- визуальные решения для упаковок продукции, в том числе кондитерской и пищевой;
- задачи веб-дизайна;
- визуальный стиль телевизионных передач и других продуктов СМИ.

Общепринятое использование графического дизайна включает в себя журналы, реклама, упаковка и веб-дизайн. Например, упаковка товара может включать в себя логотип или другое изображение, организованный текст и чистые элементы дизайна, такие как формы и цвет, способствующие единому восприятию картинки. Композиция — одно из важнейших свойств графического дизайна, в особенности при использовании предварительных материалов или иных элементов.

Основными продуктами графического дизайна являются:

- макеты и иллюстрации (в том числе книжные);
- информационные плакаты (инфографика);
- графическое решение открыток и почтовых марок;
- оформление грампластинок и DVD дисков;
- корпоративный стиль компании и его основной элемент — логотип;
- рекламная полиграфическая продукция;
- сувенирная продукция;
- интернет-сайты.

Основные навыки, которые требуются в работе:

- знания основ дизайна: основы живописи и рисунка, колористики (использования цвета) и композиции и др.;
- специальные знания в области графического дизайна: виды и жанры графики и графических техник, работа со шрифтами, типографика, использование фотографий и иллюстраций в графическом дизайне;
- владение программным обеспечением для графического дизайна (QuarkXPress, Photoshop, Illustrator, CorelDraw).

Владение вышеперечисленными навыками обеспечивает специалисту успех в работе с графической трансформацией объекта.

Задача решена если:

- проект закомпонован в формате листа;
- присутствует образное, стилевое решение;
- найден графический стиль;
- творческий подход в техническом исполнении.

Теория трансформационного проектирования дает комплекс практических навыков при решении определенных проектных задач. Позволяет получить многовариантные проектные решения с минимальными трудозатратами. Формирует тип проектного мышления для раскрытия художест-

венного замысла проекта средствами компьютерной графики. Помогает выразительно представить свой проект с помощью изобразительных средств компьютерной графики и результативно выполнить задачу с позиций современных требований дизайна.

СКРИН-АРТ КАК ВИД СОВРЕМЕННОГО ЦИФРОВОГО ИСКУССТВА

Лебедева О.М., Рассадина С.П.

Костромской государственной технологической университет, Россия

В настоящее время компьютерные игры являются новой формой массового искусства, формирующего эстетический идеал общества XXI века, превращающего экран монитора в область экспериментирования и инноваций, доступную каждому. Компьютерные игры по-прежнему являются движущей силой развития компьютерных технологий, впоследствии применяемых и для других целей. Они включают в себя такие элементы как: театр, анимация, моделирование, кино, которые сами по себе являются искусством, но в играх объединяются и становятся единым целым.

Не так давно в цифровом искусстве, поджанре цифровой живописи возникло новое направление – скрин-арт. Скрин-арт (от англ. screen art) – это разновидность сг-арта, в котором используются игровые постановки с последующей обработкой или дорисовкой деталей [1].

Благодаря совершенствованию программного обеспечения компьютерных игр, у пользователей и дизайнеров, занимающихся разработкой моделей для игр, появилась уникальная возможность свободно путешествовать по обширному игровому миру, исследуя его и самостоятельно находя новые места и задания, делать снимки с экранов (так называемые скриншоты) (рис.1). В настоящее время уровень реалистичности сцен, текстур, моделей в компьютерных играх находится на высоком уровне, полученные снимки эстетически привлекательны и представляют определенную художественную ценность.

Создание моделей для компьютерной игры – задача, требующая знания специализированных программ и особенностей игры: знание структуры и общих принципов работы игры; умение настраивать игровую графику через стандартные игровые настройки в ini файлах игры и специализированных графических программах; умение работать в профессиональных графических и 3D редакторах.

Разработчики популярной нелинейной игры TES V-Skyrim® [2] предоставили игрокам возможность свободного творчества в выпущенном вместе с игрой редакторе Creation Kit®. Создавая модели и объекты для данной игры, авторы могут защитить свои проекты авторским правом и распоряжаться созданными моделями по своему усмотрению. Благодаря

широким возможностям редактирования игры для серии The Elder Scroll (TES)[®] профессионалы в области модмейкерства¹ создают большее количество модификаций и плагинов.



Рис.1. Пример скрин-арта

Все изображения представляют собой реалистичную компьютерную игровую графику, самостоятельно настроенную для данной игры без применения постобработки в графических редакторах. Для постановок в игре чаще всего применяется пользовательский контент: позы, декорации, одежда, прически и многое другое, чтобы добиться максимально качественного результата, который крайне трудно осуществить игровыми вещами по умолчанию [3].

Объектами разработки авторов стали персонаж, ювелирные украшения, одежда, обувь (категории разного уровня сложности, относящиеся к различным группам костей игрового скелета). В работе над проектом были выбраны именно эти объекты, т.к. модели для экипировки персонажа являются одними из самых востребованных модификаций среди пользователей.

В проекте при создании скрин-арта были использованы различные ENB² настройки и модификации (ретекстуры игрового мира, замена стандартных моделей на более качественные и детальная графическая настройка). Основная часть моделей создавалась в программе 3D max[®], текстуры создавались в программе Adobe Photoshop[®]. Также были использованы, различные плагины и профессиональные программы для работы с игровыми файлами.

После внедрения моделей и удачного тестирования объекты отсняты в виде скриншотов (рис.2). Все изображения представлены без постобра-

¹ Модмейкер – человек, занимающийся созданием и редактированием игрового контента, различных плагинов, модификаций и прочих неофициальных дополнений для компьютерных игр.

² ENB – утилита для улучшения графики в компьютерных играх.

ботки в графических редакторах. Основная часть скриншотов выложена на сайте flickr.com и сайте по моддингу tesall.ru.



Рис.2. Авторские скриншоты персонажа с использованием разработанных 3d-моделей костюма и ювелирных украшений

Скриншоты различных игровых сцен могут быть использованы как самостоятельные произведения, а также как иллюстрации для различных видов полиграфической продукции, оформления книг, журналов, печати на ткани, заставок телепередач, исторической реконструкции. Роль дизайнера заключается в управлении созданием подобных снимков. Он может как внедрять в игру персонажей, предметы, одежду, элементы костюма, так и изменять различные настройки, с помощью которых можно изменить ракурс, качество отрисовки текстур, освещение и другие характеристики.

Таким образом, скрин-арт позволяет выполнить 3d-моделирование, имитирующее условия, зачастую далекие от реальных (например, снимки интерьера средневекового замка, фантастических пейзажей, съемки с неожиданных и сложных точек). Применение скрин-арта заменяет физическую фотосъемку, существенно снижает затраты на фотосессию (проезд до места съемки, декорации, костюмы, грим и пр.), позволяет получить уникальные по художественному содержанию и реалистичности работы.

Литература

1. Скрин-арт. [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://darasims.com/wiki/a17/2262-skrin-art.html>
2. Игра TES 5 Skyrim. [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/The_Elder_Scrolls_V:_Skyrim
3. Индустрия компьютерных игр. [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/>

РЕКЛАМНЫЙ БРАНДМАУЭР В ГОРОДСКОЙ СРЕДЕ

Кобякин И.А., Архипова Н.А.

Московский государственный университет дизайна и технологии, Россия

В больших городах нет недостатка в зданиях с пустующими торцевыми стенами, получившими в дальнейшем наименование брендмауэрные. Выходя на улицу, мы сами того не замечая, наблюдаем огромное количество рекламных плакатов, вывесок, все это создает и развивает желание приобрести ту или иную продукцию. Борьба брендов заставляет производителей создавать новые инструменты привлечения внимания к производимому товару. Одним из таких инструментов для привлечения внимания к товарам и услугам являются брендмауэры.

Брендмауэр – это вид наружной рекламы в виде полотна, которое натягивается на каркас или щит, как правило, больших размеров, располагается на глухих стенах домов. Нестандартная конструкция рекламы, оснащена внешним подсветом (реже внутренним), располагается на “глухой” стене здания. Размер брендмауэра ограничивается площадью стены, на которой будет смонтировано рекламное изображение, или же конструкцией, на которую оно наносится.

Брендмауэр, как формат наружной рекламы появился относительно недавно, но его популярность растет с каждым днем. Такой ажиотаж связан с появлением в первую очередь технологий печати, которые только недавно стали позволять печатать высококачественные полотна любых размеров, а так же архитекторам, предусмотревшим в своих проектах наличие глухих стен, без окон, балконов и лестниц. Однако, такое стечение обстоятельств сыграло на руку не только основным субъектам рекламного рынка, но и городским властям. Во-первых, брендмауэр скрывает давно нуждающиеся в ремонте дома, а во-вторых, пополняет бюджет.

Особой популярностью пользуются брендмауэры больших размеров (от 50 кв. метров), которые используются крупными компаниями для рекламы. Намного реже в спальнях районах городов брендмауэры используются расположенными в этом районе торговыми центрами и другими “местными” компаниями.

Брендмауэры встречаются как натянутые панно, которые изготавливаются из винилового полотна (пенофлекса), либо рекламный щит. Винил, как правило, используют при большой площади брендмауэра. Стоит заметить, что и срок службы такого полотна может достигать 5-7 лет.

Рандмауэр (нем. *Brandmauer*, от *Brand* — пожар и *Mauer* — стена) — глухая противопожарная стена здания, выполняемая из негорючих материалов и предназначенная для воспрепятствования распространению огня на соседние помещения или здания.

Были и брендмауэры, изображения которые были созданы в сложной технике граффити или мозаики, один из них был с лозунгом “Мы строим коммунизм”, который до сих пор находится на Добрынинской площади. Это панно, сменило дореволюционную рекламу виноградных вин, сейчас само находится под покровом современной наружной рекламы.

Следует заметить технические методы создания портретов В.Ленина, К.Маркса и Ф.Энгельса для высотных зданий города. Портреты, как правило, выполнялись техникой “сухая кисть”, обладающей устойчивостью при любой погоде и позволяющей легко моделировать форму и применять растушевку и светотень, комбинировать штриховку, живописные и графические методы.

Сейчас ситуация кардинально изменилась, если в начале 2000-х годов граффити в нашей стране воспринималось, как маргинальное течение, вышедшее из неблагоприятных районов окраин. То сейчас тенденция приглашения уличных художников для оформления торцевых частей многоэтажных зданий и других больших поверхностей городского пространства добралась до России. Совершенно недавно, уличное искусство было взято под опеку государства и министерства культуры. Сегодня все чаще устраивают фестивали, на которых молодым авторам предоставляют возможность в создании масштабных работ в городском пространстве. Во многом от этого урегулированию уличного искусства, аппаратом политической власти страдает сама идеология уличного искусства. Но, как и любое течение, оно развивается и перерождается. И мы видим, как оно становится традиционным приемом для создания масштабных брендмауэров. Возвращаясь к современным уличным художникам, которые наносят на большое количество квадратных метров свои работы. Можно заметить, что по сравнению с работами прошлого, они не всегда выглядят законченными и не всегда органично вписываются в городское пространство, из-за отсутствия фона многие современные работы выглядят как масштабные наклейки на стенах домов. Прежде всего, работы должны работать на пространство, а пространство должно гармонично выглядеть с работой. Примеров хороших работ в городе не так много, как хотелось бы. Но, тем не менее, хочется верить, что со временем, уровень работ уличных художников будет расти. И при должной поддержке и уровню, город преобразится новыми работами.

Брендмауэры нужны, прежде всего, чтобы эффективно продемонстрировать продукт, в тех случаях, когда необходимо значительно выделить коммуникацию на фоне большого количества более мелкой рекламы, расположенной в поле зрения, среди массы другой наружной рекламы. Брендмауэры обычно устанавливают на домах, глухая торцевая часть которых, свободная от окон, выходит на автомобильные трассы с большим транспортным потоком, а так же на центральные улицы города.

Брандмауэры при своей, на первый взгляд, положительной стороне, имеет так же и несколько недостатков. Один из важных недостатков, это неаккуратное внедрение в городскую среду. Прежде всего, мы смотрим на город, в котором находится та или иная наружная реклама, но на деле обычно происходит другое, мы видим, как брандмауэры подчиняют себе окружающий городской контекст. На конечном выходе, исследуя город, мы видим огромное нагромождение рекламных щитов, брандмауэров. Яркие разноцветные вывески, разносторонние слоганы, кричат отовсюду, превращая город, в рынок. Многие фирмы, понимают такую проблему, и во многих случаях проводят ребрендинг фирменного стиля, который согласовано находится в городском пространстве. В таком ключе, город начинает дышать, масштабные брандмауэры, производят неизгладимое впечатление. Город растет, как и растет понимание людей, что такое город и как к нему относится, у людей развивается вкус, и со временем общество начинает изучать город. Определенно, строить дома внутри исторического центра уже невозможно, остается только урбанизация городского пространства, на которое стоит обращать огромное внимание, и уделять внимание интеграции наружной рекламы в пространстве города.

СТИЛИ ЖИЗНИ – ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ

Вадеева М.О.

Московский государственный университет дизайна и технологии, Россия

Преподавание такой дисциплины как «История костюма» в вузе может иметь самые разные варианты в зависимости от подготовленности слушателей и задач, которые решаются в учебном процессе. Если студенты уже имеют базовые знания по этому предмету, можно несколько расширить рамки изучаемой темы, настроив слушателей на систематизированный подход в изучении исторического материала и, главное, научить анализировать, сопоставлять задачи, решаемые с помощью костюма, в аспекте рассмотрения различных вариантов стиля жизни. При таком методе преподавания костюм органично вписывается в материальную и нравственную среду обитания изучаемых персонажей, подчеркивает их менталитет и жизненные цели, а сами прототипы-носители того или иного стиля жизни, служат наглядной иллюстрацией для изучения костюма не как неодушевленной материи, а как неотъемлемой части окружающего нас мира.

В процессе преподавания данной дисциплины можно выделить разные стили жизни, актуальные для современной эпохи или ушедшие в далекое прошлое и служащие лишь для иллюстрации исторического материала. Ниже хочу предложить в качестве примера несколько тем для изучения стиля жизни как совокупности материальных, установочных, этических, целеполагающих аспектов бытия.

«Аристократический костюм 18-го века как отражение элитарного образа жизни». Несмотря на кажущуюся неактуальность данного примера, тема очень важна для изучения высокой моды, искусства костюма, личности адресатов Haute couture. Студентам предлагается найти не только исторические прототипы, отражающие данный образ жизни, но и подобрать примеры из современности, аргументировав свой выбор.

Кроме того, студентам предлагается подобрать коллекции современных кутюрье, в которых бы прослеживалась трансформация «больших» стилей прошлых веков. Так как исторический костюм не перестает быть любимейшим источником инспирации художников костюма, стилистов и дизайнеров, полезно внимательно изучить все возможные варианты работы над художественным образом коллекции, ведь часто используется при этом в качестве «точки отсчета» не одежда, и даже не аксессуары, а конкретный персонаж, носитель стиля, узнаваемый на уровне интуиции. Очень показательны в этом плане коллекции Мак-Куина, Гальяно, Вествуд, Алены Ахмадулиной.

«Стиль денди». Один из самых любопытных, элегантных и в то же время ироничных стилей, часто эксплуатируемых не только дизайнерами, но и так называемыми «иконами стиля», людьми, желающими постоянно быть на виду, представителями богемы, артистами в широком смысле слова. Чтобы проникнуться духом этого стиля, необходимо изучить биографии апологетов дендизма, начиная с Джорджа Браммелла и заканчивая, может быть, Айрис Апфель, почувствовать, что заставляет человека выглядеть и вести себя неординарно, выделяться из толпы, какие для этого нужны задатки, внутренние качества, какие установки позволяют целенаправленно следовать своему курсу, каких бы жертв это не стоило. Барбе д'Оревильи, теоретик дендизма, писал, что «...дело не во фраке, а в манере носить фрак... При таком ракурсе костюм исчезает, ...одежда тут ни при чем, ее даже не существует больше... Дендизм – это вся манера жить, состоящая из тонких оттенков...». Для того, чтобы понять сущность дендизма, необходимо освежить в памяти роман Оскара Уайльда «Портрет Дориана Грея», пересмотреть графику Обри Бердсли и живопись Константина Сомова, вспомнить основателя «Русских сезонов» Сергея Дягилева и его фаворита Вацлава Нижинского. Говоря обобщенно, изучение стиля денди необходимо стилисту и художнику по костюму для воспитания внутренней культуры, тонкости восприятия и расширения кругозора.

«Романтический стиль». С этим стилем связывается эстетика первой трети позапрошлого века, мировоззрение символистов начала прошлого века и, отчасти, некоторые субкультурные течения, такие например, как готические, отчасти стимпанковские, анимэ. Было бы ошибкой привязывать к романтическому стилю обилие женственных деталей, любовь к розовому цвету и сентиментальность в выражении чувств. Романтизм – это прежде всего уход от грубой материи в бесконечном стремлении к идеалу,

который чаще всего видят в прошлом, иногда – в будущем. Для погружения в этот стиль необходимо окунуться прежде всего в творчество поэтов-романтиков, таких, как Виктор Гюго, Михаил Лермонтов, Сергей Есенин. Живопись мистиков, таких, как Иеронимус Босх, Уильям Блейк; прерафаэлитов (Мэй Моррис, Данте Габриэль Россетти), символистов (Пюви де Шаванн) также помогает лучше понять особенности мировоззрения художников-романтиков и попытаться перенести эти ощущения на костюм.

Анализ современных коллекций в романтическом стиле также немаловажная часть учебного процесса, причем к романтическим коллекциям можно отнести не только вечерние туалеты, нарядные платья, но и белье с использованием изысканного декора, транспарантности, корсетных элементов; коллекции таких аксессуаров, как шляпы, ювелирные украшения.

«Андрогинный стиль». Истоки этого стиля можно найти и в античном Риме, но, как правило, он изучается на примере движения суфражисток и эмансипанток второй половины 19-го века и феминисток века 20-го. Заимствование вместе с мужским костюмом мужского взгляда на жизнь, установок, манер и привычек характерно для этого стиля, и в качестве изысканных примеров можно привести Жорж Санд, Зинаиду Гиппиус, Габриэль Шанель, Марлен Дитрих.

В заключение хотелось бы сказать, что изучение такой дисциплины как «Стили жизни» необходимо художнику по костюму, стилисту, дизайнеру, если он хочет состояться как личность, как профессионал, расширить рамки своей деятельности и реализовать свой потенциал в самых разных областях творчества.

К ОПЫТУ ПРЕДЫДУЩИХ ПОКОЛЕНИЙ И ПОНИМАНИЮ ГАРМОНИИ СОЗДАНЫХ ТВОРЕНИЙ

Игнатьева Т.И.

Московский государственный университет дизайна и технологии, Россия

Проблемы сохранения национальных традиций в искусстве на рубеже XX-XXI веков приобретают все большую значимость. Вопросы возрождения искусства и в том числе традиций народного костюма стоят в центре внимания историков, этнографов, искусствоведов, музейных работников, педагогов. Ещё Оскар Уайльд отметил, что *«костюм является эволюционным фактором и самым важным признаком, по которому можно судить о привычках, обычаях и образе жизни каждого века»*. Это объясняет глубокий интерес дизайнеров, стилистов, модельеров, художников к наследию этнокультурных традиций, в том числе к образам и конструктивным особенностям народного костюма и прикладного искусства [1].

Учебная программа «История моды и стиля» предусматривает исследование национальных народных традиций, текстильного орнамента,

ювелирного мастерства, прикладного искусства на всех этапах исторического развития, начиная с ранних эпох. Но познание истории невозможно без обращения к истокам предшествующих периодов. Термин костюм очень ёмкий, включающий в понятие большой комплекс предметов, формирующих облик человека, пространственную среду его бытования. Поэтому изучение костюма, истории моды и стиля на кафедре изящных искусств предусматривает не только исследование отдельных культурных традиций, но и подробно раскрываются, систематизируются уникальные материалы по истории костюма в системе мировой культуры от античности до XXI века.

Иллюстративный и методический материал по истории мировой культуры предоставляет возможность познавать теоретически и практически сложную технологию создания костюмных комплексов, начиная со структуры ткани, сложнейших конструкций, швейного мастерства, ювелирных украшений. Открываются имена художников и мастеров, оставивших богатое наследие в искусстве костюма. В фондах различных музеев хранятся удивительные по своей художественной ценности образцы одежды, которые и в настоящее время остаются эталоном гармонии и стиля.

Прикосновение с подлинными произведениями дает возможность определить учащемуся свое направление и творческую линию еще в период учёбы в университете. И этот опыт может использоваться в последующей современной творческой жизни и работе. Исследование лучших образцов мировой художественной культуры в области костюма и опыта предыдущих поколений, позволяет понять и постичь гармонию, созданных и признанных творений.

Основные понятия и принципы закрепляются не только теорией, но и практическими занятиями на семинарах, где происходит копирование подлинных музейных образцов тканей, костюмов, образцов декоративно-прикладного искусства. Исследуется структура ткацких переплетений, технические приёмы вышивки, кружева, декор и орнамент. Крой, пропорциональные признаки, конструкция, технология изготовления костюмов, декоративное убранство в характере европейской, восточной и других традиционных культур, апробируется на макетах в пропорциональной миниатюре и в натуральную величину с применением ручной технологии.

Определяющей задачей курса является воспитание у будущих художников-стилистов, искусствоведов чувства принадлежности к национальной культуре, традициям народного костюма. Формируется владение знаниями в сфере истории костюма на высоком профессиональном уровне. По окончании семестра, каждый учащийся представляет костюмный образ и теоретические знания определённой эпохи и стиля в реферате. Зарисовки костюмов, копии подлинных образцов тканей представляются в чёрно-белой графике или в цветовой композиции. Конструкция основного предмета костюма выполняется в масштабе или в натуральном размере. В жи-

вописной манере студентом выполняется копия подлинного образца из музейного фонда и рукописная текстовая часть как исследование определённой исторической эпохи. Национальная традиция выбирается учащимся по личному интересу. Все элементы оформляются в единую, гармоничную композицию для выставки или научной конференции. Отдельные предметы костюма могут быть выполнены в материале в натуральную величину.

Большое внимание в программе по истории костюма, текстильного и орнаментального искусства уделяется народным и национальным традициям. Интерес к культуре народной, крестьянской, был обусловлен и органически слит с идеями времени, социальными, политическими и эстетическими установками.

Народный костюм – это источник создания новых художественных образов и композиционных решений. Это также объясняет стойкий интерес дизайнеров, стилистов, модельеров к богатству этнокультурных традиций, в том числе к образу и конструктивным особенностям народного костюма. Русский народный костюм занимает в программе «История моды и стиля» определённый временной объём, особенно период XV–XVIII вв. когда он оказался на границе западноевропейской и восточной культур, и одновременно еще был связан с традиционным крестьянским бытом и ремеслом. В своём историческом развитии народный костюм претерпел различные влияния, изменения, столкновения, но сохранил свои характерные особенности. Русская культура на всем протяжении ее существования, в своей духовной основе не изменялась, какое бы разнообразие или противоречие не возникало. Она оставалась именно цельной и самодостаточной. Именно этот аспект имеет непосредственное отношение к проблемам художественного творчества и помогает понять глубокие жизненные основы народного творчества. Исследование народного и прикладного искусства способствует раскрытию причин удивительной жизненности и закономерности существования неповторимого и неизменного художественного образа народного русского костюма.

Художественный образ – самое ёмкое и обобщённое понятие. Это не только рукотворное создание человека, но и цепь аналогий, в основу которых положено глубокое философское осмысление таких понятий как единое и обобщенное, индивидуальное и идеальное. Образ способен появляться и исчезать. Эти проблемы разрешались всем ходом развития культуры, мировоззрения, образного мировосприятия и художественного творчества еще в Древнем Египте, Греции, Византии.

Знакомство с традициями изготовления одежды, головных уборов, украшений, обуви в самых разных национальных культурах начинается с первых теоретических и практических занятий по курсу «История моды и стиля». Это позволяет понять логику и структуру всего костюмного комплекса, в основе формообразования которого главным было обеспечение

функциональных возможностей. И одной из важных задач является выявление объективных причин формирования костюма для гармоничного соединения его с окружающей средой, духовными основами и даже сосуществования с космическим пространством. На практических занятиях студенты постигают конструкцию, технологию, отдельные приёмы ручного изготовления и декорирования, одежды, украшений (рис.1).

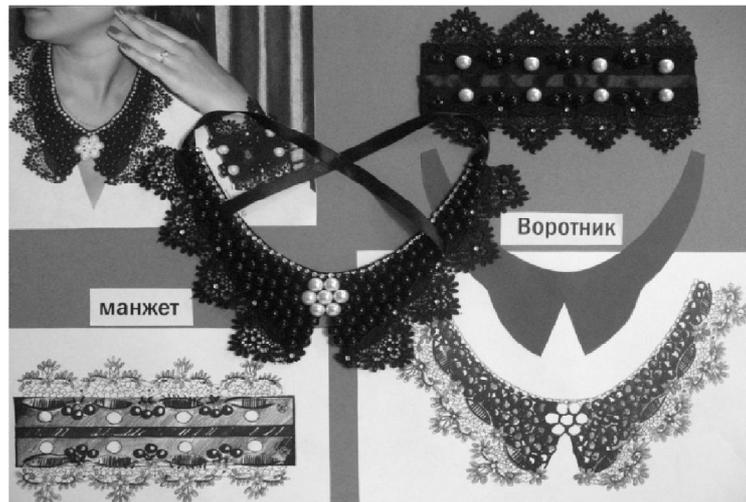


Рис. 1. Женское украшение в технике плетёного кружева и жемчужного шитья

Несколько часов учебных занятий посвящено изучению структуры тканей, текстильному орнаменту, технологии нанесения декора на льняные, шелковые, ситцевые и шерстяные полотна и перспективе использования их в современных творческих и дизайнерских проектах.

Выполненные вручную в соответствующей технологии украшения, детали костюма могут представляться на различных выставках, конкурсах.

Исследователями отмечается, что по принципу модульности и глубине национальной традиции русский народный костюм больше всего близок русской архитектуре. Модульность покроя одежды с самых древних времен определялась шириной и плотностью домотканого полотна, тониной крутки льняной и шерстяной нитей. Изготовленное вручную полотно рационально использовалось при изготовлении одежды без раскройных выпадов из прямых полотен. Именно поэтому возникает монументальная архитектурная цельность и комплексность предметов костюма: рубах, наверхников, шушпанов, сарафанов, головных уборов. Типы народной одежды начали формироваться еще в самые изначальные периоды становления славянской культуры, и его формы совершенствовались на протяжении веков. Костюм – это не застывшая статичная форма, а исторически меняющаяся, развивающаяся материальная структура, которая логично включала всё самое совершенное и лучшее, что производилось человеком. Каждый предмет одежды кроме утилитарной дифференцирующей

шей функции обладал и знаковой системой, позволяющей отличать людей по возрасту, полу, социальному статусу и материальной состоятельности.

Каждый год студенты второго курса университета в конце учебного года участвуют в научно-практических экспедициях, выезжая в самые различные районы российской федерации, чтобы более близко и непосредственно соприкоснуться с местными традициями. Выполняется очень большой объём зарисовок достопримечательностей данного края, портретов местных жителей и традиционных костюмов, пейзажей и ландшафтов и многого другого, что впоследствии используется для творческой работы в учебном процессе.

После такой поездки в Псковско-Печорский северный регион России появилась возможность выполнить реконструкцию женской псковской рубахи, включая хранящиеся в музее подлинные оплечья рубах сотканые и вышитые вручную. Благодаря этому студентами и были воссозданы образцы псковского и тверского женских праздничных костюмов, дополненные головными уборами, поясами, украшениями с вышивкой и кружевом. В этом прослеживается одна очень важная закономерность – сохранение в русской народной одежде XV – XIX веков признанных идеалов красоты. Необходимо при этом отметить, что русский крестьянский костюм на протяжении нескольких веков сохранял не только традиционный покрой с ручными техническими приемами изготовления, но и образную выразительность, при разнообразии декоративного убранства (рис.2).



Рис. 2. Женский свадебный костюм. Тверская губ., н. XIX в

Эта характеристика выявляется на учебных занятиях при исследовании образцов народной одежды из коллекционного собрания Учебно-выставочного центра университета. Обращение к истории России, ее на-

родной культуре раскрывает путь к более глубокому познанию обычаев, нравов, традиций уже ушедших народов и существующих. А Россия является уникальным по этнографическому составу государством, и такого художественного богатого разнообразия народных костюмов нет ни в одной стране мира. Это свидетельствует об этнической цельности народа, который сохранил наследие своей древней культуры, используя сильный творческий импульс предыдущих поколений [3].

В учебной программе по истории костюма представляется образ народной жизни, последовательно раскрываются культурные традиции в самых разных проявлениях, когда они исторически складывались всегда по своим определённым законам. Кроме языка, важно знать особенности культуры народа, историю его возникновения, традиции, мировоззрение, мировосприятие, характер окружающей среды. Понимание «народного искусства» как крестьянского было характерно ещё для дореволюционных исследователей, занимающихся прикладным искусством [4]. Термин «народное искусство» или крестьянское искусство связывается с проявлением национального, материального и духовного уклада русского общества, подверженное, конечно, влиянию других социальных групп [4].

Коммуникативное поведение людей также является компонентом национальной культуры и регулируется оно сложившимися национальными нормами и традициями, руководствуясь глубокими историческими корнями. Они проявляются в выборе и предпочтительности употребления тех или иных средств коммуникации как вербальных так и невербальных, в результате чего вырабатывается национальный этностиль [5]. Определение стилевых черт позволяет обобщить культурные особенности, проследить их логику, гармонию, соответствие. Стиль, национальный стиль, как известно, это не универсальное средство, а достоинство, которое формируется под влиянием нескольких факторов, культурных ценностей, норм и традиций [6]. Первые значительные стили начали складываться ещё в древних цивилизациях Египта, Вавилона. Исследования этнографов показали, что всем людям свойственно считать в среде своей культуры все нормы правильными и естественными, универсальными и верными в отличие от других. Национальный стиль коммуникации – это такая же данность как национальный язык, народный костюм, традиции, культурные ценности. В учебных программах по истории костюма на кафедре изящных искусств Московского государственного университета дизайна и технологии уделяется особое внимание национальным особенностям, стилям и художественным традициям. Несмотря на то, что большое количество специалистов в области проектирования и изучения народного искусства проводят исследования и вносят новые акценты в раскрытие образности костюма, необходимо постоянно продолжать разрабатывать по этой тематике программы для художественных учебных заведений. Должен представляться большой объем исторических, этнографических сведений, что позволит

выявлять новые закономерности в характере народного костюмного комплекса с перспективой использования и применения их при проектировании современных коллекций одежды, тканей, изделий из кожи.

Литература

1. Бузин В.С. Этнография русских. – СПб., Издательство Санкт-Петербургского университета, 2007.
2. Беловинский Л.В. Типология русского народного костюма. – Л., Родник, 1997.
3. Габричевский А. Одежда и здание // Вопросы искусствознания, № 23/94 – М., Квazar, 1994.
4. Разина Т.М. Прикладное искусство в русской культуре XVIII – XIX вв. – М., Издательство Московского университета, 2003.
5. Кристиан Руан. Новое платье империи: история российской модной индустрии 1700–1917. – М., 2011
6. Устюгова Е.Н. Стиль и культура. Опыт построения общей теории стиля. – СПб., 2006.

ВЛИЯНИЕ АНТРОПОМОРФОЛОГИЧЕСКИХ РЕГИОНАЛЬНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ НАСЕЛЕНИЯ НА СИСТЕМУ ПРОГНОЗОВ ПРОИЗВОДСТВА И ПОТРЕБЛЕНИЯ ОДЕЖДЫ В РОССИИ

Богодухова Е.В.

Московский государственный университет технологий и управления
им. К.Г. Разумовского, Россия

Массовое производство одежды в современных условиях развития швейной отрасли развивается по пути трансформации в сферу, с более гибкой индивидуализацией и персонализацией. Новые процессы и технологии проектирования, в которых одежда имеет значение не сама по себе, а только на определённом носителе – человеке, плодотворно сочетаются с новейшими схемами продвижения товаров к потребителям. Значительный интерес в этом направлении представляют комплексные исследования, обращённые на изыскание возможностей обоснованного подхода к проектированию одежды, соответствующего спросу и учитывающего биосоциальные признаки потребителей на региональных рынках сбыта. В этой связи на первый план выдвигается влияние антропоморфологических региональных особенностей населения на систему прогнозов производства и потребления одежды в таком государстве как Россия.

Отсутствие в постсоветский период комплексного подхода при разработке базы данных для проектирования одежды, учитывающей региональные антропоморфологические особенности потенциальных потреби-

телей, не лучшим образом сказывается на качественных показателях результата проектирования – готовом изделии. Существующая в настоящее время размерная типология [1] для нужд швейной отрасли, не учитывает естественный процесс акселерации, а также антропоморфологические особенности, характерные для жителей отдельных регионов России. Это обстоятельство явилось стимулом для проведения современных антропометрических и антропоморфологических исследований женского населения России.

В процессе эксперимента было измерено 1200 женщин в возрасте 16-65 лет в различных округах РФ (Центральном Федеральном округе, Северо-Западном Федеральном округе, Южном Федеральном округе и Приволжском Федеральном округе). Проведён анализ данных по ведущим размерам тела (Р, ОгIII, Об), который позволил выделить типы фигур и величину различий между ведущими параметрами типовых фигур в исследуемых регионах.

Длина тела, которая относится к важнейшим показателям антропометрических признаков [2, 3], отображает внешнюю форму тела и оказывает огромное влияние на выбор пропорциональных соотношений в одежде. Поэтому в выборке первоначально анализировалась количественная характеристика роста. В результате антропометрического обследования выявлено, что средний рост женщин РФ составил 164 ± 2 . Показатели среднего уровня ведущего размерного показателя – роста, по некоторым регионам РФ, представлены на гистограмме (рис. 1).

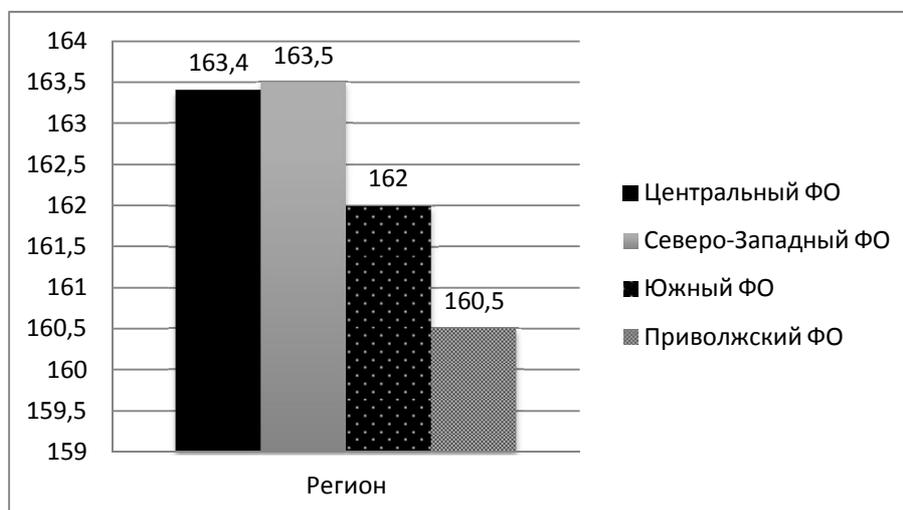


Рис.1. Средний рост женщин по регионам

Более детально по ведущим размерным признакам в данной работе рассмотрено женское население Южного Федерального округа.

В сравнительной таблице объединены данные о процентном соотношении типовых фигур по ростам по данным 1975-1979 гг. и 2013-2015 гг. в ЮФО.

Таблица 1

Распределение, %, частоты встречаемости фигур женщин по ростам в ЮФО в периоды 1975-1979 гг., 2013-2015 гг.

Период, гг.	Рост, см							
	140±3	146±3	152±3	158±3	164±3	170±3	176±3	182±3
1975-1979	-	-	21,4	50,4	25,5	2,7	-	-
2013-2015	0,38	3,4	14,39	33,7	31,8	17	2,3	-

Как видно из табл.1, на юге России увеличился процент женщин с ростом 164-170 см и 176 см, а также появились женщины низкорослые (146 см и ниже). Учитывая большой временной разрыв (около 40 лет) между проводимыми исследованиями, можно предположить, что увеличение роста связано с процессом акселерации поколения женщин 80-х, 90-х годов.

Территориальные тенденции изменения параметров фигуры, давно известные антропологам, к сожалению, на данный период времени практически не учитываются в области проектирования и производства одежды.

По данным, проведённого нами анкетного опроса женщин (18 – 65 лет), проживающих в ЮФО, 58% не удовлетворены соразмерностью одежды, предлагаемой торговлей, 40% считают, что не учтены особенности фигуры, 42% затрудняются в выборе одежды соответственно собственному вкусу.

Анализ данной ситуации показал, что имеется ряд факторов, влияющих на типологические изменения населения регионов. Наиболее важными из них являются:

- естественный процесс акселерации за последние 45 лет;
- активность миграционных процессов;
- многонациональное население;
- увеличение процента этнически смешанных браков, что привело к появлению значимого количества людей, имеющих антропоморфологические особенности, относящиеся к разным генетическим признакам.

На основе полученной информации о фигурах женщин Южного Федерального округа, определены их антропоморфологические особенности и выделены те, которые оказывают существенное влияние на выбор конструктивно-композиционных решений моделей. Это является необходимым условием при разработке одежды, обеспечивающей психофизиологический комфорт потребителю и соответствующей параметрам и форме тела в конструктивном и эстетическом аспектах.

Таким образом, учёт региональных антропоморфологических особенностей потребителей при проектировании одежды, позволит рационально планировать производство тех или иных моделей, восполняя существующую в настоящее время разобщённость в системе «спрос-предложение».

Перспективными представляются исследования, связанные с выявлением различных типов женских фигур и их количественными характеристиками, а также с уточнением размерных показателей тела, обусловленных процессом естественной акселерации. Полученные данные позволят внести вклад в формирование общероссийской единой базы данных размерных и морфологических признаков фигур и могут быть использованы для обновления размерной типологии женщин.

Литература

1. ГОСТ 31396-2009. Классификация типовых фигур женщин по ростам, размерам и полнотным группам для проектирования одежды
2. Дунаевская Т.Н. и др. Размерная типология населения с основами анатомии и морфологии. Под ред. Е.Б. Кобляковой. – М.: Академия, 2001. – 288 с.
3. Сидоров Р. Антропометрический стандарт // PROfashion, №15. – 2012. – С.58-60.

ОСОБЕННОСТИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ И ЭСКИЗИРОВАНИЯ МОЛОДЁЖНОЙ ОДЕЖДЫ В СИСТЕМЕ «КОМПЛЕКТ»

Добрякова О.П., Заболотская Е.А.

Московский государственный университет дизайна и технологии, Россия

В сложившихся условиях развития экономики более конкурентоспособными являются швейные предприятия, готовые предложить промышленные коллекции одежды, в которых изделия различных ассортиментных групп свободно комплектуются друг с другом, составляя разнообразные по стилю и назначению комплекты. Такие коллекции выгодны для швейных предприятий, удобны для потребителей и соответствуют современным тенденциям в мерчендайзинге одежды.

Также представители торговли при закупках отдают предпочтение тем промышленным коллекциям одежды, модели которых обладают композиционной совместимостью и взаимозаменяемостью, что упрощает и процесс формирования коллекций, и процесс реализации готовой одежды.

Требования к промышленным коллекциям одежды, предъявляемые при формировании коллекций в магазинах, заключаются в наличии стилевого и цветового решения моделей, обеспечивающих свободное комплектование их друг с другом, что способствует значительному повышению коммерческого потенциала как отдельных моделей, так и коллекции в целом.

При разработке одежды для молодежи немаловажное значение имеет такой фактор, как возможность малым количеством вещей в гардеробе создавать различные комплекты одежды. Это не только удобно, практично, но и дешево. Задача создания рационального гардероба одежды становится актуальной особенно для студенческой молодежи, одной из наименее защищенных социальных прослоек общества. Решение этой задачи позволит каждому молодому человеку создавать бесчисленное разнообразие стильных и универсальных повседневных и нарядных комплектов. Одежда современного человека состоит практически из комплектов, позволяющих каждому человеку проявить индивидуальность в создании своего костюма, комбинируя по своему выбору отдельные предметы одежды.

Актуальность данных исследований обусловлена необходимостью совершенствовать методы комплексного проектирования мобильного ассортимента одежды для молодежи с учетом всех особенностей потребления одежды этой группой населения. Решение этого вопроса позволило заложить в создаваемый костюм общие принципы, отражающие характерные особенности различных типов людей и способы организации изделий в определенную структуру-комплект. Современный промышленный способ производства одежды остро поставил вопрос о взаимосвязи отдельных изделий между собой. Решение этого вопроса позволило заложить в создаваемый костюм общие принципы, отражающие характерные особенности различных типов людей и способы организации изделий в определенную структуру-комплект. *Комплект* (от лат. *Complelus* – полный) – набор одежды и предметов, дополняющих друг друга, составляющих вместе костюм определенного назначения и художественного решения. Комплекты изделий разрабатываются на одних и тех же принципиальных основах, учитывающих общность функций и удобство в конкретной ситуации. В современной повседневной жизни комплект незаменим. Вариативность позволяет из романтического комплекта создать классический образ, заменив блузку на более строгую рубашку и изменив аксессуары. В настоящее время комплекты почти полностью вытеснили ансамбли в моде. Одежда современного человека состоит практически из одних комплектов, позволяющих человеку проявить свою индивидуальность, комбинируя части комплекта в соответствии со своими вкусами. Работа над созданием комплектов одежды *строится по различным стилевым направлениям*. В мире моды существует разнообразие стилевых направлений, на смену одним приходят другие.

Эскизная графика – первостепенный и необходимый этап процесса разработки нового проекта коллекции моделей одежды, обуви, трикотажный и ювелирных изделий.

В зависимости от задач, стоящих перед дизайнером, выполняются разные по характеру и графической подаче эскизы, отличающиеся между собой мерой стилизации, степенью детализации, проработанностью форм,

пропорций, конструкции разрабатываемой модели. Как правило, каждый вид эскизов представляет определенный этап работы над костюмом или коллекцией одежды. Поэтому все основные эскизные формы связаны между собой и являются чаще всего звеньями одной цепи. Каждому этапу работы соответствует своя форма эскизов.

Существуют следующие виды эскизных форм:

- фор-эскизы — быстрые предварительные рисунки будущей формы костюма с приблизительным изображением ее основных признаков;
- творческие эскизы — изображения моделей или коллекции, выполненные на бумаге большого формата с достаточно детальной прорисовкой не только общей формы одежды, но и отдельных ее элементов;
- рабочие эскизы — рисунки-схемы, точно передающие силуэт, пропорции и детали костюмной формы, а также ее конструктивную основу;
- рекламная графика — графическая продукция, призванная привлечь потребителя к пропагандируемой модели или коллекции.

Все этапы графической разработки проектируемых костюмов важны и значимы в общей системе работы над проектной графикой будущих моделей одежды. Во многом от уровня выполнения эскизов зависит конечный результат работы дизайнера. Ошибки и неточности, недоработки и неясности на этапе эскизирования мешают в дальнейшей работе над моделью, выполняемой в материале, вносят многочисленные переделки, влияя на конечный результат воплощения творческого замысла.

Разрабатывая эскизы, художник обращается к различным средствам и приемам изобразительной выразительности. В этом отношении графика допускает гораздо больше условностей, чем живопись. Графика ограничена в цветовых решениях, что придает эскизам костюма цельность и силуэтную выразительность. К художественным средствам, материалам и техникам графической композиции относятся рисунок тушью и линейно-штриховой рисунок пером, работа гуашью сухой и мягкой кистью, отмывка, лессировка, аппликация (коллаж), монотипия, энкаустика, пастель. Также к выразительным средствам относятся эффекты и приемы современных графических компьютерных программ.

Поскольку ассортимент одежды принято разделять на четыре основных типа: классический, романтический, авангардный, спортивный, то, соответственно, существуют рекомендации к графической подаче эскизов каждого типа, включающие эмоциональную характеристику линий и пятен. Также необходимо заранее продумать образ носителя, для того, чтобы обувь, костюм, прическа и макияж гармонировали между собой и были изображены в одной стилистике. Поэтому в зависимости от того, какая ставится задача при выполнении эскиза, художник выбирает то или иное графическое решение.

Комплект одежды выглядит выигрышнее на стройной фигуре. Поэтому в эскизах должна присутствовать определенная стилизация. Стилизация

в графике – утрирование пропорций фигуры, ее обобщение, упрощение, отказ от излишней моделировки фигуры, плоскостность трактовки, выявление через линию и пятно наиболее характерного и типичного. При этом возможны более удлиненные формы, а также условно-плоскостная, орнаментальная трактовка самого костюма, без его детализации. Стилизация фигуры, рук, ног, головы – изображение в наиболее общих, часто встречающихся в жизни и упрощенных в рисунке положениях. Стилизация проводится исключительно с целью повышения выразительности эскиза и в разумных пределах. Мера стилизации, применяемая в эскизах, варьируется в зависимости от образа носителя костюма и функциональных особенностей проектируемых изделий. Если выполняется серия эскизов на заданную тему, то в этом случае степень стилизации должна быть одинаковой.

Модельерский рисунок отличается от классического рисования не только вытянутыми пропорциями фигуры и обобщенной трактовкой изображения, но также и условной постановкой фигуры в динамике или статике.

Пластика фигуры, движения, разнообразие поз не должны мешать хорошей читаемости костюма на фигуре, а динамика фигуры в эскизе призвана выявлять и подчеркивать красоту костюма, его выразительные детали, общий силуэт. Сложные объемные формы и ультрасовременные силуэты костюмов наиболее выразительно смотрятся на фигурах, изображенных в активном движении. Для того, чтобы подчеркнуть оригинальные детали и контрастные сочетания фактур тканей в представленных моделях, предпочтительнее располагать динамичную фигуру в ракурсе. Следует обратить внимание на то, как одежда облегает фигуру, какие при этом образуются складки и как ложится ткань. В изображении моделей одежды лицо, прическа и аксессуары должны поддерживать общий стиль модели, но не отвлекать от главного. Для достижения наибольшей выразительности эскизного языка в общую композицию листа может включаться условно-фоновая среда эскиза, что помогает передаче образности и гармоничности создаваемых моделей. А разнообразие орнаментальных, тонально-ритмических, фактурно-цветовых характеристик способствует развитию и обогащению первоначальной идеи.

РАЗРАБОТКА КОНСТРУКТИВНЫХ ПАСПОРТОВ МОДНЫХ ФОРМ ЖЕНСКОГО КОСТЮМА XX-XXI ВВ.

Малинская А.Н., Смирнова М.Р., Смирнова А.М.

Ивановский государственный политехнический университет, Россия

Современные тенденции развития швейной промышленности определяют необходимость использования информационных технологий в процессе проектирования одежды. Промышленные системы автоматизиро-

ванного проектирования одежды предоставляют дизайнеру и конструктору большое количество программных средств, имеющих установленные алгоритмы решений проектно - конструкторских задач. Однако существующие в настоящее время САПР одежды ориентированы на традиционный процесс проектирования, в котором выбор обоснованных дизайнерских решений в большей степени зависит от квалификации специалиста. Такие САПР практически не способствуют решению трудно формализуемых задач, содержащих неметрические характеристики объекта проектирования. Возрастающая глобализация в индустрии моды требует организации оперативного взаимодействия дизайнера и ЭВМ. Разработка информационного обеспечения процесса поискового проектирования новых образных решений, опирающихся на стилистику XX-XXI вв., который включает полный комплекс вербальных и количественных характеристик, позволяющих с максимальной достоверностью воспроизвести модную форму одежды через систему приемов конструктивного моделирования в соответствии с модным трендом, актуальна и необходима для создания конкурентоспособного продукта.

Целью данного исследования является разработка новой информационной базы, включающей конструктивные паспорта с визуальными, вербальными и количественными показателями динамично развивающейся системы «модный образ-модельная конструкция» XX-XXI вв.

Для достижения поставленной цели решены следующие основные задачи:

- разработаны таблицы стилей XX-XXI веков, включающие визуальную и вербальную характеристики систем «модный образ - костюм»;
- разработана номенклатура количественных показателей, достаточных для описания системы «модный образ - костюм»;
- разработаны геометрические формулы базовых символ-форм костюма каждого десятилетнего периода XX-XXI вв.;
- сформирована в электронном виде база чертежей исторических модельных конструкций наиболее знаковых базовых символ-форм костюма каждого цикла исследуемого периода;
- разработаны в электронном виде конструктивные паспорта базовых символ-форм костюма, включающих комплексную информацию о системе «модный образ-модельная конструкция» исследуемого периода.

История женской моды XX – XXI вв. в России накопила огромное количество информации о развитии всех элементов системы «модный образ – костюм», разные виды которой сосредоточены в журналах мод, специальных и научно - популярных изданиях, на сайтах интернета. Доступность имеющегося информационного поля для исследователей сделала возможным существование самых разных точек зрения на причины и закономерности движения всех элементов костюма.

Работы по систематизации исторического женского костюма проведены за рубежом и в России. Наиболее полно исследования модных изменений форм всех видов одежды были проведены в МГТУ им. А.Н. Косыгина под руководством Козловой Т.В., где были рассмотрены трансформации форм костюма под влиянием моды, изучены приемы стилеобразования, определены характеристики геометрических форм костюма в различные временные периоды. Установлено, что форма одежды постоянно трансформируется, и в каждый определенный момент времени на пике моды оказывается та или иная форма. Главное свойство формы костюма – ее постоянное состояние движения, которое определяет и характер связей, и развитие целого, и элементов [1].

К сожалению, в настоящее время отсутствует комплексное исследование системы «модный образ - модельная конструкция», как носителя информации не только о модном образе, но и о средствах, приемах воспроизведения модных форм костюма, господствующих в различные периоды. О необходимости данной информации свидетельствует регулярное обращение современной моды к образам прошлых десятилетий, которое требует от дизайнера знания основных средств и приемов композиционно – конструктивного решения моделей одежды в соответствии со стилистикой цитируемого модного образа.

В данной работе проведено исследование динамично развивающейся модной формы костюма с 1920г. по 2015г. и разработана информационная база, отражающая логику развития модной объемно-пространственной формы и взаимосвязь между всеми основными формообразующими элементами через систему количественных показателей.

Выбор данного временного периода основан на том, что к 1920-му году окончательно сформировался новый тектонический тип формы женской одежды. На смену каркасной тектонической организации, обязательным элементом которой являлся корсет, подчиняющий и деформирующий женскую фигуру в соответствии с модной формой, пришел оболочковый тип, определивший новую систему взаимоотношений фигуры и костюма, существующую и сегодня. В качестве объекта исследования выбран костюмно-плательный ассортимент, как наиболее стабильный, присутствующий во всех модных периодах [2].

Конструктивные паспорта, разработанные в данной работе, содержат комплексную характеристику систем «модный образ-модельная конструкция» и включают:

- *вербальные показатели* - базовая символ-форма, пропорции, расположение линии талии, расположение психологического центра, характер плечевого пояса, приемы конструктивного моделирования, декор;
- *визуальные показатели* – фотоизображение, графические изображения;
- *количественные показатели* - проекционная ширина плечевого поя-

са (Шпп), ширина по линии груди (Шг), ширина по линии талии (Шт), ширина по линии бедер (Шб), ширина в низу (Шизд.н), высота линии талии (Влт), длина изделия (Ди), проекционная глубина проймы (Гпр), длина рукава (Друк), ширина рукава под проймой (Шрук вверх), ширина рукава внизу (Шрук вниз), угол наклона плечевого пояса ($\alpha_{\text{плеч}}$), угол наклона проймы в верхней части ($\beta_{\text{пр}}$).

На первом этапе исследования проведен графический анализ динамического развития систем «модный образ–костюм» по фотографическим и иконическим изображениям 1920 - 2015 гг. с градацией по трем периодам каждого десятилетия. Пошаговое визуальное прочтение модных образов, отражающее динамику развития модной формы, выполнено на основе перемещения информативных точек формы костюма, характеризующих фиксацию геометрической структуры на определенном отрезке времени.

Графический анализ выполнен по фронтальным проекциям фотографических и иконических изображений женского платья, представленных в журналах, книгах по истории костюма XX века, информацией интернет-сайтов с модными тенденциями.

Всего рассмотрено около 1200 изображений, отобрано около 450 наиболее знаковых вариантов систем «модный образ - костюм», отражающих каждый подпериод в рамках десятилетия. Проведено масштабирование, структурирование изображений, разработаны таблицы стилей и составлены геометрические формулы модных форм каждого этапа. Для каждого десятилетнего цикла исследуемого периода разработаны таблицы стилей и геометрические формулы базовых символ-форм [3].

В результате разработаны конструктивные паспорта систем «модный образ – модельная конструкция», включающие максимально полную информацию о модной форме костюма и способах ее построения. Включение всех показателей проектируемых систем, в том числе количественных показателей не только геометрических структур форм костюма, но и модельных конструкций, приемов конструктивного моделирования расширяет спектр элементов, характеризующих модный проектный образ, позволяет с высокой степенью достоверности использовать накопленный исторический опыт в формообразовании современного костюма. Наличие такой информационной базы существенно упрощает дизайнерскую работу на стадии планирования и создания перспективных сезонных коллекций в промышленных условиях. Использование результатов научно-исследовательской работы на предприятии ООО «Магnum» (г. Иваново) при разработке сезонной коллекции женских платьев в соответствии с модным трендом «весна-лето 2015 г.», инспирированным стилистикой 1950-х годов, представлено ниже (рис.1.).

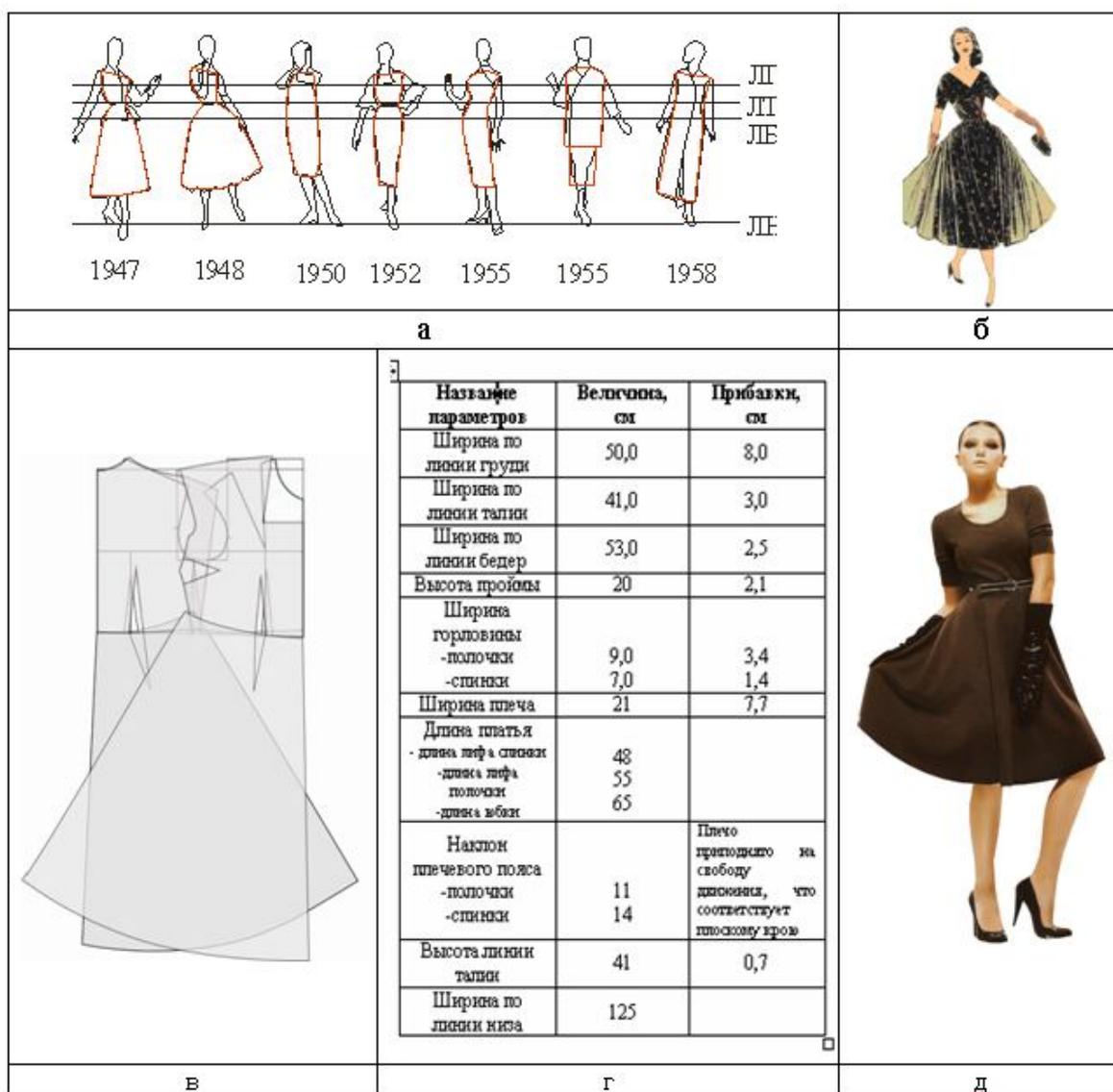


Рис. 1. Этапы разработки современных моделей одежды с использованием «конструктивного паспорта» модной формы 1950-х гг. (а – варианты модных форм женского платья 1950-х гг.; б - графическое изображение знаковой модели 1950- гг.; в - чертеж модельной конструкции 1950-х гг.; г – количественные показатели конструкции 1950-х гг.; д - фотография женского платья промышленной коллекции сезона «весна-лето 2015 г.»)

Литература

1. Козлова Т.В. Костюм. Теория художественного проектирования : учебник для вузов / при участии Е.А. Заболотской (часть VI), Е.А. Рыбкиной (VIII). – М.: МГТУ им А.Н.Косыгина, 2005.- 380 с.
2. Малинская А.Н., Смирнова М.Р. Разработка коллекции моделей: теория и практика : учебное пособие. – Иваново: ИГТА, 2008. – 276 с.
3. Смирнова А.М., Малинская А.Н. Разработка системы показателей визуальной и параметризованных характеристик модной формы костюма // сборник материалов межвузовской научно-технической конференции

«Молодые ученые – развитию текстильной и легкой промышленности» (Поиск - 2011). Ч. 1. – Иваново: ИГТА, 2011. – С. 161.

КОМПЬЮТЕРНЫЙ ДИЗАЙН СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ КАК СРЕДСТВО ПРИВЛЕЧЕНИЯ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

Алешина Д.А., Снигирева Н.Ю., Стешенко В.В.

Ивановский государственный политехнический университет, Россия

Разработка концепции некоммерческого проекта всегда начинается с определения целевой аудитории – адресата, для которого предназначено данное послание. Если конечный продукт реализован средствами компьютерного дизайна, его созданию предшествует этап предварительного проектирования. На данном этапе осуществляется подготовка исходных данных, определения типа цифрового продукта, разработка пользовательских сценариев, выбор программного обеспечения для создания продукции и методы дальнейшей компьютерной обработки созданных файлов. После окончательной верстки проект передается адресату и после их взаимодействия обычно осуществляется опрос целевой аудитории на предмет актуальности данного продукта.

В данной работе по созданию некоммерческих проектов было выбрано направление социальной рекламы. Социальная реклама – вид коммуникации, ориентированный на привлечение внимания к самым актуальным проблемам общества и его нравственным ценностям, направленный на актуализацию проблем общества. Предназначение ее – гуманизация общества и формирование его нравственных ценностей. Миссия социальной рекламы – изменение поведенческой модели социума.

Информационная социальная реклама – это значимый вид рекламы в общественной жизни. Она привлекает внимание к очень важным проблемам общества, к социальным программам и возможностям их решения. Главное в этой рекламе – наличие обратной связи. Если точно, остро и ярко вскрывается проблема, то социальная ответственность такой рекламы заключается в том, чтобы дать зрителям возможность выбора путей решения этой проблемы или реакции на нее.

Особенности психологического воздействия рекламного проекта на адресата – это обращение к разуму и чувствам. Поэтому визуальные образы, являющиеся в данном случае коммуникантами, призваны пробудить основные эмоции и нужные ассоциации у зрителя.

Разработаны два промо-проекта социальной направленности, нацеленные на разную целевую аудиторию, но являющиеся одними из самых актуальных в настоящий момент.

Первый проект посвящен Году Литературы, проводимому Правительством РФ в 2015 году. Цель проекта – увеличить читающую аудито-

рию, за счет привлечения школьников среднего возраста. Основная идея проекта: «Чтение – ключ к миру новых открытий», поэтому не стоит ограничиваться школьной программой или просмотрами кинематографических экранизаций известных книг, поскольку прочтение оригинала и чувство «погружения» в неизведанный мир произведения захватывает куда больше, чем просмотр фильма.

Для реализации идеи был создан видеоролик с применением программы Adobe After Effects. В качестве исходных данных для проектирования были применены стандартные клипарты, модифицированные в соответствии со стилистикой главных персонажей и скомпонованные друг с другом и фоном в зависимости от сцены.

В основу сюжета легло произведение Л.Кэрролла «Алиса в стране чудес». Главный герой – девочка, которая после просмотра фильма в кино-театре возвращается домой и читает само произведение. В процессе чтения книги она погружается в таинственный мир, созданный автором произведения и ее собственным воображением, последовательно проходит сцены произведения и взаимодействует с героями (рис.1). После «возвращения» в свою реальность, вокруг себя она обнаруживает несколько предметов из вымышленного мира. Так подчеркивается мысль о том, что книга держит под впечатлением еще долго после ее прочтения. Заканчивается ролик демонстрацией эмблемы со слоганом.



Рис.1. Кадры из социального ролика, посвященного Году Литературы, фирменный знак и печатные материалы

При подготовке ролика выполнены пользовательские сценарии – описание сцен, раскадровка с последующим наложением компьютерных эффектов и звукового сопровождения. Исходные изображения главных героев ролика дорабатывались с помощью программы Adobe Photoshop, в которой им придавался необходимый образ за счет выбора цветов, контуров и изменения внешнего вида. Так образ Красной Королевы был доработан путем изменения очертаний ее одежды, придания им заостренных контуров. Выражения лица приобрело более строгий вид, чем у начального объекта. В цветовой гамме преобладают кроваво-красные оттенки. Реше-

нием образов Тру-ля-ля и Тра-ля-ля стало клонирование исходного объекта и с небольшой цветовой коррекцией основных черт. Другим персонажам, типа Шляпника, кроликов, сони была добавлена одежда, наложенная на объекты в дополнительных слоях. Чеширский кот приобрел характерное выражение, окраску и свою улыбку за счет деформации отдельных черт и цветокоррекции.

В качестве основных эффектов самого ролика использовалась цветокоррекция, размытие фона, увеличение и уменьшение объектов. Основная часть работы – это придание динамики статичным персонажам. Для этого движущиеся части тела помещались в отдельные слои и им задавалась траектория движения.

Второй проект выполнен согласно одному из классических направлений социальной рекламы – поддержке материнства и семьи. Данная тематика актуальна во все времена и выражена, как правило, рекламными плакатами и видеороликами.

В рамках данного проекта выполнен видеоролик, а также подготовлены печатные материалы для распространения данного проекта. В качестве полиграфической продукции предложены оригинал-макеты плаката формата А2, открытки, карманного календаря, магнита, значка и ручек. Выбор данных видов продукции обусловлен их популярностью среди населения – гарантией «долгой жизни» и сохранности продукта после получения его адресатом.

Для ролика были приглашены два главных героя – молодые мужчина и женщина, которые проходят по аллее, видя вокруг себя молодую маму с коляской, маму с ребенком и беременную. Далее они вспоминают свои семейные неудачи, но потом, оглядевшись, замечают детский дом и мальчика, пишущего на окне слово «мама». Решение об усыновлении приходит внезапно обоим героям и они встречаются с ребенком, после чего все, взявшись за руки, уходят вместе (рис. 2). Заканчивается ролик демонстрацией эмблемы со слоганом.



Рис.2. Кадры из социального ролика, посвященного усыновлению, фирменный знак и печатные материалы

Обработка отснятого материала проводилась в программе Adobe After Effects, где на видео накладывались определенные эффекты: мысли второстепенных героев и текст в виде track motion и track camera, движущиеся клипарты котенка, солнца, бабочек, цветокоррекция, размытие, замедление и др. Неподвижные объекты (здания) снимались при панорамном движении камеры. Впоследствии на эти кадры, согласно сценарию, были наложены надпись «Детский дом», а на первый этаж фасада дома наложена витрина с детскими товарами, обработанная с эффектом глубины сцены в программе Adobe Photoshop.

Оригинальная музыкальная композиция и текст, читаемый детским голосом, наложены в виде отдельных дорожек на видеоряд.

Оба проекта имеют свой фирменный стиль. Фирменный знак представлен эмблемой со слоганом, тиражируется на всей печатной продукции и появляется в конце каждого ролика. Подбор изображений, фирменных шрифтов и цветовой гаммы также является неотъемлемой частью подготовки и реализации концепции проекта. Он обоснован ассоциативным рядом, возникающим при просмотре рекламных материалов. Фирменный стиль выражает основную идею кампании и гармонирует с видеоматериалами.

Стилевой блок первого проекта – несколько треугольников разных цветов, обращенных друг к другу. Эмблема проекта – раскрытая книга с ключом над ней. Слоган кампании – «Чтение – ключ к миру новых открытий», вверху блока расположен Общероссийский фирменный знак Года Литературы.

Стилевой блок второго проекта – несколько клипартов, вписанных в круг голубого цвета. В нижней части круга расположена ладонь, в которую помещена планета с деревом и качающимся на качелях ребенком, вокруг – облака и радуга. Слоган проекта – «Твоя жизнь. Твой выбор. Твой ребенок!» Слоган подчеркивает мысль о том, что каждый может принять участие в судьбе брошенных детей, если отступит от негативных стереотипов общества и сделает правильный выбор.

Таким образом, проработка концепции любого проекта, в том числе некоммерческой направленности необходимо начинать с постановки цели и ожидаемых результатов, определения целевой аудитории. В зависимости от этого формируются основные задачи по дизайн-решениям и компьютерной реализации заявленных проектов. Необходимая составляющая проекта – анализ данных по взаимодействию рекламных продуктов с представителями целевой аудитории посредством анкетирования, из которых складывается вывод о востребованности и восприятии адресатами всей социальной рекламной кампании.

ИССЛЕДОВАНИЕ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ФОРМ В ПЛОСКОСТНЫХ И ОБЪЕМНО-ПРОСТРАНСТВЕННЫХ ОБЪЕКТАХ

Власова Ю.С.

Московский государственный университет дизайна и технологии, Россия

В наши дни многие модельеры, дизайнеры, конструкторы стремясь создать красивое, пользующееся спросом изделие, перегружают его отделочными элементами, зачастую совершенно не связанными с конструкцией, строением этого изделия. Декоративные элементы при этом чаще всего смотрятся чуждо самой форме изделия, и в итоге рождается не гармоничное произведение. А ведь конструктивные возможности настолько широки и богаты, что конструктивные узлы и детали сами по себе могут являться декором, и при этом естественным декором, а не надуманным. Конструктивные особенности модели сами образуют и форму, и характер модели изделия, они и являются сутью этого изделия.

Ничто не должно привноситься в изделие извне по субъективной воле художника. В процессе восприятия красоты объектов природы человек открыл законы гармонии, познал принципы формообразования, и они служат ему руководством в процессе творческой деятельности. В живой природе существует гармония функционирования различных видов животного и растительного мира, обуславливающая целостность их строения, рациональную красоту форм, выраженную в соразмерном строении дерева, цветка, раковины, человеческого тела и др.

Существует органическая взаимосвязь элементов формы предмета, окружающей среды и человека.

Соразмерность формы, гармоничность строения вещи не должна выступать в виде средства, украшающего форму и рассчитанного на внешний эффект. В соразмерности внешней формы должна выявляться целостность композиционной структуры изделия, отражающая целесообразность его внутреннего строения и внешних связей. Вне этого принципа не может быть и речи о создании действительно удобных и красивых вещей. Самая «красивая» пропорция, ритмическая соразмерность, примененная не к месту, не вносят в предмет эстетические качества. Вещь не станет подлинно красивой, если в ней нарушена внутренняя логика строения, если ее части не составляют единого целого, созданного по законам функциональной и конструктивной целесообразности. При этом следует иметь в виду, что любые композиционные приемы не самоцель, а только средство для выражения в форме существенных, содержательных свойств изделия – его назначения, особенностей построения, конструкции и т.п.

Природные источники представляют собой богатый материал для творчества с точки зрения формирования на их основе модельных особен-

ностей. Но, в большинстве своем большее внимание модельеры уделяют орнаменту, и именно орнаментальные мотивы разрабатывают на основе природных форм, в самой же структуре изделия мало применяя тектонику природных источников. Те же немногие, кто применяет, делают это чересчур буквально, отчего костюмы становятся сложными в эксплуатации, и даже не всегда гармонично соотносятся с пропорциями человеческого тела.

Все мы привыкли к предметам быта и объектам, окружающим нас каждый день. Мы ежедневно видим их формы. Некоторые из них нас вдохновляют на какие-либо художественные произведения. С давних времен люди знают, что всё, что нас окружает, подчинено законам гармонии. Совершенно неожиданными для глаза, наблюдающего повседневность, кажутся объекты, которые мы можем увидеть и рассмотреть лишь с большим увеличением с помощью специальных приборов. Они не мелькают перед нашими глазами день ото дня, и, поэтому их формы еще могут нас удивлять, привлекать пристальное внимание, заинтересовать своей непривычной формой, неожиданным сочетанием цветов.

Эти объекты также созданы природой, по тем же законам красоты и гармонии, подчиняются тем же правилам, если рассматривать их с точки зрения композиции. Поэтому все эти трехмерные формы (рис.1) и представляют большой интерес к работе с ними в качестве источников, подсказывающих нам те или иные структуры, формы, силуэты, сочетания цветов, которые мы можем использовать при разработке новых объектов дизайна, будь то новые модели обуви или головных уборов, сумок или одежды, предметов интерьера или любых других.

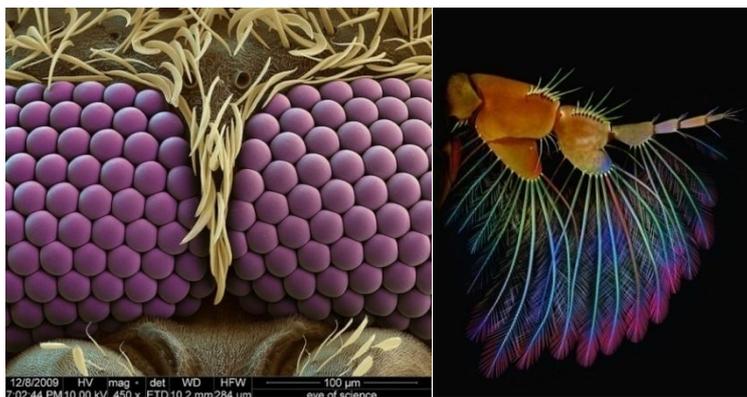


Рис. 1. Глаз комара и ракообразное амфипод

Как много скрыто от наших глаз того, что так ново и удивительно. Кристаллы замерзшей воды, формирующие причудливые узоры на различных поверхностях, снежинки, неожиданные столбики из совокупности льдинок, в которых можно сразу увидеть причудливые силуэты, модные ансамбли с необычными головными уборами и деталями. Узоры, в которые складываются кристаллы, подчинены законам фракталов. Эта тема ин-

интересна для дальнейшего исследования, применительно к моделированию швейных и кожгалантерейных изделий.

Художник-модельер при разработке нового изделия должен руководствоваться конструктивными характеристиками модели в большей степени и прежде, чем конструктор, т.к. именно художник заинтересован в логичной красоте больше, чем кто-либо еще.

Проект, соответствующий конструктивной схеме и материалам, из которых он выполнен, и есть лучший результат, к которому следует стремиться.

ВЛИЯНИЕ РАЗВИТИЯ МЕТАЛЛУРГИИ НА ЭВОЛЮЦИЮ МЕБЕЛИ ИЗ МЕТАЛЛА

Мыскова О.В., Розенблюм М.И.

Московский государственный университет дизайна и технологии, Россия

Изучение развития мебели, позволяет выявить некие закономерности, посредством которых можно предсказать тенденции, которые могут быть актуальны в ближайшем будущем. Мебель, как объект формообразования, проектной деятельности и проектной культуры, развивалась периодически, от разработки новых конструкций, появления новых материалов, инноваций, переосмысливания ранее полученных конструкций и форм посредством новых технологий до ухода в чистую эклектику, декорирование, утери функциональности и осмысленности. В любом случае, инновации представляются результатом переработки ранее достигнутого с точки зрения интенсивного научного развития. И, в этом смысле, историзм в изучении дизайна мебели может способствовать инновациям.

В докладе ставится цель проследить влияние развития металлургии на эволюцию мебели из металла. Шло ли их развитие параллельно, одно за другим, насколько быстро новые материалы и технологии усваивались мебельщиками различных эпох?

Мебель уникальна тем, что это вещь, создаваемая для удобства человека. В отличие от орудий труда и оружия, зданий, сооружений, одежды, украшений, качеством и уровнем которых принято судить о степени развития той или иной культуры, мебель - сугубо человекоориентированный предмет. Для какой бы функции мебель не была сконструирована, для отдыха, работы, хранения, в первую очередь, она является средством достижения наибольшего удобства человека. Но понятие удобства в разные времена было различным. Мебель развивалась по мере развития роли и статуса человека. А они, в свою очередь, характеризовывались социальными изменениями, которые во многом зависели от философии, науки.

Основные виды мебели в привычном для нас понимании появились впервые в Древнем Египте - и столы, и стулья, и кровати, и шкафы и даже складные табуреты [5, с.26]. Металл в мебели использовался только как декоративный элемент. Если говорить подробно о технологиях, то технология изготовления металлических изделий в это время, как правило, включала совместное применение приемов как литейной, так и кузнечной технологий, последующие полирование и гравирование изделий. Были известны различные способы литья: начиная от литья в открытые песчаные формы, и заканчивая литьем по восковой модели, которая и в наши дни применяется для художественного литья [6]. Основным металлом, исключая серебро и золото, была мышьяковая бронза [3, с. 36-37]. На сегодняшний день известен один экземпляр мебели, содержащий достаточно большое количество металла – трон из гробницы фараона Тутанхамона, находящийся в Каирском музее, сверху покрытый листовым золотом, полудрагоценными камнями и разноцветным стеклом.

В период греческой архаики металл все также использовался только для декора. К этому моменту был освоен полный металлургический цикл производства металлов, литье, ковку, волочение проволоки, другие виды металлообработки и даже рециклинг металлолома. Были освоены технологии выплавки и обработки меди, золота, свинца, серебра, железа, ртути и олова. Значительный прогресс последовал вслед за изобретением простейших ручных, а затем и ножных мехов [3, с.35].

В период эллинизма, формообразование стало более свободным, разнообразным. Повседневная мебель изготавливалась главным образом из дерева и отделывалась костью, металлом. С эпохи эллинизма, когда металлические изделия получили более широкое распространение, из металла делали основу для ложа, треножки для светильников [5, 332-333].

Период римских завоевательных походов, устремленных во все стороны мира, создали особый менталитет, ориентированный на ассимиляцию чужого опыта. В III веке до н.э. появляется богатая мебель из бронзы, отделанная золотом, серебром, с мягкой обивкой, слоновой костью и даже инкрустированная драгоценными камнями. Часто встречаются литые бронзовые изголовья кроватей в форме звериных голов.

Для хранения предметов домашнего обихода чаще всего использовали сундуки. Один из видов сундуков — т. н. арка (арка); он обычно стоял в атриум, в нем хранились ценные вещи, имевшиеся в доме; сверху сундук полностью обивался железом. Сундуки украшаются резьбой, изображающей людей и животных [7, с. 52-54].

Таким образом, металл приобретает популярность в изготовлении мебели. В формообразовании мебели из металла используются по большей части бронзовое литье и чеканка.

В Средние века в Европе произошло развитие сыродутных горнов за счет увеличения высоты, в результате чего усиливалась тяга в агрегате и

улучшались условия теплообмена. Достаточно высокое развитие получают технологии литья, возникла замечательная школа литейщиков, одним из наиболее значительных произведений которой является бронзовая купель в церкви св. Варфоломея в Льеже [2, с.70-72]. С помощью механического молота на водяном приводе средневековые мастера получали листовое железо. Технология чеканки листового железа используется в оформлении раков и ковчегов. В мебели романского периода наблюдаем простоту и мощь, наблюдается союз дерева и железа, где железо защищало дерево от быстрого износа: кованые скобы и накладки на сундуки, прочные скобы на мебели, мощные окованные двери. Развивается эмаль на металле. К концу XII в. романский стиль сменяется готическим. Вместо романских угловатых контуров, появляются гибкость линий, ритмические движения форм. Металл использовался только как защитный и декоративный материал, не влиявший на форму мебели.

В XVIII в. развилась доменная плавка на каменноугольном коксе. Объём производства чугуна резко возрос. Он превратился в новый конструкционный материал цивилизации, стал применяться для изготовления строительных конструкций, труб, малых архитектурных форм, деталей машин, художественного литья и других крупных изделий [4, с.47-48]. Чугун превратился в наиболее востребованный материал того времени, чугунные скамейки, лавки, столы дополняли пейзажи не только частных загородных садов, но и общественных городских парков. Так, в России Каслинский завод выпускал литые этажерки, столики, кресла. Самым распространенным видом чугунной мебели была скамья, ножки которой отливались вместе с кронштейном сиденья и спинки в виде стилизованных стволов молодых берез [8].

С 1908 года техника вступила в новую эру - появляется электричество, электрические печи для плавки металлов. Крупным достижением стала разработка технологии производства прессовано-тянутых изделий, прутков, профилей, труб и проволоки из цветных металлов [4, с.98]. В 1926 году Мис ван дер Роэ сконструировал типовой стул из металлических трубок со свободно пружинящим сиденьем. Известный проектировщик М. Брёйер в 1922 году разработал свою первую, выдержанную "в конструктивистском, стиле модель кресла. Но уже в 1926 году он сконструировал кресло из полых металлических трубок, быстро приобретшее международную известность.

К концу 70-х годов постмодернистская культура распространила свое влияние и на эстетическое освоение техносферы. Новые технологии открыли возможности индивидуализации продуктов промышленного производства и сервиса. Возникает стиль посмодернизм и постиндустриализм как одно из постмодернистских направлений, когда дизайнеры Рон Арад и Том Диксон отказались от массового производства в пользу уникальных единичных изделий (кресло из листовой стали Рона Арада, проекты свар-

ной мебели Тома Диксона). Постмодернизм, тяготея к экспериментам и гротеску, продвигает концепцию «полезных предметов искусства» [1, с.207].

В конце 80-х - начале 90-х хай-тек завоевывает популярность в дизайне жилой среды. Его основным методом здесь становится использование промышленного оборудования. Хай-тек пропагандирует внедрение в жилье мебели из стандартных металлических элементов, выпускаемых для изготовления стеллажей складов, заводов, раздевалок в бытовках. В качестве мебели часто используются автобусные, самолетные, зубоорудные кресла, посудой служат, например, предметы из лабораторий и т.д.

Сегодня с точки зрения технологий и материалов металлической мебели уже почти нет никаких ограничений. Мебель из металла можно разделить на два вида – промышленную и единичную. Промышленная мебель все также делается из стальных труб, квадратов, перфорированных листов, и развивается по собственному направлению в сторону экономичности, эргономичности. Уникальная дизайнерская мебель инновационна, ориентирована на современность, на индивидуальность, в результате чего создаются самые невероятные образцы мебели, возникает тенденция к игре с нестандартными материалами - мебель из гвоздей, цепей, проволоки и т.д.

Как можно убедиться по анализу истории развития металлургии и мебели из металла, в процессе поиска параллелей и зависимостей, выясняется, что влияние технического прогресса, достижений металлургии на развитие мебели из металла не всегда носит линейный характер. Достигнутый уровень металлургических технологий не всегда обуславливает дальнейшее развитие мебели из металла.

Литература

1. *Бхаскаран Лакшми*. Дизайн и время. Стили и направления в современном искусстве и архитектуре. – М.: Издательство «Арт-родник», 2006, 252 с.

2. *Гомбрих Эрнст*. История искусства. – М., 1994.

3. *Карабасов Ю.С., Черноусов П.И., Коротченко Н.А., Голубев О.В.* Металлургия и время, Т.1. Основы профессии. Древний мир и раннее средневековье. – М.: Издательский дом МИСиС, 2011.

4. *Карабасов Ю.С., Черноусов П.И., Коротченко Н.А., Голубев О.В.* Металлургия и время, Т.2. Фундамент индустриальной цивилизации. Возрождение и Новое время. – М.: Издательский дом МИСиС, 2011.

5. *Чарльз Мак-Коркодейль*. Убранство жилого интерьера. От античности до наших дней. – М.: Издательство «Сварог и К», 2006, 248 с.

6. *Ткаченко А.В.* Влияние технического прогресса на традиционные технологии художественного литья из металлов, 2011.

7. Цветаева Г.А. Мебель, бытовая утварь, отопление, освещение, предметы туалета, игрушки, Античные государства Северного Причерноморья / Серия: Археология СССР. – М.: Т.9, 1984, 392 с.

8. Прошлое и настоящее Каслинского художественного литья, <http://sut-sv.edusite.ru/p27aa>, дата обращения 30.05.15

АНАЛИЗ МЕТОДОВ ОПРЕДЕЛЕНИЯ КОЭФФИЦИЕНТА ПРОДОЛЬНЫХ ПРОПОРЦИЙ ТЕЛА ЧЕЛОВЕКА

Возвышаева Е.В.

**Московский государственный университет технологий и управления
им. К.Г. Разумовского, Россия**

На рынке одежды и белья специального назначения значительную долю занимают изделия типа комбинезон. В виду своего назначения такие изделия должны иметь строгое соответствие антропометрическим характеристикам тела человека. В настоящее время при выборе потребителем готового изделия типа комбинезона соответствующего ему по ведущим размерным признакам есть вероятность того, что оно окажется мало по длине корпуса.

В качестве ведущего размерного признака размерная типология использует рост. Но для построения конструкции изделия типа комбинезона важно знать пропорцию тела – соотношение размеров его отдельных частей, а именно соотношение длины ног и длины туловища

В.В. Бунак выделяет три основных типа пропорций тела: долихоморфный, мезоморфный, брахиморфный. Разница в росте между людьми в основном зависит от длины нижних конечностей. Поэтому брахиморфный тип более характерен для людей низкого роста, долихоморфный – для высокого роста [1-2].

Учитывая особенность строения тела человека, велика вероятность, что при выборе размера по ведущим размерным признакам, комбинезон окажется мал по длине корпуса. Поэтому для конструирования и определения размеров изделия типа комбинезона необходимо ввести дополнительный размерный признак, который будет отражать пропорции тела человека. Дополнительным размерным признаком принимают размерный признак не участвующий в процессе составления размерной типологии, но учитывающийся при выборе размера изделия.

По различным методикам определения коэффициента продольных пропорций тела (Кппт) человека дополнительным размерным признаком принимают следующие размерные признаки: длина ноги по внутренней поверхности (Дн), высота линии талии (Влт), высота подъягодичной складки (Впс) и соотношение отдельных участков тела между собой. Также антропологи основываются на высоту остисто-подвздошной передней

точки, но результаты снятия этого измерения, могут быть недостоверными из-за сложного определения этой точки.

По методике определения продольных пропорций тела [3] за дополнительный размерный признак необходимо принимать Влт и продольные пропорции рассчитывать по формуле:

$$Кппт = Влт / Р \quad (1)$$

где Влт – высота линии талии, Р – рост.

По другой методике дополнительным признаком принимают Впс и Кппт рассчитывают по формуле:

$$Кппт = Впс / Р \quad (2)$$

где Впс – высота подъягодичной складки, Р – рост.

По полученным результатам:

Кппт < 0,595 – брахиморфный тип

Кппт от 0,595 до 0,645 – мезоморфный тип

Кппт > 0,645 – долихоморфный тип

Для анализа способа определения коэффициентов продольных пропорций тела было проведено антропометрическое обследование женщин. В группу респондентов вошли 1200 женщин в возрасте от 18 до 65 лет проживающих в различных регионах Российской Федерации, занимающихся различными видами труда и ведущих различный образ жизни. Методика измерения в соответствии с [4].

Для определения степени взаимосвязи выбранных размерных признаков с ростом в программе STATISTICA 10 компании StatSoft, Inc., США были построены модели зависимости и рассчитаны коэффициенты корреляции r (табл.1).

Таблица 1

Корреляция размерных признаков с ростом

Размерный признак	Наименование размерного признака	Корреляция с ростом
Р	Рост	1,000000
Влт	Высота линии талии	0,778279
Втош	Высота точки основания шеи	0,975540
Вшт	Высота шейной точки	0,871597
Впс	Высота подъягодичной складки	0,832198
Дтс	Длина спины до талии с учетом выступа лопаток	0,824111
Дтс1	Расстояние от линии талии сзади до точки основания шеи	0,825885
Дн	Длина ноги по внутренней поверхности	0,930420

Из табл.1 видно, что параметры, которые могут охарактеризовать длину ног и длину туловища имеют высокую связь с ростом. Таким образом, для характеристики продольных пропорций тела эти размерные признаки могут быть использованы.

Но из рисунка 1а видно, что линия талии может быть не ярко выражена, что затруднит определение ее высоты. Такая же ситуация и с высо-

той подъягодичной складки Впс, не всегда может быть корректно определена. Ягодицы могут быть плоскими, с нечеткой подъягодичной складкой. На таких фигурах (рис. 1б) определение этого параметра затруднено и зависит от личного опыта измерителя.

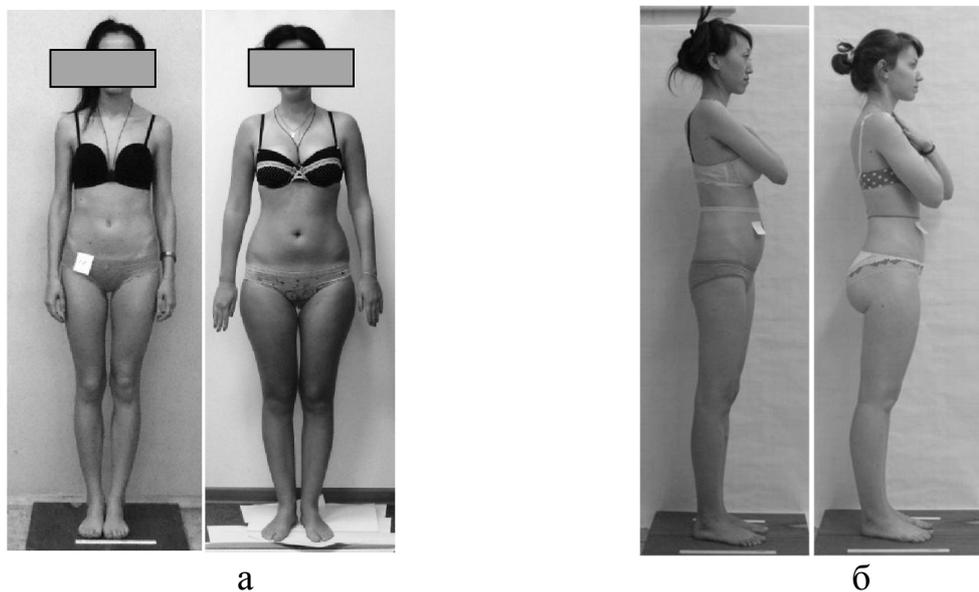


Рис. 1. Варианты расположения у женщин линии талии (а) и форм подъягодичной складки (б)

Длина ноги по внутренней поверхности дает более корректную информацию и меньше подвержена искажению в процессе измерения.

Точка 7-го шейного позвоника является более стабильной с точки зрения возрастных и морфологических изменений тела. Однако, параметр Дн измеряют и зрительно оценивают со стороны переда. Параметр Вшт измеряют и зрительно оценивают со стороны спины. Для удобства визуальной оценки пропорций тела в качестве характеристики длины туловища выбран параметр высоты шейной точки с боку, так как его возможно оценить спереди.

Таким образом, для характеристики продольных пропорций тела целесообразно использовать размерные признаки Втош и Дн.

$$Кппт = Дн/Втош, \quad (3)$$

где Дн – длина ноги по внутренней поверхности, Втош – высота точки основания шеи сбоку.

В результате математической обработки получен вариационный ряд коэффициента продольных пропорций тела с минимальным значением $Кппт \min = 0,477$ и максимальным значением $Кппт \max = 0,64$.

Путем группировки значений в классы выделено три типа продольных пропорций тела человека: 1 тип (брахиморфный) – длинное туловище и короткие ноги, 2 тип (мезоморфный) – туловище и ноги примерно одной

длины и 3 тип (долихоморфный) - короткое туловище и длинные ноги. Для каждого типа определены коэффициенты и их интервалы:

1 тип - $K_{ппт} < 0,54$

2 тип - $0,54 \leq K_{ппт} \leq 0,56$,

3 тип - $K_{ппт} > 0,56$.

В группу 1-го типа пропорций вошло 390 женщин, что составляет 32,5% выборки. В группу 2-го типа вошло 582 женщины, что составляет 48,5% выборки. В группу 3-го типа вошло 229 женщин, что составляет 19% выборки

Предложенная модель типологической группировки женских фигур с учетом продольных пропорций тела позволяет более полно учесть их антропометрические и морфологические особенности. Это является необходимым условием при разработке данного ассортимента одежды и белья.

Литература

1. Дунаевская Т.Н., Коблякова Е.Б., Ивлева Г.С. Основы прикладной антропологии и биомеханики : учебник для вузов. – Санкт-Петербург: Информационно-издательский центр МГУДТ, 2005. – 280 с.

2. Дунаевская Т.Н., Коблякова Е.Б., Ивлева Г.С., Ивлева Р.В. Размерная типология населения с основами анатомии и морфологии: учебное пособие для студентов учреждений среднего профессионального образования. – М.: Академия, 2001. – 288 с.

3. Основы прикладной антропологии: лабораторный практикум для студентов специальности 1-50 01 02 «Конструирование и технология швейных изделий» Витебск: Министерство образования Республики Беларусь, УО «ВГТУ», 2010.

4. ГОСТ 31396-2009. Классификация типовых фигур женщин по ростам, размерам и полнотным группам для проектирования одежды.

ПРИМЕНЕНИЕ ЭЛЕКТРОННОГО КАТАЛОГА АППЛИКАЦИЙ ИЗ СТРАЗ ДЛЯ РАСШИРЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Арбузова А.А.

Ивановский государственный политехнический университет, Россия

В настоящее время для обеспечения высокой конкурентоспособности швейные предприятия выпускают широкий ассортимент изделий. Для придания красивого внешнего вида и уникальности моделям применяются различные виды отделок. Одной из самых простых в исполнении и отличающейся не высокой стоимостью является отделка аппликациями из страз.

ООО «ПолимерТекс», г.Иваново оказывает широкий спектр услуг швейным предприятиям (нанесение клеевого покрытия на материалы различной ширины, разработка моделей швейных изделий, подбор материалов, изготовление образцов, любые консультационные услуги по технологическим процессам производства). Одним из последних направлений работы предприятия явилось оказание услуг по отделке швейных изделий аппликациями из страз. На предприятии имеется исходная база аппликаций, но она не многочисленна и не систематизирована.

Целью работы явилась разработка электронного каталога отделок швейных изделий аппликациями из страз.

Проведен анализ ассортимента аппликаций, представленного на отечественном рынке. Установлено, что в данном сегменте работает несколько компаний. Однако ни одно из рассмотренных предприятий не предлагает достаточно широкий ассортимент аппликаций, что требует от конечных заказчиков работы сразу же с несколькими исполнителями, а это является не удобным и затратным.

Для разработки электронного каталога использована гипертекстовая технология. В качестве программного обеспечения выбраны HTML-редактор «Notepad++ 6.7.4» (Notepad++ Team), графический редактор Adobe Photoshop CS5, программный продукт «Tracer» (для подготовки раскладок из страз).

Каталог содержит 5 страниц. Фиксированными элементами на них являются логотип, горизонтальное меню и фоновая картинка. В качестве логотипа использовано название продукта, выпускаемого предприятием – «Каталог аппликаций из страз». Над текстом размещена корона из страз, которая является символом лидерства, указывает на то, что компания действительно является конкурентоспособной в данной сфере и вызывает у пользователя желание заказать аппликацию. Цветовая гамма всего каталога сине-бело-черная. На фоне логотипа присутствуют круги голубых оттенков, которые дают эффект мерцания.

Горизонтальное меню включает в себя следующие вкладки: «Главная», «Каталог», «Вопросы», «Контакты». Меню зафиксировано и остается на месте при переходе на другие вкладки.

Во вкладке «Каталог» приведены образцы аппликаций, которые может изготовить предприятие. Все аппликации разделены на 15 тематических разделов: Животные, Бабочки, Деревья, Музыка, Детские, Декор, Драконы, Кошки, Море, Русские буквы, Цветы, Феи, Птицы, Короны и Надписи. В некоторых разделах введены подразделы, например, раздел «Детские» содержит подразделы «Мульти», «Феи» и «Разное». Всего разработанный каталог содержит 243 рисунка аппликаций из страз. Имеется возможность при необходимости пополнять базу каталога новыми рисунками аппликаций. На рис. 1. представлен внешний вид страницы каталога с аппликациями.



Рис. 1. Внешний вид страницы каталога аппликаций из страз

Разработанный каталог позволяет структурировать и наглядно представить возможности предприятия по оказанию услуг по нанесению аппликаций из страз на различные материалы и швейные изделия.

ОСОБЕННОСТЬ ПРОЕКТИРОВАНИЯ УПАКОВКИ ДЛЯ МОЛОКА

Попова А.В., Язвинская Е.С.

Витебский государственный технологический университет, Республика Беларусь

Умение красиво предоставлять товар, в некоторой степени, можно сравнить с искусством. Чем оригинальнее и интереснее выглядит упаковка, тем больше шансов появляется для того, чтобы данная продукция была замечена на прилавках и витринах магазинов. Упаковка идентифицирует изделие, выделяет его из ряда подобных и привлекает к нему внимание потенциальных покупателей. Грамотно разработанная упаковка должна давать целевой аудитории представление о наиболее привлекательных аспектах продукции или услуги, например ее пользе, качестве (или соотношении цены и качества) или о ее физических характеристиках (вкус или аромат).

Разработка и изготовление упаковочной продукции выполняется с использованием различных материалов от тонкой недорогой бумаги и непромокаемых вакуумных полиэтиленовых контейнеров, до более плотных картонных и пластиковых коробок. Безусловно, что дизайн упаковки молока выполняется, базирясь на общей основе физических данных материалов изготовления и требований, предъявляемых к данной упаковочной

продукции. Разработка оригинального внешнего вида продаваемой и реализуемой продукции говорит о профессионализме и высоком уровне работы компании производителя. Графический дизайн упаковки, товарного знака дает возможность создать макет будущей упаковочной продукции при помощи современной компьютерной техники и программных технологий. Такой подход обеспечивает разработку профессиональной упаковки для продукции любой специфики.

Упаковка должна подчеркивать наиболее важные особенности продукции. Один из способов выделения ключевой информации заключается в использовании специальных материалов, которые будут привлекать внимание покупателей. Еще один способ информировать и привлечь внимание покупателей состоит в том, чтобы дать ему возможность поближе взглянуть на товар с помощью полиэтиленовых или пластмассовых окошечек. Показ изделия может быть эффективной стратегией, потому что ее использование устраняет лишние вопросы и неясности.

Выполняя создание и разработку упаковки, дизайн представляет собой «лицо» будущего товара либо продукции, поэтому важно учесть как фирменный стиль компании-производителя, так и специфику продукции и, вместе с тем, подчеркнуть уникальность данного товара, чтобы даже при беглом взгляде, товар было невозможно спутать. Упаковка товара должна быть яркой, запоминающейся и понятной.

Молоко и его производные продукты, нежные и требуют к своей упаковке тщательного и бережного отношения.

В современных условиях развитие упаковки и потребительской расфасовки молочной продукции приобретает особую актуальность и непосредственно влияет на процесс сохранения качества и потребительских свойств изделия.

Для грамотного выбора и использования упаковочных материалов и тары необходимо учитывать природу фасуемого продукта, его консистенцию и физическое состояние, массу, технологию обработки, условия и сроки хранения и реализации.

Упаковочные средства для молочных продуктов должны обладать высокой механической прочностью, стойкостью к старению, жесткостью или эластичностью, способностью к сварке, необходимой для формирования герметичных соединений.

Основной тенденцией является создание упаковочных материалов, обладающих улучшенным прогнозируемым комплексом санитарно-гигиенических свойств и повышенным уровнем барьерности, позволяющим увеличить сроки хранения расфасованных продуктов. Будущее при этом принадлежит комбинированным и многослойным материалам, технология производства которых предусматривает использование гигиенически «чистых» полимеров и компонентов, современных технологических приемов.

В данном проекте стоит задача разработать название, логотип и серию дизайна упаковок молочной продукции.

Тема актуальна, так как белорусский рынок молочной продукции заполнен стандартными упаковками с типичными образами, скудной графикой и отсутствием идеи.

Так как молоко – это продукт ежедневного спроса, то было решено назвать бренд «365» (три шесть пять), в качестве отсылки на количество дней в году (рис. 1).



Рис. 1. Логотип для нового бренда

Лучший цвет для молочной упаковки – это его отсутствие, т.е. белый как само молоко. Основной вопрос здесь – насколько много. Слишком мало белого – упаковка выглядит недостаточно свежей и чистой. Слишком много белого снизит эффективность выкладки товара, т.е. речь идет о низком контрасте и привлекательности для покупателя. Контраст важен, поскольку он усиливает белый цвет. Второй цвет – голубой (свежий небесно-голубой, не темно-синий). Что касается молочных символов, то с дизайнерской точки зрения, наличие большого количества образов делает эту категорию очень интересной и разнообразной, однако стоит отказаться от типичных и надоевших образов – зеленых полей, коров и т.п.

При выборе молока потребители обращают внимание на качество продукта, поэтому не лишним будет применить в дизайне своеобразный «знак качества» (например, одобрение каким-либо институтом) и зеленых листьев. Используемые слова и цифры имеют огромное значение, как, например, 100% и т.д. Большинство покупателей знают, что в молоке содержится кальций, но хуже не будет, если эта информация будет продублирована на упаковке. Не следует делать слишком большой акцент на витаминах, поскольку это создает образ «искусственного» молочного продукта, что в настоящее время не ценится.

В проекте использована авторская графика, что придает упаковке ощущение того, что продукт делается исключительно для каждого потребителя, что можно усилить рукописным шрифтом, а милый персонаж придает ощущение дома и уюта.

ВНЕДРЕНИЕ МЕТОДОЛОГИИ ВИРТУАЛЬНОГО ФОРМОТВОРЧЕСТВА В ПРОЕКТНУЮ РАЗРАБОТКУ ПРОМЫШЛЕННОЙ КОЛЛЕКЦИИ ОДЕЖДЫ

Аринов А.Г., Петушкова Г.И.

Московский государственный университет дизайна и технологии, Россия

Ключевой спецификой виртуального и цифрового искусства является применение различных аспектов и программных возможностей компьютерных технологий, что в итоге отождествляет созданное произведение. Так же можно выделить не только виртуальный предпроектный этап создания художественного произведения и непосредственно этап воплощения замысла, но и дальнейшего хранения работы с целью демонстрации при помощи мультимедийных технологий.

Необходимо выделить основные технические и методологические этапы проектирования промышленной коллекции одежды:

- виртуальное моделирование проектной ситуации;
- применение интерактивных и телекоммуникационных средств связи;
- компьютерные технологии и графическое программное обеспечение;
- применение электронно-вычислительных возможностей компьютерных технологий для анализа предпроектной ситуации;
- система построения многоуровневых композиций.

Предшествующие задачи для проектирования одежды в условиях промышленного производства включали в себя не проектировку отдельных изделий, а определение нынешних и будущих перспектив развития комплекса изделий, создание системы принципа формообразования, задающей фазы развития формы. Внедрили в систему проектирования костюма интересы человека-потребителя, его вкусы, культуру и взгляды. Создали взаимодействие с прогрессивными культурными тенденциями и актуальными социальными изменениями. Такой подход к проектированию формы позволял строить изделия на основе уже имеющихся стандартных узлов и элементов, знаний формообразования системы и кода развития формы с учетом фигуры образа человека с диапазоном изменения пластики движения, свойств материалов, социальной установкой общества [1].

Сегодня невозможно проектировать изделия для промышленного производства без стандартизации, так как она лежит в основе проектирования и, как и художественное конструирование, опирается на гармонию и единство предметного мира. В планах модернизации производства промышленных коллекций одежды важно отметить проектно-графический этап с применением виртуальных технологий. Необходимо подчеркнуть, что виртуальные технологии проектирования, как инструмент воплощения

художественного замысла автора, доступны только в рамках, так называемого, виртуального пространства. Последнее обладает рядом свойств объективно-идеального бытия, так как ее функционирование возможно только благодаря компьютерным системам. В них законы логики играют первостепенную роль. Вместе с тем оно обладает свойствами субъективно-идеального бытия, поскольку его параметры могут меняться по воле и желанию субъекта. Виртуальность устанавливается по отношению к обуславливающей её «основной» реальности или несуществующие реальности могут быть вложены друг в друга [2].

Таким образом, появляется возможность выстроить параллели между принципами и понятиями в виртуальных и предметно-пространственных средах, что будет способствовать лучшему пониманию специфики проектирования костюма с применением инновационных технологий. Это связано с тем, что виртуальное пространство, в первую очередь базирующееся на визуальном восприятии, использует принципы и приемы, которые заимствованы из живописной практики. Возможность выстраивать параллели между виртуальным моделированием и проектированием костюма в предметно-пространственной среде на теоретическом уровне, позволит быстрее интегрировать, а так же апробировать использование инновационных технологий в промышленное проектирование костюма.

Проектируемые объекты должны вести себя аналогично материальным объектам, со свойственной им физикой. В данном случае, как и с эскизным проектом, изображаемый объект в виртуальной реальности должен соответствовать по пропорциям, цвету, фактуре и текстуре ткани реальной модели костюма (или замыслу проектировщика), с определенной степенью условной интерпретации. Но задача заключается не в том, чтобы направленно ограничивать виртуальные возможности проектировщика, а приблизить к возможности дальнейшего воплощения задуманного проекта. Поскольку новые технологии дают возможность проектировать сложно-композиционные, бионические и новые конструктивные объекты, которые возможно будут опережать производственные возможности, но будут создавать понимание развития последующих модных форм [3].

С другой стороны, несмотря на то, что данный вид бытия синтезирует в себе свойства многих других, оно продолжает оставаться субъективно-идеальным. Этот аспект во многом может повлиять на конечный результат, при работе с реальными объектами и исказить изначальную идею. Таким образом, при компьютерном проектировании требуется вводить поправку на возможности и ресурсы производства и дальнейшего выполнения проекта в материале.

Современные возможности интерактивных и коммуникативных технологий как никакие другие соответствуют утверждению, что дизайн в первую очередь создается человеком и для человека, они неразделимо связаны друг с другом. Наладить диалог и расширить участие аудитории, как

в создании производимой продукции, так и в формировании общей концепции компании. Подобный вид общения приблизит фирму к потенциальной аудитории и даст возможность для наблюдения за их реакцией на новый товар в режиме реального времени. С помощью обратной связи и голосования можно будет отслеживать востребованность на каждую единицу продукции отдельно, включая варианты цветов и рисунков на тканях. Подобная возможность даст производителю заблаговременно определять спрос на тот или иной товар, до запуска в массовое производство, тем самым сократив издержки на перепроизводстве, нереализованных остатках и несоответствии продукции актуальности тенденций рынка. Так же у компании появляется дополнительный способ анализа товарооборота, предшествующий данным о темпах роста и спада продаж. Сопоставив оба параметра можно ввести корреляцию на получаемую обратную связь со стороны аудитории с фактическими показателями товарооборота, тем самым скорректировав данные на следующий сезон. Подобный подход позволит компании предвосхищать ожидания покупателей и опережать конкурентов.

Литература

1. *Акилова З.Т., Петушкова Г.И., Пацявичюте А.А.* Моделирование одежды на основе принципа трансформации: учебное пособие для высш. учеб. заведений - М.: Легпромбытиздат, 1993. – 78 с.
2. *Аринов А.Г., Петушкова Г.И.* Терминология виртуального языка в дизайне костюма // *Дизайн и технологии.* – 2012. – С.18
3. *Елинер И.Г.* Оптимизирующие факторы алгоритма поиска дизайнерского решения: дисс. ... канд.наук. – Москва, 2001, – 243с.

ТРЕХМЕРНАЯ ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ОБЪЕКТОВ ТЕКСТИЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВА В ВИРТУАЛЬНОЙ СРЕДЕ ПРОЕКТИРОВАНИЯ

Алешина Д.А., Санталова П.С.

Ивановский государственный политехнический университет, Россия

Современные электронные и информационные технологии оказывают влияние на самые различные стороны жизни всего общества, в том числе, открывают новые возможности в деятельности всех учреждений, занимающихся хранением культурно-исторического наследия и, в первую очередь, музеев и архивов. Впервые за долгие годы появилась возможность оцифровки артефактных данных и их последующее хранение и распространение среди заинтересованных лиц. Виртуальные экскурсии по хранилищам известных музеев – реальное тому подтверждение.

Значение таких работ и технологий сейчас трудно переоценить – впервые появляется возможность не только реального вечного сохранения сегодняшнего вида практически любых видов и форм культурного и исторического наследия, но и возможность обеспечения современных способов доступа широких масс к коллекциям и фондам музеев, архивов, библиотек и любых других видов хранилищ.

И дело в данном случае не только в том, что создаются цифровые копии (на современных электронных носителях или в принципе доступные многим миллионам людей через Интернет), но и в том, что только цифровые технологии позволяют музеям выставлять вне своих стен произведения искусства, передача которых для экспонирования затруднительна или невозможна. Цифровое сканирование и современные высокотехнологичные методы широкоформатной печати (в первую очередь – фотопечать) дают возможность довольно легко получать практически аутентичные полноформатные копии большинства экземпляров.

Одним из направлений культурного наследия страны и Ивановского региона в частности является обширная коллекция артефактных данных текстильного производства, хранящихся в Ивановском музее ситца. Это и образцы тканей XVII-XX веков, и манеры для печати, и старинные открытки с изображением образцов тканей и одежды, и альбомы узоров.

Среди дизайнеров нет единого мнения относительно актуальности применение этнокультурных мотивов, включая орнамент, в современном графическом дизайне. Некоторые из них считают использование архаичных форм орнамента, искусственным и бесполезным. Ведь значение орнамента, зачастую оказывается не доступным, для современного человека. Поэтому, по их мнению, не стоит «реанимировать» «отжившие свое» символы и тем более привносить их в современную графическую практику.

Однако каждый современный художник вправе сам решать, насколько актуально для него использовать в качестве источника творчества артефактный образец текстильного производства. Работы современных дизайнеров, таких как Д. Симачев, Т. Парфенова, В. Юдашкин, А. Ахмадулина, В. Зайцев и др. в сфере модной одежды, украшений, аксессуаров и графики показывают востребованность этого направления в творчестве и дизайне.

Поэтому целью данной работы являлась систематизация выставляемых экспонатов образцов тканей музея «Ивановские ситцы», их оцифровка и последующее применение в виртуальной среде проектирования. Полученные цифровые данные были представлены в виде мультимедийного пособия.

Мультимедийное представление информации набирает популярность в образовательной деятельности, поскольку имеет ряд преимуществ перед обычными способами обучения. Информация однородна: текст, звукоряд, видеоряд представляются единым образом в цифровом виде. Информацию легко сохранять и тиражировать: в цифровом виде она не искажается при

копировании, оптические носители информации имеют только гарантийный срок хранения. Информацию легко перерабатывать: все операции от рутинных (например, поиск) до творческих (преобразования) на компьютере проводятся автоматически либо частично автоматически.

Использование мультимедийных технологий в образовании расширяет педагогические возможности преподавателей учебного заведения, делает процесс обучения более наглядным, создает дополнительную мотивацию у обучаемых к изучению материала.

Мультимедийные материалы для знакомства с культурным наследием г. Иваново, рассчитанные на более широкую аудиторию представляют собой подборку графических данных, в которой упор делается не столько на текст, сколько на количество и качество собранных изображений.

В качестве исходных данных для пособия были выбраны фотографии экспонатов Ивановского музея ситца. Поскольку целевая аудитория данного продукта заинтересована в изучении артефактов путем зрительного восприятия, информация представлена в виде классифицированной базы данных с собственно фотографиями, их обработанной векторной версией с полным сохранением цветов и оттенков и текстурами для 3d-объектов.

Данные представлены в трех видах: фотография образца ткани, оцифрованное представление образца в векторном виде, использование образца в виде текстуры на объектах предметно-пространственной среды (рис.1).

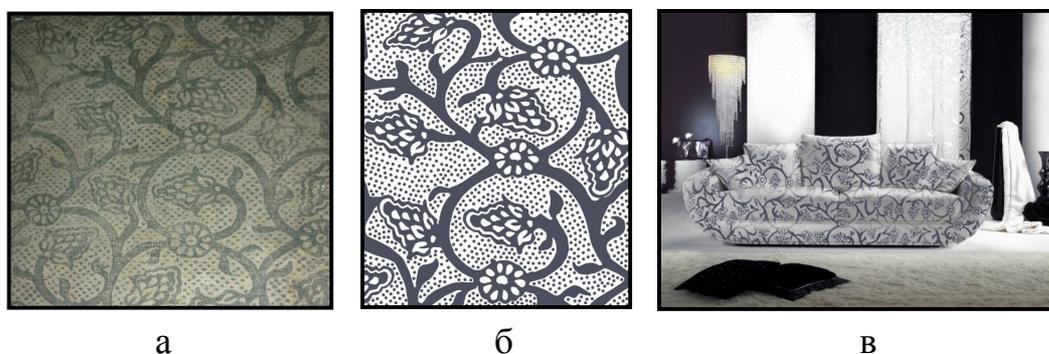


Рис. 1. Образец фактуры на основе артефакта
(а – фотография оригинала ткани, б – обрисованный векторный вариант,
в – наложение текстуры на объект)

Образцы фотографировались на цифровую фотокамеру Panasonic Lumix DMC-FZ7, с разрешением 2800x2100 dpi, поскольку не представлялось возможным извлечение и сканирование артефактных данных. После этого импортировались в графический редактор Corel DRAW и с точным повторением контуров обрисовывались с помощью инструмента Кривая Безье и дальнейшим сглаживанием контуров путем сокращения точек на кривой. Оригинальный цвет воссоздавался плоской заливкой, с извлечением цвета в палитру пипеткой с фотографии образца. Искажение узора

вследствие неудобства съемки (отблеск витрины, неудобное положение камеры) также исправлялись на данном этапе.

В качестве современного представления полученных обрисованных орнаментов решено применить их в качестве текстур на объектах дизайна. Исходя из этого, представлены два типа наложения узоров на объекты:

– плоское, в программе Corel DRAW, где обрисованный орнамент ткани сам представлял собой заливку полноцветным узором с подгонкой раппорта под габариты заливаемого объекта;

– трехмерное, в программе 3D Studio MAX, где обрисованный орнамент выступал в качестве загружаемой текстуры.

В приложении 3D Studio MAX векторные обрисовки в формате png накладывались на трехмерные объекты из библиотеки данных: аксессуары, посуда, мебель, предметы интерьера, текстиль. Полученные объекты интегрировались в коллажи, представляющие собой актуальные тренды, с подобранными сопутствующими изображениями и цветовой палитрой, взятой с образца (рис.2).

Данный продукт полезен не только в качестве ознакомления, но и для работы, специалистов: дизайнеров, дессинаторов, художников по костюмам и др. Размещение пособия в on-line доступе способно расширить круг заинтересованных лиц.



Рис.2. Коллаж с трендами с применением текстуры артефактного образца

Разностороннее и наглядное представление графического материала способствует более глубокому знакомству и тщательному анализу данных, которые могут служить ценными источниками творчества для дальнейших современных разработок, в то же время популяризируют культурное наследие Ивановского края.

ВЕБ-ЭСТЕТИКА В СОВРЕМЕННЫХ МОДНЫХ ПРИНТАХ

Пряничникова Н.В., Сидоренко В.Ф.

Московский государственный университет дизайна и технологии, Россия

Современные технологии оказывают значительное влияние на жизнь человека, культуру, искусство, дизайн и моду. В хаосе разнородной информации, размещаемой в Интернете, беспрестанно пополняющейся и формирующей свою собственную эстетику, появляется особый визуальный образ, который затем из виртуальности переходит в реальность.

Интернет отличается свободным доступом к различным материалам и является сегодня пространством коммуникаций, чье содержание определяют, распространяют и изменяют по своему усмотрению его пользователи. Характерной чертой и движущей силой веб-формообразования становятся неограниченные заимствования и трансформация, в процессе которых утрачивается достоверность и авторство. Это относится и к личным текстам и снимкам, и к произведениям мировой культуры и искусства. Репродукции картин и фотографии скульптур становятся обычными красивыми картинками, не вызывающими благоговения и трепета, которые без труда можно найти с помощью поисковика, обработать в графическом редакторе и опубликовать в социальных сетях. И здесь остроумные и креативные идеи будут соседствовать с безвкусицей и пошлостью, пока не переплетутся воедино. На страницах популярных сайтов, в своеобразных виртуальных галереях эти же картины можно найти среди сэлфи, фотографий моделей и знаменитостей, одежды, еды, животных, кадров из фильмов и сериалов, нелепых и смешных картинок. Восприятие произведений искусства меняется – и в сети, и в настоящей жизни, истинная ценность сводится к декорированию.

Визуальные особенности блогов и сайтов также активно участвуют в формообразовании, они используются в качестве эффектных графических элементов при создании коллажей, рисунков и фотографий: репродукции или какие-либо изображения сочетаются с компьютерными смайликами, иконками, курсорами, значками загрузки, диалоговыми окнами и т.д. Беспорядочное и нарочито безвкусное нагромождение таких символов, надписей, неоновых и кричащих цветов, помех и ряби – характерные черты веб-панка. Веб-панк – это своеобразный китчевый визуальный ряд, который словно ностальгирует по прошлому – девяностым годам, моде, видеоплеерам, интерфейсам сайтов, операционных систем и компьютерных программ того времени, неуклюжей 3d-графике и проч. Он имитирует нелепое оформление старых сайтов с неудобной навигацией и странных подбором цвета фона, шрифтов и иллюстраций.

Чем гротескнее – тем лучше: фотографии античных статуй размещаются на ярко-розовом, голубом или сиреневом фоне, к ним добавляются

не связанные по смыслу надписи на английском, японском или русском языке, эмодзи, а также намеренные искажения цвета или изображения (глитч-арт, от англ. «glitch» – ошибка, сбой, цифровая помеха) и др. Дизайнеры и обычные пользователи, чувствуя в себе творческие силы, подражают определенному эпатажному образцу сомнительной художественной ценности, и результаты их работы в итоге одинаково визуально избыточны. И хотя одни перегружают свои коллажи элементами и символами, полагая, что это действительно красиво и стильно, другие сознательно перенимают и используют эту избыточность, руководствуясь правилом «чем хуже – тем лучше» и понимая, что действуют в рамках китча. Поэтому границы критериев профессионализма и любительства, равно как и границы критериев вкуса, здесь размываются. Это присуще Интернет-культуре в целом, и такой очевидный процесс требует внимания и тщательного исследования.

Данное явление неизбежно находит отражение в моде, дизайнеры вдохновляются графикой компьютерных интерфейсов и избыточным и бесстыдным творчеством Интернет-пространства и переносят это на ткань в качестве орнаментов и принтов. Вихрь самых разных и зачастую провокационных образов из новостных лент социальных сетей (например, [tumblr.com](https://www.tumblr.com/)) устремился в мир моды и расположился на свитшотах, футболках, брюках, платьях, обуви и аксессуарах. Ограничений в идеях и сюжетах таких принтов практически не существует, они сняты благодаря технологиям и раскрепощенному творчеству Интернет-сообщества. Специфические символы популярной культуры, репродукции произведений искусства, популярные мемы, пиксели, небрежное наложение картинок и наложение текста, характерные шрифты, знаменитые логотипы, оригинальные или искаженные, элементы устаревшего и современного компьютерного интерфейса, 3d-графика – все комбинируется между собой, располагается хаотично или симметрично, вплетается в типографику и становится своеобразным модным орнаментом или принтом. Все странные картинки и образы, популярные в Tumblr и других социальных сетях, обретают жизнь в реальном мире на одежде, и отголоски этой веб-субкультуры проникают в обычные гардеробы.

Это направление поддерживают и активно развивают как независимые и молодые бренды и марки спортивной и уличной одежды, так и крупные знаменитые во всем мире модные дома. Вдохновляясь Интернет-эстетикой и во многом на нее влияя, они, тем не менее, структурируют и стилизуют ее элементы, представляя необычные и эффектные вещи. Это уже не просто китчевое сочетание кричащих случайностей, а осмысленное высказывание и выверенные формы. Также эту идею подхватили гляцевые журналы и знаменитости, что еще больше укрепило влияние и взаимодействие веб-культуры и моды.

Яркая одежда с неожиданными и провокационными принтами может вызывать неоднозначную реакцию, однако стремительно разлетается по сети и собирает тысячи лайков, репостов и комментариев. Абсурдность и противоречие, свобода и самоирония моды отвечают настроениям современности, развитию которых способствует Интернет. Массовость, размытие границ между высоким и низким вкусом, свобода выражения и ирония, цитирование и эклектика, определяющие нынешнюю постмодернистскую эпоху, находят свое место в сети и формируют ее визуальную эстетику. Пользователи и дизайнеры заимствуют друг у друга идеи и бесконечно собирают из предложенного набора знаков и символов свои собственные материалы и коллекции материалов, разнообразные и порождающие все новые и новые причудливые формы и смыслы.

ПРОЕКТИРОВАНИЕ СКАТЕРТНЫХ ПОЛОТЕН С ПЕЧАТНЫМ РИСУНКОМ

Самутина Н.Н., Смирнова И.А.

Витебский государственный технологический университет, Республика Беларусь

В настоящее время актуально создание элитного домашнего экотекстиля, сырьевой состав которого включает в себя льняные волокна. Цель работы – спроектировать современный печатный рисунок для тканого скатертного полотна, применяемого в жилом интерьере. Задачи исследования: проанализировать виды орнаментов, используемых в тканях для интерьера и основные тренды моды для столового белья; определить особенности создания; предложить цветовые решения коллекции тканей.

Анализ информационных источников показал, что для создания атмосферы изысканности и благородства современные дизайнеры рекомендуют художественно-композиционное решение скатертей комбинировать с салфетками. При этом комплекты могут быть гладкими, цветными или с жаккардовым рисунком, раппортными, каймовыми и замкнутыми.

При изучении истории столового белья установлено, что желание украшать свой быт выросло из потребности человека стильно одеваться. В каждой эпохе по-разному определялось орнаментальное и колористическое решение тканей для интерьера: в одно время на передний план выдвигались утилитарные качества, в другое – декоративные и эстетические. При этом узоры можно разделить на следующие виды:

- цветочные и растительные, характеризующиеся наличием плавных, волнистых, спиралеобразных линий, придающих грациозность и мягкость, смягчающих интерьер;
- «стилизированные орнаменты» и «турецкий огурец», в которых визуальный объект изображается условно, в виде мелких изогнутых элементов;
- геометрические, множества фигур, визуально изменяющих пространство;

- изобразительные, где живописные мотивы напоминают картины;
- экзотические (фантазийные), имитирующие шкуру диких животных, пальм, попугаев, драконов и т.п.;
- абстрактные, состоящие из хаотично нанесенных пятен, фигур, фрагментов;
- купонные, применяемые для выделения по тону, цвету или рисунку вертикальных и горизонтальных поверхностей.

Для каждой исторической эпохи характерны определенные композиционные решения орнаментов, масштаб рисунка, расположение раппорта, характер его нанесения на ткань.

Например, выявлено, что в текущем сезоне модными являются элементы стиля Барокко, которые перешли в текстиль для интерьера из одежды тканей: натуральное сырье, мелкий рисунок растительной тематики, игра теней, пышность и величие форм, изогнутые линии, сложные очертания элементов.

Результаты анализа были использованы для проектирования основного орнаментального мотива скатертного полотна: выбран один из самых ярких и характерных элементов Барокко, являющихся символом плодородия, изобилия и богатства – виноградная лоза.

Схема узора скатерти представлена на рис. 1а, в котором мотив внутри раппортной сетки зеркально симметричен относительно вертикальной оси симметрии, при этом нижняя часть рисунка развернута на угол 45° для создания эффекта горизонтального движения. При стилизации выбрано линейное решение составляющих рисунок элементов, которое наиболее эффектно отражает свойство растения к стремлению вверх, подчеркивает форму веточек, проявляет структуру материала и удачно имитирует рисунок ткани (рис. 1б).

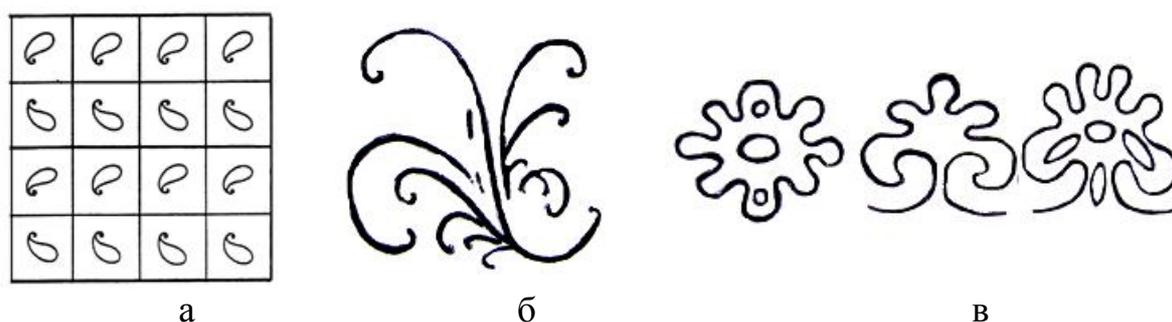


Рис.1. Схема расположения узора на скатерти (а), стилизованные виноградная лоза (б) и лилия (в)

Для заполнения фона, имитации рельефной структуры ткани способом печати, в качестве дополнительного фоновых мотива было предложено применить еще один из ярких элементов стиля Барокко, который основывается на использовании растительного орнамента, включающего цветочный мотив – цветок лилию – символ трех добродетелей: веры, надежды

и милосердия, обозначающий триединство ума, души и тела. Это растение является главным «цветочным» символом в геральдике. В раппортной схеме дополнительный мотив элементы стилизованной лилии (рис.1в) были размещены в негатив друг к другу по схеме построения крепового переплетения (рис.2а). Раппорт дополнительного мотива зеркально отражен 4 раза (рис.2б). Художественно-композиционное решение образца ткани представлено на рис.2в.

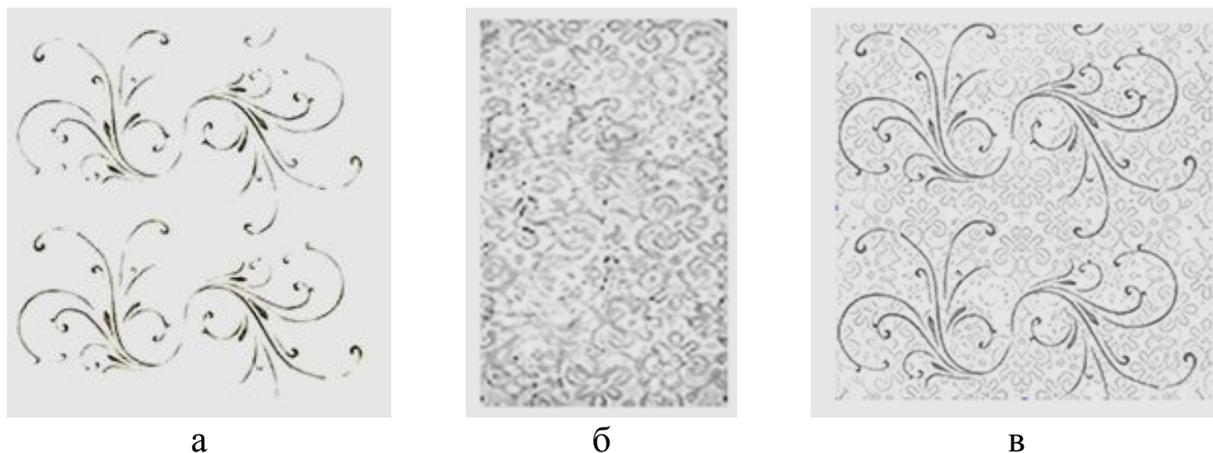


Рис. 2. Мотив узора тканого скатертного полотна (а), мотив фона (б) и художественно-композиционное решение образца ткани (в)

Для коллекции тканей предложена цветовая гамма, актуальная для жилого интерьера весенне-летнего сезона в сочетании с основными колоритами эпохи Барокко: бежевый, красный, синий, зеленый, коричневый цвета. Бежевый и коричневый цвета вызывают спокойствие и надёжность. Оттенки красного позволяют получить заряд бодрости и активности. Голубой цвет помогает расслабиться, стимулирует работу воображения. Главная цель зеленого цвета – сохранение богатства и процветания, избавление от тревожности и волнений.

Разработанная ткань называется «Лилия» – данный цветок является дополнительным мотивом при проектировании ткани, взявшим в себя основные черты стиля Барокко. Художественно-композиционное решение тканого скатертного полотна внедрено в учебный процесс УО «ВГТУ».

ПРОБЛЕМА СТИЛЯ В ДИЗАЙНЕ КОСТЮМА

Сидоренко Е.В.

Московский государственный университет дизайна и технологии, Россия

Размышляя о проблемах стиля в дизайне костюма, мебели или интерьера, мы, не всегда осознанно, придаем понятию стиль два противоположных значения: значение исторически ставшей и канонизированной системы формообразования, код которой известен (вся классика), и значе-

ние актуального художественного образа рождающейся новой реальности, формообразующий код которой еще не разгадан (авангардные открытия нового стиля). Между тем, всякое определение зависит от задачи исследования. В данном случае нам важнее второе - осмыслить стиль как открытие, как творческий процесс зарождения и эстетического обновления форм бытия в диалоге проекта и жизни. Стиль имеет прямое отношение к тому, что мы ценим, какой *образ человека* формируем в культуре, истории, социуме и в самом человеке.

XX век – век глубоких социальных и культурных потрясений - изменил классический образ мира и сознания человека, его представление о ценностях просвещения, о взаимоотношениях искусства и жизни, прекрасного и полезного, свободы и должного, о сущности творчества. Полемическая атмосфера и критическая направленность художественного процесса, отрицание всего и вся, борьба нового со старым никогда раньше не приобретала столь резкого и непримиримого характера. Искусство решительно отходит от принципа изобразительности и жизнеподобия, от исторических стилей и украшений предметных форм орнаментальным декором. Кубизм открыл метод формообразования новой реальности, разложив натуру на простые геометрические фигуры и введя принцип монтажа в создание художественного объекта на холсте. Абстракционизм заменил коммуникативный семантический образ реальности спонтанным самовыражением художника в сочетании красок и линий. Сюрреализм визуализировал невидимую сверхреальность сновидений и подсознания человека. Супрематизм открыл путь формообразования новой реальности из черно-белого «ничто». Конструктивизм, функционализм, кинетизм, дадаизм, поп-арт, оп-арт, инсталляции, перформансы, энвайронмент выводят искусство из музеев и залов художественных галерей на городские площади и улицы, интегрируются с массовостью и зрелищностью, промышленностью и рекламой, стирают различие между художником и зрителем, искусством и повседневной жизнью. В точке пересечения искусства и жизни родился дизайн как символ новой эпохи, снимающий в тождестве искусства и жизни характерную для исторической классики тему «большого стиля».

В XX-м веке классическая парадигма стиля переживает кризис. Художественный авангард и модернистская концепция формообразования вещей, родившиеся в стенах ВХУТЕМАСа и Баухауза, дистанцировались от «исторических стилей», буквально предав анафеме декоративно-изобразительную сущность классической формы. «Орнамент – это преступление», - констатировал закат европейской истории «большого стиля» архитектор Адольф Лоос. Слово «стиль» стало нарицательным. Идеологи и практики функционализма, конструктивизма, производственного искусства считали оскорблением называть их творческие концепции и произведения «стилями», решительно заменив это «эстетское» слово позитивистским термином «метод».

История функционализма и модернизма в целом, - это неухающая битва с декоративными стилями, стилизацией, стайлингом и тому подобным «художественным формализмом». Модернизм как торжество рационального Логоса (целесообразности, функциональности, конструктивности, технологичности, научной обоснованности, реализма) освободил дизайнера от обязанности следовать какому-либо стилю. Более того, «отсутствие стиля» стало принципом минимализма, эстетическим критерием «хорошей формы» (М.Билл, Т.Мальдонадо). Альтернативой «большому стилю» в XX веке стала совокупность авторских методов формообразования в русле разнообразных интернациональных течений (всего свыше семидесяти стилей и направлений) [1]. Однако пришедший на смену модернизму постмодернизм возвратил культуре слово «стиль». Стиль обрел легитимность в проектной культуре постмодернизма, осознан как содержание новой «модности», как важнейшее качество вещи с точки зрения технологий маркетинга. Даже модернизм, еще недавно отрицавший стиль, «конвертирован» в «модный стиль», повышающий коммерческую стоимость проекта. «Модными», то есть востребованными массовым рынком, снова оказались и классические исторические стили, но не как самостоятельные парадигмы культуры, а как *цитаты* заимствованных из прошлого форм в новой «плюралистической обертке» - эстетике постмодернизма.

Итак, проблемы взаимоотношений дизайна и искусства, искусства и жизни, стиля и моды, свободы творчества и требований рынка, эстетики и маркетинга не только не уходят с повестки дня, но приобретают новую актуальность и глубину понимания. Уникальность проблемной ситуации заключается еще и в том, что *«конвертирование» стиля в моду* в контексте становления и глобализации новейших маркетинговых технологий стало *перманентным механизмом профанации стиля с целью превращения его в товар*. Этот непредвиденный радикальный поворот обострил вопрос о судьбах искусства и дизайна в XXI веке. «Возможно, - констатирует западный философ Б.Гройс, - мы присутствуем при исчезновении искусства как гуманитарного феномена – подобным образом когда-то исчезли алхимия или астрология» [2]. Надо сказать, что еще в конце 80-х годов прошлого века в западном мире стали обсуждаться вопросы, связанные с ожиданием радикальных масштабных перемен в формообразовании мира вещей и предметной среды в результате глобальной трансформации индустриального общества в информационное. Посвященный специально этой теме международный конгресс ИКСИД (Международный совет обществ промышленного дизайна), собравшийся в 1989 году в японском городе Нагоя, констатировал: «Приближение к обществу информации влечёт за собой далеко идущие последствия, постепенно трансформируя образ жизни и делая дизайн предметом дискуссии во всех затрагиваемых им сферах. Ключевым является вопрос, какое именно будущее, какой возникающий ландшафт нас ждёт, какие вещи будут воздействовать на всех нас и как будет

пробуждаться по отношению к этим вещам *образная ментальность человека* [3, С. 49-50].

Образная ментальность человека – это и есть стиль, в полном согласии с крылатым определением Ж. Бюффона «Стиль – это сам человек» [4]. Это даже не определение, а задание человеку осознать и проектировать себя (свою образную ментальность) в стиле. Как проектировал и осознал себя человек в символическом пространстве храмов и пирамид египетских фараонов, в классической архитектуре перикловых Афин, фресках Рафаэля и Дионисия, живописи Ребрандта и М.Врубеля, литературе Л.Толстого и Ф.Достоевского.

Таким образом, проблема стиля объективно включена в широкий актуальный контекст художественной практики и истории проектной культуры и содержит целый ряд вопросов, назревших для специального исследования:

- о новых постмодернистских жанрах (инсталляция, перформанс, мистерия) и методах (театральность, метафоризм, эклектика) в творчестве дизайнеров-модельеров;

- о том, как на новом витке художественной эволюции дизайнеры понимают и формулируют свои задачи, какие художественные решения выдвигают, в каких форматах реализуют создаваемые образы, из каких древних или новейших первоисточников черпают свои идеи?;

- как в этих условиях трансформировались вопросы и представления о взаимосвязи моды и стиля, моды и рынка, о роли архетипов и мифологии в творчестве мастеров стиля.

В реальной практике проблема стиля в дизайне костюма предстает и решается иначе - это рабочая повседневность творцов стиля, которым по судьбе или по собственному выбору выпало произвести глобальную трансформацию парадигмы культуры, прежде всего, ее визуально-пластического языка, где главное действующее лицо – *«человек в костюме» как эстетический феномен стиля.*

Литература

1. Мосин И.И. Всё о стилях и течениях в современном искусстве / составитель. – Вильнюс: UAB “Bestiary”. – 2012. – 112 с.
2. Литичевский Г. В чем сущность искусства // Художественный журнал. – 1993. – № 2. – С. 15–18.
3. Аронов В.Р. Концепции современного дизайна. 1990 – 2000. – М.: Артпроект, 2011.
4. Buffon G. L. L., Discours sur le style, P., [1905].

РАЗРАБОТКА ИНФОРМАЦИОННОЙ БАЗЫ ДАННЫХ ДЛЯ ОПТИМИЗАЦИИ ПРОЦЕССА ПРОЕКТИРОВАНИЯ ОДЕЖДЫ МОДНЫХ ОБЪЕМНО-ПРОСТРАНСТВЕННЫХ ФОРМ

Сахарова Н.А.

Ивановский государственный политехнический университет, Россия

Частая сменяемость стилистических и образных решений одежды требует от специалистов, занятых в сфере индустрии моды, быстрого и грамотного реагирования на новую информацию о модных объемно-пространственных формах (МОПФ). Таковых в каждом новом сезоне, тренде может быть несколько и для точного их воспроизведения нужно обладать достаточной информационной базой данных. При этом одной визуальной информации для получения желаемой формы недостаточно. Необходимо оптимальный количественный набор данных, представленных конкретными значениями параметрических показателей формы, конструктивных прибавок или их диапазонами в рамках каждой МОПФ, а также цифровыми параметрами преобразования базовой формы в модельную в том числе за счет применения новых и оригинальных приемов конструктивного моделирования.

На основе ранее проведенных исследований [1,2] нами сформирована информационная база данных (ИБД), зарегистрированная в Реестре баз данных №2012620477. Она состоит из трех основных блоков:

1 – паспорт проекционных параметров исследуемых форм, получаемых по фотоизображению модели с использованием разработанной схемы параметризации. Следует отметить, что набор параметров может быть не постоянен для каждой новой модели и дополняться другими геометрическими и угловыми параметрами, необходимыми и достаточными для более точного воссоздания модельных особенностей. Для наполнения этого блока ИБД количественными показателями было проанализировано около 50 моделей известных дизайнеров (Chanel, Fendy, Gucci, Prada, Cacharel, D&G и др.) за период с 2014 по 2015 г.г., а также исторических аналогов за 50-70-ые годы 20 века. Ассортиментный ряд представлен платьями и пальто различного покрова от традиционного базового до сложных покроев;

2 – паспорт конструктивных параметров МОПФ. Он представляет собой систематизированную информацию о конструктивных показателях формы (прибавках), а также набор математических моделей, с помощью которых можно управлять этими показателями через установленные соотношения между ними и проекционными параметрами из блока 1 ИБД. Первоначально корректировали чертежи базовых конструкций с использованием полученных количественных значений проекционных параметров, затем вносили в них модельные особенности. Для получения формализованных зависимостей был использован метод корреляционного и регрес-

сионного анализа. В табл.1 приведена схема параметризации модели на примере женского платья и формализованные зависимости для расчета основных силуэтных прибавок через параметризованные параметры МОПФ.

Таблица 1

Пример реализации первого и второго блоков ИБД

Схема параметризации фотоизображения (блок 1 ИБД)	Значения параметризованных параметров (блок 1 ИБД)	Расчет величин силуэтных прибавок через параметризованные параметры (блок 3 ИБД)
	$\begin{aligned} &Ш_{уп}=30,3\text{ см;} \\ &Ш_{уг}= 24,8\text{ см;} \\ &Ш_{уб}=25,9\text{ см;} \\ &Ш_{уб}=31,0\text{ см;} \\ &Ш_{ун}=27,5\text{ см;} \\ &Ш_{п}= 10,0\text{ см;} \\ &Д_{из}= 73,0\text{ см;} \\ &f_1= 19\text{ град} \end{aligned}$	$\begin{aligned} &П_{сг3}=-8,3+0,5*Ш_{уг} = \\ &=-8,3+0,5*24,8=4,1\text{ см;} \\ &П_{сг}=-15,6+0,9*Ш_{уб} = \\ &=-15,6+0,9*25,9=7,7\text{ см;} \\ &П_{сб}=-31,2+1,1*Ш_{уб} = \\ &=-31,3+1,1*31=2,8\text{ см;} \\ &Ш_{н}=23+0,9*Ш_{ун} = \\ &=23+0,9*27,5=48\text{ см} \end{aligned}$

Предложенный подход позволил соединить визуальное представление МОПФ с чертежом конструкции;

3 – схема построения чертежа модельной конструкции. Разрабатывается на основе данных, приведенных в паспортах первых двух блоков ИБД. Представляется в виде схемы с указанием последовательности моделирования и конкретными значениями преобразования базовой конструкции в модельную.

ИБД была успешно апробирована в рамках выполнения практических занятий по курсу «Конструктивное моделирование одежды» студентами направления подготовки 262200, а также в объеме выпускных квалификационных работ.

Литература

1. Сахарова Н.А., Чибунова А.В. К вопросу о распознавании объемно-силуэтной формы одежды // Деп. в ВИНТИ № 271-В2010 от 12.05.2010.
2. Сахарова Н.А., Кузьмичев В.Е., Ни Ц. Технология виртуального проектирования объемно-пространственной формы женских платьев по чертежам их конструкций // Швейная промышленность, 2011. – №2. – С.38-41.

ПАРАДИГМА РИСУНКА ПЕРОМ, КАК ОСНОВА РАЗРАБОТКИ ЧЕРНО-БЕЛОГО ОРНАМЕНТА ТКАНЕЙ

Пушкарева О.А.

Московский государственный университет дизайна и технологии, Россия

Задача, которую ставит перед художником текстиля современность, тесно связана с парадигмой разновекторных тенденций в искусстве создания тканей в промышленном производстве 21 века. В начале 21 века в области текстиля наряду с популярными яркими декоративными тканями вновь вошла в моду тема изысканной черно-белой минималистики. Вследствие чего в этой области стало появляться большое количество интересных дизайнерских разработок, успешно внедряемых в промышленное производство. Зачастую мы видим здесь принципиально новые актуальные на сегодняшний день идеи, представляющие на суд потребителя образцы на основе оригинальных современных визуальных перевоплощений, что не исключает и ретро-классические варианты.

Существенное влияние при разработке тематики на основе черно-белого построения декоративной плоскости оказывает умение красиво и убедительно рисовать пером. Без этого умения убедительная разработка детальной черно-белой текстильной композиции качественно не возможна. Здесь техника – основа мастерства. На основе этих рукотворных знаний впоследствии художник-прикладник успешно реализует свое мастерство с помощью новейших компьютерных технологий. Зачастую мы видим здесь и принципиально новые актуальные на сегодняшний день идеи, основанные на натурном рисовании пером.

«Рисунок – основа – основ» утверждали мастера итальянского Возрождения. «Проблема» рисования пером как направление одного из видов изобразительного искусства возникла не сегодня, зародившись одновременно с изобретением чернил в Древнем Египте 2,5 тыс. лет назад.

Хочу подчеркнуть, что рисование пером требует от художника – абсолютного попадания без права на ошибку. «Техника – говорил О. Роден, – только средство, но художник, пренебрегающий этим средством никогда не разрешит своей задачи...». Творческий потенциал и подлинное мироощущение мастера определяются творческим характером восприятия природы, точностью видения, его отношением к искусству и окружающему миру.

Одной из основ творческого процесса создания произведения изобразительного искусства является возникновение пластической темы на основе возможности художника мыслить образами, при этом основной задачей здесь является подлинная выразительность.

Основы рисунка пером развиваются с такими закономерностями композиции, как ритм, равновесие в соединении с гармонией, при этом именно ритм придает устойчивость общему решению.

Еще раз хочу подчеркнуть, что одна из основных задач, решаемых художником в рисунке пером, это – решение композиционной задачи. И наряду с решением этой проблемы одной из основных является умение чувствовать линию, ведь основой рисунка в данном случае является именно линия, отделяющая изображаемый предмет от окружающей его воздушной среды и определяющая форму предмета, что мы четко прослеживаем в рисунках великих мастеров всего мира.

Важнейшее значение в формировании профессионального мировоззрения художника имеет внимательное постижение культурного наследия шедевров изобразительного искусства. Мы знаем уникальные по своей выразительности, поражающие невероятным мастерством рисунки мастеров эпохи Возрождения.

Великий мастер рисунка Микеланджело часто прибегал в своих работах к технике рисования пером. Рисунки этого гениального мастера поражают зрителя мощностью формы, убедительностью передачи освещенности, эти шедевры удивительно материальны. Легко льющиеся, упругие мощные линии его перовых рисунков, глубина и удивительная убедительность образов, послужили одной из основ развития перового рисунка в последующие столетия. Мощная виртуозность рисунков Микеланджело основывается на внимательнейшем изучении природы, постижении структуры формы во всем ее пластическом богатстве и разнообразии.



Микеланджело.
Эскиз для «Ливийской сивиллы»
Рисунок пером



Леонардо да Винчи.
Этюды голов.
Рисунок пером (Виндзор)

Всем известны серии гениальных офортов Рембрандта. Эскизы и предварительные зарисовки для своих офортов Рембрандт делал пером.

Эти рисунки Рембрандта, выполненные коричневыми «ореховыми» чернилами, отличаются удивительной живостью линии, штриховой живописностью пятна, яркой образностью, четкостью освещения, убедительной скульптурностью.

Один из знаменитейших художников 20 века Ван Гог так писал о принципе рисования в своих многочисленных рисунках пером «Есть 2 истины, всегда бесспорные и дополняющие друг друга: первая не подавляй в себе вдохновение и фантазию, не становись рабом своей модели; вторая – бери модель и изучай ее, иначе твое вдохновение никогда не получит осознанного образа... вещь становится искусством, когда изображенный предмет возникает в совершенном стиле и образует единство с манерой изображения».

Рисунком пером также очень увлекался замечательный французский художник Анри Матисс. Художник в рисунках пером не стремился реалистично передавать действительность, он не копирует природу, интерпретируя ее, подчиняя ее своему воображению, он формирует «свое» представление о гармонии, свою эстетику восприятия художественного произведения, создавая в произведениях свою «художественную реальность».

На протяжении многих столетий практически во всех странах мира активно развивался принцип рисования пером. Рисунки выдающегося японского художника Кацусика Хокусая особенно значимы в мировой графике. Удивительным умением передачи динамики формы, контраста масс при сохранении ритма, отличаются эти замечательные графические произведения искусства.

В качестве графики этот удивительный художник оставил богатейшее наследие. К этому наследию относится и 15 сборников под общим названием «Манга» – («произвольные наброски»). Широта композиционных замыслов, мастерство рисунка составляют ценнейшие стороны обширного наследия удивительного японского художника.

Знаменитый российский живописец-пейзажист И. Шишкин также уделял очень большое внимание в своем творчестве рисунку металлическим пером. Рисунки мастера отличает точность и подробнейшая, филигранно-ювелирная проработка деталей. С равным вниманием он в рисунке пером прорабатывает мелким штрихом детали деревьев и растений, за счет мелких, тональных переходов передает пластику формы. Все растения в его работах буквально «портретно»-узнаваемы, так точен в передаче и проработке формы был мастер.

Гениальный российский художник Михаил Врубель часто в своих эскизах для прикладных работ в дополнение к цвету использовал разработку пером. Эти шедевры Врубеля оказали огромное влияние на развитие современного прикладного искусства.

Рисование пером в творчестве современного художника-прикладника несомненно можно рассматривать как творческий процесс на

границы нескольких областей изобразительного искусства, где образность работает в качестве синтеза богатства графических характеристик.

Эстетическое переосмысление идей и стилей в данном случае – альтернатива мультикультурных стереотипов. Черно-белая линейно-штриховая разработка рисунка для тканей подчиненная принципу построения декоративной пластики придает ткани особенную утонченную эстетику. Дизайнерские разработки тканей, выполненные на этой основе, хорошо вписываются в архитектурную структуру городской среды 21 века, имеют большое значение в развитии и восприятии чувства гармонии и красоты.

О ВЛИЯНИИ КОМПЬЮТЕРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И СПОСОБОВ ЦИФРОВОЙ ПЕЧАТИ НА РАЗВИТИЕ НАБИВНЫХ РИСУНКОВ И МОНОРАППОРТНЫХ КОМПОЗИЦИЙ

Сударушкина Е.С., Алибекова М.И.

Московский государственный университет дизайна и технологии, Россия

Способ печати влияет на характер оформления тканей. Он накладывает определенные ограничения, на изображение, выбранное для воспроизведения на ткани. Дизайнер, работающий в этой области, обязан ориентироваться в возможностях различного оборудования, для улучшения качества изображения и повышения его художественной ценности. Активное включение компьютерных технологий в текстильное производство повлияло на характер и способы композиционного построения текстильного орнамента. Возросли художественно-графические возможности художника-текстильщика. Использование различных фактур (мятая бумага, кракле, орнамент шкур животных и т.д.), фотоматериалов, шрифтов в одной композиции позволяет усилить образность и качество текстильной композиции. Технологии графических и живописных полотен легко переносятся на плоскость ткани, и необычайно обогащают её. Текстильный рисунок ранее плоскостной, обретает объём и выпуклую фактуру. Все достижения Мировой Истории Искусства, от наскальных рисунков до мозаик Равенны, в арсенале художника по тканям. Макропринт – монорепорт, пожалуй, самое современное и креативное решение, позволяющее превратить плоскость ткани в полотно художника. Для исследования изменения текстильных композиций, используемых в современной моде, была выбрана тема пейзажного орнамента. Инновационные технологические разработки, широкое использование компьютерной графики, фотографии, и монорепортных композиций в оформлении тканей, сделало тему пейзажа неотъемлемой частью декора современного костюма. Тема пейзажа всегда привлекала текстильных художников, но в сегодняшней моде она актуальна как нико-

гда. Композиции - миксы соединяют в себе элементы пейзажа, мотивы деревьев современные шрифты и элементы городской рекламы.

Анализ коллекций домов моды показал, что многие известные кутюрье используют подобные рисунки в оформлении костюмов. Тонкие стилизованные изображения деревьев и города, решённые в графике Zuhair Murad коллекция осень-зима 2013. Прозрачные длинные платья расшиты бисером и пайетками, которые образуют тёмный объёмный силуэтный рисунок сухих веток и стволов дерева, охватывающих фигуру модели. Тонкие графичные серебряные вышивки деревьев и птиц на тёмной фоне кожи и замши предлагает Valentino в коллекции весна-лето 2015. Потрясающие макропринты с природной тематикой украшают платья от Peter Pilotto и Tess Giberson, Ostwald Helgason, V.Files и Tracy Reese демонстрируют в своих коллекциях наряды с изображениями осенних деревьев. Фотопринты с изображением деревьев, города с мостами домами и рекой, силуэтов домов на фоне неба предлагают коллекции осень – зима 2013 Mary Katrantzou, Jean Pierre Braganza, Atos Lombardin. Чёрно-серо-белая пятнистая графика шрифтовой рекламы, когда буквы создают ритм площадей на силуэте костюма, а также использование ярких цветов и персонажей комиксов, отличают коллекции осень-зима 2013 Zuhair Murad, весна-лето 2015 Jean Paul Gaultier, осень–зима 2014 Karl Lagerfeld где в декоре шубы использован принт 1988 года печатавшийся на платках Fendi. Модные принты 2014-2015, изображающие символы массовой культуры – это сложный микс включающий комиксы, шрифты, фотографии киногероев и мульт персонажей, и всё это на фоне архитектурных памятников и символов городов мира, таких как Эйфелева башня, статуя свободы, римский форум (рис. 1).



Рис.1. Использование рисунков в оформлении современных костюмов

Монорапорт всегда строится на конкретной замкнутой плоскости, чётко ограниченной заданными размерами изделия, поэтому требуется жёсткая компоновка всех элементов, чтобы создать замкнутую структуру. При этом указанная замкнутость может быть ярко выражена, или только

подразумеваться, зрительно угадываться. Тогда структура композиции на отдельных участках, как бы, разрывается, кроме того отдельные элементы свободно выходят за пределы композиции. Зрительное равновесие всех элементов, может быть, достигнуто с помощью статического равновесия при условии симметричной ориентации фигур на плоскости, или динамического равновесия, при сдвиге фигур. Также важен общий характер силуэта выбранного образного мотива, чтобы он легко воспринимался глазом. И, конечно, важна общая творческая идея композиции. Когда трансформация реальных образов их пластических и орнаментальных характеристик позволяет создать новые, выразительные графические решения. Представленные фотографии несут много интересных идей, которые можно использовать при создании макропринта. Необычная композиция фигуры в листе, интересные фактурные решения фона, острые колористические разработки, включение шрифта в композицию – вся эта роскошь графической и живописной подачи набивного рисунка, разнообразие цветовых и композиционных решений стали возможны благодаря широкому использованию компьютерных технологий и цифровых способов печати на ткани. Для оперативной печати небольших многоцветных тиражей, на текстиле метод цифровой печати актуален и выгоден. Применение текстильных принтеров для прямой печати на ткани или готовом изделии имеет огромные технологические, художественные и даже экономические преимущества:

- возможность распечатать один рисунок в разных размерных и колористических решениях, что позволяет художнику создать коллекцию и аксессуары к ней;
- небольшая величина принтера и ненужность дальнейшей обработки и закрепления рисунка исключает огромные производственные площади;
- быстрота исполнения и возможность малых серий делают процесс производства очень мобильным;
- возможность быстро поменять ассортимент и качество тканей, а значит и цену готового изделия; способствует экономическому успеху коллекций, выполненных этим способом.

В работе художника-педагога, также актуально использование современных цифровых способов печати на ткани. Знание современных технологических и композиционных приёмов оформления текстиля позволяет расширить диапазон возможностей художника прикладника, использующего теоретические знания и практические навыки в создании творческих коллекций. Печать на текстильном принтере позволяет использовать различную графику рисунка от фотографии до ручного изображения, позволяет соединить различные техники в одном эскизе, изменить размер мотива и его колорит, он может работать малыми сериями, что актуально для использования и в учебном процессе.

СОЗДАНИЕ АВТОРСКОЙ ФАКТУРЫ ПО МОТИВАМ ЖИВОПИСИ МАРКА ШАГАЛА

Смирнова С.Г., Румянцева О.В.

Костромской государственной технологической университет, Россия

Несмотря на все трудности жизни современного общества, не утрачивает своих позиций стремление людей делать мир вокруг себя прекрасным и гармоничным. Одним из средств эстетизации окружающего пространства является костюм, который, с одной стороны выражает авторскую индивидуальность, а с другой – является составляющей гармонии и красоты. При проектировании нового образа костюма особенно актуально создание авторской фактуры в декоративном стиле с применением большого количества ручной работы. В заданных условиях костюм следует рассматривать скорее как произведение искусства, так как дизайнер создает «живопись в костюме», по-своему интерпретируя, например, полотна художников, их колористические и сюжетные композиции.

Подобный метод работы дизайнера весьма актуален в современных условиях, когда все больше сближаются дизайн и искусство. Дизайнерская вещь нередко создается в единственном экземпляре и может не только служить потребителю, но и находиться в музейном или выставочном пространстве. Грань между искусством и дизайном становится все тоньше.

Дизайнер костюма часто находит творческий источник в художественных полотнах и перерабатывает сюжетные и цветовые композиции в визуальные образы фактуры, принтов или вышивки. Таким образом, модельеры создают свои коллекции по принципу создания «живописи в костюме». Импрессионистические мазки или «мозаику» пуантилистов можно воссоздать с помощью принта или аппликации, живопись свободную и размашистую – при помощи особой техники вышивки или валяния.

В процессе разработки коллекции под названием «Цветы Шагала» по творческому источнику «живопись Марка Шагала» за основу были взяты яркие контрастные цветовые сочетания и композиционные мотивы, преобразованные в авторскую фактуру.

Творчество Марка Шагала можно отнести к направлениям фовизма (цвет) и экспрессионизма (выразительность). Полотна Шагала привлекают своей музыкальностью, сказочностью, необычными цветовыми сочетаниями. При работе над коллекцией был просмотрен целый ряд полотен художника, в частности «Женщина с букетом» (1910), «Над городом» (1918), «Мечта невесты» (1952), «Художник и его невеста» (1980) и другие работы. Цветовые композиции картин разложены на цвета и элементы фактуры. Далее были составлены возможные цветовые ряды и выбран один из вариантов, наиболее удовлетворяющий требованиям дизайнера. Из шерстяной пряжи и небольших отрезков шелковой ткани на шерстяной ос-

нове при помощи ниточного стягивания и механической стежки создавалась фактура. Как живописец творит полотна при помощи красок, так дизайнер в данной технике при помощи пряжи, нитей и ткани создает живописные произведения искусства.

Глядя на один и тот же предмет, все художники видят его по-разному. Так дизайнеры, отталкиваясь от одного творческого источника, создают непохожие друг на друга образы. У людей различное восприятие цвета, ощущение цветовой гармонии, что определяется не только физическими и психологическими особенностями восприятия человека, но и социальными, религиозными и культурными особенностями общества, в котором он существует. Следовательно, дизайнера, создающего авторские модели, можно считать тем же живописцем, но творящим не кистью и красками, а тканями и нитями.

В течение всего XX века привычная живопись постепенно покидала рамки отведенной ей плоскости. Коллаж (Пикассо); живопись «цветового поля» (Марк Ротко), поглощающая зрителя; предметы «ready made», используемые в инсталляциях; хэппенинги – все это новые виды изобразительного искусства, вовлекающие в художественные сферы все большее количество обывателей, на первый взгляд, вещей и ситуаций. Кроме того, уже второе столетие искусство движется в направлении синтеза. Живопись, архитектура, музыка, поэзия, танец часто становятся художественно-выразительными средствами одного культурного феномена, например, театра или хэппенинга. Также все больше сближаются дизайн и искусство. Характерным результатом этого сближения является костюм, в котором ярко проявляется личностная индивидуальность владельца.

При создании коллекции «Цветы Шагала» в качестве «холста» выступили созданные в стиле 1920–1930-х годов (именно на это время приходится расцвет творчества М. Шагала) модели. Дальнейший технологический процесс состоял из трех основных этапов:

1. Вживление шерстяной пряжи в шелк. Который происходил за счет механического вбивания в шелк семи игольчатым аппаратом шерстяной пряжи, которая была перемешана между собой из основных цветов спектра, по разным цветовым гаммам. Шелк предварительно был разрезан на отрезки различного формата.

2. Переработка шелка в объемные формы за счет ниточного стягивания и паровой обработки. Ниточное стягивание формирует различные дуговые формы, обработка паром создает фактурность.

3. Механическая стежка, создающая разный объем и разную плотность фактуры. За счет механической стежки различными оттенками ниток создавалась еще более живописная фактура, подчеркивалась динамика композиции.

Все эти этапы объединены использованием различных колористических градаций, что и позволяет сделать изготовленную вручную фактуру

полотна живописной, так как от основных цветов образуется безграничное многообразие колористических сочетаний и оттенков, как в природе, так и в создаваемом человеком вещественном мире и в произведениях искусства. Глаз человека способен различать приблизительно триста оттенков цветов, что и порождает различные эстетические ощущения.

В ходе работы над коллекцией была создана авторская фактура, которая является своего рода живописным полотном и превращает костюм в произведение искусства. Сочетание элегантности модели и живописности фактуры создает неповторимый образ женщины, прекрасной и загадочной.

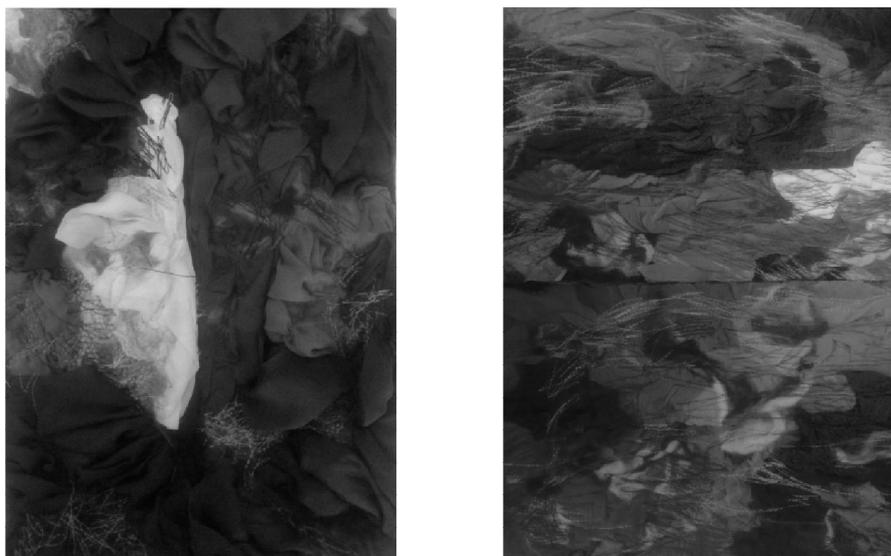


Рис. 1. Образцы созданной фактуры

Слияние дизайна и искусства характерно для современной ситуации в области дизайна, и авторская фактура, созданная по мотивам живописи Марка Шагала, является определенным вкладом в данный процесс.

ГЕОМЕТРИЧЕСКИЕ МОТИВЫ СЕМАНТИКА, ГРУППА СИММЕТРИЙ И ИХ УСТОЙЧИВОСТЬ В ОРНАМЕНТАЛЬНОМ ТРАДИЦИОННОМ ПЕЧАТНОМ ТЕКСТИЛЕ

Морозова Е.В.

Московский государственный университет дизайна и технологии, Россия

Создание геометрических элементов орнамента явилось одним из первых проявлений творческих возможностей человека. Исследователь первобытного искусства Т. Бадяева считает, что «Анализ семантической функции орнамента позволяет выделить несколько основных ее составляющих. Во-первых, это подмеченное в природе воспроизводство признаков и форм (имитационное начало). Во-вторых, – обобщение наблюдений за порядком и ходом событий (ритмическая основа). И, в-третьих, абстра-

гирующая и идеографическая основа – осознание важных законов, управляющих природой и жизнью человеческих коллективов».

Таким образом, одним из исходных пунктов становления геометрического орнамента является процесс абстрагирования. Чтобы понять закономерности его дальнейшего развития, следует обратиться к обратному процессу – процессу восстановления в сознании семантического значения элемента орнамента (не только геометрического). Вначале изображение и его значение неразрывно связаны друг с другом: орнамент можно было читать как своего рода текст.

Следует подчеркнуть, что выявление смыслового значения тех или иных мотивов – вообще трудная задача. Во-первых, потому, что в процессе схематизации изображения различные предметы и явления могут получить одинаковую абстрактную форму, а во-вторых, узоры, сохраняющие и передающиеся от поколения к поколению благодаря бережному отношению к традиции, с изменением и развитием общества могут приобретать и другое смысловое значение.

Совершенная форма симметричных геометрических мотивов, с одной стороны, располагает к многозначности их осмыслений, с другой – к сбалансированности внутренних и внешних сил, образующих правильные геометрические формы. Способность их взаимного вписывания сделала геометрические фигуры универсальным графическим символом для выражения обобщенных космогонических представлений (как, например, вселенная – Мандала).

Среди таких многозначных (полисемантических) мотивов главенствующее положение занимает, пожалуй, круг. Круг, как идеальная форма, как линия без конца и начала, нередко выступает как своеобразная основа модели космоса.

Другие два мотива, столь же часто встречающиеся на тканях и тесно связанные друг с другом по смысловому значению, – это ромб (квадрат) и крест. Мотивы эти, своим появлением обязаны возникновению земледелия (IV тыс. до н.э.). Ежедневный ритм основной земледельческой работы создавал представление о движении вперёд и назад, влево и право, к которому добавилось представление о постоянных географических координатах: север – юг, запад – восток. Отсюда – идеограмма поля – квадрат, пересечённый крест-накрест, с точками-семенами, и идеограмма солнца в виде диска, пересечённого крестом.

Если говорить о мотиве круга в набивных тканях, то можно выделить несколько его видов, получивших наибольшее распространение. Это круглое пятно, залитое одной краской и получившее название «горошек» (заметим, что он же служит изображением точки в текстиле, что позволяет объединить такие элементы, как круг и точки, в один), кольцо, круг с точкой посередине. Распространены также мотивы круга, середина которых заполнена звездочками или 4-12-лепестковыми цветами. Иногда маленькие

«кружки-горошки» – сами выстраиваются в хоровод-круг, создавая кроме того, эффект лепесткового расположения и вызывая ассоциации с цветком. Все эти идеи могут сочетаться, приводя к объединениям хороводов кружков и колечек. С точки зрения симметрии эти мотивы объединены тем свойством, что они допускают богатую группу вращений (иногда бесконечную – как сам круг). Как следствие, эти мотивы обычно напрямую связаны с точечной структурой композиции. Они, как правило, её не «затушёвывают», а подчёркивают. Поэтому чаще всего они используются в решётчатых структурах, прежде всего в богатых поворотами квадратной и гексагональной решётках. Заметим, что заключение любой фигуры в круг зрительно делает её как бы «более симметричной», так как круг «читается» в первую очередь.

Обратимся теперь к мотивам квадрата и ромба. Здесь можно видеть другой тип согласования с решёткой. Дело в том, что эти фигуры, в отличие от круга, способны сами заполнить всю плоскость. Поэтому нередко они непосредственно участвуют в построении решётки, являясь с ней одним целым. Квадрат и ромб в силу различной степени их симметрии создают неадекватный эффект восприятия. Заметим, что квадрат, повернутый на 45° к горизонтальному направлению основной решётки, зрительно ближе к ромбу.

Роль мотива в композиции в значительной степени определяется способом его изображения: в зависимости от того, изображён мотив при помощи линии или пятна, его восприятие будет различным (отметим, что это замечание справедливо не только для геометрических мотивов). Контурное решение позволяет использовать внутри квадрата (ромба) другие квадраты (ромбы), причём здесь тоже есть две важные альтернативы. Концентрическое расположение (в том случае, когда центры совпадают, внутренний мотив чаще всего повернут на 45°) либо неконцентрические – тогда внутри находится несколько симметрично расположенных квадратов, которые могут быть как параллельными сторонами основного квадрата, так и повернутыми под углом 45° .

Как и в случае круга, из маленьких квадратов могут строиться большие, но никогда из квадратов и ромбов не будет выкладываться круг, хотя обратное возможно. С точки зрения группы симметрии существенными являются свойства перпендикулярности. Поэтому важную роль играют повороты на 90° , 45° и отражения. Как следствие этих свойств квадрат и ромб наиболее удобны при использовании квадратных, прямоугольных и ромбических решёток, а также в комбинированных структурах, получающихся при их наложении.

Крест, так же как и круг, не может самостоятельно заполнить всю плоскость, но, в отличие от круга, как самостоятельный элемент встречается достаточно редко. В большинстве случаев он находится во взаимодействии с квадратом, куда он вписывается по диагоналям, либо с кругом,

располагаясь в его центре. Изображение может быть как сплошным, так и состоящим из нескольких несвязанных частей, которые, в свою очередь, могут иметь самостоятельное значение как элементы, например, крест может быть «склеен» из четырёх-пяти квадратов или из такого же количества кругов. Ввиду наличия двух перпендикулярных осей, крест наиболее тесно связан с квадратом; это особенно видно из следующего примера. Предположим, что у нас есть квадратная сетка. Сотрём середину каждой из сторон, в результате вся сетка «рассыпается» на кресты. Это означает, что квадратную решётку можно рассматривать как составленную из крестов. Это объясняет, почему крест обычно участвует в тех же точечных структурах, что и квадрат, т.е. в квадратных, ромбических и прямоугольных решётках и их объединениях.

Ещё одна фигура, на которой стоит подробнее остановиться, – это треугольник. Его форма играет важную, хотя и вспомогательную роль в текстильных орнаментальных построениях. Так, например, равносторонний треугольник чаще всего используется не как самостоятельный элемент, а применяется для равномерного заполнения фона. Этот приём был широко распространён в набойках XVII в., так как правильный треугольник способен самостоятельно заполнить плоскость (получающаяся при этом решётка будет гексагональной, поэтому в последней он используется наиболее часто). Другое объяснение этому даёт группа симметрии, допускающая, как и гексагональная решётка, поворот на 60° .

Иную роль выполняют равнобедренные треугольники (в первую очередь прямоугольные). Так как из двух (четырёх) таких треугольников можно составить ромб (квадрат), то они очень часто выступают в качестве составляющих квадрата (служат своеобразным модулем для построения прямоугольной конструкции) и, следовательно, используются в тех же точечных структурах, что и ромбы (квадраты). Дополнительный эффект восприятия возникает при их различной окраске.

Неправильные (разносторонние) треугольники, не являющиеся устойчивыми элементами в русских печатных тканях, чаще всего используются для создания динамичных композиций, составленных из разновеликих и по-разному повернутых элементов. (Рисунки такого рода появляются только в XIX в. на тканях напечатанных промышленным способом). Наличие решётки при этом необязательно, потому что в группе симметрии неправильных треугольников только один элемент – тождественное преобразование.

Таким образом, устойчивость именно этих геометрических мотивов обусловлена с одной стороны простотой изображения, с другой – богатой группой симметрий.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ И СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СОЗДАНИИ ТЕКСТИЛЬНОГО ДИЗАЙНА

Толстикова А.В., Анищенко Ю.М.

Творческое объединение AGORArto и Anna Tolstikova, Россия

Идея создания проекта AGORArto возникла в 2011 году, когда встретились Юлия Анищенко - культуролог и Анна Толстикова - художник, дизайнер. В основе лежала идея, что все прикладные изделия, которые будут создаваться и продаваться, включая платки, должны иметь исторические и культурные корни.

Анна Толстикова, по образованию художник по тканям (МХПУ им. Калинина), долгое время занималась различными видами дизайна: интерьер, выставочные стенды, фарфор, а также преподавала композицию костюма в детском театре моды. Но текстильный дизайн и особенно платок оставался для нее, можно сказать, «*Idee fixe*». Возможность реализовать свой потенциал как художника появилась с развитием цифровых технологий печати на ткани, которые позволяют сделать тираж от одного экземпляра. Для автора была очень важна возможность тиражной продукции, когда единожды сделанный дизайн можно было бы регулярно производить в нужном количестве. Это существенно отличает дизайнерскую продукцию от *hand made*.

Юлия Анищенко и Анна Толстикова постоянно собирают собственный материал для создания платков и других изделий. Для этого организуются экспедиции в исторические места, посещение музеев, участие в различных культурных фестивалях. Также стоит отметить, что проект был задуман как возможность объединить многие параметры – такие как, высокое качество изделий, легенду, историю и современный подход к использованию аксессуаров.

Когда обдумывалась концепция проекта и текстильного бренда, то за основу было выбрано следование русским традициям, что логично, так как проект существует на территории России, и грех не использовать богатейший материал, накопленный за весь исторический период. В самом начале было решено сделать коллекцию на основе сюжетов русского лубка¹. Так получилась целая линия платков, созданных с использованием лубочных мотивов²: «Зодиак»³, «Русская сказка», «Сказки Пушкина». Лубочный рисунок очень хорошо подходит для стилистики, где сочетается контур и заливка⁴.

Есть целый ряд платков, связанных с историческими событиями: «Печать Ивана Грозного», «1812»⁵, «Гвардейский»⁶.

Интересен процесс возникновения идеи платка: Анна Толстикова была в музее Ярославля⁷, где она увидела копию печати Ивана Грозного. В

том же зале стоял сундук XVI века с выразительным орнаментом, и икона того же времени с изумительно гармоничным колоритом, в итоге, мы видим все это в платке - в центре круглая печать, по краям узоры с сундука, а цветовое решение по мотивам иконы. Так получился платок «Печать Ивана Грозного».

Еще одна коллекция создана по мотивам русских сказок. Она представлена такими платками, как «Царевна-лягушка», «Соловей- Разбойник», «Финист Ясный-Сокол»⁸, «Жар-птица», все они сделаны с использованием народных орнаментов и традиционных мотивов прикладного искусства, притом в одном платке могут сочетаться разные традиции и этнические элементы.

Возможность современной печати позволяет использовать один дизайн для создания текстильных линий, коллекций. Так, на сегодняшний день помимо платков в коллекции входят подушки, зонты, мешочки, шторы.

Современные технологии могут позволить многое в области текстильного дизайна. Анна Толстикова использует комбинированный метод – контур рисуется от руки на бумаге, маркером, потом сканируется, обрабатывается на компьютере в программе PhotoShop, и заливки цветом тоже производятся компьютерным образом. Чаще всего композиция платка состоит из фрагментов, собирающихся в полноразмерный макет, который отправляется в печать. «AGORArго» и «Anna Tolstikova» используют два вида печати: на синтетических тканях – сублимационную печать, и на натуральных пряную цифровую текстильную печать. При этом современные синтетические полиэфирные ткани помимо экологичности производства имеют ряд других преимуществ – не электризуются, практически не мнутся, не теряют яркости цвета, меньше изнашиваются. Инновационные технологии в области печати на натуральных материалах за последние три года тоже шагнули далеко вперед – при использовании промышленной цифровой печати изделие по цвету полностью соответствует исходнику, сохраняя яркость цвета и высокую четкость рисунка.

Какие преимущества цифровой печати по отношению к традиционной?

- а) цифровая печать допускает малые тиражи - от 1 шт.
- б) нет ограничения в дизайне – возможны градиенты, различные фактуры, фотографии, сканированные рисунки и акварели.
- в) быстрые сроки изготовления.
- г) легкий уход за готовыми изделиями.

Какие недостатки?

- а) недостаточная пробивка обратной стороны, особенно при плотных тканях и при темном тоне.
- б) мало производителей печати на натуральных материалах.

Проект «AGORAprо», который включает в себя бренд «Anna Tolstikova» был изначально задуман как возможность объединить несколько направлений деятельности: культурологические исследования, производство текстильного дизайна, сувенирной продукции и проведение культурных мероприятий, которые имеют своей целью возможность поделиться знаниями с заинтересованной аудиторией, а также представляют собой один из способов продвижения. Именно в сочетании этих составляющих авторы проекта видят свою культурную миссию и способ развития в современных условиях.

После трех лет культурологических поисков и работы над дизайном текстиля у Юлии Анищенко и Анны Толстиковой возникла идея культурологической программы «Искусство в квадрате» - это цикл вечеров, по темам, одновременно связанным с конкретным платком, исследованиями, проведенными для его создания, и культурным наполнением по теме. Например, программа на тему «Слово о Полку Игоре»: автор рассказывает об истории создания одноименного платка, приглашаются историки и литературоведы для дискуссии о «Слове о Полку Игоре», продумывается музыкальное сопровождение – песни, баллады с историческим контекстом, видеопрезентация. Показательным примером явилось мероприятие «Грозные времена», среди платков Анны Толстиковой оказалась целая серия посвященная времени Ивана Грозного – «Князь Серебряный»^{9,10,11}, «Печать Ивана Грозного», «Песнь о купце Калашникове». Эта волнующая тема собрала таких интересных людей как директора музея «Покровский Собор» - Татьяну Сарачеву, которая рассказала о геометрии в строительстве собора и мужской хор с духовными песнопениями. Таким образом, через разные виды искусств аудитория узнает новое, культурно обогащается, имеет возможность общаться друг с другом, разделять общие интересы. В настоящее время возможность для проведения этого цикла ежемесячных программ предоставил московский Дом-музей Щепкина и его замечательный директор Анна Евгеньевна Абрамова.

Проект AGORAprо участвовал в программе Правительства Москвы по start up инновационных проектов в 2014 году. В рамках работы над проектом были продуманы способы продвижения и развития. Организаторам программы проект был интересен возможностью сочетания новейших технологий и традиции.

На сегодняшний день существует более 30 дизайнов «Anna Tolstikova» и около 10 совместных дизайнов Юлии Анищенко и Анны Толстиковой под маркой «AGORAprо». Можно отметить еще тот факт, что проект развивается исключительно на средства авторов и существует на самоокупаемости, не имеет внешних дотаций и является примером start up «с нуля» в непростых современных условиях. Авторы видят уникальность проекта в том, что он сочетает авторскую линию текстильного дизайна и культурологическую миссию.

Литература

1. *Ровинский Д.А.* Русские народные картинки, СПб.: 1881.
2. Русский рисованный лубок конца XVIII — начала XIX века. Из собрания Государственного Исторического музея.
3. Ровинский Д.А. // Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона: В 86 томах (82 т. и 4 доп.). — СПб.: 1890-1907.
4. *Синей Л.И.* Из истории Федоровского городка (1913—1918): По материалам РГИА // Малые города России: Культура. Традиции : Материалы науч.-практ. конф. — М.: СПб.: 1994. — С. 20-22.
5. Государственный исторический музей г.Москвы.
6. Государственный Бородинский военно-исторический музей-заповедник.
7. Государственный Ярославский историко-художественный музей-заповедник
8. Марфо-Мариинская обитель милосердия
9. Литературно-мемориальный музей А. К. Толстого
10. *Трушкин М.Д. А.К. Толстой и мир русской дворянской усадьбы.* М.: Русский Мир, 2009.
11. *Толстой А.К.* Князь Серебряный: Повесть времен Иоанна Грозного. — М.: Дет. лит., 1981.

ПРОЕКТИРОВАНИЕ ЭЛЕМЕНТОВ РЕКЛАМНОЙ ГРАФИКИ ДЕТСКИХ ДОШКОЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ*

Шорохова А.А., Денисова О.И.

Костромской государственный технологический университет, Россия

Актуальность применения средств графического дизайна для создания графических элементов рекламы и фирменного стиля дошкольных учреждений (детских садов и организаций дополнительного образования) связана как с созданием органичной социокультурной среды внутри заведений, так с необходимостью выделиться и запомниться своей целевой аудиторией.

Одна из важных ролей в процессе грамотного обращения к потребителю отводится графическому дизайну [1, 2]. В современных условиях конкурентоспособность детских дошкольных учреждений обеспечивает правильно организованная коммуникация с родителями детей. Различная полиграфическая продукция (визитки, рекламные буклеты и др.), отра-

* Работа выполнена в рамках грант РГНФ «Ретроспективный анализ социокультурной среды Костромского региона в контексте формирования и духовно-нравственного развития личности подрастающего поколения»

жающая основные характеристики организации, способствует активному восприятию самопрезентации.

В рамках данного проекта в качестве основного дизайн-объекта были выбраны визитки детских садов г. Костромы. Концептуальной задачей при разработке дизайна визиток является стремление отразить в их макете специализацию детских садов и, учитывая, что организации являются бюджетными, заложить минимальную стоимость их изготовления.

На этапе анализа предпроектной ситуации были рассмотрены примеры аналогичных графических работ для детских организаций, представляющих свои услуги в г. Костроме. Выявлено, что большинство визиток и рекламных материалов «перегружены» как графикой, так и информацией. Пестрое многокрасочное колористическое решение также затрудняет восприятие информации. Проанализировав аналоги, было принято решение выполнить дизайн в стиле минимализма (рис. 1).

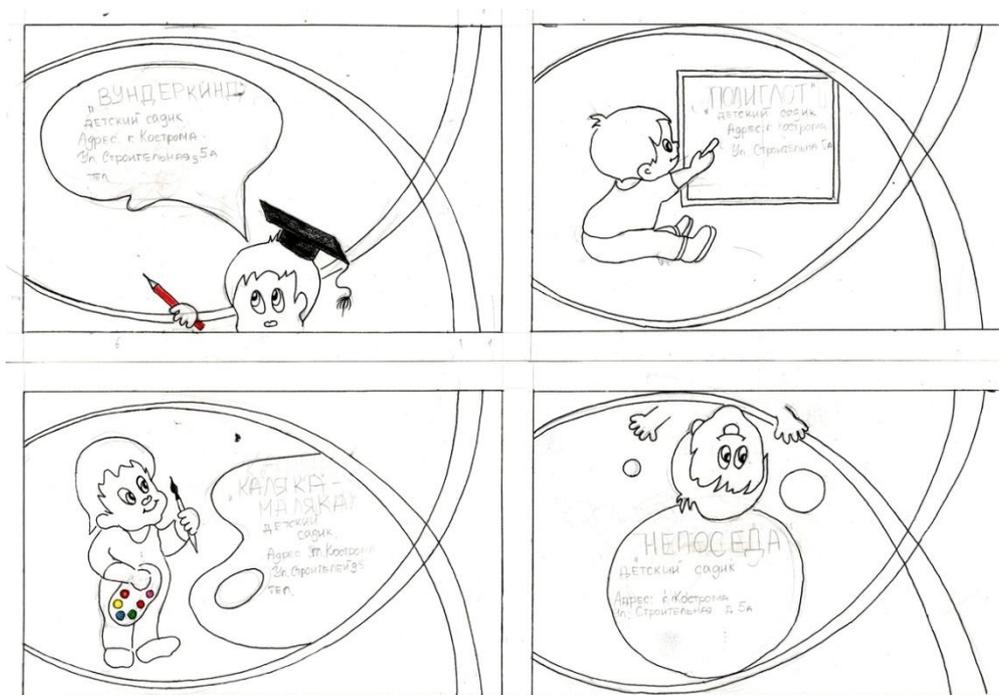


Рис. 1. Эскизы визиток

Центральной фигурой в макете изображён малыш, символизирующий, что деятельность организаций связана с детьми, а предметы рядом с ним отображают специализацию детских садов. Ритм дугообразных расширяющихся линий придает рисунку динамичность, подвижность, свойственную детскому возрасту. Основные графические элементы визитки выполнены в стиле минимализма, только контурно, с применением двух цветов. Детали, отражающие специализацию организаций, выделены цветными акцентами. Применяемые в работе над проектом шрифты простые, лаконичны и «читабельны».

Для формообразования в макетах применялся метод комбинаторики. Комбинаторика оперирует приемами перемещения и поворота деталей вокруг своей оси для нахождения различных сочетаний указанных графических элементов. Таким образом была достигнута цель создания максимального разнообразия дизайнерских решений визиток из ограниченного числа элементов.

Чтобы в изготовлении визитки были экономичны, материалом для них выбрана стандартная мелованная матовая бумага плотностью 300г/см². Форма и размер визиток стандартны: прямоугольник 90x50 мм. Дизайн-макет визиток выполнен в программе Corel DRAW X5. На рис. 2 представлен ряд апробированных решений.

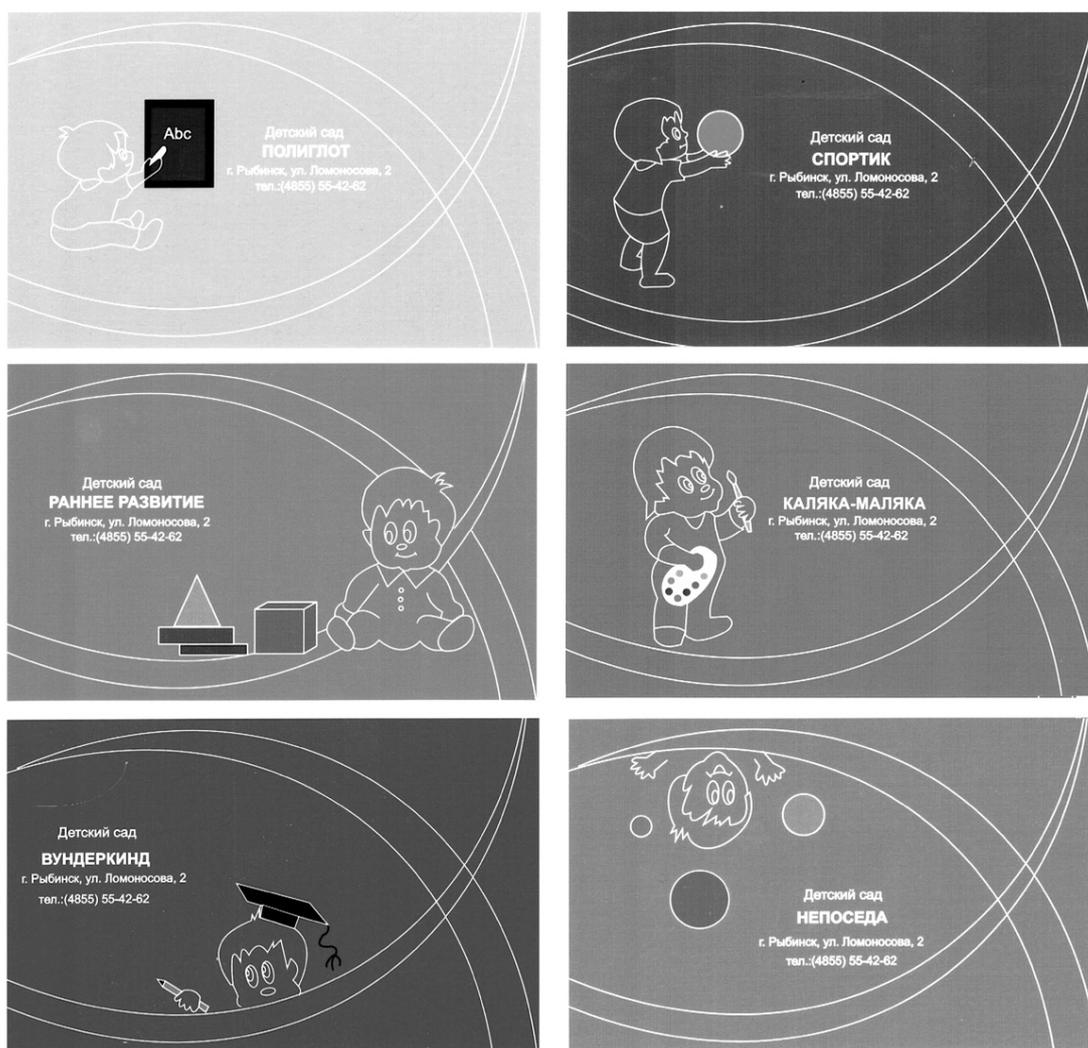


Рис. 2. Дизайн-макет визиток для детских садов

В результате работы с помощью возможностей графического редактора CorelDRAW созданы макеты визиток для детских садов, выполненные в стиле минимализма. Новизной данного проекта является то, что при создании макета визиток учтен тематический уклон детских садов (спорт,

музыка, рисование и др.), что обосновало применение в графическом решении визиток ассоциативных образов, связанных с направлением специализации данных организаций.

Литература

1. Туэмлоу Э. Графический дизайн: фирменный стиль, новейшие технологии и креативные идеи / Э. Туэмлоу. – М.: Астрель, АСТ, 2006. – 256 с.
2. Официальный сайт типографии «АВИА принт» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://aviaprint-spb.ru>

РОЛЬ КОНСТРУКТИВНЫХ ИННОВАЦИЙ В СТИЛИЗАЦИИ ОБЪЕМНО-ПРОСТРАНСТВЕННЫХ ФОРМ ОДЕЖДЫ ПРОШЛЫХ ДЕСЯТИЛЕТИЙ

Кузьмичев В.Е., Стрельцова М.С.

Ивановский государственный политехнический университет, Россия

Современная мода активно цитирует историю костюма, заимствуя из большого набора композиционных приёмов, с помощью которых создавались прежде узнаваемые образы, в первую очередь, основные признаки формы, пропорции и фронтальный силуэт, иногда подкрепляя их колористическими и линейно-графическими символами. Аналитики моды используют именно их для выявления общих признаков с современными репликами. Конструктивные решения новых моделей, как правило, остаются за полями таких обзоров. Вместе с тем, конструкция одежды не является застывшим элементом уже потому, что путем комбинирования конструктивных параметров можно получить неограниченное число форм и силуэтов. Развитие приемов конструирования происходит параллельно с модификацией форм одежды [1,2]. Поэтому в период радикального минимализма, господствующего в современной моде с 2013-14 гг., именно конструктивные решения выступают часто в качестве наиболее эффективных приемов стилизации.

Основой для настоящего исследования стали модели женской одежды из тех коллекций ведущих дизайнеров, которые были однозначно отнесены экспертами к группе исторических стилизаций, и базы чертежей конструкций. Для графического анализа обоих объектов были использованы разработанные ранее подходы [2]. Исследование включало изучение видимых и скрытых механизмов стилизации.

На основе визуального анализа моделей женских платьев из коллекций Lanvin и Alexis Mabille и ближайших им исторических аналогов из

опубликованных источников были сформированы наиболее явные отличия между аналогичными *видимыми* конструктивными решениями (табл.1).

Таблица 1

Сравнительная характеристика некоторых конструктивных решений в женской одежде 1960-х и 1970-х гг. и ее стилизованных вариантов 2015 г.

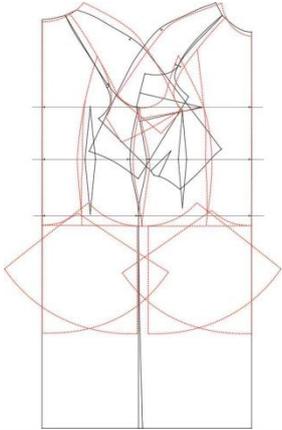
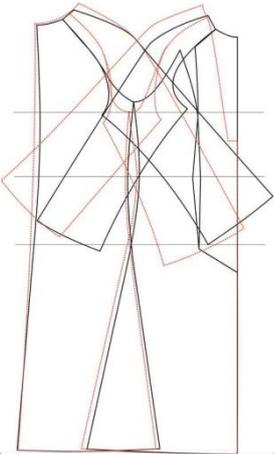
№	Конструктивный признак	Вариант конструктивного решения	
		1960-е	современные реплики
1	Линия низа	Горизонтальная	Негоризонтальная (наклонная, скошенная, ломаная и др.), включая комбинирование в разных проекциях
2	Отрезная линия талии	Горизонтальная	Негоризонтальная (наклонная, скошенная, ломаная и др.), включая комбинирование в разных проекциях
3	Линия горловины	Симметричная, преимущественно криволинейная	Несимметричная (криволинейная, ломаная)
4	Втачной пояс	Горизонтальный с постоянной шириной	Негоризонтальный, с переменной шириной
5	Нагрудные и талиевые вытачки	Припуски направлены внутрь	Припуски направлены наружу
6	Складки вдоль отрезной линии талии	Распределены равномерно	Возможно неравномерное распределение
7	Фронтальный силуэт	Абсолютно симметричный относительно линии полузаноса (правая и левая полочки идентичны)	Несимметричный, возможно присутствие двух разных силуэтов
8	Профильный силуэт	Подчинен фронтальному силуэту	Может быть неадекватным фронтальному силуэту
9	Края деталей (воротников, бортов и др.)	Обработаны швами	Не обработаны

Этот перечень может быть продолжен. Совокупность перечисленных новых конструктивных приемов служит очевидным индикатором, отличающим современную одежду от моделей предыдущих десятилетий. Это очевидно, так как дизайнеры, используя в качестве вдохновения стили 1960-х и 1970-х гг., модифицируют их с учетом инноваций в текстиле, технологии изготовления и популярных трендов, в частности, деконструктивизма и асимметрии.

Внутренний (скрытый) механизм конструктивного формообразования становится понятным после анализа чертежей конструкций, содержащих те базовые приемы, которыми обозначают различные способы получения формы – конструктивные или технологические [3]. Рассмотрим на примере платьев покроя реглан, по каким признакам различаются исторические и ближайшие к ним современные модели (табл.2).

Таблица 2

Анализ моделей женских платьев 1960-х и 1970-х гг. и их аналогов 2015 г.

Варианты платьев		Совмещенные чертежи конструкции*
Исторические	Современные реплики	
1960-е		
		
1970-е		
		

Примечание: черным сплошным контуром обозначены исторические чертежи моделей, красным пунктиром – современные.

Для сравнения мы совмещали по определенной схеме чертежи конструкций из ранее изданных журналов мод [4, 5] с чертежами построенными по методике ЦОТШЛ для реконструируемых современных моделей.

Характерной чертой конструкций 1960-х гг. является положение нагрудной вытачки из верхней части бокового шва для уплощения формы груди: такое расположение отвлекало от нее внимание в готовом платье, но технологически на формирование этого участка затрачивалось много времени. В современных моделях вытачку проектируют в рельефном вертикальном шве, что позволяет сократить количество операций при изготовлении платья. В чертеже 1970-х гг. нагрудная вытачка расположена в рельефе, однако, в модели 2015 г. деталь полочки уплощается за счет нового приема, а именно перераспределения части вытачки в пройму, что позволяет исключить операции по формированию этого узла. Формообразование для всех платьев достигнуто конструктивным способом.

Применяемая в 1960-е гг. выточка на выпуклость лопаток в современных конструкциях не используется, а форма верхней части спинки получена за счет удлинения линии проймы и изменения угла наклона плеча. Платья становятся более свободным в области плечевого пояса, а формообразование осуществляется путем посаживания срезов.

При формообразовании узкого рукава в моделях платьев 1960-е гг. применяли посаживание локтевого среза и оттягивание переднего среза или более удобный - проектирование локтевой выточки. В современных моделях платьев стараются избегать формообразования на уровне локтя в узком рукаве из-за широкого распространения эластичного материала.

Таким образом, на примере моделей платьев покроя реглан прослеживается явная тенденция минимизации затрат на формообразование за счет новых конструктивных приемов.

Нами сформированы базы данных о применяемых приемах конструктивного формообразования, востребованных в разные периоды.

Литература

1. *Афанасьева Н.В., Кузьмичев В.Е.* Женская мода в России XX века: костюм – фигура – конструкция: учебное пособие. – Самара: СГАСУ, 2005. - 127 с.

2. *Кузьмичев В.Е., Ахмедулова Н.И., Юдина Л.П.* Художественно-конструктивный анализ систем «фигура-одежда»: учебное пособие с грифом УМО. – Иваново: ИГТА, 2013.

3. *Кузьмичев В.Е.* Конструктивные прибавки в чертежах модельных конструкций женской и мужской одежды: учебное пособие. – Иваново, ИВГПУ, 2015. - 77 с.

4. Журнал «Альбом моделей одежды с чертежами кроя», 1966.

5. Журнал «Одежда и украшения», 1972.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РАСТРОВОГО ГРАФИЧЕСКОГО РЕДАКТОРА ДЛЯ РАЗРАБОТКИ КОЛЛЕКЦИЙ ОДЕЖДЫ И АКСЕССУАРОВ

Яковлева Н.Б., Каршакова Л.Б., Фирсов А.В.

Московский государственный университет дизайна и технологии, Россия

Люди самых разных профессий применяют информационные технологии по обработке графической информации в своей деятельности. Например, исследователи в различных научных и прикладных областях; художники; конструкторы; специалисты по верстке; иллюстраторы, дизайнеры; разработчики рекламной продукции; фотографы; специалисты в области телемонтажа и видеомонтажа. Художники-стилисты не являются ис-

ключением, более того, для современных специалистов владение компьютерными технологиями является профессиональной необходимостью.

Художник в индустрии моды - это изобретатель, он придумывает, предлагает детали моделей одежды, аксессуаров и художественные дополнения, которых не было раньше, и адаптирует их к повседневному применению. Умение сделать эскиз, максимально воплощающий полет фантазии, передающий богатство тканей, неожиданный силуэт или особенности деталей - основа его работы. При создании оригинального образа или разработки стиля специалист использует собственные наработки, опираясь на художественную интуицию и используя рациональные методы проектирования.

Сначала модельер придумывает образ модели. На данном этапе полет фантазии мастера ничем не ограничен. Однако, новая модель должна соответствовать тематике коллекции, сезону, современным тенденциям моды. Быть креативной, новаторской, но, в тоже время, практичной и гармоничной.

Затем на бумаге, а иногда и сразу экране компьютера, рождается эскиз модели. Модельер должен знать, что от того, как он воплотит свой образ в рисунке, во многом зависит конечный результат. Эскиз модели должен быть выполнен в выгодном ракурсе, точно и наглядно отображать пропорции и цвета. Желательно, чтобы эскиз показал фактуру ткани, особенности драпировки, передал настроение модели.

Законы композиционного построения надо учитывать, как при разработке одной модели, так и при создании коллекции. Признаками коллекции являются: цельность, единство стиля, творческого метода, цветовой гаммы, структуры материалов, базовой формы и конструкции; единство типов и образов. Целостность коллекции воплощается в каждой части произведения так, что часть оказывается особым элементом целого.



Рис.1. Эскиз и поиск цветового решения в растровом редакторе

Растровые графические редакторы предоставляют более широкие возможности по сравнению с традиционными средствами рисования. Прозрачность, режимы наложения, подбор кистей любых размеров и форм, возможность сохранения промежуточного результата — все это открывает широкие возможности для реализации художественной идеи.

На данный момент существует большой выбор графических программ для создания и редактирования пиксельных изображений. Различия есть, например, в реализации некоторых принципов, в интерфейсе и наборе инструментов, но суть остается той же.

В настоящее время Adobe Photoshop является одной из самых популярных в мире программ редактирования изображений. Возможно, из-за того что компания Adobe выпускает более сотни программных модулей, которые хорошо совместимы друг с другом. Этот растровый пакет входит во многие специальные наборы и широко используется как любителями, так и профессионалами. Да, для того, чтобы освоить инструментарий в полной мере нужно время и желание, но усилия окупятся сторицей.

Эскизы, выполненные средствами Adobe Photoshop, смогут помочь воплотить дизайнерские задумки, именно те идеи, что перевоплощают обычную одежду в произведение искусства. Любой истинный модельер, главным образом, неутомимый новатор себя, он с легкостью чувствует все, что поможет в творении новых оригинальных коллекций, в связи с этим эскизы, сделанные в таком мощном графическом реакторе, - это шанс поднять свой мастерский уровень на новую ступеньку.

В Московском государственном университете дизайна и технологии совместно специалистами кафедры информационные технологии и компьютерный дизайн и кафедры искусство костюма был разработан курс, ориентированный на художников-стилистов, работающих с одеждой, обувью, аксессуарами. Слушатели осваивают базовые приемы работы в программе сразу же выполняя задачи по специальности.



Рис.2. Поиск цветового и композиционного решения в растровом редакторе

Для того, чтобы в дальнейшем самостоятельно развивать навыки в обработке изображений, необходимо заложить прочную базу. Должно быть глубокое знакомство с инструментами рисования, изучение слоев и

трансформаций, инструментов выделения, работы по коррекции тона и цвета фотографий, ретушь изображений, взаимодействие с Adobe Illustrator, работа со смарт-объектами, создание бесшовных узоров и текстур, сохранение для web и для печати.

Художественное проектирование — это неотъемлемая часть процесса производства в модной индустрии. Изделие является частью культурной среды. Принцип проектирования формы связывается с прогрессивными тенденциями культуры и определенным этапом развития формы костюма. Компьютер стал незаменимым помощником, современные графические редакторы создают удобную среду для поиска решений. Образование специалистов в области текстильной и легкой промышленности должно включать в себя ознакомления с основными возможностями, предоставляемыми информационными технологиями для создания коллекций костюма и аксессуаров.

Литература

1. *Каршакова Л.Б., Яковлева Н.Б., Бесчастнов П.Н.* Компьютерное формообразование в дизайне — М.: ИНФА-М, 2015.
2. *Козлова Т.В.* Костюм. Теория художественного проектирования - М.: МГТУ им. А.Н. Косыгина, 2005.
3. *Susan Lazear.* Adobe Photoshop for Fashion Design – Prentice Hall, 2009.
4. *John Hopkins.* Fashion Drawing – AVA academia, 2010.

ПРОБЛЕМА ДУХОВНОСТИ В ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОМ ИСКУССТВЕ

Постникова Н.С.

Московский государственный университет дизайна и технологии, Россия

*Время – это движущийся образ вечности,
имеющий начало в Боге, который
творит себе формы жизни.*

Искусство – важный вид творческой деятельности человека, назначение и смысл которого не всегда доступен обыденному мышлению. Произведения искусства – это явленное зрителю поле сражения добра и зла. Искусство своей направленностью участвует в судьбе мира, и художник несет ответственность за созданные им произведения. Художественно значимая живопись – уникальный вид изобразительного искусства, содержанием которого является образная поэтика мира, запечатленная в красках.

Примером живописи абсолютной светоносности является икона. Она освящает нашу жизнь. Григорий Палама называет эти Божественные энер-

гии «нетварным светом», или «благодатью». Дионисий Псевдо Ареопагит говорит: «Поистине видимые иконы суть видимые невидимого».

Протоиерей Сергей Булгаков в книге «Икона и иконопочитание» (1996г.) пишет: «Изобразительное искусство имеет дело с образом, который оно воспроизводит. Понять природу образа следует из его отношения к первообразу. Гранью, отличающей образ от первообраза является реальность последнего и идеальность первого. Основная задача искусства явить идею, мыслеобраз идеальный – не бытия, но смысла. Искусство проникает через кожу вещей, чтобы увидеть за ней их мыслеобразы – идеальную форму, которая просвечивает во всем их бытии. Искусство есть художественное истолкование мира».

Истинный живописец подобен иконописцу, используя в работе земные материалы (краски, холст, картон, дерево, и др.), он превращает материальные элементы в носители духа.

В начале 20в. появляются художественные течения модернизма, отказавшиеся от классической традиции светоносной живописи: фовисты, кубисты, абстракционисты и др. Произведения искусства этих деструктивных направлений привели к возрастанию энтропии. Их творчество способствовало разрушительным историческим событиям конца 19 начала 20вв – двум мировым войнам, революции и гражданской войне в России. Апофеозом античеловеческой деструктивной «живописи» является творчество К. Малевича. Его «творческая» программа – свести все предметные формы к «нулю», а потом «шагнуть за нуль» в небытие. Его картина «Черный квадрат» - икона противника Бога, то есть, смерти – это точка невозврата.

Австрийский искусствовед и философ культуры Ханс Зедльмайер (1896-1984) прочитывая в истории искусства историю духа, находит невидимые духовные сдвиги в искусстве 19-20 вв, которые имеют устойчиво кризисный характер. В книге «Утрата середины» (1948) он пишет об упадочных явлениях искусства. Совершается надлом тысячелетних художественных канонов. Изменяется значение искусства как жизненного средоточия в человеке. «Утрата середины» происходит во многих смыслах. Человек всегда бывший всеобщей мерой вещей, центом мира, серединой между верхом и низом, перестает считаться таковым. Извечное духовное задание искусства воплощение космического порядка бытия с человеком в качестве центрального звена заменяется массовым сознанием «религией машины».

Культура Запада, чуждая другим культурам, и ее неслыханное планетарное распространение заставляют исследователя понимать современность как поворотный пункт во всей мировой истории. Эту дегуманизирующую ступень сравнить не с чем. Кончается эпоха отдельных культур и среди страшных кризисов начинается эпоха планетарного единства, структуру и характер которой совершенно невозможно предугадать. На Западной культуре с изначально присущим ей невероятным динамизмом лежит

задача подготовить этот переход. Это последняя высокая культура «старого типа» в своей последней уникальной фазе приоткрывающая перспективу какой-то новой всемирной культуры, перекрывающей собой все отдельные культуры.

Х. Зедльмайер демонстрирует неизбежную зависимость искусства от цельного философского понимания бытия. Структурой художественного произведения он называет собранность его слоев и смыслов вокруг «чувственно-духовной середины». В этом неразложимом единстве художественного образа достигается «сгущение» и «опоэтизирование» экзистенциального опыта исторического человека. По его мнению, искусство – это «целостно-интуитивное переживание», дающее широкие права на «живое осовременивание вневременного». «В перспективе истории, искусство призвано раскрыть надпространственную, надвременную общность истинных художников. Возникновение собора».

Новая всемирная культура может возникнуть в месте высокой концентрации духовной энергии на месте собора всех святых, невидимо присутствующих в мире. Таким местом может стать Россия, как особая зона Земли, лежащая на перекрестке разных частей Света. Наша земля – это один большой антиминс, покрывающий неисчислимое множество известных и неизвестных святых и воинов, отдавших жизнь в борьбе за отечество. В ней сокровенно зреет до времени зерно нового мирового искусства, освященного кровью мучеников.

От нас промыслительно сокрыто время появления искусства нового типа, истинного искусства, вдохновленного Духом Святым, которое будет жить до конца мира, то угасая, то снова возрождаясь.

Искусство, как явление жизни тварной, имеет начало, становление, вершину и упадок, после которого должен начаться новый спиральный виток развития.

Искусство будет существовать пока человечество живет на Земле.

Литература

1. *Ванесян С.С.* Пустующий трон. Критическое искусствознание Ханса Зедльмайра. – М.: Прогресс-Традиция, 2004. – 416 с.

2. *Лосский В.Н.* Очерк мистического богословия Восточной Церкви. Догматическое богословие. Киев: Изд-во им. святителя Льва, папы Римского, 2004. – С. 245.

3. *Булгаков С.Н.* Икона и иконопочитание. – М.: Крутицкое Патриаршее Подворье «Русский путь», 1996. – 158 с.

4. Аполлон. Изобразительное и декоративное искусство. Архитектура: Терминологический словарь / Под общ. ред. А.М. Кантора. – М.: Эллис Лак, 1997. – 736 с.

ПРИЕМЫ МИФОЛОГЕМА И ИГРА В РЕКЛАМЕ ФРАНЦУЗСКИХ ДОМОВ МОД XX-XXI ВВ.

Архинова Н.А.

Московский государственный университет дизайна и технологии, Россия

Большая конкуренция в мире моды привела к необходимости частого обновления визуального ряда рекламных сообщений в журналах мод. Постоянная смена модных стандартов, зависящая во времени от сезонов года, – основной фактор требований к новому рекламному сообщению в журналах мод в XX-XXI веках.

В настоящее время в рекламе, как отмечает ряд исследователей, нарушаются пропорции между высокой и массовой культурой. Последняя становится “массовой” не только по количеству вовлеченных в неё людей, но и по упрощению потребляемого продукта [1]. Также существует мнение, что граница между высокой и массовой культурой утратила чёткие очертания [2. С.153].

Реклама французских Домов мод XX-XXI веков является элитным искусством, где учитываются эстетические и этические аспекты высокой культуры. Визуальный язык иллюстраций в журналах мод служили лучшим примером для изучения искусства рекламы изделий текстильной и легкой промышленности.

Основными средствами рекламы французских Домов мод являются специализированные показы, выставки и презентации, реклама в СМИ и в журналах мод, открытие сети модных бутиков во всем мире. Полосы журналов мод, как правило, заполнены информацией о творчестве ведущих модельеров Франции, что ведет к необходимости постоянного поиска новых средств со стороны художественных редакторов для презентации новинок. Ответственность за удачное художественное оформление рекламного сообщения лежит на дизайнерах и фотографах рекламных агентств, сотрудничающих с журналами мод.

Рекламный графический дизайн изделий текстильной и легкой промышленности в журналах мод в XX-XXI веках, претерпевал значительные изменения в технике исполнения рекламных сообщений.

Рекламные *мифологемы*, образуют структуру, основанную на традициях мифотворчества в культуре, а также на образе компании. Культуролог А.Ульяновский определяет: “Миф – это творчество, при котором фантазия принимается за реальность” [3, С.5]. Все, без исключения старейшие и ведущие французские Дома Мод, используют фирменную символику и “легенды”, перерабатывая их в современную концепцию, с целью рекламы своих коллекций. Так, знаменитый рекламщик Жак Сегела считает, что первое правило коммуникации на рынке товаров класса люкс – рассказать свою историю [4, С.44]. По мнению французского ученого Р.Барта, миф

одновременно обозначает и оповещает, внушает и предписывает, носит побудительный характер, навязывает свою собственную интенцию [5].

Таким образом, популярные мифологемы имеют концепцию эволюции при сохранении смысловых истоков, что обеспечивает международный и долговременный успех Домам мод. Мифологемы являются одним из приёмов визуального языка иллюстраций в журналах мод.

Содержанием рекламной информации изделий текстильной и легкой промышленности в журналах мод являются предметы высокого качества, символизирующие комфорт и богатство, реклама которых формирует у покупателя стремление, обладать этими предметами. Французским домам моды для поддержания своего существования необходимо было изготавливать также продукцию для массового потребления, такую как парфюмерия: духи, лечебная и декоративная косметика. Размещая свою фирменную символику на упаковке производимых товаров, Дома мод публиковали дополнительную рекламу о себе в журналах мод.

Одной из важных коммуникаций в рекламе изделий текстильной и лёгкой промышленности иллюстраций журналов является изображение – упаковки рекламируемой продукции. Особенно часто рекламу упаковки используют для парфюмерной продукции. Упаковка является информативной и стимулирующей рекламой, что позволяет узнать продукцию в магазине. Добавление дизайнерского имени (и бирки с ценой) на обыденный в остальном изделие немедленно превращает его в объект желания [6, С.203].

В рекламе французских Домов мод также используют приём *игра*. Как пишет В.В. Учёнова, в основе постмодернизма находится программно заявленная игра смыслов, выработанных предшествующим развитием человечества, а ныне предлагаемая в новых конфигурациях. Эклектичность, мозаичность, пародийная интерпретация предшествующих культурных образцов является установкой многих авторов. Пародия, гротеск, ироничная трактовка явлений действительности – это варианты игры [7].

В рекламном контексте игра приобретает – средства по стимулированию распространения продукции. В основе рекламных игровых приёмов лежит игровая типология, созданная Й.Хейзингом. Игра как представление имеет два вида: реперезентация и воображение. В своей книге «Ното Ludens», Й.Хейзинг, считает, что игра старше культуры [8].

Стремление человека к игре, соревнованию, в основе которых лежит врожденный инстинкт подражания, соперничеству, свободной деятельности является положительным фактором для создания удачной рекламы.

В книге «Игра в рекламе» авторы И.В. Швецов и Ю.С. Вегенер определили игровые модели и приёмы в рекламе на основе типологии Й. Хейзинга. В результате данного исследования в рекламе французских Домов мод были выявлены некоторые модели традиционных рекламно-игровых приёмов:

1) модели рекламных обращений, содержащих в себе игру в качестве репрезентации:

- “преимущество” (потребитель, приобретая данную продукцию – побеждает в игре, становясь обладателем всех преимуществ товара);

- “остроумие” (созданное позитивное настроение является выигрышем для покупателя);

- “шок” (огромный эмоциональный посыл, побуждающий зрителя к сопереживанию и к определённым положительным действиям).

2) модели рекламных обращений, содержащих в себе игру в качестве воображения:

- “детство” или “взрослые, как дети” (реклама, наполненная красочными и необычными символами, погружает ребёнка (или взрослого) в мир фантазии, вызывая у него желание стать обладателем данного предмета);

- “настроение” (чем сильнее реклама воздействует на настроение зрителя, тем сильнее будет положительный фон вокруг рекламируемого товара);

- “свидетельство знаменитости” (с помощью своего положительного образа известной личности в рекламе выстраивается взаимосвязь между продуктом и потребителем);

- “культ” (посылом данной рекламы является некий образ жизни и воплощает в себе высший порядок);

- “запретный плод” (элементы интриги, отношения между мужчиной и женщиной, разрушение неких табу являются сюжетами данного игрового приёма);

- “потребление” (товар становится знаком, имеющим символические значения, и потребляется не в ходе рационального выбора, а в процессе социальной идентификации) [9, С.82-92].

Реклама французских Домов мод, является наиболее элитарной, стильной и высокохудожественной. Художественная ценность иллюстраций в журналах мод, ведущих фирм французской “модной” индустрии - заключается в том, что иллюстрации несут в себе функцию воспитания хорошего вкуса, стиля и высокой моды. Сюжеты и образы иллюстраций французских Домов мод обладают способностью доставлять эстетическое удовольствие, что достигается с помощью приёмов, приемлемых для построения художественных и рекламных образов. Приемы мифологема и игра являются одними из ведущих в создании эффективного рекламного сообщения в журналах мод.

Литература

1. *Миронов В.В.* Коммуникативное пространство как фактор трансформации современной культуры и философии// Вопросы философии. – 2006. – №2.

2. *Маньковская Н.Б.* Эстетика постмодернизма. СПб.: Алетейя, 2000. — 347 с. — (серия «Gallicinium»).
3. *Ульяновский А.В.* Мифодизайн рекламы. — СПб.: Ин-т личности, 1995. — 300 с.
4. *Кривцова Е.* Законы планеты люкс от Жака Сегела// Модный magazin, 2005. — №12. — С. 44.
5. *Барт Р.* Система моды. Статьи по семиотики культуры. М.: Изд-во им. Сабашниковых, 2003. — 512 с.
6. *Хиллер Б.* Стиль XX века. М.: 2004. — 240 с.
7. *Ученова В.В.* Реклама и массовая культура: служанка или госпожа?: учеб. пособие. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. — 248 с.: цв.ил.
8. *Йохан Хейзинга.* Homo ludens. В тени завтрашнего дня. — М.: Издательская группа «Прогресс», «Прогресс-Академия», 1992. — 464 с.
9. *Швецов И.В., Вегенер Ю.С.* Игра в рекламе. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. — 159 с.

ИСТОРИЯ И ДИЗАЙН ВИЗИТКИ

Дергилева Е.Н.

Московский государственный университет дизайна и технологии, Россия

Современные искусствоведы сходятся во мнении, что предыстория визитной карточки начинается с возникновения рукописных визиток в древнем Китае. Визитки в III веке до нашей эры наносились каждый раз вручную на красном шелке для визита, с изложением цели, должности и темы визита. Шелк позднее заменился бумагой. С XVI века рукописные визитки «Carte de Visite» быстро распространяются в Европе (Венеция, Флоренция, Париж), а с середины XVIII века их начинают делать печатными способами. На оборотной стороне визитки стали дописывать, а потом и допечатывать различную личную и деловую информацию. С развитием почтового сообщения визитки не только разносились лично или с курьером, но и рассылались по почте в специальных конвертах с наклеенной маркой. С конца XVIII начала XIX века профессиональные визитки с длинным перечнем оказываемых услуг уже лежали в коробках шляп, духов, конфет и по сути являлись тем, что мы сегодня называем рекламно-информационными листовками. Личные визитки довольно быстро трансформировались до профессиональных визиток, визиток-писем, визиток-поздравительных открыток, визиток - рекламно-информационных листовок и проторили дорогу к дверям каждого дома. Допускающееся с XVIII века правилами европейского этикета, загибание частей личных визиток, особенно мужских, по всей ширине с правой или левой стороны, перешло в профессиональные визитки. Появилась возможность перераспределения

информации на сторонах сгибаемого листа, так как вместо использования двух сторон (полос) появилась возможность использовать четыре [1].

Вложенная в упаковку с изготовленным изделием визитка с текстом «Портной Н.Федоровъ в доме Засецкой в Москве» уже была рекламной, а большеформатная визитка с надписью «Инженер Львовичъ Ассь, расчетное бюро, железобетон, железные конструкции, центральное отопление, разработка проектов, расчеты, технический надзор. Ведение работ хозяйственным способом. Петроград 4 рота, 18а. Тел.472-57» - полноценная рекламно-информационная листовка. Обратную сторону таких визиток, вложенных в конверт по необходимости использовали, как площадь для рукописного текста разного характера. Визитка изначально украшалась орнаментами, изображениями цветов, птиц, стилизованных рукописей и т.п. Все эти творчески «наработки» перешли и на почтовые или сувенирные карточки, доставляемые курьером или приходящие по почте [2].

Творческие достижения графики визиток полностью перешли в поздравительные открытки, которые в свою очередь повлияли на дизайн флаеров производителей женской одежды, духов, галантереи, кондитерских изделий. Изображения цветов, созданные рукой великой немецкой цветочницы Катарины Кляйн, во второй половине XIX - начале XX века и литографированные в открытках, сегодня продолжают влиять на дизайн «цветочных» листовок-флаеров. Тоже можно сказать о карточках кондитерской фирмы «Товарищество «Эйнемъ» в Москве», вкладывавшихся в подарочные наборы конфет в начале XX века. На лицевой стороне рекламных карточек Товарищества Эйнемъ в Москве всегда красовалось название товарищества в сложном цветочном орнаменте или на фоне красивого пейзажа, а на оборотной – предлагаемый покупателю ассортимент продукции. Например - «Конфеты: Корона, пандора» или «Помадка: Космос, Орфей», продажа везде!». В рекламных целях Товариществом Эйнемъ в 1914 году был выпущен серия из восьми роскошных наборов конфет под названием «Москва будущего» с оригинальными почтовыми открытками – вкладышами с изображениями будущего города через 200-300 лет. В каждую коробку укладывались серия из 8 футуристических открыток, имеющих изображение и текстовое описание изображенной ситуации. Так открытке №7 изображена Красная площадь и имеется надпись «Красная площадь». Шум крыльев, звон трамваев, сирены автомобилей, треск моторов, крики публики. Минин и Пожарский. Тени дирижаблей. В центре полицейский с саблей. Робкие пешеходы спасаются на лобном месте. Так будет через 200 лет» Открытки имели ошеломляющий успех у любителей сладкого. С Эйнемъ по графике рекламных карточек соревновалось «Товарищество А.И.Абрикосова сыновей». Кроме богатой графики при изготовлении таких карточек широко применялось тиснение, различные фигурные вырубki и просечки, вклейки из шелка и т.д. [3].

Сегодня визитки широко востребованы людьми совершенно различных сфер деятельности. Ведь наличие визитной карточки - самый лучший способ начать сотрудничать с потенциально выгодными клиентами. Обилие технологических возможностей современной полиграфии в наши дни позволяет создавать совершенно уникальные и разнообразные визитки, воплощая различные креативные идеи. Однако, в современном дизайне визиток можно выделить некоторые характерные тенденции. Это минималистичный, часто черно-белый дизайн, использование современной фотографии в дизайне визиток, применение вырубок, тиснений и сглаженных углов, нестандартные, привлекающие внимание материалы и формы. Зачастую дизайн визитных карточек «поставлен на поток», предлагая заказчику различные готовые решения, в которых остается только заменить информацию. Напротив, не меньшей популярностью пользуются эксклюзивные визитки с нестандартными решениями, иногда доходящими до абсурда: съедобные, живые, растворяющиеся визитки и т.п.

Анализ дизайна визиток, включая их истоки, показывает, что этот жанр графического дизайна еще долго будет оставаться многоликим явлением, вбирая в себя множество разветвленных и перекрестных взаимосвязей. Находясь на границе рекламных технологий и высокой графики он пропитывается достаточно разной идеологией, утверждая тезис «красивое и нужное всегда в цене» [4].

Продланное исследование позволяет сделать следующие выводы: наиболее ранние формы визиток появились в III веке до н.э. в Китае в среде чиновников, в Европе получили распространение с XVI века нашей эры; трансформация в конце XVIII – начале XIX века личной визитки в профессиональную визитку с перечнем услуг привела к становлению рекламно-информационной листовки и, в последствии, к появлению листовочной брошюры; трансформации личной визитки в визитки-письма и визитки-поздравления проложили дорогу к каждому дому почтовым рекламно-информационным полиграфическим сообщениям.

Литература

1. *Тангейт М.* Всемирная история рекламы. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008.
2. *Файнштейн Э.Б.* В мире открытки. — М.: Планета, 1976. — 131 с.
3. Коллекция рекламных карточек из личного архива Дергилевой Е.И.
4. *Лакими Бхаскаран.* Анатомия дизайна: реклама, книги, газеты, журналы. – М.: Астрель, 2006.

ПОДГОТОВКА КОНКУРСНЫХ КОЛЛЕКЦИЙ В АСПЕКТЕ ПРЕПОДАВАНИЯ ОСНОВ ТВОРЧЕСКОГО МАСТЕРСТВА ДИЗАЙНЕРОВ КОСТЮМА

Вадеева М.О.

Московский государственный университет дизайна и технологии, Россия

Подготовка бакалавров-дизайнеров по профилирующим дисциплинам по сравнению с обучением специалистов проходит в сжатые сроки, базовые предметы объединены в блоки, что настраивает на командный подход к работе, успех которой зависит от всех составляющих: взаимодействия преподавателей и студентов, правильно выбранной стратегии и тактики преподавания, умения выстраивать проектную деятельность на всех этапах обучения с учетом тех или иных приоритетов.

Студенты-дизайнеры, нацеленные на плодотворную учебу и работу по специальности, должны не только ориентироваться на задачи легкой промышленности, которые они будут решать, работая в данной сфере, но и пробовать себя в качестве креаторов - создателей арт-объектов, что отвечает специфике выбранной профессии и вырабатывает в студенте не только профессиональные, но и «бойцовские» качества, генерирует творческую фантазию и стремление быть лучшим в своей области.

Не секрет, что подготовка творческой коллекции молодого дизайнера, претендующего на участие в том или ином престижном конкурсе молодых дизайнеров требует работы в команде, и такая комплексная дисциплина, как основы творческого мастерства в учебном плане подготовки бакалавров как раз на такую работу и настраивает. В эту дисциплину включаются такие профилирующие предметы как проектирование, макетирование и выполнение проекта в материале, и при выполнении как семестрового, так и конкурсного проектного задания очень важно определить приоритеты, выстроить алгоритм и взаимосвязь отдельных этапов работы, их преемственность и взаимоподчиненность.

Чем же коренным образом будут отличаться конкурсные коллекции от семестровых? Во-первых, их отличие в том, что конкурсная коллекция выполняется помимо обязательной семестровой, она может отличаться по специфике моделей от той коллекции, что одновременно выполняет студент согласно рабочей программе. Во-вторых, эта коллекция, как правило, включает 5 выходов (а не 3, как учебная). В-третьих, она требует и от преподавателей, и от студентов творческого подхода, креативности и учета индивидуальности студента-дизайнера для достижения наилучших результатов.

Итак, как же выстраивается логика такого проектного задания?

Сначала, что очевидно, выстраиваются цели, которых хочет достичь студент. Они могут быть различными в зависимости от характера конкурса

и профессионального опыта студента. Приведу пример: если это конкурс «Шаг в будущее», в котором участвуют учащиеся колледжей, техникумов, и студенты 1-го курса, основная задача – это попытка заявить о себе, преодолеть страх публичности, создать некий арт-объект, пусть незрелый, спорный с точки зрения эстетики и здравого смысла, но выражающий индивидуальность автора, раскрывающий его видение мира, некие начальные творческие установки. И здесь задача преподавателей – не столько критично отнестись к замыслу студента, часто наивному и незрелому, сколько нащупать в нем рациональное зерно, которое в благоприятных условиях может созреть и прорасти, дав жизнь в материале даже первоначально весьма неясно выраженной идее. В команде преподавателей, видимо, роли распределяются следующим образом: ведущую функцию возьмет на себя преподаватель макетирования, который вместе со студентом на основе эскизов разработает несколько вариантов макетов, которые затем преподаватель предмета «Выполнение проекта в материале» поможет отшить «начисто», сохранив оригинальность идеи и не требуя от студента слишком технологичного исполнения, которое первокурснику, как правило, не под силу.

Другое дело, если речь идет о таких конкурсах, как «Формула стиля», «Точка RU», «Ассамблея моды», «Кутюрье года», «Ламановский конкурс», которые требуют от студентов-участников определенной зрелости и мастерства. Цели, которые ставит перед собой студент – это уже не только самопрезентация, но и реклама своего вуза, он должен чувствовать себя частью большого коллектива, от имени которого выступает, дешифруя не только свои творческие замыслы, но и профессионализм преподавателей, помогающим ему раскрыть свои способности и дарования, готовящих его к плодотворной работе в выбранной специальности.

И в этом случае работа команды преподавателей, безусловно, усложняется, так как в проектное задание сначала необходимо включить маркетинговое исследование, выбрать направленность коллекции, чтобы она отвечала требованиям и номинациям конкурса, и в то же время была актуальной, но «незатертой», креативной, но жизнеспособной, привлекающей внимание, но не эклектичной (если только это не включено в общий замысел). При подготовке такой «взрослой» коллекции усиливается роль преподавателя проектирования, который должен вместе со студентом тщательно обсудить и отобрать наиболее интересные эскизы, выстроить их в коллекцию, подобрать ткани и материалы, из которых будут отшиваться модели. Преподаватели макетирования и выполнения проекта в материале включаются в работу, когда замысел коллекции в целом уже созрел, и его требуется перевести в материал. Конечно, не лишними здесь будут консультации конструктора и технолога, которые, хотя и преподают другой блок дисциплин, должны быть включены в команду по подготовке курсных коллекций.

Ситуация становится еще более ответственной, если речь идет о таких значимых конкурсах, как «Неделя моды в Москве», «Русский силуэт», «Подиум», «Бархатные сезоны», которые предполагают жесткий отбор участников и трансляцию не только в России, но и за рубежом. Здесь не избежать метода мозгового штурма, в котором принимают участие преподаватели как творческих, так и технологических дисциплин, вместе со студентами обсуждая и корректируя конкурсную коллекцию как на этапе эскизов, так и примерок, в том числе, окончательной. Необходимо обсудить и сценарий показ, и музыку, сопровождающую его, то есть создать не только саму коллекцию, но и спланировать целостное сценическое действие, которое не должно пройти незамеченным публикой и жюри. Сам студент с такой задачей справиться не в состоянии, он должен чувствовать помощь и поддержку более опытных и доброжелательно настроенных коллег.

К сожалению, эта большая работа преподавателей остается «за кадром», и в случае успеха, как правило, именинником себя чувствует только конкурсант, принимающий поздравления. Командная работа над проектом должна в итоге выливаться и в оценку деятельности всей команды, что пока не всегда отражается на восприятии работы преподавателей в целом.

СУРОВЫЙ СТИЛЬ ХУДОЖНИКА АЛЕКСЕЕВА. В ГОД 70-ЛЕТИЯ ПОБЕДЫ В ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЕ

Алексеев А.А.

Московский государственный университет дизайна и технологии, Россия

«Важна не степень законченности, а степень найденности», – так любил говорить художник Адольф Алексеев – мой отец. Передо мной на столе лежат десятки каталогов и книг, посвященных изобразительному искусству нашей страны за последние несколько десятилетий. На основе этих документальных статей и моих личных воспоминаний пойдет ниже речь о творчестве и жизни художника.

Адольф Евгеньевич Алексеев родился в 1934 году в г. Ленинграде. Успешно окончив в 1959 году Московский художественный институт имени В.И. Сурикова, он сразу был рекомендован в творческие мастерские Академии художеств СССР, где в течение трех лет совершенствовал свое мастерство. В 1965 году А. Алексеев по конкурсу принят в студию военных художников имени М.Б. Грекова. В 1968 году награжден золотой медалью имени М.Б. Грекова за участие в воссоздании панорамы Ф. Рубо «Бородинская битва». В 1970 году удостоен серебряной медали Академии художеств СССР. В 1974 году присуждено звание «Заслуженный художник России». Произведения А.Е. Алексеева находятся в ГТГ, в Централь-

ном музее Вооруженных сил в Москве, других музеях России и СНГ, а также в галереях и частных собраниях за рубежом.

Рисованием юный Адольф до МСХШ, начал заниматься, посещая изостудию Дворца пионеров Киевского района города Москвы, который находился недалеко от его дома. Студию изобразительного искусства курировал известный в городе педагог – художник А.М. Михайлов, который и рекомендовал впоследствии папу в среднюю художественную школу.

Про художественный институт им. В.И. Сурикова в период, когда там учился папа, а это 50-ые годы, написано достаточно много статей и книг, чтобы не повторяться скажу только ту информацию, которая относится непосредственно к студенту Адольфу Алексееву. Все его педагоги, включая таких мастеров советской живописи как П.И. Котов и В.П. Ефанов были правоверными соцреалистами, а по другому и быть не могло в те годы. Но влияние этих мастеров потом скажется на живописи их ученика, например, папа любил смотреть на живопись Н. Фешина художника виртуоза как рисовального, так и живописного жанра портрета. Фешина было свойственно четкая проработка лица и рук портретируемого и довольно обобщенное и широкое решение фона. Все эти приемы он мог видеть и у своих учителей, к тому же П. Котов был сам ученик Н. Фешина по Казанской художественной школе, хотя манера его живописи отличалась от учителя. Тем не менее, тональный строй изобразительной картины Алексеева во многом, особенно в студенческие годы, ориентировался на работы этих мастеров.

Человек, бывший еще лет десять, пятнадцать тому назад персонажем журнальных тем «На каникулы», «Опять двойка» и других, в конце пятидесятых – начало шестидесятых годов, становится главным героем – творцом, меняющим свою жизнь в мировом масштабе. Живописный язык картин данного времени стал более монументальным, отошла в историю тяжеловесность бытового описания. Использование необычных ракурсов, уплощение пространства, экспрессия силуэтов и линий – вот, что выходит на первый план в изобразительном искусстве того времени.

Уже в этюдах и эскизах к дипломной картине Алексеев показывает новый подход к изобразительной действительности. Работы этого времени полны страстного романтического звучания, они отражают наиболее значимые стороны советской действительности с точки зрения художника, гражданина и патриота, пропустившего через свое сердце время. Некоторые искусствоведы позволяют себе ненароком упомянуть о том, что это время всевозможных «Братсков» и они правы, тем более эти произведения вошли в фонд советского искусства, работа моего отца не стала исключением.

Рассматривая картины А. Алексеева этих лет мы видим отличие его работы от картин его современников, будучи большим мастером портретной живописи, он сумел отразить в этих этюдах своих современников: ли-

ричность, теплоту и задушевность, которая уже стала исчезать из портретов, а на смену этому шел грубоватый стиль плакатного персонажа, который критик А.А. Каменский впоследствии назовет «суровым». Поэтому дипломную картину «Братск начинается» можно смело отнести к периоду «оттепели», где пленэрный импрессионизм прообраз «сурового стиля» передает эйфорию утреннего пути на работу, яркого солнечного начала трудового рабочего дня, здесь первоисточником служит живопись К. Коровина и Архипова.

Каждый элемент изображения, фактура мазка, нюансы цвета в портретах Алексеева иногда выходят на передний план, не умаляя самого главного – образного решения задачи, тон плюс цвет вот чем владеет мастер этой портретной галереи и что видит зритель, соприкасаясь с творчеством художника.

В 1965 году А. Алексеев принят по конкурсу в студию военных художников имени М.Б. Грекова. Руководство студии в лице художественного руководителя Н.Н. Жукова, художника Прокопинского и др. увидели в лице Адольфа новую талантливую молодежь, способную поднять военно-патриотическую тему на новый высокопрофессиональный уровень, здесь также нужно заметить, что в лице Алексеева впервые в студию был приглашен мастер, прошедший творческие мастерские Академии художеств СССР.

Первые же картины Адольфа Алексеева написанные в стенах студии: «Тревожные ночи», «Черноморцы», «провода», «На побывку», «октябрь», серия «Пограничники» и др. с успехом приняты художественно-экспертным советом и утвердили за ним славу мастера с выразительным и неординарным мышлением и не на кого не похожим, своим «живописным языком». Этот стиль нес в себе с одной стороны целостность образов «сурового стиля», а с другой стороны – самостоятельность изобразительных средств и приемов выполнения. Владея всеми «регистрами» тональных и цветовых отношений, нередко пользуясь в работах только щетинной кистью не доводя до отделки тонкими колонками, Адольф мог заставить зрителя поверить в найденность и правдивость своих изображений, как на больших полотнах, так и на совсем маленьких этюдных портретах, пейзажах и натюрмортах. Чувственную энергетику вот, что получал взыскательный зритель у полотен этого художника. Недаром поэтому работы мастера интересны и по сей день.

Когда в 1968 году вся страна готовилась к празднованию юбилея Бородинской битвы, грандиозный пожар уничтожил панораму Франса Рубо, посвященную этому событию, и группе художников-грековцев, куда был приглашен и мой папа, было поручено воссоздать это историческое полотно за довольно короткий срок. Умение работать в коллективе, приспособить свой творческий стиль под манеру Рубо Адольфу Алексееву во многом удался, но все же фрагмент панорамы, где на переднем плане изобра-

жены поверженные лошади, при более внимательном осмотре показывает искусственному зрителю творческую манеру художника-шестидесятника, манеру – «сурового стиля». Государственная комиссия отметила мастерство автора, которому был поручен совсем не простой фрагмент в этой панораме и к тому же ответственный, так как на заднем плане изображен не кто-нибудь, а сам М.И. Кутузов – главнокомандующий русской армией.

За эту работу весь творческий коллектив студии, принявший участие в работе, был награжден золотыми медалями имени М.Б. Грекова. Академия художеств СССР сделала художникам подарок, направив в творческую поездку на академическую дачу в Рим (Италия). Здесь нужно отметить, что Академия ответственно наблюдала за дальнейшей творческой судьбой своего выпускника – Адольфа Алексеева, и когда в 1970 г. появились картины художника «Проводы. 1941» и «Москва. Окружная. 1941 г.» (рис.1) отметила эти работы серебряной медалью, тем самым опять же в первый раз наградив члена студии Грекова признанием его творчества как высокохудожественного. Никогда до этого, ни один член коллектива военных художников так высоко не котировал своих работ с художественной точки зрения изобразительного искусства высшей пробы.



Адольф Алексеев. Москва. Окружная. 1941 год. Холст, масло. 1968 год

1972 год характерен для А. Алексеева тем, что совместно с художником А. Михайловым было завершено создание монументально-декоративного панно на фасаде здания студии военных художников им. М.Б. Грекова, выполненного в технике цветных цементов. Панно представляет изобразительную поэму о славной истории русского народа, о нашей могучей современной Российской Армии. Вспоминаются строчки из поэмы В. Маяковского: «Я хочу, чтоб к штыку приравняли перо...». Здесь нужно заметить, что в этом создании панно, художник принимал участие не только как художник-постановщик, то есть автор эскиза, но и как художник-исполнитель. В нашем семейном фотоархиве есть фотографии, показывающие отца на строительных лесах вместе с рабочими ис-

полнителями этой работы. Сейчас панно на фасаде студии является визитной карточкой этого учреждения по сей день. Недаром фрагмент этого панно украшает обложку книги, посвященной 75-летию студии военных художников.

В прошлом году Адольфу Евгеньевичу Алексееву исполнилось 80 лет со дня рождения, но и сейчас его картины по прежнему дарят зрителям и самозабвенную песнь солнцу, и неторопливую беседу о главном в жизни. Но прежде всего, показывают настоящее искусство ХУДОЖНИКА-КЛАССИКА НАШЕГО ВРЕМЕНИ.

РЕКЛАМНАЯ ФОТОГРАФИЯ ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ: ТЕНДЕНЦИИ И НОВАЦИИ

Бесчастнов П.Н.

Московский государственный университет дизайна и технологии, Россия

Стремление к эстетической рефлексии, характерное для постиндустриального общества, катализировало резкое увеличение производства ювелирных изделий всех ценовых сегментов. На рынке «ювелирки» сегодня как никогда широко представлены «линейки» высококреативных изделий не только из драгоценных металлов и камней, но и из недорогих металлов (серебро, мельхиор и др.) с высокой степенью новаторской художественно-технологической обработки.

Продвижение таких изделий к покупателю проводится в виде рекламных компаний с максимально эффектным показом их достоинств в листовочно-брошюрной или журнальной продукции с публикацией изображений с предельным на сегодня качеством фотокадра. Уникальные по своей технической сложности фотосъемки драгоценностей монтируются в презентационные «видеоролики», показываются в виде слайд-фильмов.

Собственный пятнадцатилетний творческий опыт рекламной фотосъемки ювелирных изделий для отечественных и зарубежных ювелирных фирм позволил выявить три вида фотосъемок: сюжетные (украшения на человеке), статично-предметные (украшения фиксируются в определенном положении на непрозрачной, полупрозрачной, прозрачной или зеркальной поверхности), динамично-предметные (подсвеченные украшения фотографируются в движении, и фотоаппарат фиксирует не только изделие, но и светящийся след, оставленный им в пространстве, или фиксирует не сколько ракурсов изделия). Отдельной сложной работой является компьютерная обработка фотокадра, предназначенного для конкретной страницы рекламного издания.

Для каждого вида фотосъемки отрабатываются конкретные методики фотографирования и «прирабатываются» к тому или иному изделию, так как каждый металл или обработанный драгоценный камень «ведут себя»

при одинаково «выставленном» свете по-разному. Методики быстро обростают массой специальных приемов подготовки фотокадра.

Опытный фото-художник имеет в своем арсенале несколько десятков авторских методов фотографирования украшений в зависимости от материала изготовления и на их «доводку» тратит недели упорного труда. Часто даже для фотографирования ювелирных изделий одного дизайнера приходится придумывать множество художественно-технических ухищрений с использованием до десятка точек освещения с индивидуальными программами их включения на протяжении нескольких долей секунды, подбирать десятки фильтров, менять объективы и т.д. Эти методы – «ноу хау» каждого фотографа, так как могут быть использованы для достижения конкурентного преимущества на рынке фото-услуг. Их тонкости хранятся в режиме коммерческой тайны, так как права «ноу-хау» действительны до тех пор, пока сохраняется конфиденциальность. Раскрываются только некоторые самые общие технологические параметры, входящие в понятие «зонтичный патент».

Эти общие параметры в данной публикации привязаны мною к фотосъемке ювелирных изделий известного ювелира – Андрея Махайлова, использующего в своем творчестве необычные для ювелирного эксклюзива материалы, в перечень которых входит, например, титан. Титан при определенной физико-химической обработке разнообразно и часто непредсказуемо меняет свой цвет, резко выделяясь своим колоритом на фоне традиционных для ювелирной практики металлов и «приспособиться» к его фотосъемке очень нелегко. На осознание секретов фотографирования предметов из него ушел примерно год. Потребовалось нестандартное оборудование боксов для съемки и специальных предметных столов. Созданное оборудование было опробовано и на стандартных ювелирных изделиях из золота, платины и серебра, что дало неожиданные завораживающие эффекты свечения драгоценных камней и сложнейшие светотеневые переливы на шлифованном металле.

Сюжетное и динамично-предметное фотографирование требует сегодня построения особых декораций, большого объема фотостудии и совмещения выверенных световых потоков как общего, так и точечного освещения. Результаты съемок в виде фотокадров были опубликованы на страницах путеводителя по выставке «Лучшие украшения России», изданного в декабре 2014 года [1].

В целом же можно констатировать тенденцию к постоянному увеличению технического оснащения процесса фотосъемок, следствие как ежегодного обновления фирменной фототехники и приспособлений для студий так и специализации методик фотосъемки к фотографированию конкретных ювелирных изделий. К новациям последнего времени можно отнести целенаправленное создание уникальных состояний освещения объектов фотосъемки, путь к которым открыла революция в светотехнике [2].

Литература

1. Путеводитель в мир ювелирной выставки «Лучшие украшения России», 3-7 декабря 2014 г., ВДНХ, С.1.
2. www.pbfoto.ru

ТЕМА ВОЗДУХОПЛАВАНИЯ В ДЕКОРЕ ФРАНЦУЗСКОГО ПЕЧАТНОГО ТЕКСТИЛЯ XVIII-XIX ВВ.

Ткач Д.Г.

Московский государственный университет дизайна и технологии, Россия

В 1783 г. человек исполнил свою заветную мечту – «летать как птица». Усилия братьев Монтгольфье и физика Шарля позволили человеку подняться в небо. Эта первая победа в освоении воздушного пространства вызвала огромное оживление во французском обществе. Гравюры и статьи в прессе описывали первые успехи воздухоплавания. Прикладные искусства, отражая моду, воспользовались этой популярной иконографией, адаптируя ее к различным предметам. Кресла, стулья, маркетри, ручки дверей, одежда, веера, фаянс, фарфор, коробочки, ведра, рукоятки трости, рукоятки сабель, обои, часы, клетки для птиц обильно декорируются мотивами, связанными с воздухоплаванием.

В последней трети XVIII в. (после снятия в 1759 г. запрета) во Франции наблюдается бурный рост и развитие текстильной набивной отрасли, также не обошедшей вниманием модную тему. Самой известной и крупной французской набивной мануфактурой XVIII века была созданная Оберкампом в 1760 г. мануфактура в местечке Жуи-ан-Жозас под Версалем. Для привлечения клиента фабриканты часто набивали на хлопке мотивы, связанные с актуальными новостями, иллюстрировавшимися гравюрой. Заимствованные из гравюр рисунки с аэростатами воспроизводились в мотивах набойки (с документальной точностью или стилизованно) и печатались максимальными для своего времени тиражами.

Интересно отметить, что изобретатели воздушного шара братья Монтгольфье были владельцами крупной бумажной фабрики. Они поддерживали тесные связи с владельцем знаменитой парижской бумажно-обойной мануфактуры Ревейоном, сад которого был местом запуска первых монтгольфьеров. Ревейон, печатавший на бумаге мотивы Жуи, был несомненно связан с Оберкампом, можно поэтому предположить, что владелец Жуи был знаком с братьями Монтгольфье.

Наиболее известной набойкой мануфактуры Жуи, посвященной теме воздухоплавания, является рисунок в 1784 г. «Воздушный шар Гонесса», иллюстрирующий первые полеты воздушных шаров братьев Робер, которые они осуществили в 1783 г. сразу после братьев Монтгольфье; в отличие

от последних, их шары были наполнены водородом, а не нагретым воздухом. Рисунок взят с гравюры того времени в зеркальном отражении. Он представляет сцену, когда запущенный с Марсова поля в августе 1783 г. шар упал в деревне Гонесс и был атакован напуганными крестьянами, вооруженными вилами и камнями. В XVIII веке информация о научных достижениях получала распространение в обществе, но главным образом в светских кругах. Этот разрыв между простым народом и светской публикой наглядно отображен в рисунке набойки. Именитые граждане с интересом наблюдают за спуском воздушного шара в то время, как реакция не разобравшихся в происходящем крестьян деревни Гонесс явно неадекватная.



«Воздушный шар Гонесса».
Набивная ткань мануфактуры Жуи. 1784 г.

Две другие сцены рисунка набойки относятся к запуску из Тюильри 1 декабря 1783 г.: на первой – Шарль и Робер поднимаются в гондоле воздушного шара над парижским садом Тюильри, размахивая флагами, вторая сцена относится к моменту, предшествующему их приземлению в Несльля-Валле. Присутствуют важные лица: герцог де Шартр, узнаваемый по кресту на его груди; герцог де Фитц-Джеймс; кюрэ д'Эдувилль и Френэ. Сэр Джозиас Фарер, английский джентльмен, друг Шарля, который следовал за шаром на лошади, представлен среди крестьян, сбегających со всех сторон. Следует отметить, что этот эпизод был изображен на многих гравюрах того времени.

Владельцы набивных мануфактур другого крупного французского текстильного центра – Эльзаса, также проявляли живейший интерес к изобретению аэростатов. Со двора мануфактуры братьев Османн был запу-

щен собственный шар. Около 1820 года на этой мануфактуре была напечатана серия мотивов на тонких шелковых платках, в которых стиль шинуазри удачно сочетался с темой монгольферов.

В XIX веке тема воздушных шаров перестала быть остро актуальной, однако закрепилась в декоративном лексиконе печатного текстиля. Аналогичные процессы коснулись и стилистики шинуазри, широко использовавшейся во французском печатном декоре на протяжении всего XIX века. Представляется неслучайным сочетание стилистики шинуазри и темы воздухоплавания. Эта комбинация позволяла максимально обогатить декоративный и фантазийный аспекты мотива.

Всемирные выставки, проходившие в Париже в 1867, 1889, 1900 годах, сопровождались запуском воздушных шаров, что получило отражение в оформлении соответствующих памятных платков.

На протяжении всего XX века и по настоящее время аэроавиатика продолжает вдохновлять создателей рисунков для печатного текстиля. Наряду с созданием новых мотивов продолжают печататься старые, ставшие классическими, рисунки XVIII века. Так, одна из наиболее удачных набоек мануфактуры Жуи «Воздушный шар Гонесса» продолжает воспроизводиться в наше время как на ткани, так и на обоях.

ТРАДИЦИИ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОМ БЫТЕ ПРОВИНЦИАЛЬНОГО КУПЕЧЕСТВА УЕЗДНОГО ГОРОДА ШУЯ XVIII-XIX ВВ.

Игнатьева Т.И., Плеханов А.Ф.

Московский государственный университет дизайна и технологии, Россия

Текстильное ремесло – производство шерстяных, льняных тканей было широко распространено на территории Древней Руси. Уже в XV веке существовали самые разные приемы украшения тканей, в том числе и набойка рисунков. Летописные источники 1630 годов, во времена царствования Михаила Федоровича Романова, упоминают о производстве русской набойки по привозному миткалю. Полевые работы в нечерноземье занимали пять месяцев в году, и заканчивались на Успеньев день к 28 августа (н.ст.), и после начала новолетия (14 сентября, н. ст.), руки селян высвобождались для традиционных текстильных и ремесленных промыслов.

В городе Шуе, селе Иванове, Вознесенском посаде и селе Успенском мужское в основном население занималось набойкой холстов резными ма-нерами. Этим ремеслом владели не все, а отдельные мастера-красильщики, т.к. это требовало большого опыта, на приобретение высокого мастерства уходили годы. Число красильщиков росло и среди них, было много проворных и искусных. Лучших результатов в крашении достигали те масте-ра, кто освоил технологию основными цветами: красный, оранжевый, го-

лубой, синий, фиолетовый – цвета спектра света. Способы получения этих цветов мастера-красильщики хранили в тайне, добывая пигменты красителей из растений, минералов и других, хранимых семейными тайнами источников. К середине XVIII века появились мануфактуры, производившие масляные набойки на ситцах и льняных тканях. Переход на хлопчаткачество не требовало переустройства ткацких станков, поэтому текстильная промышленность в центральных регионах России конца XVIII – начала XIX века достигает высокого уровня развития, а XIX век можно назвать «ситцевым». Во второй половине XIX века модные ситцы выпускали почти все мануфактурные районы России, но вместе с тем, каждая отличалась неповторимым цветовым и графическим характером своих тканей.

Важным событием в отечественной текстильной промышленности первой половины XIX века явилось вытеснение льна хлопчатобумажной пряжей. Центрами торговли пряжей в текстильном крае стали Шуя, деревни Бонячки и Каменка Кинешемского уезда, Глухово близ Богородска и Парское, Зуево Владимирской губернии. Они получали хлопчатобумажную пряжу сначала из Англии, а впоследствии стали вырабатывать пряжу из хлопка Бухары и Хивы.

Среди многочисленных текстильных центров в ивановском крае Шуя занимает особое место, являясь с древних времён центром торговли, развития различных ремёсел и промышленности. Шуя – древний город, в летописных источниках упоминается с 1539 года. Но ещё за 100 лет до этого Шуя была резиденцией суздальских князей Шуйских. Боярин Шуйский был избран царём Русского государства. Легендарное имя Дмитрия Пожарского также связано с владением им шуйскими землями Суздальского княжества.

В г. Шуге с давних времён развивались многочисленные ремёсла. Шуйские мастера ткали холсты, выделывали сукна, кожу, овчину, шили полушубки и шапки. В мужских и женских монастырях Шуйской волости развивались вышивка и иконопись. Процветание всех отраслей неотделимо от самой истории города и её выдающихся жителей. К потомственным родам города Шуи можно отнести Балиных, Бурьлиных, Гарелиных, Киселевых, Куваевых, Павловых, Поповых, Посылиных, Рубачевых. Истории становления мануфактур очень разнообразны. Например, в 1812 году из сгоревшей от Наполеона Москвы в Шугу свезли 5 000 пудов английской пряжи. Её по дешёвке скупил и затем перепродал шуйский купец В. М. Киселев, на чём он сколотил огромное состояние. И поскольку в основном все купцы и фабриканты были крупными меценатами, занимались благотворительной деятельностью, то шуйская районная больница по сей день носит название – Киселёвская.

Высоким художественным мастерством и богатством орнаментальных образов выделялась шуйская вышивка, представляющая непреходящую ценность. Во время научно-студенческой экспедиции в ивановский

край на шуйской строчевышивальной фабрике были приобретены образцы ручной вышивки для коллекционного фонда Текстильного университета. Изделия отличаются яркой декоративностью, богатством растительных орнаментальных мотивов, неповторимой ювелирной сложностью исполнения.

В XVIII веке на основе кустарного ткацкого производства возникают большие полотняные производства. В 1847 году шуйская объединённая мануфактура уже производила ситцы, сатины, шерстянки, сарпинки, саржи и многое другое. Неоценимый вклад в развитие текстильного дела Шуйского уезда внесли многочисленные члены исконного рода Посылиных. В конце XVIII в. селе Горицы Шуйского уезда Товариществом мануфактур была основана бумагопрядильное предприятие. В XVIII веке, приблизительно в 1778 году Степаном Ивановичем Посылиным была построена фабрика уже в городе Шуе. Она состояла из ткацкого, набивного и прядильного отделений, изготовляла бумажные материи, ситец, платочный товар. Помимо русских рынков, хлопчатобумажная продукция поступала в Среднюю Азию, Кавказ и Персию. Наибольшего размера фабрика достигла в 1830 году при братьях Посылиных. Во время их правления фабрике была присуждена императорская награда – Государственный герб и медали. Михаил Степанович Посылин, удостоился личной благодарности от императора Николая I-го за оказание денежной услуги русскому отряду на Кавказе. В 1883 году Степаном Михайловичем Посылиным (рис. 1) предприятие было преобразовано в Товарищество. Степан Михайлович с неутомимой энергией вновь поднял производство на должный уровень. В товарищество к работе на фабрике был привлечен ещё один член семьи – зять Иван Иванович Попов.



Рис. 1

К этому времени основной капитал товарищества сначала составлял 300000 рублей. В 1891 году Степан Михайлович скончался, а во главе дела стала его супруга – Мария Александровна и старый служащий Иван Петрович Березкин. В 1894 году основной капитал был уже увеличен до 350000 рублей, а в 1910 году доходил до 600000. Директорами правления к этому времени состояли зятья С.М. Посылина: Х.Х. Леденцов, Е.П. Лащилин, а также служащий Языков. В то же время фабрика уже занималась изготовлением пунцовых тканей, сохранив вместе с тем ассортимент старых ситцев и платочного товара.

Большой вклад представители рода Посылиных внесли также в создание многочисленных образовательных учреждений в России, отчисляя денежные средства от своих доходов. По документам от 19 сентября 1869 года в Шуе, при непосредственном участии А.А. Посылина было открыто женское учебное заведение. Через четыре года была открыта мужская гимназия, выпускникам которой предоставлялось право поступать в университеты Российской империи. Шуйские купцы придавали большое значение народному образованию как капитальному вопросу времени.

Свидетелями прошедших эпох, исторических событий являются различные источники, подтверждающие прогрессивное промышленное развитие России XVIII- н. XX вв. Это архивы, музейные предметы, принадлежавшие частным коллекциям. Среди таких свидетельств текстильного рода Посылиных являются подлинные образцы хлопчатобумажных набивных тканей, приобретённые у потомков рода Посылиных, живущих в Москве.

Коллекция набивных тканей в количестве 166 образцов хлопчатобумажных набоек сопровождается подлинным каллиграфическим текстом, написанным пером, чернилами и подписью самого Михаила Степановича Посылина, датированная 1855 годом (рис. 2).

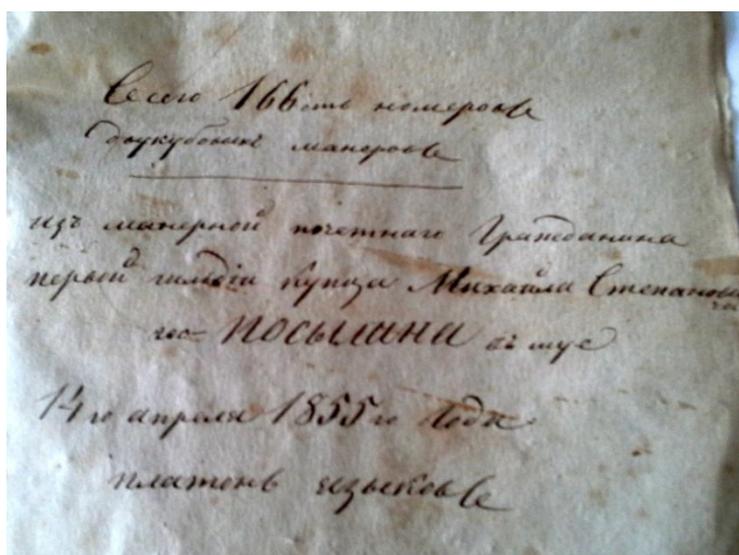


Рис. 2

Шуйский текстильный род Посылиных имеет продолжение и в настоящее время. Существуют и живут потомки рода, которые воспроизводят в современных условиях дело основателей, хранят память об известных и уважаемых членах большой семьи, преуспевая в науке, образовании, культуре. Сохранять и продолжать писать летопись рода по традиции завещалась всегда старшему сыну после ухода главы семьи. Что всегда и соблюдалось.

Родословная Посылиных с некрополей города Шуя:

Посылинъ Алексѣй Александровичъ, потомственный почетный гражданинъ, р. 8 августа 1837 † 2 августа 1884. Съ женою Е. Н. и сыномъ Н. А. Посылиными (Шуя, при Крестовоздвиженской церкви).

Посылинъ Юаннь, Шуйскій купецъ, † 20 октября 1813 (Шуя, Троицкое кладбище).

Посылинъ Михаилъ Степановичъ, потомств. почетный гражданинъ, † 15 августа 1868, на 71 г. (Шуя, Троицкое кладбище).

Посылинъ Николай Алексѣевичъ, р. 17 декабря 1866 † 27 июня 1888. Съ родителями А. А. и Е. Н. Посылиными (Шуя, при Крестовоздвиженской церкви).

Посылинъ Степанъ Михайловичъ, потомств. почётный гражданинъ, р. 21 декабря 1838 † 21 (рис. 2).

Биографические документы, относящиеся к известному предпринимательскому роду Посылиных, свидетельствуют об их высокой благотворительной деятельности. Активность русского купечества, промышленников и предпринимателей подготовили и обеспечили подъём отечественного текстильного производства, науки, образования, искусства в России в конце XIX – начале XX вв. (II и III технологические уклады).

Литература

1. Красильщиков А.П., Сафронов В.Д. Фабриканты Красильщиконы. – М., ООО «Ланжур», 2000.

2. Народные художественные промыслы Ивановской области. Научный сборник. НИИХП, М., 1994.

3. Платонов О.Н. 1000 лет русского предпринимательства: Из истории купеческих родов. Сост., вступ. О. Платонова. – М.: Современник, 1995. – 479 с.

4. Барышников М.Н. Деловой мир России. Историко-биографический справочник. – С.-П.: Искусство – СПб, Legos, 1998. – 448 с.

5. Антонов И.П. Негасимый свет. Судьбы храмов и судьбы людей земли ивановской и др. «Ивановская газета», Иваново, 2000. – 352 с.

6. Антонов И.П. Товарищество Мануфактур Ивана Коновалова с сыном 1812 – 1912 г. Краткий исторический очерк.: «Новая «Ивановская газета», Иваново, 2008. – 248 с.

7. Возилов В.В., Барсуков В.А. История города Шуи в открытках и фотографиях. – Иваново: ИД «Наша Родина», «Реклама – Регион», 2011. – 128с.

ТЕКСТИЛЬ В ИНТЕРЬЕРЕ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ ДЕТСКИХ СОЦИАЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ

Третьякова Ю.В., Иванова О.В., Ананьева В.А.

Костромской государственной технологической университет, Россия

В основе создания, нормального функционирования и творческого развития детского образовательного учреждения заложены средовые и природные факторы. Проблема организации среды детских учреждений социального назначения (дома ребенка, детские дома, дома-интернаты, специальные детские сады и группы, школы и школы-интернаты, реабилитационные центры) приобрела в последние годы особую актуальность.

Внешняя среда образовательного учреждения включает: дальнейшее окружение (социальное и культурное развитие общества и экологии, экономическое и образовательное политическое состояние) и ближнее окружение (рынок образовательных услуг, включающий школы, детские сады, музеи, деятельность социальных партнеров и конкурентов).

Внутренняя среда представлена особенностями каждого социального образовательного учреждения: спектр, качество и вид предоставляемых услуг, квалификацию рабочего персонала, наличие передовых идеи и инноваций в оформлении интерьера, так как созданная эстетическая среда вызывает у детей чувство радости, обогащает новыми впечатлениями и знаниями, побуждает к активной творческой деятельности, способствует интеллектуальному развитию.

Для оценки факторов и явлений, влияющих на развитие детского социального учреждения, использована методика SWOT-анализа, позволяющая определить сильные и слабые стороны образовательной организации. К сильным сторонам образовательного учреждения можно отнести широкий спектр и качество предоставляемых услуг, высокую квалификацию работников, престиж и известность. Слабыми сторонами выступают снижение финансирования, устаревшее здание и материальная база, неэстетичный и не соответствующий требованиям текстильного оформления интерьер и высокий уровень конкуренции. Возможностями внешней среды являются: выход детского учреждения на новый сегмент рынка (смена возрастной и ценовой категорий), расширение спектра услуг (обучение, диагностика, медико-психологическая коррекция), внедрение новых техноло-

гий и инноваций (компьютерные технологии, интерактивные электронные доски, лечебные тренажеры), расширение ассортимента и современных материалов для оформления интерьера (светозащитные, огнестойкие и антимикробные ткани для штор, мягкой мебели). Угрозами могут служить появление новых конкурентов, неблагоприятная политическая, экономическая и демографическая ситуации, высокая стоимость современных материалов.

По результатам SWOT-анализа можно сделать вывод о том, что современные детские социальные учреждения не обладают должными внутренними ресурсами и силами, необходимыми для использования внешних возможностей. Для успешной деятельности учреждений необходима модернизация, включающая новые подходы к планированию деятельности, а также внедрение новых технологий и инноваций в оформление интерьеров и предметно-развивающей среды.

В европейских странах создание безопасной образовательной среды, соответствующей функциональным и эстетическим требованиям – одно из главных принципов проектирования интерьеров специальных образовательных учреждений для детей с отклонениями в развитии. В последние годы и в нашей стране стали внедряться отдельные элементы и методики, пришедшие из-за границы. Сравнительный анализ оформления интерьеров зарубежных и отечественных детских учреждений представлен в табл. 1.

Текстиль в интерьере специализированного детского учреждения несет в себе не только декоративно-эстетическую, но и учебно-познавательную функцию, стимулирует к развитию и творческому мышлению.

Таблица 1

Сравнительный анализ оформления интерьеров зарубежных и отечественных детских учреждений

Критерии анализа	Зарубежные учреждения	Отечественные учреждения
Численность детей в группах	Количество детей в группах составляет меньше 20 человек, таким образом, упрощается уровень контроля	Переизбыток численности детей в группах (до 30 человек)
Архитектура здания	Индивидуально разработанные проекты, предполагающие создание проекта «с нуля», перестройку или реконструкцию существующих зданий.	В большинстве случаев располагаются в старых зданиях 50 – 60 годов прошлого века
Оформление экстерьера		

		
Оформление интерьера	Часто используется принцип комплексного декорирования, то есть объединение помещений различного назначения единым стилем	Отсутствует единое композиционно-образное решение интерьеров, которое отражало бы направленность и специфику учреждения
	Соответствие современным функциональным и эстетическим требованиям	Несоответствие современным функциональным и эстетическим требованиям
	Сложно расчлененные пространства, выполняющие роль игрового комплекса	Нехватка площадей для групповых комнат и общественных зон
	Мультифункциональное использование пространства	Отсутствие многих функциональных зон, востребованных в настоящее время
	Возможности трансформации помещений с помощью раздвижных перегородок, трансформируемой мебели	Нет возможности трансформации помещений
	Наличие зон для дополнительного образования, обучения, комнаты для психолога, методиста	Не предусмотрены зоны для дополнительного образования, комнаты для психолога
	Спортивный и актовый залы не совмещены	Физкультурный и музыкальный залы совмещаются в одном пространстве
	Стилизованные элементы мебели и оборудования, воспроизводящие различные сюжеты; использование безопасной мягкой мебели	Использование деревянной и мягкой мебели
	Наиболее насыщенные участки интерьера находятся на уровне восприятия ребенка	Не уделяется должное внимание

Ассортимент текстильных изделий для детских интерьеров включает: шторы, чехлы (предохраняют от загрязнения подушки и предметы мебели), ширмы (для декорирования и функционального использования пространства), декоративно-функциональные изделия (настенные панно, коврики, игрушки-подушки) и постельные принадлежности и др. (табл. 2).

Таблица 2

Ассортимент текстильных изделий для детей

Ассортимент	Фото	Рекомендуемые материалы
Шторы		Светозащитные ткани блэкаут и димаут, негорючие, звукоизолирующие, антибактериальные ткани
Мебель		Огнестойкие, мембранные материалы
Обивка стен		Огнестойкие, шумоизолирующие материалы
Постельное белье		Натуральные, антибактериальные материалы
Подушки		Натуральные, антибактериальные материалы и наполнители
Коврики		Натуральные, антибактериальные материалы и наполнители
Ширмы		Огнестойкие материалы
Развивающие игрушки, книжки		Натуральные, антибактериальные материалы и наполнители
Панно		Натуральные, антибактериальные материалы и наполнители

Концептуальная модель текстильного интерьера специальных образовательных учреждений для детей с ограниченными возможностями здо-

ровья (слабослышащих, незрячих, с нарушениями опорно-двигательного аппарата, задержкой психического развития, умственной отсталостью) может быть представлена шестью основными комплексными показателями, которые в свою очередь, обладая множеством единичных показателей, определяют специфику и динамику протекания процессов в социокультурной системе: тип учебно-воспитательного учреждения; назначение помещения (жилое, учебное, оздоровительное); ассортимент текстильных изделий (шторы, чехлы для мебели, постельное белье, коврики, игрушки, книжки и т.д.); дизайн-проект (форма, композиция, цвет); изготовление (конфекционирование, конструирование, технология); оценка качества (показатели качества, методика, результат).

Таким образом, создание благоприятных условий для жизнедеятельности ребенка зависит уровня комфортности, включающей правильный выбор мебели и элементов интерьера, цветовой гаммы дизайн-проекта, текстильных материалов, способа освещения помещения и др. Текстильные изделия для детского интерьера, выработанные из экологически чистых, безопасных текстильных волокон, обеспечивающие эстетичный вид помещений, играют важную роль в оформлении детских учреждений, наряду с произведениями живописи и элементами декоративно-прикладного искусства.

СИМВОЛИКА НАРОДНОГО КОСТЮМА КОРЕИ В ДИЗАЙНЕ СОВРЕМЕННОГО КОСТЮМА

Юн Чжиюн, Макарова Т.Л.

Московский государственный университет дизайна и технологии, Россия

Сегодня, вместе с распространением в мире символики культуры Кореи, выставки коллекций корейского традиционного костюма, которые открываются каждый год во всем мире, вызывают положительную реакцию зрителей [1-2]. Элементы корейского костюма, которые являются источником творчества, дают вдохновение многим дизайнерам.

В 1962 году и впервые в мире корейский дизайнер ANDRE KIM показал свою выставку моды перед Пирамидой в Египте и в буддийском храме Анкор-Ват в Камбодже [2]. Он показывал красоту культуры и искусства корейского костюма. В 1993 году дизайнер LEE YOUNG HEE выступил с коллекцией «прет-а-порте» в Париже, он демонстрировал свою коллекцию корейского традиционного костюма. Сначала иностранное информационное агентство, у которого нет информации о Корее, назвало этот костюм «Kimono», или «Ханьфу». После того, как постепенно дизайнеры показали миру красоту корейского костюма, корейский традиционный костюм «Хан-Бок» стал одним из источников, который стоит в центре дизайна современной моды (Рис.1) [3].

«Хан-Бок» является символом красоты культуры Кореи, особенно зрители оценили в мировом масштабе уникальную красоту женского корейского костюма. В этом женском костюме используются грациозная прямая линия и элегантная кривая линия вместе, и когда женщины надевают этот костюм, он оживляет красивое криволинейное очертание фигуры женщины благодаря структуре формы, в которой нет карманов.



Рис. 1. Корейский традиционный костюм в фотосессии Vogue (2010 г.) [3]

Называемый по-другому «Кимоно» и «Ханьфу», корейский традиционный костюм делится на верхнюю одежду, брюки и юбки (рис. 1). Корейская женская кофта может зрительно делать верхнюю часть туловища меньше, и, наоборот, корейская женская юбка зрительно делает нижнюю половину тела выше и очень богатой, благодаря слоям ткани. Корейский костюм не искажает и не принижает, как корсет, женскую фигуру и создает прекрасный пропорциональный баланс тела, поэтому подойдет не только женщине Азии, но и женщине Европы.

Обычно в «Хан-бок» используют 5 цветов: красный, синий, желтый, черный и белый, которые являются корейскими традиционными цветами. Издавна люди верили, что эти 5 цветов отгоняют беду и приносят счастье и удачу. Синий цвет является символом весны, создания и жизни, а красный цвет является символом лета, пламенности и любви. Особенно выделяется желтый цвет как символ царя и центра, поэтому без царя не могли одевать желтые одежды. Белый цвет является символом корейского народа, правды, чистоты и благородства, обычно простые люди одевали белые одежды, поэтому другие народы называли корейский народ "народом в белых одеждах"; белый цвет - это бессмертный цвет, который обозначает небо и землю. Черный цвет является символом мудрости и фундаментальности.

Но обычно для девушки используют яркие цвета, например, розовые и малиновые. Сейчас чаще используют ненасыщенные цвета природы, например, цвет фиалки маньчжурской, цвет Гардении жасминовидной и цвет индиго. Раньше женщины сами создавали одежды, и в процессе работы появлялись обрезки тканей. Бережливые женщины не бросали эти обрезки, а снова создавали красивые полотна ткани в лоскутной технике («пэчворк»), и эти полотна ткани постепенно стали чаще использоваться для костюма «Хан-бок».

Сегодня всемирно знаменитые дизайнеры, создавая коллекцию, используют оригинальные и красивые элементы корейского народного костюма «Хан-бок»: культура Кореи и народный костюм являются новым ключевым словом в современной моде. К примеру, в 2009 году во дворце в Корею показали коллекцию и выставку PRADA, и зрители увидели красоту культуры и костюма Кореи. В 2011 году на реке Сеула, которая называется Хан-ганг, показали коллекцию FENDI.

В 2015 году в Корею, в Сеуле показали коллекцию дома моды CHANEL. Karl Lagerfeld, который является креативным директором CHANEL, прекрасно понимает и использовал элементы корейского народного костюма в своей коллекции. Он использовал метод именно того пэчворка, который традиционно делали корейские женщины, хотя в дизайне костюма сегодня чаще используют элементы народных костюмов Японии и Китая (Рис. 2) [4]. Коллекция получилась уникальная и очень красивая, элегантная и женственная.



Рис. 2. Символика традиционного костюма Кореи в дизайне современного костюма: коллекция CHANEL [4]

В корейском народном костюме «Хан-бок» есть не только оригинальная красота и элегантность, но и душа народа, и мудрость для здоровья, счастья и жизни. Дизайнерам разных стран, которые постоянно находятся в поисках гармонии, необходимо чаще вспоминать и чаще использо-

вать в создании новых вещей символику прекрасного, гармоничного народного костюма [1-7].

Литература

1. Юн Чжун, Макарова Т.Л. Проблема качества дизайна модной одежды // Инновационные технологии в текстильной и легкой промышленности: Материалы докладов международной научно-технической конференции, 26-27 ноября 2014 г. / УО «ВГТУ». – Витебск, 2014. – С. 248-249.

2. Юн Чжун, Макарова Т.Л. Этнические мотивы в дизайне современного костюма / Тезисы докладов 67-ой внутривузовской научной студенческой конференции «Молодые ученые – инновационному развитию общества (МИР-2015)». Часть 5 «Дизайн изделий легкой и текстильной промышленности», 2015 г. – М.: ФГБОУ ВПО «МГУДТ», 2015. – С. 50.

3. Фотосессия "Lady in the full moon", журнал VOGUE № 10, 2010 г., корейские одежды: Chai Kim Young Jin – www.vogue.co.kr

4. Коллекция CHANEL CRUISE SEOUL 2015-2016 г. – <https://www.tumblr.com/search/chanel+cruise+2015>

5. Макарова Т.Л., Макаров С.Л. Неделя моды «Mercedes-Benz Fashion Week Russia» и Московская Неделя моды-2014: актуальные образы, технологии, детали, перспективы. – Event-маркетинг. – 2014. – № 4 (12). – С. 290 – 306.

6. Макарова Т.Л., Макаров С.Л. Анализ Системы символов костюма (ССК) за сезон осень-зима и разработка базы данных и компьютерной программы. – Дизайн и технологии – № 44. – 2014. – С. 6 – 16.

7. Макарова Т.Л. Образ и символ "кошка" в современном дизайне, в рекламе и индустрии моды.– Реклама. Теория и практика. – 2015. – № 2(68). – С. 88 –102.

ИССЛЕДОВАНИЕ ВОПРОСОВ ФОРМООБРАЗОВАНИЯ ЖЕНСКОЙ ПРИЧЕСКИ

Горбачева Е.П., Коробцева Н.А.

Московский государственный университет дизайна и технологии, Россия

Развитие научного подхода и совершенствование процесса моделирования прически, составление алгоритма формирования художественного образа в прическе, составление классификации форм причесок, а также исследование модных тенденций в парикмахерской индустрии позволяет решить проблему гармонизации формы прически, как важного компонента внешности индивида, на основе индивидуального моделирования по ос-

новным формообразующим параметрам, с учетом имиджформирующей информации.

В ряде литературных источников уделено внимание отдельным вопросам гармонизации прически у индивида (Рытвинская Л.Б., Черниченко Т.А., Ковалева Н.И. и др.) и психологии восприятия различных форм прически (показатели феминности/мускулинности причесок Лабунская В.А., Буракова М.В.) [1, С.95]. Однако сохраняется необходимость в развитии научной платформы и методов, позволяющих установить связь системы {Прическа} с системой {Внешность} и исследовать прическу и ее имиджформирующую информацию, как важного компонента внешности индивида.

Процесс формообразования прически на основе гармоничного функционирования систем {Прическа} и {Внешность} индивида является ключевым в нашей работе. Предметом исследования является форма прически и составляющие внешности человека, обеспечивающие формирование его индивидуального стиля с учетом имиджформирующей информации для создания гармоничного образа.

Видоизменение или совмещение между собой основных базовых силуэтных форм стрижки (массивная, прогрессивная, градуированная, равномерная), изменение длины волос, формы проборов и окантовок, формы волос создает новые креативные образы или образы, образующие индивидуальные решения для клиентов. Эти трансформации выражаются в формировании новых вариантов силуэтов причесок, то есть их модификаций.

Периодичность модных тенденций раскрывается с каждым разом по-новому, создавая новые трансформации существующих художественных образов, вызывая особый интерес у специалистов и нетривиальной части потребителей. Время существования таких модификаций непродолжительно, в связи с постоянным развитием технических новинок в области парикмахерской индустрии, а также совершенствованием методов стрижки и укладки волос в профессиональной среде. Основные силуэтные формы при этом сохраняют свою значимость, но раскрываются новыми красками под новым ракурсом и углом зрения.

В этой связи базовые формы стрижек, а именно – четко различимые при зрительном восприятии массивная и градуированная формы, а также разность длины и поверхности волос заслуживают отдельного внимания и изучения. В нашем исследовании такие параметры были заложены в объекты предъявления (8 разработанных форм причесок) и подвергнуты выявлению статистически-значимых характеристик. С целью выявления имиджформирующей информации, исходя из восприятия форм причесок, было проведено первичное исследование среди 15-ти девушек возрастом от 20-ти до 30-ти лет.

Формы причесок, подготовленные нами, полностью соответствуют стандартам, предъявляемым к изображению объектов предъявления для проведения научного исследования [1].

Авторами был составлен опросник, в котором формы причесок характеризуют определенный образ человека. Испытуемым было предложено описать прилагательными личность, которой могла бы принадлежать та или иная форма прически.

С помощью данного предварительного опроса были получены описательные характеристики представленных в исследовании образов. Полученные ответы были проранжированы по значимости для опрашиваемой аудитории и составлены в таблицы. Так как в процессе составления таблиц были выявлены описательные характеристики образа, которые не имели повторов во мнении у опрашиваемой аудитории, мы были вынуждены указать их ниже составленных таблиц.

Далее все ответы были сведены в таблицу по синонимичным признакам и, по возможности, разделены на соответствующие группы. Полученные характеристики образов отражают восприятие форм причесок в глазах опрашиваемой аудитории и позволяют перейти на следующий этап проведения исследования путем составления полярного шкалирования по значимым характеристикам, отражающим образ. Для выявления более детального влияния тех или иных характеристик в образе, использующем конкретную форму прически, с точки зрения имиджформирующей информации.

Результаты окончательного исследования оказывают значимое влияние при проектировании форм прически в процессе формирования индивидуального имиджа человека, с учетом имиджформирующей информации для создания гармоничного образа, отвечающего ожиданиям и предпочтениям, как самого индивида, так и его аудитории имиджа.

Отвечая стандартам модной индустрии, индивид стремится передать свою привлекательность, которая может быть подчеркнута созданием гармоничного художественного образа в прическе и призвана отражать необходимый имидж ее обладателя, помогая достижению нужного эффекта в коммуникационном процессе с обществом.

Результаты разработки результативного метода моделирования прически у индивида с учетом особенностей формирования имиджформирующей информации на базе теоретических и экспериментальных исследований могут быть использованы для решения практических задач дизайн-проектирования прически при подготовке специалистов направлений «Парикмахер», «Имиджмейкер», «Стилист», «Дизайн костюма», а также при проведении исследований в области формообразования прически.

Материалы исследования могут быть использованы при формировании индивидуального имиджа, в сфере индустрии красоты в современных условиях российской экономической действительности.

Литература

1. *Коробцева Н.А.* Теоретические и методологические основы импрессионного подхода к проектированию одежды : диссертация доктора технических наук 05.19.04 – утв. 14.10.2005. – М., 2005. – 215 с.

2. *Горбачева Е.П., Коробцева Н.А.* Дизайн причесок в контексте имиджформирующей информации // Закономерности и тенденции развития науки: сборник статей Международной научно-практической конференции. – Уфа: РИО МЦИИ ОМЕГА САЙНС. – 2015. – С.95-97.

3. *Горбачева Е.П., Коробцева Н.А.* Исследование процессов моделирования женской прически // Тезисы докладов 67-ой Внутривузовской научной студенческой конференции «Молодые ученые – инновационному развитию общества» (МИР-2015). – М.: МГУДТ, Ч.5, 2015.

4. *Горбачева Е.П., Коробцева Н.А.* Разработка алгоритма формирования прически для индивида // Сборник материалов Всероссийской научной студенческой конференции «Инновационное развитие легкой и текстильной промышленности» (ИНТЕКС-2015). – М.: МГУДТ, Ч.2, 2015.

ПРОЕКТИРОВАНИЕ МЕХОВОГО ПАЛЬТО ИЗ МЕХА НОРКИ

Красавчикова А.П., Обручникова В.А.

Костромской государственный технологический университет, Россия

В последнее время на российском рынке изделия из меха норки пользуются большим потребительским спросом, вытесняя изделия из нутрии, песца, меховой овчины. Данный меховой полуфабрикат является одним из ценных и дорогостоящих видов пушнины. Изделия из меха норки обладают хорошими теплозащитными свойствами, высокой носкостью и эстетичностью. Эти свойства обусловлены строением волосяного покрова и кожной ткани.

Ассортимент изделий из шкурок норки отличается большим разнообразием. Особенно мех норки популярен в производстве женских меховых изделий – это пальто, полупальто, куртки, жакеты, жилеты, головные и меховые уборы [1].

Используя различные конструктивно-декоративные членения, покрой рукава, методы раскроя и характер расположения шкурок на деталях изделия, можно получить самые разнообразные модели меховых изделий.

Модельные особенности изделия можно выразить более точно, используя естественную природную окраску меха норки, а также современными способами окрашивания. Представлен широкий цветовой спектр норки, начиная от «Блэкглама», получившего в России название «черного бриллианта», «Махагона», «Скэнбрауна», «Смоки» и заканчивая белой тонированной норкой «Карамель» и голубым «Сапфиром». Тем не менее,

популярными и наиболее пользующимися спросом остаются традиционные цвета – это коричневый и пастель.

Существует много различных вариантов расположения шкурок норки на деталях изделий: вертикальное, горизонтальное, диагональное, «в ёлочку», «в паркет», круговое, овальное, «улитка», «волна», фантазийное [2]. Как показал анализ современного ассортимента изделий из меха норки, наиболее распространено продольное и поперечное расположение шкурок в плечевой одежде [3]. При поперечном расположении шкурок границы между шкурками не скрывают, а наоборот, стараются подчеркнуть, создавая светотеневые эффекты с иллюзией объемности. При продольном расположении шкурок норки при изготовлении пальто, полупальто, палантинов, шарфов их удлиняют, используя роспуск, расшивку, спайку или их комбинации. Для декорирования в материалах верха часто используют отделочные материалы, такие как, кружево, сетку, натуральную кожу и замшу, атлас и другие.

На основе проведенных исследований был разработан модельный ряд пальто из шкурок норки цвета пастель для женщин младшей возрастной группы (рис.1). При разработке моделей учитывалось, прежде всего, конструктивное решение, а также варианты расположения шкурок на деталях. В моделях предложены втачной покрой рукава, спущенная пройма, полуреглан, реглан, а так же комбинированный.



Рис.1. Модельный ряд пальто из меха норки

Во всех моделях используется горизонтальное расположение шкурок, придающее рельефность меховой поверхности. Для этого шкурку необходимо раскраивать по средней линии хребта и черева. При таком способе раскроя увеличиваются межлекальные отходы. Поэтому выбор схемы размещения шкурок на деталях изделия проводят с учетом рационального использования дорогостоящего полуфабриката, стараясь максимально использовать площадь шкурки. В связи с этим предлагается в изделиях использовать и горизонтальное, и вертикальное расположение шкурок, а также использовать отходы для отделки.

Из представленного модельного ряда выбрана модель пальто (рис.2,а), полуприлегающего силуэта отрезное по завышенной линии талии, с рукавом покроя полуреглан, с отстегивающейся по линии локтя нижней частью рукава.

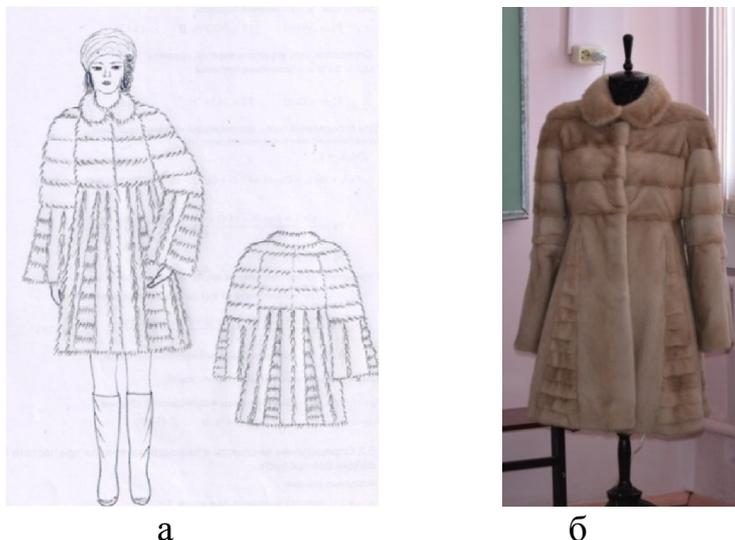


Рис. 2. Эскиз проектируемой модели и изготовленный образец

Расширение по низу изделия и низу рукава выполнено за счет конического разведения. Шкурки норки на этих деталях располагаются вертикально, при этом в разведение вставляются полоски норки шириной 4 см настроенные на сетку (рис.2,б). Полоски выкраиваются из межлекальных выпадов горизонтально. При настрачивании на сетку внешний край полоски остается свободным и закрывает последующую на 1 см. Это придает объем и легкость в деталях изделия.

Таким образом, комбинированный способ раскроя шкурок, современные направления в технологии изготовления меховых изделий направлены на улучшение потребительских свойств меховой одежды и создание конкурентоспособных изделий.

Литература

1. Красавчикова А.П., Проворова С.Ю. Анализ ассортимента изделий из шкурок норки // Сборник трудов межрегиональной научно-практической конференции «Управление ассортиментом, качеством, и конкурентоспособностью товаров и услуг». Чебоксарский кооператив. Институт российского университета кооперации. – 2012. – С.104–109.

2. Терская Л.А. Технология раскроя и пошива меховой одежды : учебное пособие для студентов ВУЗов. – М.: Издательский центр «Академия», 2004. – 272 с.

3. Красавчикова А.П., Проворова С.Ю. Проектирование мехового пальто с поперечным расположением шкурок // Тезисы доклада междуна-

родной конференции «Актуальные проблемы переработки льна в современных условиях» (Лён – 2012), Кострома: КГТУ. – 2012. – С.85.

РАСПОЗНАВАНИЕ ЦВЕТОВЫХ ГАРМОНИЙ В ЗРИТЕЛЬНЫХ ОБРАЗАХ МОДЫ С ПОМОЩЬЮ СПЕКТРОКОЛОРИМЕТРА CAPSURE ДЛЯ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ДИЗАЙНЕРСКИХ КОЛЛЕКЦИЙ ОДЕЖДЫ

Доронина Н.В.

Ивановский государственный политехнический университет, Россия

Мода собирает цветовые предложения всех стран и формулирует их в виде четких определенных «цветовых атмосфер». Средства для достижения цветового эффекта у всех разные, поэтому в настоящее время актуальным вопросом проектирования костюма является проблема прогнозирования цветовой гаммы одежды, проблема соотношения модного эталона с реальным его воплощением в промышленных условиях.

Цвет является знаковым элементом внешнего образа человека, основанного на сложном механизме восприятия колористических особенностей предметно-пространственной, свето - цветовой и социокультурной среды.

Цветовой хаос или, наоборот, монотонность костюмных форм стали проблемой в самовыражении человека современного общества. Потеря гармонии в цвете - также одна из проблем современной жизни. Очень часто в жизни сегодняшнего горожанина появляется привыкание к цветовой скудности и однообразию костюмов, что лишает его не только полноценного выражения самого себя, но и, как следствие, полноценного общения с окружающими.

Колористика костюма, влияя на цветовосприятие образа человека в целом, способна вызывать у людей эстетические переживания. Эта эстетическая подоснова служит канвой конкретных цветовых решений отдельных костюмов, комплексов одежды, по возможности - всех социальных групп из различных территориальных общностей. Цвет важен не столько в виде отдельных костюмных форм, а, прежде всего, как система восприятия общей полихромии жизни.

Цель исследования – установить взаимосвязь в системе «цвет-форма костюма – ассоциации потребителя» для разработки базы данных и рекомендаций по проектированию промышленных коллекций с определенным ассоциативным воздействием, соответствующих определенным социальным группам.

Объект исследования – коллекции известных дизайнеров 2013 -2015 гг., цвет как формообразующий элемент, объемно –пространственная форма одежды, социальные группы, спектроколориметр CAPSURE и программа CAPSURE Palette [1].

Методы исследования – диагностики цветового зрения, маркетинговый метод цветокоррекции, опроса, маркетинговых исследований, математической статистики и др.

В процессе выполнения работы изучены труды Бастрикиной Т.С., Андросовой Э.М., Охониёзова В.Д., Михалевой К.Ю., Нестеренко Е.В., Серова Н.В., Черноризова А.М., Яньшина П.В. и др.

Научная новизна исследования заключается в том, что предложен механизм проектирования системы «форма костюма – цвет», позволяющий на первом этапе разработки моделировать впечатление от готового продукта.

В работе предприняты попытки описания соответствий между эмоциями человека и комплексом пластических, звуковых и цветовых образов (по наблюдениям за образами моды 2013-2015 гг.).

Типичная ошибка производителей одежды: фирменная палитра не соответствует ценовой нише, в которую пришла компания. Один и тот же цвет представителями эконом-сегмента и премиального класса воспринимаются по-разному. То, что для одних кажется бедным, пустым, для других является статусным цветом, на фоне которого они индивидуальны.

На рис.1. представлен пример цветового анализа коллекции Dolce & Gabbana (весна-лето 2013, pret-a-porter). Данная модель относится к эмоциональным ассоциациям – «веселые».

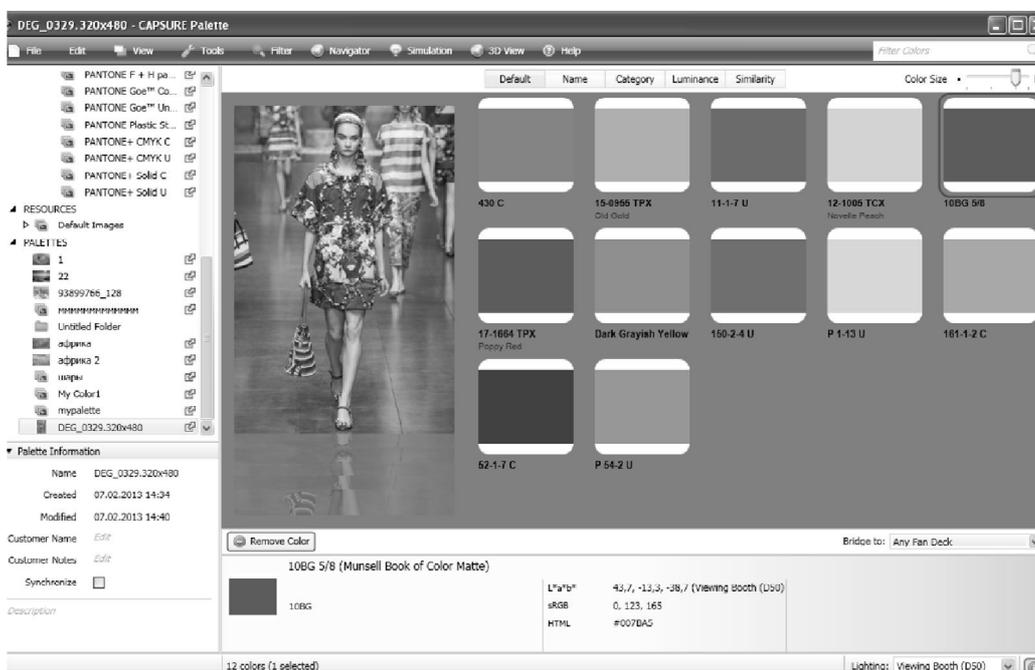


Рис. 1. Цветовой анализ модели из коллекции Dolce & Gabbana (весна-лето 2013, pret-a-porter) в программе CAPSURE Palette

Характеристика модели. Свободные пространства. Гладкие, плавные формы и узоры. Возможность вихревого, мечущегося и петляющего движения. Отсутствие ограничений. Формы, цвета и символы, вызывающие

скорее к эмоциям, чем к интеллекту. Возможность театрализованности. Зачастую светлое яркое и стихийное, взятое в контрасте с тяжеловесным и тёмным. Тёплые яркие цвета. Мимолётный, сверкающий, мерцающий свет. Весёлые, бодрые звуки.

Для анализа цветовых сочетаний были выбраны 192 коллекции дизайнеров разного уровня. Каждая модель из коллекции была открыта в программе CAPSURE Palette и проанализирована по цветовым пантонам. Далее в программе «расчет площадей IpSquare 4.0» (рис.2) были определены площади цветов и их процентное распределение в модели. Для модели на рис. 1 площадь красного цвета составляет $21,77 \text{ см}^2$, черного - $1,2 \text{ см}^2$, открытого тела – $12,55 \text{ см}^2$.

В коллекции St. John (17 моделей) доминирующий цвет – черный (более 50%), ярких цветов, таких как красный, зеленый, желтый, розовый более 25%, светлых цветов, таких как светло и бледно розовый, белый, серый - около 20%. В коллекции участки открытого тела составляют менее 5%, это говорит о том, что преобладают закрытые изделия - юбки закрывающие колена, брюки, жакеты с длинным рукавом.

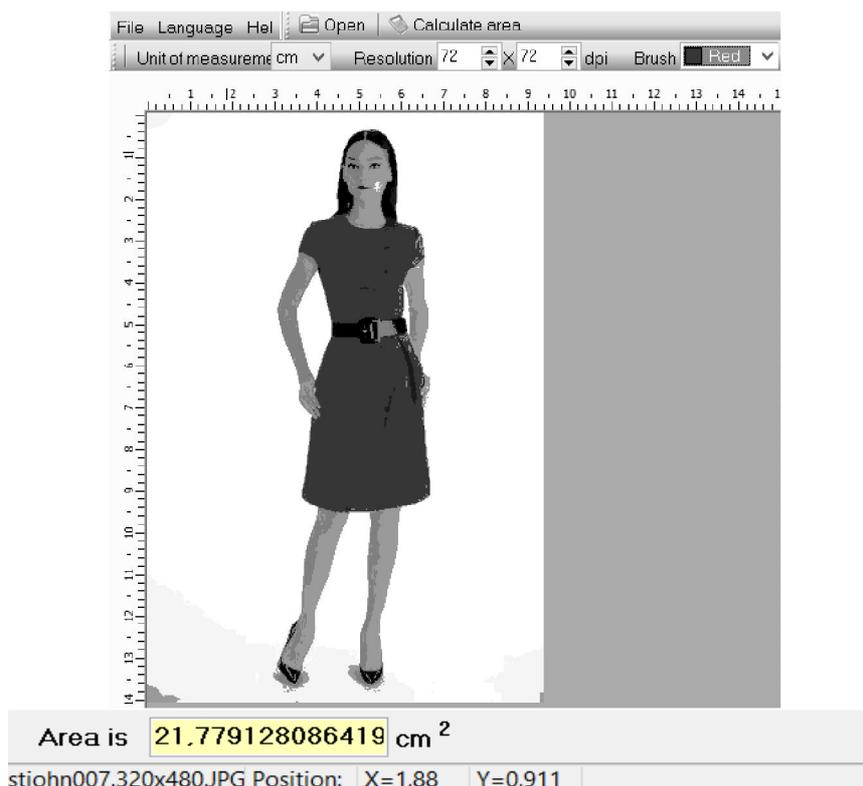


Рис. 2. Пример расчета площадей в программе IpSquare 4.0

В качестве практической проверки разработана коллекция «В стиле Диор» (автор - Л.Шайдулина, ИВГПУ). Предварительно проведен анализ цветовых сочетаний в моделях из коллекции Christian Dior сезона «весна-лето» 2015 г. Полученные данные позволили правильно и быстро выбрать

ткани для коллекции, похожие по цвету и свойствам на материал из коллекции модного дома Christian Dior.



Рис.3. Коллекция «В стиле Диор»

Практическая значимость исследования заключается в дальнейшем применении разработанной базы данных по цветовым ассоциациям в качестве рекомендаций для дизайнеров и конструкторов одежды по проектированию формы костюма с позиции ассоциативного и цветового восприятия потребителя.

Литература

1. *Кузнецова А.В., Доронина Н.В.* Решение различных прикладных задач процесса проектирования одежды с помощью технических средств и программного обеспечения // *Современные наукоёмкие технологии и перспективные материалы текстильной и лёгкой промышленности (ПРОГРЕСС-2013): сборник материалов международной научно-технической конференции* – Иваново: ФГБОУ ВПО «ИГТА», 2013. – №2(1). – С. 45-46.

ТВОРЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ В РАЗВИТИИ ЦВЕТОВОГО ОБРАЗНОГО МЫШЛЕНИЯ УЧАЩИХСЯ

Аудер Е.В.

Московский государственный университет дизайна и технологии, Россия

Исследование путей развития цветографического и цветопластического решения костюма с помощью творческих подходов и авторских методик – одна из задач преподавания предмета «Цвет в костюме». Для достижения этой цели необходимо экспериментировать, обновлять задания, по-новому взглянуть на методы обучения.

Швейцарский художник и педагог Иоганнес Иттен считал, что преподаватель, занимающийся с учеником только на основе жёстких программ с помощью апробированных методик больше похож на аптекаря, отпускающего лекарства по рецептам, чем на врача.

В процессе обучения очень важно использовать такие методы, которые дали бы учащемуся возможность проявить себя, свой талант, развить индивидуальность. Во время занятий важно создать такую атмосферу, которая способствует раскрепощению, полёту творческой мысли. Выполнение творческих заданий требует от учащегося и теоретических знаний, и практических навыков художественного мастерства. Выполняя задания, направленные на развитие цветового образного мышления, будущий художник должен постоянно понимать и ощущать, какое впечатление он производит на окружающих, и какое воздействие цветом он может оказать на обладателя костюма.

Проблема цветового образа для художника прикладных специальностей чрезвычайно важна. Он создаёт цветовую среду, влияющую на душевное состояние человека, и уровень его работоспособности. Прежде всего, все цвета спектра оказывают физиологическое воздействие на функциональные системы человека.

В нашем сознании всегда есть место живописным и пластическим образам, навеянным искусством, которые обусловлены многообразием способов художественного решения. При этом важнейшей стороной художественного мышления является обращение к фантазии. Художнику необходимо помнить, что он не просто изображает мир, а тот мир, который видит лично он.

Изображение может быть условно, а узнавание чаще всего бывает ассоциативным. При этом особо ценится нестандартность и даже оригинальность мышления. Раскрытие образа предполагает работу с выразительными возможностями цвета, линии и пятна, это есть поиск средств, несущих информацию. Однако основополагающим условием является целостное восприятие образа. На уровне интуиции художник может использовать различные приёмы усиления выразительности изображения – пере-

пад насыщенности и светлотности цвета, размытость границ очертаний предмета, цветографическая чёткость границ композиционного центра. Живописное изображение образа не является простым повторением натуры, это, прежде всего, акт переосмысления, переработки цветового пространства на язык цветowych пятен и форм. Цветовое решение образа костюма всегда сохраняет чувственное представление и взаимосвязи с цветовым пространством и пластикой, учитывает психологическое воздействие цвета и колорита.

Развитию цветового образного мышления учащихся посвящен ряд занятий по дисциплине «Цвет в костюме» на кафедре «Искусство костюма и моды» Института искусств МГУДТ.

Основная часть творческих заданий выполняется вручную, а не на компьютере. Важно знать, что во время работы кистью, фломастером, пером в большей степени становится активным правое полушарие головного мозга, которое отвечает за творческое мышление. К тому же, только работая руками и механическим инструментарием человек способен передать своё эмоциональное состояние, внутреннюю вибрацию, в которой он пребывает в настоящий момент. Чем больше промежуточных инструментов – посредников между листом бумаги, холстом и художником, тем сложнее передать внутреннее ощущение.

Предположим, что человек в различных эмоциональных и психических состояниях пытается изобразить один и тот же объект. Если человек возбуждён, сердит и даже зол, возможно, он возьмёт широкую кисть и будет ей широко махать, «рубить с плеча», активно работать. Возможно, возьмёт активные яркие краски и, скорее всего, он не будет их тщательно перемешивать, потому что у него внутри «всё кипит», бурлит. В итоге на листе получится определённая картина, соответствующая его внутреннему состоянию.

Но вот состояние изменилось. На смену возбуждению пришла тихая радость. Например, человек получил радостное известие, или вкусно поел, или его кто-то рассмешил. В этом случае, движения его кисти будут более плавными, а цвета более сдержанными, умиротворёнными. Если мы сравним первую и вторую работы, то увидим два разных изображения одного и того же объекта.

Внутреннее состояние человека, его вибрация, эмоция оказывают влияние на ритм, манеру и цветовую гамму работы. От внутреннего состояния зависит и выбор цветowych предпочтений. Всё это придаёт работе особую индивидуальность, неповторимость, которую невозможно передать на компьютере.

Одна из задач, которая ставится перед учащимися – расширить диапазон цветowych ощущений, раскрепоститься и передать свои внутренние состояния и ощущения в цвете и графике. Во время работы, прежде всего, необходимо руководствоваться чувством, эмоцией.

Чтобы непосредственные чувства были выражены в цвете, пятне или линии, они должны жить в самом художнике. Рука, кисть, пальцы и всё тело должны быть наполнены этими чувствами.

Условие, необходимое для раскрытия творческой индивидуальности учащихся – создание на занятиях творческой атмосферы, среды, в которой будущий художник сможет раскрепоститься и проявить себя.

Одно из занятий – музыкальное, в котором музыка является творческим источником для создания цветоритмического образа. О взаимосвязи цвета и музыки давно известно и много написано. Музыка, как и цвет, влияет на человека и его эмоциональное состояние. Музыка определённым образом может воздействовать на чувства, которые подскажут необычное индивидуальное цветовое решение.

Эмоции, возникающие во время прослушивания музыкального произведения, ассоциируются с определённой цветовой гаммой. К занятию подбиралась музыка различной стилевой направленности, которая пробуждала различные цветовые и ритмические ассоциации. Учащихся просили представить и рассказать, какого цвета эта музыка, какие цветовые ассоциации возникают у них во время её прослушивания. Предварительно на занятии обсуждали теории Кандинского и Скрябина о взаимодействии цвета, формы и музыки, слушали цветомузыкальную симфонию Скрябина «Прометей». Основное условие задания – передать кистью и красками своё цветовое и ритмическое ощущение от различных музыкальных отрывков.

Мощным импульсом для формирования цветового образного мышления учащихся являются занятия, направленные на развитие ассоциативной взаимосвязи между цветом и обонянием.

Существуют различные виды взаимосвязи между обонянием и цветом, вкусом и цветом. Разнообразные ароматы будят воображение. В ароматах, подобно музыке и цвету, выделяют гаммы, звучание, ноты, аккорды, тёплые, горячие и прохладные тона. В ароматах и благовониях есть что-то праздничное, торжественное, они возбуждают, будоражат чувства человека. Такие чувства сопутствуют написанию цветущего сада, букетов садовых или полевых цветов. Механизм воздействия запахов на сознание человека изучен недостаточно, но очевидно, что ароматы обладают исключительной силой вызывать ассоциации. Выражение «благоухающие краски» общеизвестно, это может служить примером восприятия красок обонянием.

Предварительно с учащимися обсуждалась тема цветовых ассоциаций, которые могут быть вызваны различными ароматами и вкусами. Затем учащимся предлагалась работа на тему: «Модель в аромате французских духов». На подиуме находилась модель, условно одетая в соответствующий костюм современной элегантной парижанки. Учащимся необходимо изобразить не модель, а цветовые ассоциации от аромата французских духов, которыми благоухает молодая парижанка.

В любом виде искусства существует великое множество разнообразных выразительных средств. Но содержанием, смыслом, своим взглядом, индивидуальностью наполняет работу художник. Развитие творческого мышления и поиск нестандартного решения – путь к формированию творческой индивидуальности.

ПРОЕКТИРОВАНИЕ И ДИЗАЙН СПЕЦИАЛЬНОЙ ОДЕЖДЫ ДЛЯ ЛЮДЕЙ С РАЗЛИЧНОЙ СТЕПЕНЬЮ ОГРАНИЧЕНИЯ ДВИЖЕНИЯ

Чулкова Э.Н., Мокеева Н.С.

Новосибирский технологический институт (филиал) МГУДТ, Россия

Потребность человека в специальной одежде вызвана определенными обстоятельствами, результатом которых являются изменения размерных признаков и пропорций тела людей с ограниченными двигательными возможностями (ЛОДВ) по сравнению с типовым телосложением, а также заболеваниями, приводящими к ограничению двигательной функции организма или ряду анатомических дефектов.

На сегодняшний день актуальны проблемы бытовой адаптации и включение ЛОДВ в социальную среду, нахождение каждым индивидом нового места в обществе в соответствии со своим статусом.

В зависимости от характера заболевания, ЛОДВ могут нуждаться в отличающейся от обычной бытовой одежде конструкторскими, технологическими решениями и используемыми материалами. Такие предметы гардероба должны иметь повышенные эргономические характеристики, обеспечивать человеку возможность более легкого самостоятельного или с посторонней помощью пользования одеждой.

Особое значение при проектировании промышленных изделий, непосредственно входящих в контакт с человеком, имеют антропометрические показатели. Характер антропометрических контактов ЛОДВ и одежды неодинаков в покое и при движениях (при передвижении на коляске, изменении положения тела в коляске). Под руководством проф. Мокеевой Н.С. на кафедре ТДШИ проведены исследования особенностей строения фигуры человека, находящегося в инвалидной коляске. Разработана методика дистанционного снятия размерных признаков для проектирования особенной одежды. Выявлены и систематизированы средства реабилитации, которые необходимы инвалидам для восстановления способности к самообслуживанию при наличии различных состояний. Предложены современные материалы, методы технологической обработки и оборудование, применяемые для изготовления специальной одежды для инвалидов. Проведено исследование гигиенических свойств домашней одежды для инвалидов-колясочников, итогом которого явилось создание геометриче-

ской системы «Человек-одежда-окружающая среда». Решена задача подбора состава пакета материалов и элементов конструкции одежды в соответствии с условиями эксплуатации. Для этого составлена математическая модель, которая реализована для трёх изделий: жилета, накидки-жилета и куртки, решение выполнено в стандартном пакете MS Excel. Для проведения регламентных мероприятий привлекались члены Новосибирского отделения Всероссийского общества инвалидов. В результате антропометрических обследований произведены корректировки чертежей типовых конструкций, в соответствии с пространственным положением тела, в области тазобедренных суставов, коленей и согнутых в локте рук для более точного изготовления моделей функционально – эстетической одежды.

На основании проведённых исследований разработана структура нового ассортимента одежды для ЛОДВ, которая включает в себя три основных класса – бытовая, спортивная и специальная. Класс бытовой одежды разделён на три подкласса – повседневная, домашняя (прогулочная) и торжественная. Каждый подкласс распределён по видам на плечевую и поясную одежду.

Принципиально новый по дизайну и конструкции ассортимент домашней и прогулочной одежды включает в себя следующие комплекты изделий: полукомбинезон с заниженной линией шага, юбка с запахом и топ, юбка-мешок и топ, туника-накидка и юбка с текстильной застежкой, расположенной по краю средней части юбки, блузон и брюки с текстильной застежкой в боковых швах (рис. 1 и 2).



Рис. 1. Эскиз полукомбинезона с заниженной линией шага



Рис. 2. Эскиз туники-накидки и юбки с текстильной застежкой, расположенной по краю средней части юбки

При сочетании бытовой и специальной одежды для людей с различной степенью ограничения движения выделены новые виды ассортимента, которые имеют в конструкции замаскированные реабилитационные эле-

менты:

- комбиплатье утеплённое, представляет собой слияние утеплённого комбинезона и юбки или мешка для ног;
- накидка-жилет, представляет собой укороченную цельнокроеную накидку с застёжками по бокам или спереди;
- юбка-брюки с запахом – комбинация юбки и брюк методом трансформации;
- юбка-трансформер, конструкция внизу снабжена кулисой, которая при затягивании превращает изделие в мешок для ног;
- накидка-пальто представляет собой верхнее изделие с цельнокроеными рукавами и застёжками по бокам или спереди;
- пальто (жакет) с фиксатором к спинке коляски, укороченная спинка которого надевается на спинку кресла, либо для этой цели имеется специальный элемент в виде отлетной кокетки.

Под руководством проф. Моковой Н.С. ведутся работы по разработке спортивной одежды для людей с ограниченными возможностями. Определены требования, предъявляемые к ассортименту и конструкции изделий для занятий спортом, изучены траектории движений спортсменов с ограниченными двигательными возможностями. Совершенствование конструктивных решений одежды направлено на использование нагревательных элементов в спортивной одежде, в частности для горнолыжников-паралимпийцев.

Студенты и преподаватели кафедры ТДШИ ежегодно участвуют во Всероссийских и региональных конкурсах дизайна одежды - «Особая мода», в международном конкурсе дизайна одежды для людей с особенностями строения фигуры Bezgraniz Couture Award TM. Все модели изготовлены на основе методов адресного проектирования.

При отсутствии целевого финансирования научных исследований, кафедра ТДШИ имеет опыт кооперации с коммерческими организациями и инициативными группами, которые изготавливают и реализуют специальную одежду для ЛОВД. Для привлечения внимания профессионального сообщества, дизайнеров и модельеров к проблеме формирования положительного образа людей, испытывающих ограничения жизнедеятельности ежегодно проводится одноцелевое исследование в сети Интернет: на форумах для инвалидов на сайтах dislive.ru, sibnet.ru в разделе для людей с ограниченными возможностями и в специально созданной группе на сайте vkontakte.ru.

Результативность исследований доказана при испытании опытных образцов в коллекциях одежды, продемонстрированных во время регионального конкурса дизайнеров «Особая мода» (г. Томск, 2012- 2015 гг.).

РАЗРАБОТКА МОДНОГО ДИЗАЙНА ДЛЯ СОВРЕМЕННОЙ ОБУВИ

Полосухина И.В., Конарева Ю.С.

Московский государственный университет дизайна и технологии, Россия

Обувь является одним из главных предметов гардероба, и занимает важное место в истории моды. В настоящее время существует бесчисленное множество разнообразных моделей женской обуви на все случаи жизни. Модные тенденции ежедневно меняются, и хочется привнести в этот мир, и так наполненный разнообразными вещами, что-то необычное и новое. Важно создавать идеи оригинальные и одновременно отвечающие современным требованиям рынка.

Источником вдохновения представленной коллекции обуви «Shoes with tattoos» послужила идея создать эффект настоящих татуировок на теле (рис. 1). Стилем их воплощения выбран *oldschool* - модный в наше время среди молодежи. Как правило, это небольшие татуировки с четко выраженными контурами использующие несколько простых ярких цветов.



Рис.1. Коллекция обуви «Shoes with tattoos»

Идея их возникновения началась довольно давно. "Old school" - традиционный стиль татуировок Европы и Америки, история которого начинается с конца XIX-го века. Моряки были первыми, кто возродил искусство и практику татуировки на Западе, и распространили традиции коренных жителей островов Полинезии в Тихом океане и других стран в Юго-Восточной Азии [1]. Слово «тату» пришло в английский язык от таитянского слова, «та-ттоу», которое напоминало звук, когда

полинезийцы делали татуировку своими традиционными полинезийскими орудиями.

Моряки, конечно, не повторяли фольклорные татуировки предшественников, а создали свои особенные символы, тату талисманы обереги. Жизнь в море была весьма сурова, и выживали только самые сильные. Моряки были очень суеверны и верили, что татуировка защитит их от неприятностей в море.

Оставив концепцию прежней, метод стилизации позволяет old school татуировки перенести на современные изделия в виде росписи по коже. Три пары обуви коллекции «Shoes with tattoos» отражают три аспекта в олдскуле тату а именно: любовь, семья и тема моря.

Для обозначения «любви» существует множество вариантов в данном направлении. Самым простым из них и популярным является сердце. В том же понимании используют изображение бабочки и розы. В современном олдскуле «семья» приняла новое обозначение. Помимо надписей в сердце и на ленте, используют изображения чайника либо кружки, как отсылку к домашнему уюту. Морская тема в татуировках стала одной из популярных в наше время, и предпочитают ее не только моряки. Якорь имеет древние символические корни, уходящие на несколько тысячелетий вглубь времен, считается символом, помогающим не сбиться с пути и оставаться самим собой при любых обстоятельствах. Маяк - символ безграничной веры и надежды, света на пути к новым свершениям, новой жизни.

Особого внимания заслуживают материалы, применяемые для изготовления обуви.

Наружные детали верха обуви должны быть стойки к образованию трещин, истиранию, загрязнению, действию пота, обладать высокими показателями влагопоглощения и влагоотдачи. Назначение подкладки – повысить формоустойчивость и износостойкость обуви, улучшить ее гигиенические свойства. Подкладка играет существенную роль в обеспечении внешнего вида обуви и нормальных условий носки.

Работа дизайнера заключается в том, чтобы понять, какая именно обувь отвечает задачам функциональности и подчеркивает индивидуальность владельца. Натуральная кожа – идеальный материал для воплощения художественного замысла дизайнера, как через конструктивные особенности модели, так и в виде различной росписи на ней. Каждая пара обуви коллекции «Shoes with tattoos» - особая и станет ярким дополнением к любому наряду.

Литература

1. Интернет-ресурс: <http://www.lookatme.ru/flow/dizayn>

АНАЛИЗ МОДНЫХ ТРЕНДОВ

Новикова А.С.

Московский государственный университет дизайна и технологии, Россия

Для успешной профессиональной деятельности художник-модельер должен хорошо ориентироваться в тенденциях современной моды, а, главное, знать, как возникают модные тренды, где их отслеживать, чтобы всегда быть на несколько шагов впереди остальных.

Модный тренд – актуальное направление в моде, периодически повторяющаяся тенденция ее развития. Модные тренды формируются общественным мнением, активно выражаются СМИ и телевидением, отражая представления общества о стиле жизни. Тренды, можно сказать, самозарождаются из общественных ожиданий и потребностей [1]. В какой-то момент наступает пресыщение предыдущим трендом, а это значит, что ему что-то должно прийти на смену. Так мы все в свое время "пресытились" гламуром и всем, что пыталось гламуром казаться. И теперь маятник качнулся в другую сторону: минимализм, естественность, интеллектуальные бренды и экологичность. Естественно, это касается долгосрочных тенденций, цикл которых измеряется годами и иногда даже десятилетиями. Тренды сезона в духе «этим летом носим синее» более коммерчески направлены и чаще всего создаются маркетологами брендов искусственно. Но и эти сезонные веяния должны проходить в русле основных трендов и настроений в социуме.

По словам историка моды Александра Васильева, мода является отражением общественных явлений, идеологий, субкультур, исторической и демографической ситуации. Модельеры же играют не самую главную роль в создании моды. Известен случай кардинального изменения облика женщин после первой мировой войны. Еще один пример, приводимый Александром Васильевым – порой чрезмерно яркий внешний вид женщин в нашей стране, говорящий об острой конкуренции за мужчин, которых в стране довольно мало. Поэтому, чтобы прогнозировать моду, модельеру необходимо хорошо ориентироваться в исторических закономерностях и смене тенденций.

Для улавливания будущих трендов нужно уметь наблюдать и подмечать все, что происходит вокруг, во всех областях [2]. Образы будущего уже присутствуют в настоящем, но необходимо уметь их видеть.

Вдохновение у художника-модельера никогда не рождается из воздуха. Оно приходит в процессе наблюдения, рассматривания, любования теми событиями и вещами, которые сегодня незаметны большинству людей. Не все они могут стать актуальными завтра, а потому, чтобы отличить "новомодную пустышку", от набирающей обороты актуальной тенденции, требуется профессиональный подход.

Если вы хотите научиться определять тренды, прежде всего, научитесь разбираться в том, что происходит в мире, чем живут люди. Например, организация Greenpeace может спровоцировать моду на искусственный мех, глобальное потепление и изменение климата – на натуральные материалы и вторично переработанные ткани.

Ни один индивидуальный талант не может диктовать направление в моде. Как в начале 20-го века сказал парижский кутюрье Поль Пуарэ, выбросивший многовековые корсеты из женского гардероба: «Я не сотворил ничего нового, а просто воплотил тайные желания женщин моего времени». Следовательно, можно утверждать, что тенденции моды – это не что иное, как воплощение духа времени. Тенденция не появляется из воздуха, ее возможно отследить по разным явлениям в архитектуре, дизайне, социосфере – везде, где могут быть новые веяния, которые определяют общее развитие.

Прогнозирование модных трендов может базироваться на анализе происходящего и текущего – это дает возможность понять, чего не хватает на сегодняшний день, от чего уже устали и что надо сделать. Кроме того, на изменения в моде огромное влияние оказывают политические и экономические ситуации, обстоятельства иного характера (например, свадьба принца Чарльза), а также личные предпочтения потенциальных покупателей. Примерами могут являться:

1. Экономическая ситуация

Мировой финансовый кризис, ставший крупным социально-экономическим потрясением, привел к изменениям тенденций в мире моды.

Утрата спонтанности при выборе одежды привела к тому, что выбор покупателей стал более целевым, и одежда теперь отбирается с большей тщательностью. Следовательно, приобретается гораздо меньше роскошных и ненужных вещей. Таким образом, можно отметить, что упор в одежде ставится не столько на бренд, стоимость, социальные и возрастные категории, сколько на индивидуальность, умеренность и тщательность.

2. Интерес к определенной культуре

Возрос интерес к Индии, всё больше европейцев стало ездить в Непал, многие стали медитировать и заниматься йогой. Увлечение Востоком ярко выразилось в одежде: в моде туники, простые и с вышивкой, преобладание льняных и хлопковых тканей и большое количество украшений.

3. Политическая ситуация

Любые политические ситуации в обязательном порядке влияют на тенденции. Появление в сезоне стиля «милитари» – следствие реакции на войны, революции, политические конфликты.

4. Авторский дизайн

Сейчас в моде индивидуальность. «Я не такой, как все», – словно бы говорят люди, предпочитающие иметь штучные, уникальные предметы в

своем гардеробе и своем интерьере. Ручная работа – это не просто стиль, качество и индивидуальность. Это тренд. Сегодня, в эпоху масштабного промышленного прогресса, открытости границ и свободного доступа к международному рынку, можно без проблем приобрести любую желаемую вещь. Вместе с тем предлагаемый ассортимент зачастую является стандартным, в большинстве случаев с виду красивым, но по сути некачественным контрафактом. В борьбе за качество в фэшн-индустрии многие крупные модные дома предлагают изделия ручной работы: расписанные вручную туфли Cavalli; сумки с персональной монограммой у Louis Vuitton; ручная вышивка у Dolce&Gabbana и т.д. В России также многие компании используют ручную работу при изготовлении своих товаров. Например, бренд NEW&W выпускает кожаные изделия, используя авторский метод наложения кожи на формообразующий материал для получения выпуклой 3D формы [3]. Спрос на персональный подход рождает предложение. Handmade сегодня – это качество и индивидуальность, возможность создания своего личного образа во всем.

Но так ли необходимо знать огромное множество трендов модельерам, создающим высокую моду? Конечно, дизайнеру, работающему в категории люкс, не нужно знать все тенденции и тонкости актуального мерчандайзинга в магазине [4]. Иногда ему достаточно общих сведений о тенденциях в дизайне, архитектуре, или вообще отдельного изображения, чтобы найти вдохновение для всей коллекции. Все зависит от того, как дизайнер работает с трендами. Но не знать тенденции совсем может быть небезопасно. Есть модельеры, которые сидят в полной изоляции и думают, что создают трендовую коллекцию. А потом выясняется, что он не попал в тренд и его вещи не продаются.

Понятно, что детальное знание тенденций необходимо компаниям, работающим в сегменте масс-маркет. Но избыток этой информации часто приводит к унификации, когда коллекции разных марок почти дословно повторяют друг друга. Так как же сохранить уникальность марки, имея на руках подробный трендбук?

С трендами нужно уметь обращаться. Каждая компания должна четко понимать, кто она, в каком ценовом сегменте работает, какой у нее имидж [4]. Если марка все это понимает, она всегда делает собственную интерпретацию вещей must-have, сохраняя тем самым индивидуальность. Если этого не происходит, то это значит, что у компании просто нет своего направления. К сожалению, таких марок на рынке очень много.

Сегодня все крупные Дома моды, такие как Hermes или Prada, сами следят за блогами и комментариями по поводу стилей одежды, сами наблюдают за тем, что происходит вокруг. Известные бренды сегодня предпочитают заниматься собственными наблюдениями за изменениями в стиле жизни и в потреблении общества, анализируя данные и адаптируя их к собственному направлению продукции.

В современном, динамично развивающемся обществе важно вовремя получить актуальную информацию и грамотно ее использовать. Только используя результаты прогнозов, можно рассчитывать на процветание в нашем конкурентном и скоротечном мире.

Литература

1. http://lady-mystery.ru/fashion/6304-vopros_dnja_kak_sozdajutsja_trendi.html
2. <https://fashionunited.ru/v1/fashion/l-popova-trend-voploshenie-duha-vremeni>
3. <http://www.livemaster.ru/newandw>
4. http://www.fashion-report.ru/trends/detail.php?ELEMENT_ID=5593

ТАПИССЕРИЯ, СТАНКОВАЯ И МОНУМЕНТАЛЬНАЯ ЖИВОПИСЬ

Уваров В.Д.

Московский государственный университет дизайна и технологии, Россия

Для имиджа современной таписсерии весьма примечательно наличие глубинной связи искусства настенного ковра с изобразительным искусством XX и XXI столетий. Из всех разновидностей таписсерии наиболее близким к живописи с ее особым картинным видением мира и его духовно-поэтической интерпретацией является плоскостной безворсовый ковер — *таписсерия-гобелен*, уходящий своими корнями в средневековье. Возрождение этой модификации таписсерии, которое мы наблюдаем в наши дни, говорит о жизнеспособности и актуальности этой разновидности ручного ткачества. Благодаря виртуозному мастерству ткачи умели с предельной точностью воспроизвести в плоскостном безворсовом ковре практически любое изображение, созданное красками на картоне. Главным объединяющим началом для картины и гобелена является наличие изображения, причем не орнаментально-знакового, а сюжетно-тематического.

Современные гобелены во Франции, Польше, Венгрии, США и ряде других стран изготавливаются на ткацких станках, ничем практически не отличающихся от станков, которые использовались в XVI—XVIII вв. При знакомстве с западноевропейским гобеленом поражает его удивительная тонкость, не только в исполнении, виртуозная по своей сущности, но и в буквальном смысле. Сохраняя традиции фламандского и французского ковроткачества, мастера таписсерии, работающие в технике французского гобелена или по технологии, принятой на мануфактуре в Обюссоне, и по сей день делают ковры с очень высокой плотностью нитей по основе.

Многие современные художники обычно выполняют работы собственноручно.

Понимание гобелена как тканой картины, а не как декоративного ковра, позволяет проследить общие с живописью тенденции и направления его создания, а также определяет его жанровое многообразие. Связь художественного текстиля с живописной картиной — это особая связь, так как понимание художественных задач станкового искусства в таписсерии неразрывно связано с материалом. Наиболее существенной особенностью пластического языка гобелена является формирование его образного содержания в процессе самого ткачества. Деятельность гобелениста имеет совершенно другую природу, по сравнению с созданием живописного произведения. В первом случае выразительность образного решения темы достигается не стилизацией изобразительных форм, а самой техникой ткачества, "поведением", определяемым свойствами материала.

В таписсерии, как настенной, так и пространственной, существуют жанры: портрет, пейзаж, натюрморт, многофигурные композиции. В произведениях многих художников 1960—1990-х гг. в основном доминировало фигуративное изображение, выступающее в роли формообразующей основы. Например, в работе французского таписсьера Элизабет Гашо "Буцефал" (2000) в основу композиции положена условно решенная фигура любимого коня Александра Македонского. С начала 1970-х гг. в настенном ковре широкое распространение получило и нефигуративное — абстрактное — изображение. Примером может служить таписсерия "Закат" (2001) американской художницы Лив Карвер. В настоящее время прослеживаются аналогии путей развития классической модификации таписсерии — таписсерии-гобелена с различными течениями и направлениями современной живописи: абстракционизмом, новой сенситивностью, конструктивизмом, неофигуративностью.

Сюжетно-тематические композиции, связь которых со станковой живописью достаточно очевидна, создает венгерская художница Гизелла Шолти — признанный мастер гобелена, виртуозно владеющий разнообразными техниками гладкого ткачества. В ее работах явственно проявляется двойственная природа гобелена. Это и картинный ковер и ковровая картина. Изобразительные формы гобеленов трактованы орнаментально, а поверхность кажется вибрирующей из-за огромного числа цветовых оттенков.

Подвешенная в пространстве композиция "Астронавт" (1972) состоит из крыла птицы, головы космонавта в шлеме и искусственного спутника Земли. Г.Шолти поэтизирует космос и полеты человека. Тема произведения, его сюжетная линия — отражение мышления станкового художника, его картинного видения мира, однако, материал и техника ткачества активно воздействуют на творческий процесс таписсьера. Гобелены Г.Шолти отражают ее радость, ее боль, ее убеждения. Полная драматизма компози-

ция "Портрет Дьюри" (1982) представляет собой последовательно расположенные реальный инструмент, послуживший причиной гибели молодого человека, его тканый портрет — один из шедевров современного портретного искусства, одухотворенный и эмоциональный, и красные шерстяные линии постепенно затухающей электрокардиограммы.

О широте живописно-пластических исканий в области современного гобелена свидетельствует творчество российского художника текстиля Лины Соколовой. Её произведения отличают философская ориентация, стремление к орнаментальности, использованию органических форм, насыщенность поверхности ковра изобразительными мотивами и колористическая активность.

Высокий художественный уровень работ Л.Соколовой обусловлен тесной взаимосвязью двух основных тенденций использование яркого жизнерадостного колорита, основанного на высочайшей культуре цвета, и блистательное применение монументальных изобразительных форм. В её композициях наполненные экспрессией тела людей и животных восхищают красотой и точностью рисунка, богатством пластических движений.

Монументальные произведения с птицами "Встреча" (1972) и "Утро"(1980) вбирают в себя и картинное видение мастера, и его живописный подход. Образ птицы является для художницы метафорой вдохновенного творчества, полетом мысли и мечтой о красоте. Он воплощается в условном изображении грациозной, сказочной птицы с роскошным оперением. О музыкальности архитектурного строя гобеленов Л.Соколовой написала В.Савицкая: "Парение птиц, буйное цветение трав, произрастание плодов и побегов то звучит единым мощным унисоном, то рассыпается контрапунктом блистательно акцентированных деталей" [1].

Найденный в эскизе художественный образ воссоздавался на картоне с учетом законов построения масштабной формы и визуального восприятия, а затем переносился в материал. Технология ткачества имеет широкий диапазон текстильных средств выражения. Начиная работу над ритмической организацией произведения, художница предвидела, какое воздействие будет оказывать на зрителя текстура текстильной поверхности и какое эстетическое наслаждение он будет получать от восприятия изысканных, благородных оттенков натуральной шерсти, ее мягкости и ворсистости. Следует отметить, что гобелены Л. Соколовой нельзя рассматривать просто как украшение интерьера или увеличенное живописное полотно, механически перенесенное в текстильный материал: в них заключено глубокое артистическое прочтение темы. Таково обращение к теме космоса. Освоению человеком космического пространства посвящены такие величественные гобелены Л.Соколовой, как "Покорители космоса" (1985), "Мирный космос" для галереи Юрия Гагарина в городе, носящем его имя (в прошлом г. Гжатск) и гобелен-занавес "Комета Галлея" (1986) для Дома российской науки и культуры в Варшаве.

Художница, учитывая специфику гобелена, создавала именно соответствующие этой разновидности таписсерии фигуративные изображения, раскрывающие глубокий философский смысл произведения. Прекрасным примером учета специфики ткачества может служить гобелен "Время" (1986). Расположенная в центре композиции левой части диптиха мощная фигура коня с развивающейся гривой полна энергии. Вздернутая голова, сверкающие глаза и яркий блеск зубов передают взрыв, динамику, накал страстей. Этому способствует цветовая гамма ковра. Теплый яркий красный цвет коня и солнечного диска, активно контрастирующий с холодным темно-синим фоном, вызывает ощущение огня. Вихревые потоки переданы летящими прядями сизаля, создающими впечатление вибрации воздуха. Л.Соколова работала с большим эмоциональным подъемом, легко и свободно. Она не только отразила идею времени, стремительный революционный порыв, но и виртуозно перевела на язык ручного ткачества живописную экспрессию образа, создав один из выдающихся шедевров русского гобелена.

Отдавая отчет всей сложности и неизбежной субъективности автоинтерпретации собственного творчества, представим произведения гобелена, выполненные с применением как фигуративного, так и нефигуративного способов изображения.

В таписсерии "Турбулентность" (1996) затрагивается проблема образования Вселенной. Зарождение мира, модель галактики, символ развития цивилизации — все это можно представить в пространстве настенного ковра. Музыкальные ритмы линий темного сапфира создают основу для лирической мелодии голубоватых и зеленоватых тонов. Точкой отсчета для восприятия этого "пейзажа" служит карминный цветовой акцент в центральной части работы. Доктор искусствоведения Светлов И.Е. заметил, что в работе есть определенное напряжение, здесь и игра, и столкновение, и конфликт пространства, и живописность, и архитектурность. Все находится в каком-то сложном соотношении. Это вещь с романтическим началом. Она где-то и лирична и драматична одновременно, беспокойна и гармонична.

Для прорисовывания деталей художнику нужны очень тонкие вертикальные линии. Такую вертикаль можно получить, обвивая основную нить, нитью утка, не соединяя ее при этом с соседними прокидками. Этот способ тканья, названный гампажем, применялся еще в древности копскими ткачами. В таписсерии "Небесные линии" (1996) уделяется особое внимание этому приему: почти все спускающиеся с неба на землю линии оконтурены при помощи гампажа. Притягательность работы кроется в её ритмическом строе и тщательно выстроенной колористической гамме. С их помощью передано ощущение волшебного, мистического света, излучающего какую-то непостижимую энергию. Холодный цвет кармина определяет собой центральный "нерв" произведения, многорядность его про-

странственных планов. Внутренняя тревога, все, что мы переживаем, каким-то невероятно сложным образом представлено в таписсерии. Эстетические качества колорита и играющих друг с другом форм находятся в гармонических соотношениях, в результате этого возникает метафорическое пространство, напоминающее об утраченных знаниях человечества о себе, о мире, о Космосе.

Произведением "Пространство" (1991) размером 200x3000 см автор, добившись стереоскопического эффекта, опроверг представление о том, что в гобелене практически невозможно воспроизвести некоторые чисто иллюзорные живописные моменты. Оставаясь верным исконной традиции плетения французского гобелена, он не мог не привнести характерные интерпретации, свойственные духу XX столетия. Это, прежде всего, кропотливое исследование возможностей света и создание на тканом полотне колористических пространств и перспектив, как бы вводящих зрителя в иллюзию восприятия третьего измерения. Доктор искусствоведения Крамаренко Л.Г. отмечает, что основная проблема в этой композиции — проблема пространства и формы. Здесь пространство становится средством создания художественного образа. Оно передает нам представление о мире, о тех коллизиях, которые происходят в мире. Это — не просто картина мира, это нечто переработанное, осмысленное, благодаря чему и возникает драматическое видение. Стереоскопические гобелены могут найти широкое применение в общественных интерьерах постмодернизма, который осваивает приемы ордерной архитектуры.

Французский архитектор Ле Корбюзье назвал таписсерию "кочующей фреской", что очень точно характеризует настенный ковер как особую форму монументальной живописи, по природе своей близкую фресковой росписи. Общими с фреской являются высокая степень обобщения формы, масштабность и величественность фигур, большие размеры произведений. Росписи и монументальные таписсерии объединяет наличие сложных композиционных построений, включающих большое число разнообразных пластических мотивов. Но самой главной особенностью является неразрывная связь монументальной таписсерии и фрески с архитектурой. Тектонические характеристики архитектуры интерьера непосредственно взаимодействуют с художественной формой произведений монументального искусства, в том числе с масштабностью и пропорциями, ритмом, цветом, текстурой и фактурой.

Художники-таписсеры, создавая произведения для интерьера, учитывают специфику монументальной формы. На основе проведенного автором исследования можно выделить несколько особенностей монументализма в таписсерии: отсутствие принятых в мозаике и фреске грандиозных размеров, использование человеческого масштаба, доминирование эмоционально-лирической интерпретации мотивов, активные поиски композиционной динамики [2].

Подлинным произведениям монументальной таписсерии свойственны, с одной стороны, широкие философские обобщения, глубокие общественно-значимые идеи, выраженные языком монументальных форм, а с другой стороны, соответствие правилам, обусловленным закономерностями и техническими приемами ткачества, точно найденным текстильным выражением замысла. Заметим, что в мировом художественном процессе центр тяжести в работе над монументальными произведениями в основном переместился на создание эскизов таписсерии, и это явление не случайно, а объясняется тем, что в современной архитектуре ведущая роль в образном решении интерьера, наряду с фреской и мозаикой, решительнее стала отводиться таписсерии.

Литература

1. Савицкая В.И. Как нарисовать птицу. // Декоративное искусство СССР. 1981. N 4. - С. 32-34.

2. Общеввропейская ситуация в искусстве таписсерии и венгерский опыт / Современные творческие процессы и пути европейской культурной интеграции. Статья. – М.: Государственный институт искусствознания. 1996. - С. 130-136.

СОЦИАЛЬНАЯ ПЕРЦЕПЦИЯ КУЛЬТУРНЫХ СЛОЕВ ОДЕЖДЫ

Антоненко И.В., Карицкий И.Н.

Московский государственный университет дизайна и технологии, Россия

Культурологическое и социально-психологическое исследование одежды позволяет выделить в ней культурные слои, определенное сочетание и акцентуация которых лежит в основании стилей одежды и феномена моды. Их отражение в индивидуальном, групповом и массовом сознании определяется механизмами социальной перцепции. Мы разработали комплексную многомерно-параметрическую концепцию пяти культурных слоев одежды. Коротко ее суть в следующем. Первый слой одежды, сугубо материальный, обеспечивает защиту тела от неблагоприятных факторов внешней среды, он является адаптивным. Этот слой для одежды исходный и реализует потребность человека в создании лучших условий выживания в текущих природных обстоятельствах. Первый культурный слой одежды является природным, материальным, он отвечает насущной необходимости адаптироваться к природной среде, его главный признак – природная обусловленность. Поэтому его можно назвать физиологическим, природным, адаптационным, защитным или необходимым слоем. Далее мы будем называть его в основном адаптивным слоем [2; 4].

Второй слой одежды связан с ее функциональностью. В одной и той же природно-климатической зоне человек занят разными видами деятельности и находится в разных ситуациях: работает в поле, занят охотой, рыбной ловлей, управлением, стоит за станком, сидит за рулем автомобиля, трудится в офисе, в лаборатории, преподает, развлекается, отдыхает, находится на официальной приеме, в театре, ресторане, занят спортом и т.п. То есть одежда, прежде всего, соответствует физиологическим потребностям в данной природной среде, но теперь на нее наслаивается согласованность с видом деятельности или с ситуацией, она должна быть оптимальна для этой деятельности или ситуации, не мешать ей, а способствовать. Здесь, конечно, уже присутствует не только функциональность одежды как простое соответствие виду деятельности, но и элементы культурной обусловленности в форме традиционной одежды для данного вида деятельности, но все же на первом плане стоит именно функциональность одежды. И, таким образом, это второй социальный слой одежды – функциональный [2; 7].

Третий слой одежды – символический. Его основная роль состоит в обозначении социальных контекстов и статусов, в простейшем случае – указание на богатство, на раба, надсмотрщика, рабовладельца или жреца и царя, на крестьянина, ремесленника определенного цеха, купца или феодала, в других случаях – на один из множества социальных статусов, существующих в сложном обществе. В любом случае это как-то присутствует в одежде: традиционная одежда крестьянина, военного, моряка, учителя, рабочего, клерка, брокера, заключенного и т.п. В одних случаях такого рода знаки очень определены и заметны, в других они не бросаются в глаза, но всегда существуют [1; 2; 3].

С символическим слоем смыкается четвертый слой – регуляционный. Его можно специально выделять или говорить о второй функции символического слоя (регуляционной), но поскольку этот слой не всегда связан с символическим, то правильнее рассматривать его отдельно, т.к. все три первых слоя обладают способностью к регулированию социальных отношений, особенно функциональный и символический. Мы по-разному относимся к рабочему и банкиру, к человеку в бедной и богатой одежде, к тем, кого принимаем за подчиненного и за начальника, к артистам, чиновникам, педагогам, военным и т.п. То есть одежда еще регулирует наши взаимоотношения, через нее мы приписываем определенные социальные качества ее носителям и соответственно изменяем свое отношение и поведение [2; 6].

Пятый слой одежды может иметь несколько источников, но главным его признаком является индивидуальность. Это новая надстройка над четырьмя предыдущими слоями, выражающая субъективные предпочтения. Личность здесь выступает как субъект выбора [5]. Один человек может предпочитать спортивную одежду, другой яркие тона, третий старается не

выделяться из общей массы, четвертый, наоборот, демонстративно проявляет свою принадлежность определенной социальной группе или выражает какого-то рода оригинальность и т.д. Важно то, что при любом варианте одежда индивидуализирована через личный выбор: не выделяться в одежде является таким же выбором, как и выделяться, т.е. индивидуальный слой всегда присутствует в одежде. Для одних он строится на некоего рода привычках: тот, кто занимается спортом, часто предпочитает спортивный стиль одежды, кто занят в сфере искусства, одевается более свободно и артистично, чиновник узнаваем в классическом строгом костюме, а определенная ментальность присутствует в стиле милитари [2; 6; 8; 9].

Конечно, более всего индивидуальность бросается в глаза, когда она контрастирует с окружающими, это стили: панк, готический, хиппи, гламурный, авангардный, балетный, ретро, кантри, эмо, этнический и т.п. В любом случае, индивидуальность надстраивается над природным слоем одежды, ее функциональностью, символическим и регуляционным слоями, в одних случаях акцентируя функциональность, распространяя ее за сферы исходной деятельности (повседневный спортивный стиль, повседневные пиджак или куртка), в других случаях сигнализируя об определенной социальной группе или ментальности (винтаж, панк, хиппи, милитари, спортивный, экологический, азиатский, академический и другие стили), в третьих проявляясь как элемент самой функциональности (некоторого рода украшение, особая деталь в функциональной одежде), в четвертых демонстрируя желание выделиться, обратить на себя внимание. И конечно, индивидуальный слой одежды обратно связывается с функциональностью, символическостью и регуляционным аспектом одежды, порождая вторичную функциональность, символическость и социальную регуляцию [2; 3; 9].

Стили одежды образуются, прежде всего, на основе функционального, символического и индивидуального слоя. Образование стиля на базе функционального или символического слоя – это довольно обычный механизм формирования стиля одежды. Так возникли стили «белый воротничок», «голубой воротничок», богемный, академический, вечерний, стили профессиональной одежды (множество стилей), спортивный, военный, а также различные дресс-коды и пр. Хотя стиль одежды, основанный на принципах функциональности или символической сигнальности, прежде всего, связан со специфической деятельностью, ситуацией или статусом, он также легко может становиться стилем индивидуальности, если человек начинает отдавать предпочтение этому стилю, расширяя таким образом, социальную зону его использования. Это чаще всего касается стилей спортивного, милитари, делового, богемного, некоторых профессиональных стилей и др.

Стиль на основе индивидуального слоя в принципе может сформироваться по любому признаку или группе признаков, на основе многообразных культурных оснований, и предугадать актуализацию этих основа-

ний затруднительно, хотя по наметившимся социальным тенденциям и преобладающим практикам можно говорить о новых стилевых трендах для определенных социальных групп и субкультур. Здесь надо различать уникальные индивидуальные стили, совершенно личные (мы их замечаем, но обычно они не имеют названий, разве что в коллекциях модных домов, их общим названием, наверное, является название «авангардный стиль»), узкогрупповые (вплоть до стиля определенного двора, компании), субкультурные, при этом речь может идти и о реальных, и о номинальных социальных группах (хиппи, готический, рок, панк, эмокид, теда, скинхеды, гламурный, авиатор, азиатский, анимализм, бельевой, вамп, гарсон и пр.), и стили больших социальных групп (стиль пожилых, стиль молодых, стиль рабочих, стиль таксистов, стиль менеджеров, стиль топ-менеджеров, стиль военных, стиль клерков, стиль богемы), а в отдельных случаях и обществ в целом (скажем, стиль Северной Кореи, или тенденции немецкой моды в Германии конца 1930-х гг.).

В отдельных случаях адаптивный слой одежды также может выступить основанием образования стиля, если он выступает в значении индивидуализации. Это случай, когда национальный, этнический костюм или отдельные его элементы начинают проявляться или господствовать в массовой одежде. Примерами стиля на основе адаптивного слоя, когда он индивидуализируется, являются стили: колониальный, сафари, отдельные этнические стили (азиатские, африканские, индейские) и стили на основе национальных костюмов. Но это всегда частичное использование адаптивного слоя одежды, его отдельных узнаваемых элементов, а не полное копирование. Это, скорее, намек на определенную культуру, для которой характерен особенный адаптивный слой одежды, но не адаптивный слой как таковой.

Таким образом, стиль одежды включает в себя пять культурных слоев – адаптационный, функциональный, символический, регуляционный и индивидуальный. В функциональном слое мы можем различать подслои деятельностный (обусловленный видом деятельности: рабочий, моряк, купец, чиновник) и ситуационный (обусловленный ситуацией: на работе, вечерний прием, дома, на отдыхе). Каждый из них, в свою очередь, детерминирован рядом факторов, важнейшими из которых являются: климат, сезон, традиция, инерция, функциональность, образ жизни, среда, возраст, ментальность, идеология, самовыражение, гендер, сексуальность, оппозиционность, технологии, ситуация, заимствование, смена впечатлений и др.

Социально-психологическим механизмом различения культурных слоев одежды, а вместе с ними и стилей одежды выступает социальная перцепция, которая является культурно обусловленной, воспитуемой и специально формируемой в процессе профессионального обучения. Важно то, что выделение в одежде культурных слоев и, соответственно, их эле-

ментов позволяет производить хорошо отрефлексированную практику распознавания стилей одежды и тенденций моды.

Литература

1. *Антоненко И.В.* Социальные контексты доверия // Вестник университета (Гос. ун-т управления). – 2002. – №2. – С.12-20.
2. *Антоненко И.В., Карицкий И.Н.* Социальная психология моды // Приволжский научный вестник. – 2014. – №11-2 (39). – С.105-110.
3. *Бруард К.* История костюма в контексте культуры // Теория моды. 2006. – Вып.1.
4. *Бузов Б.А., Румянцева Г.П.* Материалы для одежды. М.: 2010.
5. *Карицкий И.Н.* Субъект в психологическом исследовании // Вестник университета (Гос. ун-т управления). – 2007. – №8. – С.88-93.
6. *Крейк Дж.* Культурная политика униформы // Теория моды. 2007. – Вып.5.
7. *Силаева М.А.* Технология одежды. Ч.2, – М., 2012.
8. *Уилсон Э.* Облаченные в мечты: мода и современность. М.: 2012.
9. *Glenville T.* New Icons of Fashion Illustration. L.: Laurence King Publishing Ltd, 2013.

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В СФЕРЕ ДИЗАЙНА ЮВЕЛИРНЫХ УКРАШЕНИЙ

Тимохина А.В.

Московский государственный университет дизайна и технологии, Россия

Высшее профильное образование для ювелиров как явление возникло во второй половине прошлого века. К концу 60-х годов оно стало повсеместным и представляло собой высшие курсы, состоявшие из краткого экскурса в технологию ювелирного дела и модной в те времена дисциплины, художественного конструирования, или дизайна. На эти курсы поступали как подмастерья ювелиров, так и специалисты из других областей, таких как архитектура, костюм, промышленный дизайн и с тех пор высшее профильное образование эволюционировало, перечень дисциплин рос и развивался, и сейчас мы имеем то, что имеем. В нашем ВУЗе с 1995 года осуществляется подготовка специалистов, а с 2012 года – бакалавров, в области художественного проектирования ювелирных украшений.

Для дальнейшего успешного развития этого направления необходимо своевременно выявлять связанные с ним проблемы. Выявление проблем современного образования в этой сфере и есть цель данного доклада. В докладе будут оглашены основные проблемы и будет высказано мнение

о возможных вариантах решения этих проблем. Следует сразу сказать, что проблемы, обнаруженные в ходе исследования, не носят пока критического характера, но рано или поздно они потребуют решения.

Так каковы же эти проблемы?

Начиная говорить о проблемах современного ювелирного образования, следует упомянуть о том, что сейчас на рынке труда в нашем секторе наблюдается застойное явление. Оно наблюдается примерно с 2010 года. В частности, как стало известно из опроса бывших выпускников нашего ВУ-За, из выпускников 2013 года работают по профессии 2 человека из 8, из выпускников 2014 года работают по профессии 3 человека из 6. За пять лет до этого большинство студентов оказывалось трудоустроенным уже на третьем курсе. Поэтому вырисовывается нехорошая тенденция. Выходит, что если ситуация будет оставлена без изменений, то через пять лет специализация окажется на грани закрытия. Изначально мое предположение о природе данной ситуации было таковым: выпускается слишком много специалистов. В них нет потребности, однако через некоторое время с момента трудоустройства, во время беседы мною было установлено, что дело не в количестве выпускаемых специалистов, а в их качестве. После установки данного факта, с целью раскрытия данной проблемы была проведена беседа с несколькими специалистами данной сферы.

На основе результатов опроса данных специалистов среди прочих недостатков подготовки молодых специалистов было указано незнание или недостаточное знание и владение технологией ювелирного производства. Надо сказать, что эта проблема уходит своими корнями вглубь веков и упоминается еще в мемуарах Франца Бирбаума, главного мастера фирмы Фаберже с 1893 по 1919 гг. В своих мемуарах Бирбаум приводит историю одного из императорских заказов: «...сюрту де табле, исполненный по заказу Александра III для приданного его дочери великой княгини Ксении Александровны. Эскизы для этой работы были сделаны архитектором «...» и настолько неудачно, что, несмотря на все изменения при приведении их в состояние рабочих чертежей эти громоздкие и ценные предметы все же оставляли желать лучшего в смысле стиля и пропорции. Так как эскизы были утверждены императором, то коренные изменения были недопустимы и пришлось ограничиться изменениями в деталях. Это лишний раз доказывает, что составление проектов для художественных производств требует от художника специального знания производства». Приведенная цитата из воспоминаний мастера доказывает, что

На основе данных доводов можно сделать следующие выводы:

1. Современное высшее образование для ювелиров испытывает острую нехватку преподавателей-специалистов, которые обучали бы студентов **основам ювелирного производства**.

2. Знание основ ювелирного производства следует признать **необходимым** для молодых специалистов.

3. Диалог между преподавательским составом и представителями ювелирных производств должен продолжаться и развиваться дальше для прихода к консенсусу, а также дальнейшего сотрудничества и **совместной работы** по подготовке молодых специалистов.

Литература

1. *Крюк Г.Г., Платонова Н.Г., Постникова-Лосева М.М., Смородинова Г.Г., Троепольская Н.Г.* Русские ювелирные украшения. – М.: Аст-пресс, Галарт, 2002.

2. *Фаберже Т.Ф., Горыня А.С., Скурлов В.В.* Фаберже и петербургские ювелиры // сборник мемуаров, статей, архивных документов об истории русского ювелирного искусства. – СПб.: Лики России, 2012. – 712 с.

3. *Луговой В.П.* Технология ювелирного производства: учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 526 с.

СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИЮ ОДЕЖДЫ ИЗ ИННОВАЦИОННЫХ МАТЕРИАЛОВ

Шевелёва И.А., Чижик М.А.

Омский государственный институт сервиса, Россия

Последнее десятилетие отмечено беспрецедентным развитием прорывных технологий (NBIC) во всех областях науки и техники. Одним из главных объектов использования достижений, связанных с NBIC, является производство нового поколения волокон, текстиля и одежды [1].

Перспективное направление в производстве одежды с использованием инновационных материалов – выпуск высококачественной одежды с объёмными утеплителями типа холлофайбер, тинсулейт, шелтер, изософт и др.

Если ранее область применения таких изделий, прежде всего, была связана со спортом, активным отдыхом или специальными видами деятельности, то сегодня объёмные утеплители все чаще используются в производстве комфортной одежды для города, т.к. они имеют ряд очевидных преимуществ: лёгкая, тёплая, недорогая, удобная в эксплуатации и уходе.

Особые конструкция и технология соединения материалов в пакеты дают широкие возможности их художественного осмысления при дизайн-проектировании изделий. Объёмная формоустойчивая структура системы материалов позволяет проектировать большое количество самых разнообразных силуэтов, не имеющих аналогов. Технология соединения слоёв пакета предполагает возможность получения целого спектра характеристик поверхностей – от абсолютно гладких до декорированных буфами, что позволяет эффектно выявлять и подчеркивать форму, а также добиваться многообразия стилистических решений моделей.

В настоящее время накоплен достаточный опыт в проектировании теплозащитной одежды. Исследованиями в данной области занимаются такие учёные, как Л.А. Бекмурзаев [2], И.Ю. Бринк [3] и др. Анализ литературы показал, что большинство их работ посвящено изучению теплозащитных свойств пакетов, вопросам оптимального подбора материалов, энергетическому расчёту пакетов швейных изделий, снижению миграции утеплителей. При этом вопросы, связанные с художественно-конструктивным исполнением изделий, остаются без должного внимания.

Решение данной проблемы сдерживается отсутствием системного подхода к дизайн-проектированию одежды с объёмными утеплителями [4]. Данный процесс относится к классу сложных и характеризуется с позиций системного подхода:

- единой целью функционирования;
- многоуровневой иерархической структурой;
- наличием подсистем, каждая из которых имеет цель функционирования, подчиненную общей цели функционирования всей системы;
- большим количеством связей между подсистемами и внутри каждой из них;
- комплексным составом (наличием людей, машин, природной среды);
- устойчивостью к воздействию внешних и внутренних возмущающих факторов.

Сложность создания одежды из инновационных материалов обусловлена необходимостью поиска компромисса между целостностью представления сложного объекта и детализацией описания его компонентов в процессе разработки проекта.

По мнению авторов, процесс дизайн-проектирования целесообразно разделить на четыре основных этапа:

1. Анализ факторов, влияющих на создание системы.
2. Проведение научно-исследовательских работ.
3. Конструкторско-технологическая подготовка производства.
4. Разработка программного обеспечения.

Целесообразность введения *первого этапа* определяется, прежде всего, требованиями современного рынка и потенциального потребителя. Поэтому он должен включать проведение маркетинговых и предпроектных исследований, а также их анализ. Данный этап представляет собой сложную иерархически структурированную подсистему процесса проектирования, состоящую из следующих видов работ: разработки общей концепции исследования; разработки методик исследования; сбора информации, её обработки и хранения; анализа, моделирования и прогнозирования изучаемых объектов; оценки эффективности исследования. В современных условиях практическая реализация результатов маркетинговых и предпроектных исследований является одним из основных направлений успешного развития предприятий в условиях рыночной экономики.

Необходимость включения *этапа по проведению научно-исследовательских работ* объясняется необходимостью проведения комплекса теоретических и экспериментальных исследований, с целью получения объективных исходных данных, выявления принципов и определения путей создания швейных изделий с заданными показателями свойств. На данном этапе проводятся работы по изучению и анализу тенденций в области применения инновационных материалов и технологий; процесса формообразования и особенностей морфологии изделий; технологий как стилеобразующего и формообразующего факторов; тенденций в современной проектной культуре и возможности синтеза проектных и производственных технологий; перспективность применения тех или иных подходов в проектировании одежды [5]. Научные исследования являются основой для эффективного развития швейных предприятий, открывают новые возможности и источники для коренного преобразования производства.

Принятие оптимальных решений проектирования одежды с объёмными утепляющими материалами предусматривает наличие математических моделей и алгоритмов решения задач на ЭВМ. В связи с этим для создания швейных изделий, максимально соответствующих условиям эксплуатации, целесообразно включить разработку математических моделей. Не вызывает сомнений, что созданная на базе научных исследований швейная продукция обеспечит предприятиям успех на рынках сбыта.

На четвёртом этапе решаются задачи создания оптимальных конструктивно-технологических решений швейных изделий. В отличие от традиционных они будут иметь новые качественные и количественные признаки, обусловленные структурой пакетов, условиями эксплуатации и назначением.

Для автоматизации проектирования одежды необходимость создания *программного обеспечения* очевидна. Данный этап включает методики, алгоритмы, программы для реализации и внедрения полученных теоретических результатов в условиях современного производства.

Таким образом, процесс проектирования одежды с объёмными утеплителями может быть представлен в виде системы взаимосвязанных моделей, позволяющих обеспечить целостные свойства объекта, его структуру и динамику.

Литература

1. Кричевский Г.Е. Все или почти все о текстиле: учебное пособие. – М.: ИПЦ "Маска", 2014. – 400 с.
2. Бекмурзаев Л.А. Проектирование изделий с объёмными материалами: дис. ...д-ра техн. наук: 05.19.01. / Бекмурзаев Лёма Абдулхажиевич – М., 2004. – 357 с.

3. *Бринк И. Ю.* Методологические основы проектирования одежды с пуховым наполнителем: дис. ...д-ра.техн. наук: 05.19.01. / Бринк Иван Юрьевич – М.: , 1995. – 351 с.

4. *Чижик М. А., Рассказова М.Н., Старков В.И.* Структурный подход к моделированию многокомпонентных систем материалов для изделий легкой промышленности // Известия вузов. Технология текстильной промышленности. – 2014. –№ 6. – С. 89 – 94.

5. *Месарович М., Такахара И.* Теория иерархических многоуровневых систем. – М.: Издательство «Мир», 1973. – 344 с.

ВЛИЯНИЕ АВАНГАРДНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ ИСКУССТВА И ДИЗАЙНА 20 ВЕКА НА «ПЛОСКИЙ ДИЗАЙН» ИКОНОГРАФИИ СОВРЕМЕННОЙ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММУНИКАЦИИ

Кузнецова Е.Ю., Белько Т.В.

Поволжский государственный университет сервиса, Россия

Началом развития дизайна иконографии электронной коммуникации можно считать 1979 г., в котором компания Хегох Alto выпустила первый персональный компьютер. За свою почти полувековую историю дизайн иконографии претерпевал значительные изменения, которые прямо были связаны с возможностями передачи изображения, так иконки - пиктограммы интерфейса развивались поступательно - от схематичных изображений до полуреалистичных (всем знакомый интерфейс Windows XP) [5]. В связи с новыми задачами дизайна интерфейсов, быть более функциональным и ненавязчивым, в 2010 г. появилось новое направление в дизайне электронной коммуникации – плоский дизайн. Плоский дизайн – дизайн, выполненный с помощью минималистических изобразительных средств, главным принципом которого является отказ от иллюзии трёхмерного изображения или объекта, которая достигается путём создания отражения, текстур, теней [6, С. 7]. Используемые визуальные образы в пиктограммах упрощены, схематизированы, созданы из набора плоских и простых геометрических фигур, имеют ограниченное цветовое решение. Плоский дизайн – это интуитивный дизайн, использующий для коммуникации практический опыт пользователя и его подсознательные чувства.

Первоисточником для формирования плоского дизайна пиктографического языка электронной коммуникации можно считать авангардные направления в искусстве начала 20 века. В смыслообразовании плоского дизайна прослеживаются философия супрематизма, абстрактного искусства Кандинского, на его формообразование сильное влияние оказывает швейцарский/интернациональный стиль.

Рассмотрим элементы формообразования швейцарского стиля в плоском дизайне современной иконографии электронной коммуникации.

С середины 20 в. швейцарский стиль становится главенствующим в дизайне, его философия предполагает: «Ограниченная палитра элементов международного стиля подпитывалась верой в то, что культурные и исторические различия государств и народов можно превосходно описать универсальным языком геометрических сеток, систематической типографики, пиктограмм и «объективных» фотографий [3, С.39]». Швейцарский стиль характеризуется максимальным рационализмом, который передается на основе геометрии и абстракции.

По примеру оформления интерфейса операционной системы Windows 10 в плоском дизайне можно заметить, что компания использует все характерные черты швейцарского стиля: функциональность; простоту как в композиции, так и в цвете; лаконичность и точность знаков; присутствие свободного пространства в фоне (никаких излишних фактур, фотографий и графики); модульные сетки для компоновки пиктограмм (используется единичный модуль – квадрат и различные его сочетания). Модульные сетки используются не только при компоновке пиктограмм приложений, но и для их собственного построения. Сетка разрабатывается для упрощения, достижения согласованности и определения четкого свода правил позиционирования графических элементов. Стоит обратить внимание на выбор шрифта, как и в швейцарском дизайне, плоский дизайн интерфейса предполагает использование простых гротескных шрифтов, которые облегчают восприятие конкретных смыслов. Следует отметить, что современный пиктографический язык электронной коммуникации, как и интернациональный стиль в дизайне, придерживается концепции универсального языка, понятного любой мировой культуре.

Подводя итог сравнения швейцарского и плоского дизайнов, можно выделить следующие общие принципы: локальные цветовые пятна правильной геометрической формы, шрифты без засечек, организация пространства по сетке, общая лаконичность композиции, преимущество функционального назначения.

Рассмотрим связь плоского дизайна иконографии и философии абстрактного искусства.

Формообразование супрематизма, главным теоретиком которого является К. Малевич, заключается в важной роли цвета и сочетании простых геометрических плоскостей с пространством (или с белым фоном, как его символом). Сочетание именно этих элементов образует стилеобразующее ядро направления.

К. Малевич в своей статье «Форма и цвет» пишет: «... в произведениях нового искусства начали исчезать образы, исчез признак изображения предметов, иллюстрация идеологий, отражение быта, – словом, изображения явлений жизни, и выдвинулась новая задача – выражения ощущения сил, развивающихся в психофизиологических областях человеческого существования... искусство художника не является одномоментным, изображи-

тельным, выражающим только через образ человека или предмета свои ощущения, но еще выражающим ощущения через беспредметные элементы форм...[4, С. 28]». Плоский дизайн электронной коммуникации активно использует данные принципы формообразования, создавая беспредметные пиктограммы посредством использования геометрических форм, их комбинации и активного цвета.

Интересным является высказывание В. Кандинского в книге «О духовном в искусстве» по поводу получения и осмысления практического опыта взаимодействия зрителя и абстрактного искусства: «... чем больше художник пользуется этими абстрагированными или абстрактными формами, тем свободнее он будет чувствовать себя в их царстве и тем глубже он будет входить в эту область. Также и зритель, которого ведет художник, приобретает все большее знание абстрактного языка и, в конце концов, овладевает им» [2, С. 53]. Здесь напрашивается аналогия взаимодействия пользователя и языка современной электронной коммуникации, посредством дизайна: структурные единицы языка просты, запоминаемы, пользователь легко овладевает «компьютерной грамотностью», легко и безошибочно использует ее в дальнейшем.

В той же книге можно обнаружить прогноз В. Кандинского, который реализуется в век электронной коммуникации через плоский дизайн: «... все больше выступает на передний план элемент абстрактного, который еще вчера робко и еле заметно скрывался за чисто материалистическими стремлениями. Это возрастание и, наконец, преобладание абстрактного естественно. Это естественно, так как чем больше органическая форма оттесняется назад, тем больше само собою выступает на передний план и выигрывает в звучании абстрактное... » [2, С. 55]. Концентрация знаков 21 в. в электронной коммуникации достигла максимальной насыщенности, они сомкнулись в единую символическую сферу, сплошную знаковую среду, знаковосферу, оттеснили реалистичные изображение и объемные тексты.

Плоский дизайн является приемником философии абстрактного искусства, использует основные стилеобразующие элементы (плоские геометрические фигуры, линии, локальные заливки цвета) абстрактного искусства, пропуская их через призму электронной коммуникации.

Нужно отметить, что современная иконография электронной коммуникации не дошла до полного визуального сходства с супрематизмом. Наиболее яркие примеры использования принципов визуального формообразования супрематизма можно увидеть не в проектировании иконок приложений, а в дизайне пиктограмм действий и контекстного меню. Данные пиктограммы теряют связь с реалистичным изображением, пользователь интуитивно улавливает смысл, либо опирается на ранее полученный практический опыт. В данных пиктограммах используются линии различной толщины, простые геометрические фигуры – круг, квадрат, треугольник.

Отголоском супрематизма в плоском дизайне можно считать контур пиктограмм. Он имеет правильные геометрические формы. В супрематизме много внимания уделяется геометрии, особенно квадрату по словам К. Малевича: «Квадрат не подсознательная форма. Это – творчество интуитивного разума» [4, С. 32].

В плоском дизайне современного пиктографического языка можно найти и отголоски работ Э. Лисицкого, конструктивиста и ученика К. Малевича. В оформлении книг В. Маяковского он, один из первых, применил на практике супрематический словарь Малевича. «Здесь-то и выяснилось, насколько богаты плоскостно-декоративные возможности супрематизма, насколько естественны его формы на белом листе бумаги...Текст и иллюстрации выходят на самый общий, универсальный, философско-пластический уровень, где объединяется предельно абстрактное живописное и предельно абстрактное понятийное [1, С. 281]» - пишет Ю. Герчук об иллюстрациях Э. Лисицкого. В работах Э. Лисицкого отвлеченно-геометрические построения оказались способными наполняться неожиданно конкретным содержанием – архитектурным, символическим, сюжетным. Наряду с лаконичными пиктограммами (корабль, якорь, человек) используются и абстрактные пиктограммы, схожие с пиктограммами контекстного меню и панели действий. Хочется так же отметить, что их назначение – это навигация по книге та же, что и у их аналога в электронной коммуникации.

Анализируя вышесказанное, можно сделать вывод, что современный дизайн иконографии электронной коммуникации не является новаторским со стороны смысла - и формообразования образа. Современный дизайн компилирует в себе опыт и философию авангардных направлений в искусстве, дизайне и достижения научных технологий электронной коммуникации. Новым и радикальным в современном дизайне является область его применения, которая диктует свои ограничительные рамки, в то же время предоставляет широкие возможности, которые могут поспорить с коммуникацией реального мира. Плоский дизайн не является конечной точкой развития дизайна иконографии электронной коммуникации, дальнейшее его развитие связано с возможностями передачи тактильных, осязательных ощущений, свойственных физическому миру, но пока недоступных цифровой среде.

Литература

1. Герчук Ю.Я. История графики и искусства книги. Учебное пособие для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2000. – 320 с.
2. Кандинский В.В. О духовном в искусстве. – М.: Архимед, 1992. – 107 с.

3. *Лантев В.В.* Типографика: порядок и хаос. – М.: Аватар, 2008. – 216 с.: ил.
4. *Малевич К.С.* Черный квадрат. – М.: Азбука, 2001. – 288 с.
5. *McInnes K.* Rockstar Icon Designer. – Rockable Press, 2011. – 270 с.
6. Web Design Book of Trends 2015-2016 / – UXpin, 2015. – 185 с.

FAST DESIGN КАК МЕТОД СТАЙЛИНГА ОДЕЖДЫ

Афанасьева Н.В.

Самарский государственный архитектурно-строительный университет, Россия

Ремейк по стилям прошлого века мы встречаем довольно часто в коллекциях современных дизайнеров. Почему же стили 20 века продолжают оставаться популярными в 21 веке?

На формирование современной моды влияют образы и типажи персон, которые являются законодателями неформальной моды. Новый социальный тренд [1] в настоящее время имеет не меньшее значение, чем знания о цветовых тенденциях, рисунков тканей, форм и силуэтов, материалов и пропорций. Современная мода формируется как ведущими брендами, так и уличной модой (street style) [2], влияние которой все возрастает с распространением социальных сетей. Специфика заключается в том, что распространение тенденций сейчас происходит мгновенно, и для маркопоследователей (fast fashion) времени на разработку новых концептуальных моделей дизайна практически нет. В этих условиях актуальным является быстрая смена образов и использование базы данных элементов стилей в одежде [3]. В 20 веке сложились так называемые стили десятилетий [4]. Подводя итог вышесказанному, можно заключить, что современные условия проектирования характеризуются следующими позициями:

- мгновенное распространение информации о трендах;
- частая сменяемость стилей и луков;
- возрастающее влияние уличного стиля;
- соединение (микс) стилей в одежде.

Стили десятилетий 20 века возникают и интерпретируются из сезона в сезон на протяжении 2000-х и 2010-х гг. Анализ коллекций ведущих брендов показал, что новые модели часто создаются путем переработки и интерпретации элементов старых стилей, и этот прием является достаточно востребованным у дизайнеров. Чтобы усовершенствовать этот прием проектирования мы предлагаем быстрый способ – fast design, основанный на ремейке, стайлинге или стилизации элементов стиля. Для реализации такого метода была создана база данных элементов одежды, таких как группы цветовых сочетаний, формы и силуэты, рисунки тканей и фактуры, материалы, конструкции чертежей и др. по аналогии разработки информационного обеспечения элементов исторического кроя [5].

На формирование образа также влияют аксессуары, макияж, причес-ка, обувь, украшения. Все это создает единый образ (look), который обра-щает нас к стилю того или иного десятилетия 20 века, вызывает у зрителя устойчивые ассоциации. Примеры моделей в стиле 60-х и 90-х гг. 20 века показаны на рис. 1.



Рис.1. Пример стиля 60-х и 90-х гг. 20 века

Таким образом, можно создать новый образ с помощью элементов стилей прошлых периодов. Новизна современного образа может быть выражена через трансформацию пропорций, включая асимметрию, использование не характерной новой цветовой гаммы, использование смещения и других приемов. Технология *fast design* позволяет получать новые образы быстро и использовать богатое наследие прошлого моды.

Воркшоп (Workshop) во Флоренции «Fashion Style in Clothing and Consumer» [6] позволяет развить креативную составляющую процесса творчества дизайнера, расширять культурный обмен, обращение к традициям позволяет увеличить диапазон образов, а Флоренция становится источником вдохновения для стилистов и дизайнеров. Идеи воркшопа – новые поиски модных образов в стиле 60-х, 70-х и 80-х гг. 20 века актуальны в работе дизайнера одежды.

Литература

1. *Липская В.М.* Технологии и методы разработки концепции коллекции костюмов в процессе дизайн-проектирования // *Технико-технологические проблемы сервиса.* – СПб.: СПбГЭУ. – 2014. – №1 (27).– С. 73-76.

2. *Жданова М.А., Калашникова Н.М., Ванькович С.М.* О блогерах моды как явление субкультуры XXI века. *Мода и дизайн: исторический опыт*

– новые технологии // Материалы XVIII-й Международной научной конференции / под ред. Н.М. Калашниковой. – СПб.: СПГУДТ, 2015. – 522с.

3. *Афанасьева Н.В.* Актуальные стили в моде и частота их встречаемости в коллекциях дизайнеров. Самарский центр РАН // Известия самарского научного центра российской академии наук. – 2015. – Т.17. – № 1-1. – С. 235-238.

4. *Афанасьева Н.В., Кузьмичев В.Е.* Женская мода в России XX-XXI века: костюм-фигура-конструкция: Учебное пособие. – Самара: СГАСУ, 2005. – 128 с.

5. *Москвин А.Ю.* Разработка информационного обеспечения процесса проектирования одежды с историческим кроем / Интернет журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ», ИГУПИТ, – 2014, – №2, – С.1-11 (<http://naukovedenie.ru>)

6. <http://www.lifebeyondtourism.org>

АРХИТЕКТОНИКА И РИТМ В КОНТЕКСТЕ ТИПОГРАФИКИ И МАКЕТИРОВАНИЯ ПОЛИГРАФИЧЕСКИХ ИЗДАНИЙ

*Гонсалес Астуа Д.**

Московский педагогический государственный университет, Россия

Осмысление выдающимися дизайнерами модульной системы верстки в середине прошлого века внесло большой вклад в развитие типографики, позволив применить к книге как полиграфической продукции передовой для тех лет теоретический инструментарий – структуралистский и семиотический. Отныне взгляд на книгу как на целостное образование, систему отношений, сходств и различий и взаимных тяготений, находящихся «в состоянии зафиксированной аналогии всей области объекта познания, осознания или упорядочения» [6] – именно такой взгляд стал возможным и необходимым. Это новое понимание природы искусства «вызвало радикальные изменения сенсорных и интеллектуальных человеческих стереотипов, оказавших решающее влияние на структурирование эстетических образований, т.е. на характер их ритма» [1, с. 197]. Понятие ритма неразрывно связано с архитектурой и композицией и является по существу категорией философской. Новый взгляд на текст, художественное пространство и, в нашем случае, книгу стал отражением этого глубинного изменения в европейской философской мысли.

Для более глубокого рассмотрения вопросов архитектуры в типографском деле мы возьмем за основу текст Ефима Барбана «Черная музыка, белая свобода». В нем, не смотря на не совсем отвечающую нашей статье тему (разбирается свободная афроамериканская авангардная музыка), автор на основе обширных музыковедческих и культурологических дан-

* Научный руководитель – доктор педагогических наук, профессор Лебедко В.К.

ных проводит глубокий структуралистский анализ таких широких понятий, как композиция и ритм. В виду исключительности выводов, сделанных Барбаном, мы считаем необходимым рассмотреть их в контексте типографики и макетирования учебной литературы, ведь, на наш взгляд, эти концепции как никакие другие поддаются успешному и продуктивному перенесению на смежные области, благодаря чему и осуществляется обогащение мультидисциплинарного научного дискурса.

«В любом художественном произведении ритм является основной формой его пространственно-временной организации. Ритм не связан только с категорией времени или только с пространственной структурой, он – порождение и того и другого. Более того, восприятие ритма возможно лишь как одновременное постижение временного развертывания и пространственного становления эстетического объекта (точнее, самого художественного образа)» - читаем мы у Барбана [1, с.183]. Важность понимания этой категории для типографики становится очевидной. Следствием осмысления книги в русле структурализма и семиотики становится ее семиотизация – полиграфическая продукция рассматривается в качестве текста или языка. Книга подвергается прочтению, но не только в буквальном смысле – считываются знаки всех уровней. Нас интересуют в первую очередь композиционные и графические, а значит, архитектурные и ритмические. Дизайнер-верстальщик погружается в сложную сферу знаковой системы книги, которая сама себя и репрезентирует. Художественную составляющую книги мы также рассматриваем в качестве дискурсивной практики, а дискурс обладает как свойствами времени, так и пространства (синхронический и диахронический подходы). Время в визуальных искусствах возникает уже из презумпции линейного считывания информации в языке, выведенной Соссюром в «Курсе общей лингвистики». Сознание зрителя будет дискретным, разбивающим поступающую визуальную информацию на некоторые промежуточные блоки – так поступающая информация выстроится в линию, или знаковую «очередь». В то же время, целостность гештальта и неделимость его составляющих будет создавать саму возможность коммуникации. В конечном счете, дизайнер, осознает ли он это или нет, в процессе макетирования всегда решает вопрос диалектики этих двух составляющих, выводя в окончательном полиграфическом продукте оригинальную ритмическую структуру как результат своей художественной деятельности.

Не стоит, однако, путать такие понятия как метр и ритм. Метр предполагает равномерность, ритм же более сложен [7, с.152]. Представление о ритме как о происходящем в определенном порядке чередовании образов или событий, вызывающем у реципиента эффект ожидания, вовсе не должно связываться с полной идентичностью этих событий или равновеликостью их пропорций. «Ритм в такой же степени связан с неупорядоченностью, как и с порядком, как с нормой, так и с отклонением от нее» [1, с.

184]. Ритмика в классической европейской эстетике носила глубоко символический характер, ведь ритм всегда тесно связан с семантикой, с идейным содержанием текста. Уход от строгого метра, эстетического равновесия, естественного ритмизирования, логичности и симметричности архитектуры – явился следствием коренного переосмысления всех этих понятий. «Изменение европейских эстетических представлений тесно связано с отходом европейской культуры от философского рационализма и натурализма, от замкнутой системосозидающей логики и оптимизма прогрессистского исторического мышления» [1, с. 195]. Отход европейской эстетики в XX веке от строго метрических идей симметрии и возникновение нового структурного, геометрического понимания пространства было обусловлено этим изменением общего пафоса европейского духа.

Но ритм в значительной степени является формообразующим элементом полиграфической продукции, «архитектурой его бытия» [1, с.53]. В старой типографской традиции существовала простейшая орнаментальная форма статической симметрии, которая и явилась главным формообразующим принципом. В новой типографике архитектурная комплексность способствовала созданию асимметричной структуры или комбинации различных сложных типов и групп симметрии. Скупость традиционных книжных форм сменилась вскоре сложной ритмической, архитектурной, структурной знаковостью. В печатном издании нового типа композиционное единство верстки создается за счет структурно-ритмической соотношенности отдельных ее составляющих и их подчиненности структуре более общего порядка (метаструктуре), что делает их органичными составляющими единой эстетической целостности [1, с.221]. Доминирование строгой симметрии и метра в старой типографике явилось следствием убежденности, что ритм в композиции неизбежно возникает как акт повторения. Поэтому современный дизайнер-верстальщик неизбежно ориентируется на ритмическую концепцию, способную уравновесить традиционную симметричность композиции на листе. Эта новая ритмическая концепция должна соответствовать уже не только традиционным воззрениям на современного человека, но и новым изменениям в его психологическом и творческом облике, вызванным изменением его социокультурного окружения, т.е. новая ритмика должна сочетать в себе особенности традиционного ритмического филогенеза с последствиями эстетического онтогенеза современного общества и реципиента [1, с.55].

Читатель же должен обладать высокой способностью к параллельному оценочному восприятию графической и семантической репрезентации текста, что и можно назвать эстетическим вкусом — он сопоставляет семантику текста с архитектурной и ритмической структурой оформления книги, вычлняя из книги все доступные ему смыслы. Последние особенно часто могут обладать для него определенной эмоциональной и эстетической информативностью (книга — лишь сигнал или стимул чувства).

Понятно, что в этом случае читатель извлекает информацию не только из текста, но и из своего собственного тезауруса, собственного духовно-душевного и общекультурного опыта. И следуя за Барбаном, мы говорим, что не текст является носителем чувства, а человек [1, с.137].

Литература

1. *Барбан Е.* Черная музыка, белая свобода, 2007.
2. *Брингхерст Р.* Основы стиля в типографике.
3. *Водчиц С.С.* Эстетика пропорций в дизайне, 2005.
4. *Волков Н.* Курс макетирования и верстки, 2006.
5. *Королькова А.* Живая типографика, 2007.
6. *Лотман Ю.* Искусство в ряду моделирующих систем // Статьи по семиотике культуры и искусства (Серия "Мир искусств") - СПб.: Академический проект, 2002. – С.274-293.
7. *Макарова К.В.* Общие сведения о композиции в контексте книжной иллюстрации // Рисунок вчера, сегодня, завтра. – М.: Прометей, 2013. – С.148-158.
8. *Чихольд Я.* Новая Типографика. Руководство для современного дизайнера. – М.: Лебедев, 2011.
9. *Чихольд Я.* Облик книги.
10. *Müller-Brockmann J.* Grid Systems In Graphic Designs.