

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



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

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
ВСЕРОССИЙСКОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ
ЧАСТЬ 1

МОСКВА - 2019

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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

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

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

Часть 1

МОСКВА

УДК 378:001:891

ББК 74.58:72

В 85

В 85 Всероссийская научно-практическая конференция «ДИСК-2019»: сборник материалов Часть 1. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2019. – 201 с.

ISBN 978-5-87055-832-5

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

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

УДК 378:001:891

ББК 74.58:72

Редакционная коллегия

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

Научное издание

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

© Коллектив авторов, 2019

СОДЕРЖАНИЕ

АБДУЛЛИНА А.А., ДЕМБИЧ Н.Д., КАЗАКОВА Н.Ю. РОЛЬ АРТ-ОБЪЕКТОВ В ФОРМИРОВАНИИ ПРОСТРАНСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ МУЗЕЕВ СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА СОЛОМОНА ГУГГЕНХАЙМА	8
АВДЕЕВА Д.Д. ВЛИЯНИЕ РУССКОГО АВАНГАРДА НА ДИЗАЙН	12
АДНОРАЛ А.А. СОЗДАНИЕ КОНЦЕПЦИИ И МАКЕТА ПЕРЕКИДНОГО КАЛЕНДАРЯ.....	15
АЛЕКСЕЕВ В.О., НИКОНОВ В.В. РОЛЬ ФОРМЫ В ПРЕДМЕТНОМ ДИЗАЙНЕ	18
АЛЕКСЕЕВА Н.В., НИКОНОВ В.В. СЕМИОТИКА В СОВРЕМЕННОМ ДИЗАЙНЕ НА ПРИМЕРЕ НАГРАДНЫХ МЕДАЛЕЙ В ОЛИМПИЙСКИХ ИГРАХ	21
АНГЕЛИЧ Т.Ф., БУТКО Т.В. РАЗРАБОТКА И ИЗГОТОВЛЕНИЕ ОБРАЗЦОВ АВТОМАТИЗИРОВАННОЙ ВЫШИВКИ ГЕРАЛЬДИЧЕСКИХ ИЗОБРАЖЕНИЙ	23
АНДРЕЕВА П.В. ЗНАК В ДИЗАЙНЕ КАК ОСНОВНАЯ ЕДИНИЦА СЕМИОТИКИ.....	26
АНДРУСОВА Д.Е. ТЕХНИКА RATE-DE-VERRE В ХУДОЖЕСТВЕННОМ СТЕКЛОДЕЛИИ: ИСТОРИЯ, ТЕХНОЛОГИЯ И ХУДОЖЕСТВЕННО-ОБРАЗНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ	29
АНИСИМОВА А.А., ПЫРКОВА М.В. МОДЕРН, ВИТРАЖ В РОССИИ	35
АРТЕМЬЕВА И.К., КОВТУН А.В. КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АКАДЕМИЧЕСКИЙ АНСАМБЛЬ ТАНЦА СИБИРИ ИМЕНИ МИХАИЛА ГОДЕНКО.....	37
АСЛАНЯН Д.Л., СОРОКОТЯГИНА Е.Н. ЭВОЛЮЦИЯ СВАДЕБНОГО ПЛАТЬЯ	44
АСЦАТУРЯН К.С., ГРОМОВА М.В. ЭТНИЧЕСКИЙ СТИЛЬ В СОВРЕМЕННОМ КОСТЮМЕ	49
АТАМАНОВА А.Е., МОРОЗОВА Е.В., КУЗНЕЦОВА А.Н. ИСТОРИЯ ЗАРОЖДЕНИЯ ТКАЧЕСТВА И ЕГО ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ	52
БАБАНОВА А.К., КОВАЛЕВА О.В. СТИЛЬ ПАНК И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА СОВРЕМЕННУЮ МОДУ	55

БАГЛАЙ Н.О., ТИМОХОВИЧ А.Н. ВЛИЯНИЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ НА СОЗДАНИЕ СИМВОЛИКИ ВУЗОВ КНР	59
БАРИНОВА А.А., ЗАБОЛОТСКАЯ Е.А. ОСОБЕННОСТИ ИЗОБРАЖЕНИЯ ЖЕНСКИХ ОБРАЗОВ В ПЛАКАТНОЙ ГРАФИКЕ ВОЕННОГО ВРЕМЕНИ	63
БАРЫШЕВ Н.И., ГОЛУБЧИКОВА А.В., КОРЖОВ Е.Г. К ВОПРОСУ ДИЗАЙНА ЦИФРОВОЙ ИГРУШКИ ДЛЯ ДЕТЕЙ С ОВЗ.....	66
БАРЫШНИКОВА В.В. ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ И ПРОБЛЕМА ПЕЧАТНОЙ ИКОНЫ В РОССИИ.....	68
БАРЫШНИКОВА В.В. СТИЛЬ МОДЕРН В ЦЕРКОВНОМ ИСКУССТВЕ КАК НОВЫЙ СПОСОБ ВОСПРИЯТИЯ РЕЛИГИОЗНЫХ СМЫСЛОВ: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ....	73
БЕРЕСНЕВА В.Л., ДОМОВЦЕВА Н.В. ПРИМЕНЕНИЕ ИСКУССТВЕННОГО КАМНЯ В АРХИТЕКТУРЕ И ДИЗАЙНЕ: КРИТЕРИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ.....	77
БЕРЕСНЕВА В.Л., ФЕДОРОВ М.В. ЭВОЛЮЦИЯ МАТЕРИАЛА ШАХМАТНЫХ ФИГУР	80
БЕТОЕВА Е.А., СПЕКТОР Г.З., ЗАЕВА-БУРДОНСКАЯ Е.А. ОСОБЕННОСТИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ AR НАВИГАЦИИ (ДОПОЛНЕННОЙ РЕАЛЬНОСТИ) В ЛЕСОПАРКОВОЙ ЗОНЕ	83
БИБАЕВА Л.В., КОВАЛЕВА О.В. ПРОБЛЕМЫ ТРИКОТАЖНОЙ МОДНОЙ ИНДУСТРИИ В РОССИИ	88
БРАГИНА П.С., КОКОВИНА М.В., ЖУКОВСКАЯ А.Н. ОПТИМИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА КОНСТРУИРОВАНИЯ И МОДЕЛИРОВАНИЯ ИЗДЕЛИЙ ПРИ ПОМОЩИ ПРОСТЫХ МАТЕМАТИЧЕСКИХ ВЫЧИСЛЕНИЙ	91
БРАЛГИН Е.Ю., КАТАСОНОВА О.С. МЕТОДИЧЕСКАЯ ЦЕННОСТЬ МОНОТИПИИ В КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ АССОЦИАТИВНО-ОБРАЗНОГО МЫШЛЕНИЯ УЧАЩИХСЯ.....	94
БУДИЛОВА А.В., КУРИЛИНА Н.С. ФАКТОРЫ, СТИМУЛИРУЮЩИЕ FAST-FASHION КАК МОДЕЛЬ ПОТРЕБЛЕНИЯ.....	98
БУДИЛОВА А.В., ПЛЕТЮХИНА Н.С., СОРОКОТЯГИНА Е.Н. ЦВЕТ В ДЕТСКОЙ ОДЕЖДЕ И СРЕДЕ КАК ФАКТОР ГАРМОНИЧНОГО ПСИХИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕБЕНКА	102

БУРОВА Ю.А. КРАСОТА И ЭФФЕКТИВНОСТЬ МОДУЛЬНОЙ АРХИТЕКТУРЫ	105
БУСЫГИНА А.А., КОРНЕЕВ А.А. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ДИЗАЙНЕ КЕЙКАПОВ.....	107
ВАГНЕР В.В. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОРГАНИЗАЦИИ МОДНЫХ ПОКАЗОВ	109
ВАРАКСИНА Л.А., БЕСЧАСТНОВ П.Н. ФОТОГРАММА КАК ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ПРИЁМ В ПЕЧАТНОЙ ПРОДУКЦИИ	113
ВДОВЕНКО А.О. ОСОБЕННОСТИ ПЕЧАТНОГО РИСУНКА ЭМИЛИО ПУЧЧИ	117
ВИДЯКИНА А.Ю., ВАНИЕВА О.В., ЧУЛКОВА Э.Н. ЭВОЛЮЦИЯ ЖЕНСКОГО ДЕЛОВОГО КОСТЮМА В СОВРЕМЕННОЙ ИНТЕРПРЕТАЦИИ.....	120
ВИНОГРАДОВА Д.Е., ВАДЕЕВА М.О. ОПЫТ РЕКОНСТРУКЦИИ ГОФРИРОВАННОГО ВОРОТНИКА	122
ВЛАДИМИРОВА Е.Л. РЕФОРМА СЦЕНИЧЕСКОГО СИБИРСКОГО КОСТЮМА	125
ВОЗЬМИЛОВА А.А., ПЕТУШКОВА Г.И. ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ДИЗАЙНЕ КОСТЮМА	127
ВОЛЬТЕР А.Г., КОРЖАНОВСКАЯ Л.Г. ПРОБЛЕМЫ ЭКЗИСТЕНЦИАЛИЗМА В ГРАВЮРАХ ЭДВАРДА ХОППЕРА	131
ВОХЛАЧЕВ П.Е., СПЕКТОР Г.З., РУЗОВА Е.И. КЛЮЧЕВЫЕ АСПЕКТЫ РЕНОВАЦИИ ПРИБРЕЖНЫХ ГОРОДСКИХ ТЕРРИТОРИЙ	133
ГАВРИЛОВА Т.В., СОЛОВЬЁВА Е.Е., ШПАК А.Е. ВЛИЯНИЕ ЦВЕТА НА РАЗРАБОТКУ ДИЗАЙНА САЙТА	138
ГАВРИЛОВА Э. ЦВЕТОВЫЕ АССОЦИАЦИИ И ЭМОЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТ В РУКАХ ДИЗАЙНЕРА.....	141
ГЛАДКОВ В.В., МАКАРОВА Т.Л. СИМВОЛИКА НИТИ В СОВРЕМЕННОМ ДИЗАЙНЕ КОСТЮМА	144
ГЛЕБОВА Т.Г., ХМЕЛЕВСКАЯ А.Г., ГУСЕВА М.А. РАЗРАБОТКА КОЛЛЕКЦИИ ВЕЧЕРНИХ ПЛАТЬЕВ С ЭФФЕКТОМ ВИЗУАЛЬНОЙ КОРРЕКЦИИ НЕТИПОВОЙ ОСАНКИ	148
ГЛУШКОВА Т.В., РУППЕЛЬ И.С., РУППЕЛЬ Т.С. ОДЕЖДА ДЛЯ КУКОЛ КАК ОТРАЖЕНИЕ ИСКУССТВА КОСТЮМА.....	152

ГОНЧАР О.С., ДЕНИСОВ Д.А. АКТУАЛЬНОСТЬ И ГЛУБИНА ИССЛЕДОВАНИЙ ДИЗАЙН-МЫШЛЕНИЯ В ДОСТУПНОЙ ЛИТЕРАТУРЕ.....	155
ГОРШУНОВА А.В., ДЕРГИЛЁВА Е.Н. ПРОЕКТИРОВАНИЕ ФОТОКОМПОЗИЦИЙ НА ТЕМУ ЭКОЛОГИИ	157
ГРИБАКИНА Е.С., МОРОЗОВА Е.В., КУЗНЕЦОВА А.Н. АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ДЕКОРАТИВНЫХ РИСУНКОВ В КУПАЛЬНОМ КОСТЮМЕ 1950-1990 ГГ.....	161
ГРИШИНА Н.И. СКАНДИНАВСКИЙ ОРНАМЕНТ В ДИЗАЙНЕ РОЖДЕСТВЕНСКИХ СВИТЕРОВ: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ	165
ГУЛЯЕВА Е.В., ЛУКИНА Е.С. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРОИЗВОДСТВЕ МЕБЕЛИ	168
ГУСОВА Д.Т., ГАРБАР Н.В. ИНЖИНИРИНГ В ДИЗАЙНЕ ОДЕЖДЫ. ОДЕЖДА БУДУЩЕГО: КАК СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ МЕНЯЮТ МОДУ.....	171
ДАНИЛИНА С.А., ТРЕТЬЯКОВА А.Е. СИМВОЛИКА ЦВЕТА В КУЛЬТУРЕ ПЛЕМЕН АМЕРИКАНСКИХ ИНДЕЙЦЕВ	174
ДЕМБИЦКАЯ А.С. ДРЕВНЯЯ ГЕОМЕТРИЯ ФОРМ В ТЕКСТИЛЬНОМ ОРНАМЕНТЕ.....	177
ДЕМЧЕНКО И.А., САПРЫКИНА М.Н. ПЛАКАТ: ВЧЕРА, СЕГОДНЯ, ЗАВТРА	181
ДЕМЬЯНОВА М.В. ОТРАЖЕНИЕ ПРОБЛЕМ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО КРИЗИСА СРЕДСТВАМИ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА.....	184
ДЖАБОРОВА Ш.Р., ЯМИНЗОДА З.А., ЧЕШКОВА А.В. ДИЗАЙН ИКАТОВ И РАЗВИТИЕ ТЕХНОЛОГИЙ ИХ ИМИТАЦИИ	188
ДОБРЕЦОВА Н.А., КУРТОВА К.Г. ИНФОГРАФИКА КАК СРЕДСТВО ВИЗУАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ	192
ДОЛИНСКАЯ О.В., САПРЫКИНА М.Н. ДОБРЫЙ ДИЗАЙН ДЕТЯМ ДАРИТ СКАЗКУ	194

УДК 712

Абдуллина А.А., Дембич Н.Д., Казакова Н.Ю. РОЛЬ АРТ-ОБЪЕКТОВ В ФОРМИРОВАНИИ ПРОСТРАНСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ МУЗЕЕВ СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА СОЛОМОНА ГУГГЕНХАЙМА

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

Соломон Гуггенхайм – основатель Музея современного искусства в Нью-Йорке, меценат, еврейского происхождения. Человек, который собрал бесценную коллекцию произведений искусства. Следует отметить, что идею концепции, с которого началась история создания музея Гуггенхайма принадлежит немецкой художнице Хиллу фон Ребай. Именно она привила любовь к современному искусству будущему меценату и пообещала ему «С такой коллекцией однажды вы войдете в историю».

С этого и начинается история культовых музеев современного искусства Гуггенхайма. Первым реализованным проектом музея Гуггенхайма был музейный комплекс в Нью-Йорке в 1937 году, который спроектирован архитектором Фрэнком Гери. Хильда писала ему «Все шедевры должны быть организованы в пространстве, и только вы можете это сделать. Создайте для нас святилище духа – «temple of the spirit», монумент!». Фрэнк Гери, знаменитый архитектор, является основоположником модернизма двадцатого века, проект Гуггенхайма во многом помог ему с реализацией будущих успешных работ, что сделало его востребованным и по сей день.

В настоящее время существует 4 действующих филиала музея Гуггенхайма: в Нью-Йорке (основан в 1937 г.); в Венеции (основан в 1951 г.); в Бильбао, Испания (открыт в 1997 г.); в Берлине (открыт в 1997 г.). Планируется построить еще 4 объекта музея Гуггенхайма: Музей Гуггенхайма в Абу-Даби, ОАЭ; Музей Гуггенхайма в Гвадалахаре, Мексика; Музей Гуггенхайма в Вильнюсе, Литва; Музей Гуггенхайма в Хельсинки, Финляндия.

Здание в Нью-Йорке имеет интересную форму в виде спирали – символ постоянного движения и развития, к тому же форма оказалась удобной для организации графика движения посетителей. Белоснежная архитектура фасада ассоциировалась с чистым полотном для будущих картин. Сначала нужно подняться на лифте на верхний этаж, после этого посетители спускаются вниз по пологому спуску, изучая объекты современного искусства. Каждый экспонат в музее имеет свое место, объект и пространство создают единую систему и синхронность, поэтому все смотрится органично. Совершенно уникальные объекты современного искусства удивительным образом не «выбиваются» из пространства, а гармонируют вместе с ним.

Здание в г. Бильбао (Испания) отличается своей уникальной архитектурой и современными материалами. Архитектор проекта Фрэнк Гери выполнил проект в стиле деконструктивизма. Поверхность фасада облицована из тысячи титановых пластин, которые меняют цвет в зависимости от окружающей обстановки. В благоустройстве территории музея использованы разные по стилистике арт-объекты и инсталляции, которые обогащают объемно пространственные решения комплекса и создают отличительную атмосферу музея.

В Вильнюсе планируют построить совершенно уникальное в прямом смысле этого слова здание музея Гуггенхайма. Проект здания представила ныне покойная Заха Хадид, у которой все работы отличаются футуристичной концепцией. Она выиграла конкурс, по разработке музея Гуггенхайма в Вильнюсе, и по ее чертежам, и визуализациям, проектируется здание музея. По визуализациям нас ждет, не иначе как космический корабль, с обтекаемыми формами металлического оттенка. Интерьеры внутри сдержанные, ничего лишнего, одним словом, минимализм, как и во многих интерьерах музеев Гуггенхайма.

Не менее эффектный проект музея Гуггенхайма планируется в Абу Даби, который уже в окончательном виде будет реализован в 2022 году. Автор проекта архитектор Фрэнк Гери, он же разработал здание в г. Бильбао в Испании. Это будет самый большой по площади из пяти музеев Гуггенхайма. Здание должно быть выполнено в стиле деконструктивизма. Музей будет находится около порта на острове Саадият. Фасад будет футуристичным, предполагается использовать новейшие титановые покрытия и должен напоминать картины кубизма. Стены музея Гуггенхайма планируется возвести из разнообразного камня и окрасить их в различной цветовой гамме, что позволит выделить разные помещения здания. В музее будет своя коллекция экспозиций, представляющих ближневосточные культуры, но также можно будет посетить и временные коллекции инсталляций и картин из других стран мира.

В постоянной коллекции музея имеются работы следующих известных художников, таких как Кандинский, Мондриан, Пикассо, Шагал, Леже, Кокошка, Ван Гог и др.

Одни из знаменитых Арт-объектов, которые выставлены в музеях Гуггенхайма это Ричард Серра-«Материя Времени» 1986 г. Джефф Кунс «Щенок» 1992 год, Паучиха «Maman» Луизы Буржуа (Louise Bourgeois) Ричард Лонг «Georgia granite Circle», Дуга Виллер «Искусственная пустыня 3» Маурицио Каттелан «Америка». А также другие объекты, которые могут быть представлены в музее на время выставки.

Экспозиции Казимира Малевича часто выставляются в музеях Гуггенхайма. Совершенно невероятная экспозиция «Россия!», на которой представлено более 250 экспонатов из собраний Государственного

Эрмитажа, Государственного Русского музея, Государственной Третьяковской галереи и московского Кремля.

«Щенок» Джефф Кунс создан в единственном экземпляре и кроме как в Бильбао вы его нигде не увидите! Высота скульптуры 13 метров. «Щенок» полностью украшен живыми цветами. Данную скульптуру пытались взорвать, но она уцелела, благодаря помощи полиции. Это одна из любимых скульптур Джеффа Кунса. «Это реплика в диалоге между природным и искусственным» так он отозвался о своей работе. Представленная рядом скульптура «Надувные тюльпаны» того же автора – четвертая в серии из пяти копий. Свою «экстерьерную» роль она выполняет на отлично. «Тюльпаны» сделаны в середине 1990-х годов. Бутоны тюльпанов на первый взгляд, выполнены из разноцветных воздушных шаров, но на самом деле материал «тюльпанов» – нержавеющая сталь. Высота экспоната около двух метров в высоту и пять в ширину.

Так же, как и знаменитая паучиха «Maman», год создания 1999, Луизы Буржуа (Louise Bourgeois), ставшая одним из символов музея. Луиза, автор данной экспозиции, большая поклонница пауков, разместила их по всему миру столько, что уже сложно понять, где путешествовал оригинал, а где остальная паучья стая. Она создала небольшое семейство пауков, что кажется совершенно необычным и забавным. При этом скульптура продолжает оказывать на зрителей практически магическое воздействие. Материал изготовления пауков, разный – это дерево, резина, металл. Инсталляции мало походили на настоящих пауков, скорее были карикатурой на них. Вдохновением для инсталляции «Maman» была собственная мать Луизы. По профессии мама Луизы была ткачихой. Она была лучшим другом для дочери. Таким образом сложился полноценный образ для инсталляции. Скульптура отражает материнство, под «крылом» которой чувствуется настоящая защита.

The Matter of Time (Материя времени) Ричарда Серра. Год создания 2005. Данная инсталляция создана специально для музея Гуггенхайма. Серра создавал ее 9 лет. Скульптура состоит из восьми монументальных частей высотой до 4,3 м и весом до 276 тонн. Материя времени – это символ эволюции времени и пространства. Считается одной из знаковых работ Серра и награждена премией Принца Астурийского.

Дугг Виллер «Искусственная пустыня 3». Объект современного искусства представляет собой помещение с экранами. Освещение в помещении и ее форма дает зрителю ощущение бесконечного пространства. Уровень шума в комнате 10-15 Дб, что позволяет услышать биение своего сердца. Для воплощения данного проекта BASF покрыли пол, стены и потолок тысячей небольших элементов из пеноматериала на основе меламин. Дугг Виллер при создании арт-объекта вдохновился своим путешествием в пустыне северной Аризоны, где почти полная

тишина, влияет на восприятие расстояния. Автор показывает зрителям то, насколько важно, оказаться в тишине на время и подумать над чем-то важным, при таком бурном ритме городского шума и потоке визуальной информации отовсюду.

Таким образом, можно сделать вывод, что музеи Гуггенхайма и арт-объекты имеют особую связь между собой. У них есть своя история, своя уникальность и неординарность. Им есть, что сказать рецепиенту, создатели арт-объектов и сами архитекторы музея Гуггенхайма, вложили любовь и частичку себя в свои инсталляции-произведения современного искусства. Поэтому нам настолько интересен этот воистину эксцентричный визуальный мир современного искусства.

Список использованных источников:

1. Музей современного искусства. Музей Соломона Гуггенхайма. Нью-Йорк 2011 год
2. Арт-терапия с объектами, или Постановки на предметах. Вера Радостная 2019 год
3. Мир искусства. Артур Диего 2017 год.
4. Искусство и арт-практика. Виктор Пигулевский. 2005 год
5. Альфред Барр и интеллектуальные истоки музея современного искусства. Сибил Кантор. 2019 год.
6. Искусство управлять музеем. Геральд Матт. 2019 год
7. Как читать и понимать музей. Философия музея. Зинаида Бонами. 2018 год
8. <https://nauchforum.ru/studconf/> арт-объекты в формировании комфортной пространственной среды современного города
9. <https://novate.ru/blogs/> удивительные примеры урбанистического кемпинга.
10. Jeff Koons: Now 2016 год
11. Jeff Koons: Celebration 1996 год
12. Луиз Буржуа: ящик Пандоры / Louise Bourgeois: Pandora's Box 2015 год.
13. Louise Bourgeois Люси Липпард. 1982 год
14. Художницы. Фриджери Флавия. 2019 год.
15. Анти-архитектура и деконструкция. Триумф нигилизма Никос А. Салингарос. 2017 год
16. Современная архитектура в деталях. Джон Зуковски. 2016 год
17. Заха Хадид. Архитектура нового времени. 2018 год
18. Frank Gehry: The Houses Фрэнк Гери. 2009 год.

© Абдуллина А.А., Дембич Н.Д., Казакова Н.Ю., 2019

УДК 7.037/.038:658.512.2

Авдеева Д.Д. ВЛИЯНИЕ РУССКОГО АВАНГАРДА НА ДИЗАЙН

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

Авангард – название всех новейших концепций, школ или творчества отдельных художников XX века. Авангардизм – тенденция отрицания традиций и экспериментальный поиск новых форм и путей творчества, проявляющихся в самых различных художественных течениях.

По мнению многих исследователей, авангардизм не является художественным стилем, он – отражение процесса вытеснения культуры цивилизацией, гуманистических ценностей прагматической идеологией технического века. Для авангардистских течений характерна замена духовного содержания прагматизмом, эмоциональности – трезвым расчетом, художественной образности – простой гармонизацией формы, композиции – конструкцией, больших идей – утилитарностью. Прошлое, по убеждению авангардиста Лисицкого, «может остаться неиспользованным, как материал, потерявший значительную часть своей активной силы и тем самым свое культурное значение». Авангардисты полностью отрицают прошлое и утверждают, что оно не связано с настоящим, следовательно, можно начинать с чистого листа. Это мировоззрение, естественно, приводит к нигилизму, который можно наблюдать во время социальных революций. В этом отчасти и скрыт ключ к пониманию особенностей русского авангарда 1910-1920 гг.

«Передвижники» и «шестидесятники» девятнадцатого столетия – яркий пример неугомонной и неоднозначной «Русской души», вывели русское искусство на новый уровень и дали толчок к появлению авангардного искусства в России. Проходившая в 1992-1993 гг. в США, Западной Европе и Москве выставка русского авангарда 1915-1932 гг. была названа «Великая Утопия». В нашей стране на этапе становления дизайна формообразующие процессы протекали в чрезвычайно своеобразных конкретно-исторических условиях. Главное – это прорыв в новое, в котором соединились новаторские поиски, такие как общестилевые и социальные, придававшие процессу становления советского дизайна ряд черт, отличных от черт возникновения дизайна в других странах.

Например, в Западной Европе формирование дизайна XX века было направлено промышленность и повышение конкурентоспособность на мировом рынке. В нашей же стране главным импульсом становления дизайна была не промышленность, а агитационно-идеологическая направленность. Зарождавшийся дизайн в России был направлен на праздничное оформление, плакаты, рекламу, книжную продукцию, оформление выставок, театр и т.д.

Можно условно выделить 3 группы художников, которые начали становление Советского дизайна. Художники первого поколения, как правило, еще до революции получили систематическое художественное образование и активно участвовали в формировании и развитии левых течений изобразительного искусства. Одной из важных особенностей этапа становления советского дизайна было то, что в этом виде творчества в те годы почти не было художников, которых можно было бы считать только дизайнерами. Это – В. Татлин, К. Малевич, А. Родченко, А. Веснин, Л. Попова, А. Лавинский, Л. Лисицкий, А. Экстер, В. Степанова, Г. Клуцис, А. Ган и др.

Пионеры советского дизайна второго поколения – это те, кто (по возрасту или по другим причинам) не успел до революции получить систематическое художественное образование. Многие из них не имели достаточных профессиональных навыков, им практически не от чего было отказываться в своем творчестве. Однако именно на них легла основная тяжесть массовой практической работы. В основном это художественное оформление.

Третье поколение – это те, кто получил уже систематическое дизайн-образование на основных факультетах ВХУТЕМАСа – ВХУТЕИНа. Получив хорошую техническую подготовку и квалификацию инженера-художника, многие из них в 30-е гг. стали работать архитекторами и инженерами.

Производственное искусство зародилось в ИНХУКе и было связано с движением Пролеткульта и конструктивизмом. Главный идеолог производственного искусства Б. Арватов отмечал, что конструктивизм был переходным звеном к идее производственного искусства, и долг пролетарского художника состоит в том, чтобы работать не у себя в мастерской, а в гуще народа, на производстве заниматься деланьем вещей. В эту работу включились художники-конструктивисты Родченко, Степанова, Попова, Ган.

На этапе становления нового стиля, когда отвергнуты были стилистические формы прошлого, творческие концепции формировались на уровне формообразования, одни искали эти импульсы в простых геометрических формах и чистых цветовых тонах, другие – в функционально-конструктивной основе здания и вещи, третьи – в потребности человека ориентироваться в пространстве. В России это привело к появлению трех оригинальных стилеобразующих концепций – супрематизма (Малевич), конструктивизма (Татлин, Родченко, Веснины), рационализма (функционализма).

В 1913 г. в Петербурге была впервые поставлена футуристическая пьеса Крученых «Победа над Солнцем» с музыкой Матюшина и сценографией Казимира Малевича. На занавесе, созданном для этой апокалиптической пьесы, Малевич в первый раз использовал мотив

черного квадрата, которому суждено было стать главным образом супрематизма (супремус – от лат. высший, крайний). Сама идея «Победы над Солнцем» – это создание интегрированного искусства. Там использовалось дно из основных течений абстракционизма, или «геометрический конструктивизм» как метод выражения «высшей реальности». Супрематизм начал свой выход из живописи в предметный мир, не превращаясь из плоского в объемный, а разрывая рамки картины. Введя белый цвет фона (прорвав синий цвет неба), Малевич как бы бесконечно расширил пространство, в котором плавают плоскостные элементы. Образно говоря, плоскостные супрематические элементы как бы вылетали из картины и приклеивались к любой поверхности (стене дома, плакату, вазе, трамваю, одежде), создавая простые, яркие, декоративные элементы. Малевич провозгласил: «Все вещи, весь мир наш должны одеться в супрематические формы, то есть ткани, обои, горшки, тарелки, мебель, вывески, словом, все должно быть с супрематическими рисунками как новой формой гармонии».

1920 г. ознаменовался для супрематизма широким выходом в предметный мир – декоративное оформление, театр, архитектура, а впоследствии это стало называться дизайном.

Современные художники и дизайнеры различных направлений часто в своем творчестве обращаются к идеям русского авангарда. Отголоски этого направления можно заметить: конструктивизм в архитектуре существует как самостоятельно, так и перерос в хай-тек, деконструктивизм и минимализм. В одежде очень часто используются принты и идеи супрематистов (впервые яркие и заметные костюмы для рабочих стал создавать К. Малевич, что используется и сегодня). В предметном дизайне есть тенденция рационализма, перетекающего в минимализм и функционализм.

Изучение русского авангарда вдохновило меня на создание плаката «Победа над Солнцем» (рис.1), по мотивам одноименной футуристической пьесы Крученых «Победа над Солнцем», где были использованы оформления К. Малевича. В этой работе я постаралась отразить основные выразительные средства авангарда, которыми пользовались художники XX в., а именно раздробленность шрифтовых композиций и вписывание их в сюжет плаката, передача фактуры, условность объектов, символичность и в то же время отсутствие логики изображаемого.



Рисунок 1.

Список использованных источников:

1. В.И. Ракитин, А.Д. Сарабьянов. Энциклопедия русского авангарда (2013–2014)
2. Г. А. Загянская, М. С. Иванова, Е. И. Исаева. «Русский авангард: Изобразительное искусство. Литература. Театр» (2007)
3. <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-tvorchestva-k-malevicha-na-sovremennyh-dizaynerov-kostyuma>
4. https://studopedia.ru/1_13139_dizayn-russkogo-avangarda.html

© Авдеева Д.Д., 2019

УДК 67.03

Аднорал А.А. СОЗДАНИЕ КОНЦЕПЦИИ И МАКЕТА ПЕРЕКИДНОГО КАЛЕНДАРЯ

Дальневосточный федеральный университет

В настоящее время полиграфическая и издательская индустрии претерпевают коренные изменения, связанные с развитием производственных, цифровых и информационных технологий. В рамках научно-технической революции происходят изменения и в социуме. Прежде всего это связано с развитием рыночных отношений, появлением конкуренции в борьбе за потребителя. Следствием этого становится необходимость расширения функций печатной продукции. Спрос на всевозможные виды печатной продукции зависит от ряда причин, таких как экономическое развитие страны, время года, мода. Помимо этого, нельзя забывать и о конкретных задачах бизнеса, связанных с привлечением внимания потребителя. В современных реалиях календарь как полиграфическое издание не может не претерпевать изменения. Прежде всего это относится к расширению его функционала. Помимо традиционных, сугубо утилитарных функций, он становится рекламным носителем, сувенирной продукцией, элементом, необходимым для формирования имиджа компании, элементом декора. Все вышперечисленное требует от дизайнера поиска новых решений. Новые способы формообразования, выявление возможностей графических редакторов, эксперименты в поиске свежего визуального высказывания, несомненно, актуальная проблема дизайна.

Полиграфия – это отрасль техники, промышленность, занятая печатанием книг, газет и другой печатной продукции. Примерами полиграфических форм служат буклеты, листовки, этикетки, визитные карточки, конверты. Одним из видов полиграфической продукции является календарь. Календарь – это периодическое издание, в котором последовательно излагается перечень дней, недель, месяцев определенного года. Изредка встречаются календари, в которых изложен и перечень лет. Календарная продукция не теряет своей актуальности уже много веков.

Существуют календари-магниты, календари со встроенными часами, календари-закладки и т.д. Все зависит от фантазии и смелости решений дизайнера. Самыми эффективными с точки зрения рекламы считаются квартальные и перекидные календари.

В древности календарь применяется в качестве инструмента для отсчета времени. То есть выполняет только утилитарную функцию. Но мир меняется, меняется и социум, меняются и его потребности. С переходом к индустриальному обществу, где главным ресурсом является информация, календарь приобретает новую функцию – рекламную. В настоящее время большое число компаний ежегодно старается выпускать календари, рекламирующие их. Логотипы, слоганы, контактная информация – все это размещается на страницах календаря. Человек видит календарь перед собой круглый год. И, пускай невольно, но взглядом он цепляет каждый элемент, составляющий календарь. Его мозг считывает не только картинку, но и логотип компании, заказавшей этот календарь. В голове пользователя возникает неделимая картинка, которая все больше и больше закрепляется в его сознании. Однако, помимо утилитарной и рекламной функции, календарю присуща функция эстетическая. Ведь без оригинального и запоминающегося дизайна календарь выглядел бы сухо и вряд ли пользовался бы спросом. В некоторых случаях календарь приобретает и образовательную функцию. Этому способствует добавление текстовых блоков или схем. Календарь, отвечающий вышперечисленным функциям, остается востребованным на современном рынке. Он способен охватить широкую часть аудитории. Гибкость и практичность дизайна являются главными условиями для создания эффективной рекламы.

Первый этап работы над проектом, анализ аналогов и прототипов, позволяет выявить структуру календаря. Каждая страница состоит из изображения, названия месяца, логотипа заказчика и непосредственно календарной сетки. Допускается возможность добавления текстовых блоков. Связь между составляющими листа достигается посредством графических элементов. Можно заметить, что названия дней недели пишется меньшим регистром, чем даты в сетке. Сверху необходимо оставить чуть больше места для пружины. Значительную площадь календаря занимает иллюстрация.

Далее на основании полученного анализа аналогов календарей и современных графических приемов происходит разработка собственной уникальной концепции двенадцатилиствого перекидного настенного календаря. Календарь выполняется в формате А3 и состоит из двенадцати листов с календарными сетками, обложки и пружины, скрепляющей все вышперечисленные компоненты. Следующим этапом необходимо определить целевую аудиторию, поскольку целевая аудитория и ее запросы – это один из рычагов,двигающих дизайн. Если покупателя не впечатлит внешний вид продукта, то он ее не купит, возможно даже и не

заметит. Так как в календаре представлены и описаны достопримечательности города Владивостока, то основными пользователями можно считать туристов и гостей города, а также тех, кто интересуется культурой и достопримечательностями города.

Этап работы над концепцией – один из самых важных. Он определяет уникальность проектируемого объекта. Для выявления концепции календаря необходимо определить слова-ограничения. Ими становятся слова «Владивосток» и «буква». Так, каждая страница календаря иллюстрирует одну букву из слова «Владивосток». Сама буква представляет собой какую-либо достопримечательность города. В календаре задействованы такие достопримечательности, как памятник Борцам за власть Советов, галерея «Арка», арка Цесаревича, киноцентр «Океан, фуникулер, железнодорожный вокзал, колесо обозрения, кампус ДВФУ, ростральная колонна, Приморский океанариум, дом «Два капитана». Под изображением в целях усиления схожести расположена сама графема буквы. Текстовая часть, расположенная под названием месяца, кратко описывает каждую достопримечательность города.

Следующим этапом разрабатываются варианты макета календаря, из них выбирается наиболее гармоничный. Во всем календаре применяется векторная графика. В качестве техники в изображениях используется черно-белая градиентная заливка. Благодаря такому черно-белому решению общая форма объекта воспринимается целостней. Для каждой страницы календаря характерен свой паттерн, состоящий из точек, и свой цвет фона. Используемый прием позволяет задать вектор работы над календарем и придать ему единое графическое наполнение. Календарная сетка имеет форму полукруга. В отличие от традиционных сеток, где неделя начинается с понедельника, разработанная нами сетка всегда начинается с первого числа месяца.

Таким образом, календарь – вещь настолько же необходимая любому деловому человеку, как и часы. Представить современного человека, который обходится без календаря, практически невозможно. Календарь, как объект полиграфии на протяжении многих десятилетий приобретает новые функции и меняет форму, подстраиваясь под запросы потребителя. Красивая графика, удачная анимация в совокупности с грамотным наполнением календаря способны значительно прорекламировать компанию. Производство календарей в качестве рекламной продукции уже давно становится одним из основных видов рекламы и отдельным сегментом рынка. Несмотря на развивающиеся цифровые технологии, печатные календари по своей функциональности ничуть не уступают электронным. Ведь печатный календарь является культурным образцом. Преимуществом напечатанной продукции также является ее невысокая стоимость. Кроме того, пользователь лучше воспринимает напечатанный

текст с материального носителя. В настоящее время календарь является востребованной в социуме полиграфической продукцией.

Список использованных источников:

1. Брингхерст, Р. Основы стиля в типографике / Р. Брингхерст. – М: Издатель Дмитрий Аронов, 2006. – 432 с.
2. Бургуэн, Ж. Календарь. История и современность / Ж.де. Бургуэн. – СПб: Астрель, 2006. – 144 с.
3. Волкова, В. Дизайн рекламы / В. Волкова. – М: Книжный Дом "Университет", 1999. – 144 с.
4. Володомонов, Н. Календарь. Прошлое, настоящее, будущее / Н. Володомонов. – СПб: Наука, 1987. – 78 с.
5. Глазычев, В. Л. О дизайне. Очерки по теории и практике дизайна на Западе / В. Л. Глазычев. – М.: Искусство, 1970. – 191 с.
6. Климишин, И. А. Календарь и хронология / И. А. Климишин. – СПб: Наука, 1985. – 320 с.
7. Кузьмичев, Л. А. Основные термины дизайна. Краткий словарь-справочник / Л. А. Кузьмичев. – М.: ВНИИТЭ, 1989. – 88 с.
8. Овчинникова, Р. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования. Учебное пособие / Р. Овчинникова. – М: Юнити-Дана, 2013. – 240 с.
9. Самара, Т. Типографика цвета. Практикум. Как выбрать шрифт / Т. Самара. – М: РИП-Холдинг, 2006. – 256 с.
10. Ткачев, О. Visual бренд. Притягивая взгляды потребителей / О. Ткачев. – М: Альпина Паблишер, 2014. – 224 с.
11. Туэмлоу, Э. Графический дизайн. Фирменный стиль, новейшие технологии и креативные идеи / Э. Туэмлоу. – СПб: Астрель, 2014. – 256 с.
12. Хембри, Р. Самый полный справочник. Графический дизайн / Р. Хембри. – СПб: Астрель, 2008. – 192 с.

© Аднорал А.А., 2019

УДК 747.012

Алексеев В.О., Никонов В.В. РОЛЬ ФОРМЫ В ПРЕДМЕТНОМ ДИЗАЙНЕ

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

Линии, пятна, форма окружают нас везде, куда мы не шагнули, но что оно за собой несёт, как человек чувствует в том или ином окружении, которое состоит из перечисленных аспектов?

Актуальность данного вопроса я хочу свести к интерьеру нашего дома, потому что, приходя домой мы хотим отдохнуть и расслабиться, что бы атмосфера благоприятно способствовала этому необходимо создать её.

Дизайн интерьера очень важен в жизни человека, то, как окружающие его элемента интерьера сказываются на его психологическом состоянии.

На примере такого элемента как объёмная картина (панно) расскажем, как такой небольшой элемент может стать центром игры форм, способный быть гармоничным продолжением интерьера и дать новый глоток вдохновения и стать писчей для вашего психологического состояния, вдохновить на действие.

Даже если провести анализ тенденции развития интерьеров в жилых дома, то можно заметить, как всё начиналось с минимальных простых форм и минимума декора и убранства. В эпоху классицизма это сменилось излишним убранством, лепнинами, ризными изделиями, где каждый угол пестрил украшениями, картинами, вазами, скульптурами, декоративными перегородками. А сейчас в современном дизайне все вернулись к минимализму и не хотят заставлять пространство ненужным хламом, и стали обращать внимание на функциональность, эргономичность, гармонию в дизайне интерьера. Так и декоративное наполнение поменялось кардинально. Это минималистичные скульптуры, картины, вазы, несущие в себе функциональность и эргономике, которые заполняют исключительно пустоту, которую нельзя как-то использовать с пользой.

Но форма в жизни человека требует гармонии, наполнение интерьера необходима с точки зрения искусства. Так на примере данных картин, в минималистичном интерьере привнесут дополнения в современный минималистичный дизайн. К примеру, ваш интерьер основывается на простых формах: квадрат, круг, треугольник, линия.

На данный момент завершена работа, посвященная этому вопросу. Исследование проводилось на выборке 204 человека (141 женщина и 63 мужчины). Возраст: 18-55 лет. При формировании выборки были исключены люди, имеющие архитектурное или дизайнерское образование. Результаты обрабатывались методом контент-анализа. Исследование представляло собой эксперимент с использованием методики, основанной на индивидуальной проективной технике методом вопросов-меню. Испытуемому предлагалось брать по очереди картинки интерьерных пространств, объемы которых созданы на основе круга, квадрата и треугольника (картинки созданы так, что на них присутствует только «голая» форма, все они имеют одинаковый объем, приблизительно одинаковую площадь основания, одинаковую освещенность и цветовую гамму) и мысленно входить в них. Имея на руках список действий, ему нужно отметить желаемые действия и те действия, которые остро не хотелось бы делать [3, с. 211].

В ходе исследования были выявлены следующие аспекты.

1. Круг в основании (в плане) формы способствует: а) побуждению желания красиво двигаться, получая от этого положительный

эмоциональный заряд (танцевать и др.); б) желанию побыть одному, уединиться, сосредоточенной внутренней работе, разговору с самим собой.

2. Три четверти круга в вертикальном сечении формы способствует: а) состоянию расслабленности, отдыха, релаксации, отсутствию напряженности, ярких негативных эмоциональных переживаний; б) общению с близкими людьми; в) творчеству, ощущению гармонии мира, высшим духовным переживаниям.

3. Разрез – квадрат с половиной круга сверху (арка) – способствует: а) внутренней сосредоточенности, уединенности, внутреннему общению; б) общению с близкими людьми; в) отсутствию состояния бессилия, ярких негативных эмоций, напряженности, конфликтности.

4. Треугольник в разрезе способствует сосредоточению сил, умственной работе.

5. Стены пространственной формы сходятся в одну точку: сосредоточение внутренних сил, умственная работа, уединенность.

6. Туннельная форма, верх разреза – округлый: а) общение с друзьями; б) ощущение гармонии мира, спокойные положительные эмоции, отсутствие напряженности.

7. Форма с наличием только прямых граней способствует: а) сосредоточению внутренних сил (для рывка), внимания, умственной деятельности; б) напряженности, ярким негативным эмоциям; в) отсутствию теплого общения, спокойных положительных эмоций.

«Существует изначальная взаимосвязь между конституцией человека и художественными формами, которые он создает. Те природные силы, которые определяют его физический облик, психические и духовные особенности личности, а также специфическая для каждого человека пластика тела, способны проявляться и в его работе» [1, с. 91].

К примеру, по итогам анализа респондентов были прикреплены соответствующие дизайн объекты, соответствующие форме, к которой относится они.

Список использованных источников:

1. Иоханнес Иттен Искусство формы/Перевод с немецкого и предисловие Л.Монаховой Художник издания Д.Аронов © Издатель Д.Аронов, 2001. – 138. ISBN 5-94056-009-1

2. Psychodi // Влияние форм на психику человека. URL: <http://www.psychodic.ru/arc.php?page=2048>

3. Калиничева М.М., Жердев Е.В., Новиков А.И. Научная школа эргодизайна ВНИИТЭ: предпосылки, истоки, тенденции становления. Монография. – М.: ВНИИТЭ, Оренбург; ИПК ГОУ ОГУ, 2009. – 368с.; ил.

4. Устинов В.Б. Учебник дизайна. Композиция, методика, практика / В.Б. Устин. – М.: АСТ: Астрель, 2009. – 254 с.

© Алексеев В.О., Никонов В.В., 2019

УДК 63.03

Алексеева Н.В., Никонов В.В. СЕМИОТИКА В СОВРЕМЕННОМ ДИЗАЙНЕ НА ПРИМЕРЕ НАГРАДНЫХ МЕДАЛЕЙ В ОЛИМПИЙСКИХ ИГРАХ

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

Семиотика, или семиология – это междисциплинарная область исследований, в рамках которой изучаются знаки и знаковые системы, хранящие и передающие информацию.

Знаковая система очень важна. Современный дизайн идентифицирует товары, услуги с образами, культурой общества, приписывая им желаемые значения и символы. В связи с этим при создании бренда активно используются различные элементы и технологии семиотики: включение знаковых систем позволяет быстро и точно донести нужную информацию до потребителя.

Создавая эффективную продукцию, необходимо исходить из того, что потенциальная аудитория обладает информацией об объектах, представляемых знаками, проводит параллели между представленной знаковой системой и подразумеваемой совокупностью предметов.

Основным критерием применения семиотических положений в дизайне выступает легкость интерпретации используемых знаковых систем, способность передавать заложенную информацию, степень воздействия на восприятие органами чувств человека. В дизайне, как и в любой сфере деятельности, знаками могут являться любые устойчивые системы, прочно вошедшие в обиход, вызывающие однозначные ассоциации.

Использование семиотики позволяет вести речь о предметах и объектах, фактически отсутствующих перед аудиторией, создавая видимый (слышимый, осязаемый) образ, устраняя временные и пространственные рамки.

При рассмотрении семиотики необходимо уделить внимание структурным составляющим любого знака: образ, значение и формат.

Единицами знаковой системы выступают изображения, символы, знаки-индексы. Наиболее наглядными, естественно, являются изобразительные элементы: они схожи визуально с объектом идентификации, легко воспринимаются, не требуют адаптации к различным языковым группам, культурам. Они чаще всего используются в дизайне, позволяя наглядно продемонстрировать посыл или мысль.

Знаки-индексы служат указанием на какое-либо событие, их визуальное отображение является следствием значения самого знака. В качестве примера можно привести дым в рекламе: его наличие указывает на нахождение рядом огня.

Символьные знаки являются одними из самых творческих: они существуют благодаря негласно соглашению между людьми, т.к. по некоторым образам явлений сложно судить об их значении (чаще всего касается изображения чувств, эмоций, абстрактных понятий).

Знание подобных нюансов позволяет создать запоминающийся графический объект, вызываемый отклик у большей части аудитории. Необходимо отметить, что разработка логотипа в студии, создание рекламного ролика в рекламных агентствах, сопровождаются детальным анализом особенностей использования различных знаковых систем в конкретное время и в определенном месте [1].

Рассмотрим применение семиотики на примере Олимпийской медали в Сочи в 2014 году (см. рис. 1).



Рисунок 1.

XXII Олимпийские зимние игры в Сочи – это первая в России зимняя олимпиада и вторые в стране олимпийские игры после XXII Летней Олимпиады в Москве. 1 декабря 2009 года Оргкомитет «Сочи 2014» презентовал логотип (эмблему) Олимпиады.

Визуальный Образ Олимпийских игр в Сочи разработан компанией BOSCO и передан в дар Оргкомитету Олимпиады (см. рис. 2). Единый визуальный образ XXII зимних Олимпийских и XI Паралимпийских игр 2014 года стал наглядным воплощением идеологии Игр, призванных выразить характер современной России и познакомить с традиционным русским гостеприимством. Он сочетает исторические мотивы и инновационные решения в дизайне. В основе идеи – многообразие впечатлений и эмоций, которые Игры принесли не только жителям страны, но и зрителям всего мира. Это многообразие выражено с помощью лоскутного одеяла, в котором соединены орнаменты самых известных национальных промыслов России. Здесь уфтяжская роспись и вологодское кружево, гжель и жостовская роспись, кубачинские узоры и павловопосадские платки, мезенская роспись и хохлома, якутские узоры и русский ситец.



Рисунок 2.

Олимпийское лоскутное одеяло – это красота русской природы каждого времени года, самобытность и яркость характеров разных национальностей, ремесла, песни, танцы, люди, эмоции. Все вместе они отражают характер севера и юга России, эмоциональность и сдержанность, деликатность и экспрессию, одним словом, характер, присущий каждому жителю страны – хозяйки Игр 2014 года. Над главным символом Олимпиады трудилась целая команда дизайнеров: Александра Федорина, Сергей Ефремов, Павел Наседкин, Сергей Царьков [2].

Список использованных источников:

1. Статья «СИМВОЛИКА ЗИМНИХ ОЛИМПИЙСКИХ ИГР В СОЧИ». Автор С. Корец 2014
2. Статья «Семиотика в дизайне». Сообщество Mindrepublic. 2018
© Алексеева Н.В., Никонов В.В., 2019

УДК 677.076.662.22

**Ангелич Т.Ф., Бутко Т.В. РАЗРАБОТКА И ИЗГОТОВЛЕНИЕ
ОБРАЗЦОВ АВТОМАТИЗИРОВАННОЙ ВЫШИВКИ
ГЕРАЛЬДИЧЕСКИХ ИЗОБРАЖЕНИЙ**

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

Патриотическое воспитание в современной России активно набирает популярность, главным образом, путем развития культуры и любви к Родине. Источником формирования представления о наследии выступают геральдические изображения. Зарождение геральдики берет начало в 17 в., для трактовки изображений существует специальный геральдический язык, несущий информацию о гербах и эмблемах за счет формы, используемых цветов и символов (фигур) [1]. С течением времени, в ходе практического применения и развития геральдики, сформировались принципы и правила составления герба.

9 августа 2003 года вступил в силу Закон «О государственной и муниципальной символике в городе Москва» [2]. Основной функцией гербов районов Москвы является служение эстетическим и моральным целям, репрезентация местных особенностей и территориальной характеристики.

Настоящая работа связана с разработкой и исполнением образцов геральдических изображений различных районов г. Москвы с использованием технологии автоматизированной вышивки.

Вышивка гербов является многовековой традицией, так как выглядит торжественно. Герб не может быть изображен некачественно или неточно, а вышивка должна отвечать всем самым высоким предъявленным требованиям. Вышитые образцы, в большинстве случаев, служат украшением интерьера госучреждений и элитных заведений.

Последовательность выполнения образцов автоматизированной вышивки включала следующие основные этапы:

1. Разработка эскизного проекта.
2. Разработка алгоритма программы.
3. Выполнение экспериментальных образцов.
4. Корректировка параметров макета.
5. Выполнение образцов вышивки.

Формирование эскиза изделия производится путем обсуждения и согласования геральдистов – специалистов в области геральдики, художников и историков. Перед вынесением постановления о вступлении герба в силу проверяется надлежащая документация, соответствие российскому законодательству и требованиям в области геральдики. Символика утверждается Геральдическим советом при Президенте РФ и с иными службами. В результате утверждения и согласования, новый герб вносится в Государственный геральдический регистр РФ [3].

Следующим этапом исполнения являлась разработка программ образцов вышивок. Для создания алгоритма использованы специальные программы. На сегодняшний день наиболее совершенной и популярной является программа «Wilkom». При освоении программного обеспечения можно выполнять редактирование готовых эскизов, а также сразу создавать новые дизайны в форме алгоритма. На рис. 1 приведены технологические карты автоматизированной вышивки гербов районов города Москвы «Донское» и «Чертаново-Северное».

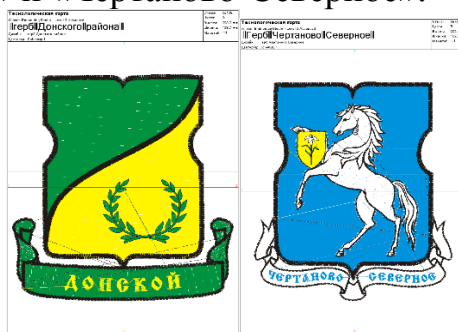


Рисунок 1 – Технологические карты гербов районов г. Москвы.

Важным этапом в изготовлении вышивки является отладка режимов оборудования (натяжение нитей, скорость) и параметров программы с учетом свойств используемых материалов, которая достигается путем эксперимента и регулировки. В связи с этим возникает необходимость выполнения экспериментальных образцов для выбора наилучшего метода исполнения. Например, были исследованы параметры фонового застила и обводки гербов с помощью небольших участков заполнения (квадраты 2x2), имеющие различные свойства и характеристики. Их отличие проявлялось в форме образующегося рельефа, плотности застила и направлении стежков. Также осуществлялась проверка деталей на соответствие художественному замыслу. На рис. 2 изображен процесс

выполнения экспериментального образца фрагмента изображения, в результате которого производилась отладка параметров.



Рисунок 2 – Процесс изготовления экспериментального образца на многоголовочном вышивальном оборудовании.

По завершению регулировки всех необходимых параметров производится подбор качественных основных материалов. В большинстве случаев, для вышивания герба используют бархат и атлас – ткани, отличающиеся представительностью и практичностью. Нити используют металлизированные, шелковые, вискозные, главным качеством которых является эстетичность, прочность и надежность.

Исходя из размеров изображения, подбирается диаметр пялец. Для предотвращения стягивания используется неклеевой дублирующий материал, плотность и слои которого зависят от эластичности ткани образца. Перед исполнением вышивки важно учитывать положение объекта – отступ от границ подходящего размера пялец 3-4 см.

Для получения эффекта блеска в качестве декоративного элемента при изготовлении образцов вышивок гербов под застилом вышивки была использована подложка из серебристой ткани, соответствующая размеру вышивки. На рис. 3 приведены фотографии изготовленных образцов геральдических изображений, выполненных с применением технологии автоматизированной вышивки.



Рисунок 3 – Образцы вышивок геральдических изображений.

Результаты выполненных работ представлены на Выставке «15 лет современной официальной символике города Москвы», проходившей в Московской Городской Думе с 25 октября по 8 ноября 2019 года.

Список использованных источников:

1. <https://sovet.geraldika.ru/article/16244#gsr6> Методические рекомендации по разработке и использованию официальных символов муниципальных образований.
2. Вестник Мэра и Правительства Москвы N44 август 2003, дата выхода в свет - 30.07.2003 г
3. <https://aif.ru/dontknows/1224949> Как утверждаются гербы.

© Ангелич Т.Ф., Бутко Т.В., 2019

УДК 7.05

Андреева П.В. ЗНАК В ДИЗАЙНЕ КАК ОСНОВНАЯ ЕДИНИЦА СЕМИОТИКИ

Тулльский государственный университет

В современном мире дизайн приобретает всё большее значение в сфере потребления, его роль растёт невообразимо быстро. Вследствие этого увеличивается и количество его форм и проявлений. Одним из подобных явлений в сфере дизайна является семиотика.

Семиотика – наука о знаковых системах, их составляющих и, конечно, о значении тех символов, которые используются в графическом оформлении окружающей среды. Она основывается на огромном количестве исследований, теоретических ответвлений в различных областях человеческого знания, будь то социология, психология, биология и др.

Деятельность по уточнению семиотики довольно сложна. Она включает в себя изучение уровней подсознания человека, явных или скрытых ассоциаций, понимания окружающей действительности. В процессе изучения жизни социума, свойств его психики вырабатывается целая система знаков, создающих определённые образы, смысловые сигналы, приводящие к тому или иному необходимому способу восприятия, а впоследствии действию со стороны зрителя.

Неотъемлемыми элементами семиотики служат изображения, символы и знаки-индексы [1].

Наиболее наглядными являются изобразительные элементы: они внешне схожи с объектом идентификации, легко воспринимаются, не требуют адаптации к различным языковым группам, культурам. Они чаще всего используются в дизайне, позволяя открыто заявить о своем послыле или мысли.

Знаки-индексы служат указанием на какое-либо событие, их визуальное отображение является следствием значения самого знака. В качестве примера можно привести дым в рекламе: его наличие указывает на нахождение рядом огня.

Символьные знаки являются одними из самых творческих: они существуют благодаря своеобразному соглашению между людьми, т.к. по некоторым образам явлений сложно судить об их значении (чаще всего касается изображения каких-либо абстрактных понятий).

Знание определенных нюансов семиотики позволяет создать запоминающийся графический объект, вызываемый отклик у большей части аудитории. Так, при создании логотипов, рекламных роликов, фирменных стилей всегда проводится специальный анализ особенностей использования различных знаковых систем в конкретное время и в определенном месте.



Рисунок 1 – Звезда Бетнал-Грин, автор Bunch, 2008 г.

Большая часть символов принята и известна по всему миру. Их используют вне зависимости от языка, нации, культуры. Как сказано в книге Д. Эйри «Логотип и фирменный стиль. Руководство дизайнера»: «символы пересекают границы» [2, с. 28]. И ведь это действительно так. Чтобы продавать товары по всему миру, ваш бренд должен заговорить на многих языках. К счастью, легко узнаваемые символы не нуждаются в переводе. Понятные в условиях любой культуры и языка, символы позволяют компаниям пересечь языковой барьер, конкурировать в мировых масштабах и поддерживать единство бренда при самых разнообразных способах их применения.

Так, например, международное агентство по брендам и дизайну Bunch использовало семиконечную звезду, выполненную по мотивам Вифлеемской звезды, как знак нового двухэтажного клуба «Звезда Бетнал-Грин», который открылся в сердце Бетнал-Грин в Лондоне в 2008 году (см. рис. 1.). Знаку звезды, обыгрывающему название клуба и имя его владельца Роба Стара, приходится трудиться повсюду – от открыток до пивных бокалов. Он хотел, чтобы паб стал путеводной звездой в Бетнал-Грин и привлекал людей отовсюду. Звезда Вифлеема, семиконечная и с длинным хвостом, благодаря своему значению, воплотила идею движения вперед.

Еще одним примером может послужить логотип Кардиологической больницы Нью-Мексико. Испробовав десятки предварительных набросков, дизайнер М. Макнаб решила объединить ладонь с очертаниями сердца, и «Зиа» – знак, который используется в качестве эмблемы штата уже более ста лет. Зиа – это также племя аборигенов, обитающее в Зиа Пуэбло, индейской резервации Нью-Мексико. Внимание дизайнера при создании

логотипа не только убедил Зиа Пуэбло дать разрешение на использование священного символа, они также благословили землю, предназначенную для постройки больницы, и танцевали на церемонии закладки здания и оказание жизненно необходимой помощи. Так, в знаке больницы появилась и забота, и национальный дух Мексики, и прямое отношение к кардиологии (см. рис. 2).

На основе изученного материала и предыдущего практического опыта в дизайне было создано много знаковых изображений. Их примерами могут служить следующие символы, представляющие собой связующее звено между человеком и различными объектами окружающего его мира, будь то техника, природный объект и т.д. (см. рис. 3).



HEART HOSPITAL
of NEW MEXICO

Рисунок 2 – Кардиологическая больница Нью-Мексико, Автор Мэгги Макнаб, 1998 г.

В подобных семиотических единицах очень важна передача смысловой основы его объекта, основных особенностей его внешнего вида, которая становится возможной за счет многообразия графических приемов и средств.

Базой для создания представленных логотипов являются природные объекты (гриб, пчела, хамелеон), предметы, созданные благодаря культурному и научному опыту человека (саксофон, ракета). При их отображении были использованы такие изобразительные методы, как тональный рисунок, контур, силуэт и геометрия. В них одна из главных задач состояла в том, чтобы узнаваемо передать пластику исходного объекта за счёт штрихов, геометрических фигур, графичных пятен, как простой, так и сложной формы. Данные знаки понятны всем, так как в них имеет место символическое изображение объекта, не связанное с языковыми или культурными различиями. Этот факт даёт большое преимущество подобным проявлениям семиотики в дизайне.

Таким образом, семиотика – очень полезный инструмент, который в руках опытного дизайнера превращается в средство управления человеческим восприятием.



Рисунок 3 – Примеры знаковых изображений

Список использованных источников:

1. Семиотика в дизайне. - <https://mindrepublic.ru/articles/logotip-kotoryj-rabotaet-sekretu-graficheskogo-dizajna-reklamy> (19.10.2019).
2. Логотип и фирменный стиль. Руководство дизайнера. Д. Эйри – СПб.: Питер, 2011. – 208 с.: ил. - ISBN 978-5-459-00289-8.

© Андреева П.В., 2019

УДК 7.03

Андрусова Д.Е. ТЕХНИКА PATE-DE-VERRE В ХУДОЖЕСТВЕННОМ СТЕКЛОДЕЛИИ: ИСТОРИЯ, ТЕХНОЛОГИЯ И ХУДОЖЕСТВЕННО-ОБРАЗНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

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

Естественным образом произведённое стекло, в особенности вулканическое стекло (обсидиан) использовалось ещё в каменном веке для обработки режущих инструментов. Точного места происхождения искусственного стекла доподлинно не известно, однако ученые придерживаются мнения, что впервые такой материал был создан на сирийском побережье (предположительно – Месопотамия или Древний Египет). Так же не существует единой теории того, как люди научились делать стекло, как пишет Черняк Л.М в своей статье «наиболее ранняя теория происхождения стекла предложена Плинием Старшим (79 г. н.э.). Существует предание, – пишет Плиний, – будто бы к устью реки пристал корабль торговцев содой. Рассеявшись по берегу, они готовили обед, и поскольку не оказалось камней, чтобы подставить под котелки, они подложили куски соды; когда эти последние разогрелись и смешались с береговым песком, тогда потекли ручьи новой жидкости, что и явилось началом стекла» [21]. Однако в последующие времена попытки воссоздать этот опыт не увенчались успехом, и таким образом было подтверждено, что теория Плиния является всего лишь легендой. На сегодняшний день более распространена теория того, что рукотворное стекло было изобретено случайно, как побочный продукт других ремесел. Помимо этого, существует так же теория, что возникновение стекла объясняется открытием человеком глазури и совершенствованием работы с ней, этой

теории придерживается А. Лукас в своей работе «Материалы и ремесленные производства Древнего Египта». Он указывает, что «ввиду очень близкого родства между глазурью и стеклом можно предполагать, что открытие стекла было тесно связано с открытием глазури» [1, с. 159].

Одной из древнейших технологий изготовления стеклянных изделий является технология печной отливки, а в частности техника *pate-de-verre* относящаяся к ней.

Техника *pate-de-verre* представляет собой процесс холодного формования дробленого или порошкообразного стекла, склеиваемого в пасту с помощью связующего компонента, помещающегося в форму из огнеупорного материала, а после отжигаемого в печи при высокой температуре до состояния превращения стеклянных гранул (пасты) в единую вязкую массу. После охлаждения форму достают из печи и отбивают, получившееся изделие тщательно чистят и избирательно полируют. Ключевое преимущество этой техники заключается в том, что она позволяет помещать стеклянную крошку различных цветов в заданные места внутри формы, что дает возможность создавать сложные цветовые переходы и эффекты.

История возникновения техники. Стеклянные изделия, сделанные в технике *pate-de-verre* (в переводе с французского – стеклянная паста) можно увидеть еще во втором тысячелетии до нашей эры. Были найдены записи, которые указывают на то, что мастера Месопотамии использовали эту технику, или очень похожую на нее, для создания инкрустаций, как для ювелирных украшений, так и для скульптур. Помимо этого, в сокровищницах гробниц египетских фараонов были найдены амулеты, драгоценности, драгоценные украшения погребальной мебели, выполненные в этой технике. Так же эту технику применяли мастера Древнего Рима, а также мастера Древнего Китая. Согласно найденным артефактам китайское мастерство в национальном варианте техники *pate-de-verre* восходит к династии Хань (206 г. до н.э. – 220 г. н.э.). Однако техника была потеряна после указанного периода и не применялась в стране до 1987 года, когда студия LIULI Crystal возродила утраченное искусство на Тайване. Основатели студии Лоретта Х. Ян и Чанг Йи решили почтить культурное наследие Китая и вернуть Люли (люли – фонетическое написание термина «искусство стекла», относящегося к династии Хань, и используется для почитания китайского наследия и культуры). По причине этого в азиатском мире существует более ста мастерских Люли, которые в настоящее время используют *pate-de-verre*.

Техника *pate-de-verre* перестала применяться стеклоделами древнего мира после изобретения стеклодувной трубки в Древнем Риме (примерно 50-е годы до н.э.), и возникновения основного способа изготовления стеклянных изделий – метода выдувания.

Возрождение техники *pate-de-verre*. Вторую жизнь техника *pate-de-verre* получила лишь в конце 19-го века, когда ее вновь открыл француз Генри Крос, скульптор, художник, керамист и мастер французского стекольного производства. Именно Генри Крос придумал название технологии – «*pate-de-verre*». Находя вдохновение в работах античных мастеров, он много трудился над созданием полихромного скульптурного материала на основе сильно измельченного стекла. Участвуя во Всемирной выставке 1889 года в Париже, Генри Крос представил восемь барельефов, в том числе семь в технике *pate-de-verre* и один в мраморе. В частности, Крос работал в Национальной мануфактуре Севра, где в 1891 году государство предоставляет ему мастерскую, а также ежегодную субсидию. Он последовательно получает от государства два важных заказа на крупные композиции, выполненные из стеклянной пасты: «История воды» (1892 г.), сохранившаяся сегодня в Музее Орсе, и «История огня» (1892 г.).

Помимо Генри Кроса технику *pate-de-verre* использовала для создания своих изделий фабрика *Daum Nancy*. В 1878 году Жан Дом основал стекольную мастерскую, которую позже унаследовали его сыновья Огюст и Антонэн Дом. Братьям Дом собрали под своим руководством небольшой творческий коллектив, самыми заметными фигурами в котором были Альмерик Вальтер и Анри Берже. Вальтер совместно с Анри Берже начал работать на производстве братьев Дом в 1904 году.

Альмерик Вальтер родился в семье северских художников по фарфору и сам прошёл длительное обучение в Севре, где смог перенять умения моделирования, формования и росписи эмалевыми красками. Однако в дальнейшем Альмерик переключил свое внимание с фарфора на стекло и сконцентрировал свои усилия на создание произведений, выполненных в технике *pate-de-verre*, обладающей сходными чертами с производством фарфоровых изделий.

В процессе своей творческой работы Вальтеру удалось усовершенствовать технику *pate-de-verre*. Ему в определенный момент своей деятельности удалось разработать почти прозрачное «стеклянное тесто», узнав о создании, которого братья Дом предложили Альмерiku приобрести у него права на эту техническую разработку.

Помимо «стеклянного теста» упомянутого выше Альмерик Вальтер так же внес дополнения в технику *pate-de-verre* тем, что изобрел стеклянную пасту с большим содержанием свинца, что позволило изготавливать более мягкое стекло с более низкой температурой плавления. Эта паста создавалась из измельченного стекла очень мелкого помола и наносилась кистью на внутреннюю поверхность формы до её полного заполнения перед помещением в печь.

Альмерик Вальтер прославился созданием объемных женских фигур, животных и растений. Самыми популярными стали его работы с

фигурками насекомых, ящериц и крабов, отличающиеся тщательно проработанными и отточенными деталями. Ещё одной отличительной чертой Альмерика Вальтера было применение ярких, контрастных цветов для выделения центрального объекта или смыслового акцента его произведения. Благодаря работе на фабрике братьев Дом Вальтер смог достичь очень высокого технического уровня в своих произведениях.

Производство стеклянных изделий фабрикой Дом было прекращено во время Первой мировой войны. После завершения войны Альмерик Вальтер ушел от братьев Дом и открыл свою собственную студию. После ухода от братьев Вальтеру было разрешено свободно использовать разработанные им технические методы и модели в период его работы на фабрике.

Еще одним известным мастером, внёсшим свой вклад в развитие техники *pate-de-verre*, был Аржи-Руссо (подлинное имя Жозеф-Габриэль). Габриэль Руссо, как и Вальтер был фарфористом, однако предпочел в дальнейшем работать с художественным стеклом. В 1902 году он прошёл обучение при Севрской мануфактуре и получил квалификацию «инженера-керамиста», до того, как заняться техникой *pate-de-verre*, Руссо работал в лаборатории занимавшейся разработкой фарфора для зубных протезов.

Аржи-Руссо продемонстрировал впервые свои работы в 1914 году на Выставке Салона Французских Художников, где был хорошо оценен. В 1921 году Аржи-Руссо открыл фирму *Societe Anonyme des Pâtes de Verre d'Argy-Rousseau* совместно с галлеристом и владельцем стекольного производства Гюставом Мозер-Милло. В 1923 году после решения ряда вопросов таких, как разработка собственной технологии, строительства новых помещений и печей, а также после обучения нанятых мастеров, производство Руссо заработало на регулярной основе.

Все произведения, выполненные Аржи-Руссо, имеют хорошо узнаваемый индивидуальный стиль, отличающийся высокой декоративностью. Главной темой его творчества была природа, а в частности изображения различные насекомые, животные и растения, помимо этого, у него также часто встречаются изображения женских фигур. Аржи-Руссо часто использовал античные сюжеты и формы, однако в дальнейшем формы его работ становятся более вытянутыми под влиянием японского искусства.

Одной из главных проблем занимавшей Аржи-Руссо в ходе всей его творческой деятельности была проблема ограниченного, возможностями техники, производства и большая стоимость получавшихся в ней изделий. Дело в том, что производство *pate de verre* невозможно механизировать, каждая форма для изделия получается одноразовой, так как разбивается после обжига при вынимании из нее работы, помимо этого, процесс изготовления сопровождается большим количеством брака, что так же очень сильно повышает стоимость работ. Но, несмотря на эти трудности

Руссо всё же смог привнести некоторые корректировки в производство, смягчающие возникающую проблему. Так он смог применить в работе модели, с которых было возможно снять несколько гипсовых форм, что позволяло создавать не одну, а несколько работ по одной и той же модели. При этом изделия не копировали друг друга полностью, так как в каждой работе смешение цветов в процессе плавления происходило совершенно по-разному, то каждая работа получалась уникальной.

Но, несмотря на усовершенствования производства и финансовый успех уже в самом начале творческой деятельности, компания Аржи-Руссо спустя почти 10 лет существования закрылась. На это сильно повлиял кризис 1929 года, компания не смогла перейти на производство совершенно новых моделей, против которых выступил компаньон Руссо, и в результате усиления экономического спада и накопления нераспроданных изделий *pate-de-verre* на складе, компания прекратила свое существование 31 декабря 1931 года.

В 1932 году Аржи-Руссо смог выкупить часть производства и основал собственную студию. В своей студии помимо изделий в технике *pate de verre*, производство которых было уже коммерчески не выгодным, он приступил к производству *pate de verre* с эмалями (ограниченное количество было выпущено в 1932-34 годах), простого стекла, декорированного эмалями, и гранёного *pate de cristal* (прозрачное стекло, выпускалось с 1934 по 1937 год). Однако на рынке в тот период доминировало опалесцирующее или тонированное стекло Дом, Лалик и Тиффани, которое производилось большими партиями и продавалось по более низким ценам. Так же значительные трудности в производство внесло отсутствие сырья и топлива для печей в период Второй мировой войны, из-за этого производство пришлось закрыть, а Аржи-Руссо был вынужден начать работу на коммерческом фарфоровом производстве. В последующие послевоенные годы восстановить собственное производство ему так и не удалось.

Еще одним мастером, работавшим с техникой *pate-de-verre*, был Франсуа Декоршемон. Декоршемон начал заниматься художественным стеклоделием в 1904 г., будучи к тому времени признанным живописцем и керамистом. Помимо техники *pate-de-verre*, он изготавливал работы в *pate-de-cristal* (буквально – хрустальное тесто) и *pate-d'email* (буквально – эмалевое тесто, похожая техника с использованием стеклянной массы особого состава, отличающейся от *pate-de-verre* прежде всего тем, что отформованное из стеклянной массы изделие сначала высушивают на открытом воздухе и только потом нагревают в печи до сплавления стеклянной массы без поддержки формы). Работы Франсуа Декоршемона отличает тонкая детализировка, хорошо выверенные пропорции и мягкие цвета, не отвлекающие внимание от красоты и совершенства формы.

Также как и Декоршмон, в технике *pate-d'email* работал Альбер Даммуз, работавший много лет на собственном производстве в Севре (Альбер происходил из семьи художника по фарфору с Севрской мануфактуры). Альбер был в основном широко известен благодаря своим работам из керамики, художественным стеклом он увлёкся уже в преклонном возрасте и совмещал занятия стеклоделием со своей основной специализацией. Его основная специализация помогла ему разработать собственный состав «стеклянного теста», включающий стеклянную и керамическую пудру.

На сегодняшний день техника *pate-de-verre* остается такой же востребованной, как и в 20 веке, многие мастера работают в ней и продолжают развивать эту необычайно сложную и трудоемкую технику. Например, в технике *pate-de-verre* работают такие современные мастера как шанхайский мастер, уже упоминавшийся ранее, Лоретта Хуэй-шан Ян Тайбэй, развивающая китайское искусство «*pate-de-verre*», это мастер Алисия Ломне посвятившая более десяти лет изучению техники *pate-de-verre* (Алисия Ломне выставляет свои работы в галереях по всей территории США и преподавала *pate de verre* в Anla Glass (Дания), Creative Glass (Швейцария), школе Pilchuck Glass, школе ремесел Penland и Bullseye Glass Co), это японские мастера Тае Окада, Ауко Изука и семейная японская студия Ishida Glass.

Список использованных источников:

1. Лукас, А. Материалы и ремесленные производства Древнего Египта [Электронный ресурс] / А. Лукас; пер. с англ. Б. Н. Савченко, науч. ред. проф. В. И. Авдиева.- Москва: Издательство иностранной литературы, 1958. -721.- Режим доступа: http://kitab.ttnda.az/upload-files/books/09/758/materiali_i_remeslenniye_proiz_drevnego_eqipta.pdf
2. Черняк, Л. М. Из истории стекла [Электронный ресурс]/ Л. М. Черняк//Lib.Ru: Сервер "Заграница" / http://world.lib.ru/c/chernjak_1_m/steklo.shtml (24.08.2009)
3. Грошкова, Л. Г. Стеклоделие Древнего Рима [Электронный ресурс]/ Л. Г. Грошкова// Авторский сайт Любви Грошковой/ <https://www.lgroshkova.com/stekolnoe-delo-drevnego-rima> (дата обращения: 13.10.2019)
4. Chronologie du verre/ MAD / <https://madparis.fr/francais/musees/musee-des-arts-decoratifs/dossiers-thematiques/chronologie-du-verre/> (дата обращения: 23.10.2019)
5. Hickmet, D. A guide to pate de verre glass/ D. Hickmet/ Hickmet Fine Arts - Art Deco & Art Nouveau Antique Sculpture & Glass/ <https://vk.com/away.php?utf=1&to=https%3A%2F%2Fhickmet.com%2Fblogs%2Fnewsfeed%2Fa-guide-to-pate-de-verre-glass> (05. 07. 2019) (дата обращения: 13.10.2019)

6. LIULI is the Embodiment of Spirit, Life, Philosophy and Passion/ LIULI is Crystal Art/ <https://www.liuliusa.com/pages/about-us-liuli-crystal-art> (дата обращения: 15.10.2019)

7. Raizman, D. History of Modern Design: Graphics and Products Since the Industrial Revolution/ D. Raizman.- London: Laurence King Publishing, 2004.- 400.

© Андрусова Д.Е., 2019

УДК 7.011.4 + 7.025

Анисимова А.А., Пыркова М.В. **МОДЕРН, ВИТРАЖ В РОССИИ**

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

Годом появления модерна можно назвать 1900 год Всемирной выставке в Париже, где целый павильон был посвящен модернистам. Слово «modern» в переводе с французского означает «современный». Именно к этому направлению относят шедевры витражного искусства, созданные Тиффани, Жак Грюбе и Джон Ла Фаржем, Ф. Шехтель и М. Шагалом [1, с. 25]. В разных странах стиль модерн имеет свое название – в России это современный стиль, во Франции – ар-нуво (современное искусство), в США – Тиффани, по имени основателя стиля в США, в Италии он зовется «либерти», «свободный». В Германии – это стиль «югендштилль», то есть «молодой стиль». Главная идея модерна – преобладание формы над содержанием, которая содержит в себе элементы символизма.

Стиль модерн стал одним из самых главных направлений 19-20 веков. Так модерн появлялся во многих сферах: архитектуре, живописи, прикладном искусстве, искусство плаката, витражном искусстве. Витражи стали самой живописной частью зданий. Ими украшали жилые дома, банковские учреждения, административные здания и т.п.

Витражи использовались не только в оформлении окон, но и в качестве внутренних декоративных элементов: стеклянные вставки в дверях, витражные перегородки, потолочные плафоны, люстры и лампы, лестничные перила, абажуры, бижутерии и многого другого.

Для модерна характерно стремление к внешней эстетике. Чаще всего использовались растительные мотивы, однако, эти изображения сильно искажались, образуя собой фантазийный узор, красивые плавные линии, которые покрывали поверхности.

Все сюжеты витражей модерна основаны на пяти базах [1, с. 38]:

1. Растительные мотивы. Это цветы, листья, переплетающиеся стебли, деревья.
2. Изображения животных или их частей.
3. Морские мотивы – волны, ракушки, рыбы, камни.

4. Женщины – феи, девушки в струящихся платьях.

5. Витиеватые орнаменты и необычные композиции, созданные при помощи переплетений сложных, плавных линий.

Особенностью стиля является отсутствие ярких, броских цветов. Колорит может быть насыщенным, но с применением полутонов и приглушенных красок, созданных из смешивания нескольких цветов. Окраску витража сложно дать точное название, зачастую цвет неоднозначен

Фацет довольно часто применяется в модерне, т.к. фацет создает впечатление огранки драгоценных камней.

Благодаря архитектурному стеклу появилась возможность моделировать данное стекло, подобно металлу. Оно имеет отличные прочностные характеристики. Все изделия из архитектурного стекла отличаются хорошей надежностью. Также на изогнутое стекло можно нанести стойкое к различным климатическим воздействиям покрытие.

Витраж изготавливается с использованием разных обработанных стекол, для получения необходимых форм и цветовых решений.

Наиболее распространенными техниками создания витража эпохи модерн являлись фьюзинг и Тиффани [2, с. 137].

Фьюзинг (спекание) позволяет получить необходимые, выверенные формы многослойных соединений стекла. Таким образом, мастера создают акварельный эффект, стилизацию под необработанное стекло неправильной рваной формы. Этот эффект получают при помощи собирания рисунка витража что на цельном пласте стекла из кусочков цветного стекла, гранул, шихты. После полученное стекло нагревают в специальной печи до температуры 850°C.

В Тиффани каждая стеклянная пластина оправляется фольгой, после стекла спаивают между собой.

Модерн в России получил распространение в конце 19 – начале 20 вв. «Современный» стиль появился в России благодаря буржуазии, представителями которой были люди образованными, но не являвшиеся аристократами. Русский модерн обладает своими уникальными особенностями, которые отличают его от европейского стиля. Так в архитектуре появились свойственные этому стилю многоцветные панно с изображением народных былин из мозаики, авторами которых являлись русские мастера.

Известные художники конца 19 – начала 20 вв. (М. Врубель, Н. Рерих, В. Васнецов) не сильно повлияли на развитие витражного искусства в стиле модерн. Главными в его формировании стали иностранные предприниматели, основавшие свое дело примерно в 1880 г. в России.

С 1890 было запущено массовое изготовление. Появились новые возможности для образования крупных предприятий, которые поддерживались хорошим рынком сбыта и весомыми вложениями. Благодаря этому в Санкт-Петербурге открылось 20 мастерских по

производству витражей. В начале работы велись иностранными мастерами: французами, австрийцами, бельгийцами, которые использовали импортные материалы. Они создавали белое бемское стекло и занимались уже готовыми изделиями.

С 1900-по 1910-ые года в Санкт-Петербурге стали появляться отечественные витражисты. Будущих специалистов обучали в столице в классах живописи по стеклу при Императорском Обществе поощрения художеств и в Центральном училище технического образования барона Штиглица. Так витражи модерна с 1890-1990-е гг. стали более доступны и активно использовались во многих видах архитектурных построек. Витраж можно было увидеть в качестве стеклянных потолков, мебельных дверей, лестничных окон, рекламных вывесок, даже оград домов.

Особое место в русском витражном искусстве эпохи модерн отведено имитации витражей: диафания, витрофания, декалькомания. В это же время в Европе также весьма распространена имитация, но среди мозаичных, комбинированных и расписных витражей.

Сегодня у большей части витражей русских мастеров невозможно определить авторство, так как в большом количестве утрачены фрагменты подписей и клейм мастерских. Массовое производство, тираж и повторяемость продукции декоративного стекла стирало все, что указывало на авторство одних или других мастерских.

Витража русского модерна вобрала в себя элементы иностранных стилей модерн: французского ар-нуво, австрийского сецессиона, но прежде всего немецкого югендштиля, как и все зодчество Санкт-Петербурга этого времени. Именно влиянию германских подданных Россия обязана характерному стилю, особым технологиям массового производства.

1917 год стал концом эпохи модерна и всего витражного искусства и переломным в истории России.

Список использованных источников:

1. Сарабьянов Д.В. Стиль модерн: Истоки. История, Проблемы. М.: Искусство, 1989, 294с.

2. Регин В.Ч., Хиггинс М.К. Искусство витража. От истоков к современности. М.: Белый город, 2004. 288с.

© Анисимова А.А., Пыркова М.В., 2019

УДК 7.071

Артемьева И.К., Ковтун А.В. **КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АКАДЕМИЧЕСКИЙ АНСАМБЛЬ ТАНЦА СИБИРИ ИМЕНИ МИХАИЛА ГОДЕНКО**

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

Красноярский государственный академический ансамбль танца Сибири имени Михаила Годенко – хореографический ансамбль народного танца. Создан в 1960 году; всемирную славу ансамблю принёс хореограф и балетмейстер народный артист СССР Михаил Семёнович Годенко.

Первый этап (1946-1959) относится к эпохе, когда в структуре ансамбля большое место занимал хор, стремящийся подражать знаменитым столичным «песенным комбинатам». Танцевальная группа делала тогда лишь робкие попытки подсмотреть и обработать сценически танцевальный фольклор края. Однако, небольшое количество, танцовщиков, их слабый профессиональный уровень, так как это были, главным образом, недавние участники художественной самодеятельности, не позволяет говорить о глубокой разработке танцевальной культуры и оригинальности ее сценической интерпретации. Это были только первые шаги в освоении большой дороги. Первый этап подготовил почву и дал толчок к дальнейшему развитию данного направления в художественной культуре Сибирского края, определив пути его развития.

Второй этап (1960-1963) относится к периоду дальнейшего развития Ансамбля. Теперь он назывался Сибирский (Красноярский) ансамбль народного танца. Кроме увеличения количества участников танцевальной группы до сорока человек, в нем оставлен вокальный мужской дуэт в составе В. Попова и А. Абрамова. К ним присоединилось женское вокальное трио, в составе лауреатов 1-го Всероссийского конкурса артистов эстрады 1960-го года Л. Елесиной, Т. Сергиенко, Л. Беляевой. Это явилось «изюминкой» ансамбля, сделав его структурно не похожим ни на знаменитый ансамбль И. Моисеева, ни на «Березку» Н. Надеждиной. Не приходилось его сравнивать и с хоровыми коллективами или солдатскими ансамблями песни и пляски. В то же время, эта особенность открывала новые возможности в сценической обработке танцевального фольклора. С одной стороны, количество исполнителей-вокалистов уводило от помпезности хорового исполнения народных песен, делая песни более интимными и душевными. С другой стороны, вставляя песни как аккомпанирующий элемент к танцевальным выступлениям, позволяло ансамблю не уходить от сущностных истоков танцевального искусства, его игровой, ритуально-обрядовой основы, ее театральности. Песня в таком коллективе становилась не ведущим выразительным средством, как в огромном хоровом коллективе, а вспомогательным, что было не традиционно и ново на данном этапе развития художественной танцевальной культуры страны в целом. На первый план выдвигалась хореография. А песня ее подчеркивала, сохраняя национальный колорит и аромат. Это позволяло создавать в перспективе более масштабные хореографические полотна, что впоследствии и определило специфику интерпретации танцевальной культуры Сибирского региона. Музыкальное сопровождение осуществлялось баянистами А. Вагнером, В.

Куксгаузен, Ю. Павловым. К ним часто присоединялся четвертый баянист, тогда действовал квартет баянистов.

Таким образом, созданный в Красноярске в 1960 году танцевальный коллектив был отнюдь не только этнографическим. Он создавал сценические образцы танцевального фольклора Сибири, максимально сохраняя их первооснову, слегка дорабатывая ее в соответствии с фантазией балетмейстера. Первый руководитель ансамбля Яков Абрамович Коломейский был, безусловно, талантливым человеком и большим энтузиастом сибирской хореографии. Кроме того, он был и большим знатоком русского, именно сибирского танцевального фольклора. Его знание такого количества дробных комбинаций, хлопущек и коленец просто поражало артистов. Но он был сыном своего времени и своей страны, где были определены идеологические приоритеты, ограничивающие даже художника-балетмейстера и его фантазию. Он подчинил свое творчество законам и методам весьма скромной сценической интерпретации танцевального фольклора, которые выдвинул и культивировал Игорь Моисеев в своем ансамбле в Москве:

1. Это творческая интерпретация, в основе которой лежит уже сложившийся народный танец с определенным сюжетом, установившимися формами и традициями. Рука художника прикасается к образцу минимально, лишь адаптируя его к сценическому исполнению.

2. Создание новых танцев на основе народных традиций, живущих в народной песне, игре, эпосе. Опять же на основе точного их воспроизведения и максимально приближая его к первоисточнику.

И. А. Моисеев был и художественным консультантом Красноярского ансамбля. «Танцоры из Сибири являются как бы частью ансамбля И. А. Моисеева. Они развили и обогатили сибирскую тему, расцвелили ее яркими красками. Сохраняя основу, оба коллектива обогащают свои постановки средствами драматургии, вокала, танцевальной техники, актерского мастерства. Ценность коллектива неоспорима. Он является не только синтезом народного творчества, но и его движущей силой», – так откликнется пресса на гастроль коллектива. «Танцы «Пряшенька», «Девушка у ворот», «Кочерги», и др. построены на лучших народных образцах. В них видны знания народных обычаев, умение выразить через танец мысль, чувства, движения души». «Стилизованные старинные русские костюмы, нарядные кокошники с подвесками, резная золоченая прялка создают сочный и привлекательный колорит». Таким образом, образцы танцевального народного творчества Сибири, попадая на профессиональную сцену, неизбежно трансформировались, подчиняясь ее законам, выявляя специфику сценической интерпретации, вскрывая противоречия природы аутентичного и народно-сценического танца.

Первая программа ансамбля состояла из танцев разных жанров. Танцевальная сюита-сказка «Зимние сибирские игры» состояла из

номеров: «Снежки», «Олений хоровод», «Бобер», «Карусель». «Здесь мы видим забавы со снежной бабой, игру в снежки, где принимал участие и вокальный дуэт, частую дробь девичьих каблучков, олений хоровод, сопровождающуюся пением игру «Бобер», и красочная, полная движения «карусель», вихрь цветных полушалков». «Здесь целый каскад индивидуальных и групповых плясок переходов от плавных выходов к стремительным пируэтам». «/.../Но в них имеет место смешение хореографических приемов, свойственных различным национальным танцам. Ведь часть танцоров, одетых в костюмы народов Севера, отличаются от остальных только своей одеждой, но не рисунком танца» В этой большой сюите, построенной по всем законам жанра, были собраны танцы народов Севера («Олений хоровод»), русская сибирская пляска и танец Хакассии. А заканчивала номер общая «Карусель». Таким образом, действие представляло сценическую фантазию-панораму на тему зимних народов Красноярского края. Заканчивалось всё обычным для того времени финалом – общей пляской. Правда, «Я. Коломейскому удалось органично сделать переход от номера к номеру, каждый выступает как продолжение и развитие предыдущего». Были в программе варианты Сибирских кадрили – «Четверо», «Сибирская медленная кадриль», и «Девушка у ворот», обозначенная в прессе как «сибирский народный танец», «спокойный танец», но, по сути, представляющий собою вариант кадрили: «Сначала мы замечаем только старинные праздничные костюмы девушек и парней. А уходят за кулисы люди с характером задиры и недотроги, гордячки и скромницы». «Символичны «ворота счастья», в которые проходят пары, так непохожие друг на друга, но связанные одной мечтой». В той же прессе читаем: «Сибирская медленная кадриль исполнена с большим изяществом и пластичностью. Танец выигрывает тем, что в нем соблюдаются линии и формы русской кадрили». «Четвера» же наоборот, довольно быстрая кадриль на две пары с гармонистом и молодым балалаечником, исполнялась виртуозно. Был в программе и хоровод. Когда начинает запевать женское трио, по сцене плывёт, словно лебедь с лебедушкой, «пара». Он держит в руках позолоченную прялочку, а в её руках жужжит веретено. За ними вереница девушек.

Все выше перечисленные танцы тяготеют к иллюстративности вставленного песенного материала, что ограничивает в какой-то мере фантазию балетмейстера, потому что он вынужден идти за смыслом песни. Скрупулезность воспроизведения движений, точность традиционных фигур танцев фольклорного образца – на профессиональной сцене это обезличивает их, делает «холодными» в эмоциональном отношении, потому что «в фольклорном произведении может быть исполнитель, рассказчик, но в нем нет автора, сочинителя как элемента самой художественной структуры». Идя за аутентичным образцом, балетмейстер подбирает артистов под движения, а не адаптирует движение под

индивидуальность артиста. Это тоже входит в противоречие с тем направлением, которое четко намечается в творчестве этого коллектива: хореограф не просто воспроизводит образцы фольклорного танца, а пытается соединить их с той средой, из которой они вышли. Он создаст атмосферу, сюжеты, раскрывающие быт, в котором существовали первоисточники, положенные в основу сценического танца: зимний праздник, обычай деревенских девушек собираться в избе и прясть пряжу, рисует деревенскую улицу с забором и воротами, т. е. обозначает конкретное место действия, тем самым, пытаясь выстроить большинство номеров как театральное действие. Соединив, таким образом, бытовую основу первоисточника с условной природой народно-сценического танца. И, если в больших хоровых коллективах этот прием действовал безотказно, поскольку основным выразительным средством были музыка и текст, тщательно выпеваемый хором, то здесь простого этнографического воспроизведения движения оказалось мало. Были здесь и жанровые картинки, которые требовали тонкого чутья и меры относительно соотношения пантомимного действия и танцевального движения. Это – сатирический номер «Кочерги» со скороговорками. «У речки-ручейка» или «Рыболов». Хакасский танец «Охотники». «Смешной рассказ о рыболове неудачнике». Эти номера, поставленные на народном, практически этнографическом материале, были по-своему интересны и оригинальны, но страдали тем же недугом. Боязнь или не умение балетмейстера, отойдя от традиционного танцевального движения, вовремя заменить его специфическим жестом или характерным шагом в ущерб уже устоявшегося, создать их опозитизированный эквивалент, и смело ввести его в номер, создавали некую стену между сценой и зрительным залом.

В результате, попытки обращения балетмейстера к современной теме были еще менее убедительны. Весело и остроумно передающая час досуга рабочей молодежи «На отдыхе», «Лирический перепляс», «Молодежная пляска», «Русская пляска», молодежный танец «Юность», массовый лирический танец «Незабудка», исполняемый под пение мужского дуэта.

В новом коллективе нужно было искать и осваивать новые приемы сценической обработки и подачи танцевального фольклора. Консультации И. Моисеева здесь помочь не могли, в силу его приверженности к фольклорному танцу и минимальной его сценической обработке.

Мария Сидорова, начальник Красноярского краевого управления культуры в 1960-1970 годах, считала необходимостью сменить художественного руководителя. Видимо, начальнику краевого управления культуры огромного края, взявшего курс на интенсивное развитие, хотелось создать такой танцевальный коллектив, который по-особенному, ярко и красочно отображал бы все протекающие в крае процессы и «многоцветная, праздничная, ликующая стихия народного танца отвечала

этим задачам». И она интуитивно искала такого балетмейстера. Им оказался М.С. Годенко.

Имя Михаила Годенко мог подсказать Павел Тимофеевич Берзак. Он был в то время директором Красноярской филармонии и лично знал Михаила Семёновича. Знал он и о том, что у талантливого балетмейстера не сложились отношения с руководством Северного хора, где он тогда работал, и он мог бы согласиться на предложение приехать в Красноярск.

Приглашение в 1963 году М.С. Годенко, Заслуженного деятеля искусств РСФСР, на должность художественного руководителя танцевального ансамбля в Красноярске, открывает третий этап в становлении художественного коллектива. С этого момента полностью меняется лицо ансамбля, его стиль, его принципы работы и отношение к народному сценическому танцу.

Приверженность к кропотливому, доскональному изучению исходного фольклорного материала, заставляют Годенко вникать в специфику сибирского танца, углубиться в изучение истории Красноярского края и его настоящего дня. Потому что «природа, среди которой народ вырастает и совершает свою историю, есть первое и очевидное, что определяет лицо национальной целостности» Но, предыдущий опыт работы с фольклорным танцем подсказывал ему, что статичность этнографического материала и увлечение им может привести к нивелированию художественной самобытности ансамбля, а то и к творческому кризису коллектива.

Выдающийся балетмейстер создал более ста пятидесяти хореографических постановок. Последним его произведением стал задумчивый и грустный «Вечерний звон».

Михаил Семёнович Годенко скончался 14 марта 1991 года. Девяностые годы, после потери руководителя, были самыми трудными в творческой биографии коллектива.

В 1991-2001 художественным руководителем стал народный артист РСФСР Аркадий Венедиктович Кондаков, поставивший номера «На скамейке», «Зацвела черёмуха», «Гусарская кадрили», «Сибирская удаль» и другие.

В 1995 году за выдающиеся заслуги в области советской и российской хореографии решением коллегии министерства культуры России коллективу присвоено высокое звание «академический».

С 2001 по 2005 годы художественным руководителем ансамбля был заслуженный артист России Николай Штефанович Горошевский; он поставил такие номера, как «Ирландские мотивы», «Ностальгия», «Матаня», «Кантри».

С 2006 по 2009 год коллектив возглавлял заслуженный деятель искусств России Виталий Николаевич Бутримович.

В 2009 году на должность художественного руководителя был приглашен заслуженный артист России Владимир Моисеев.

Список использованных источников:

1. Сибирский танец в творчестве М.С.Годнко как явление русского сценического искусства второй половины 20 века, И.А. Мымликова, Красноярск, 2010
2. Народные песни на эстраде, Левин Л.И., Энциклопедия
3. Праздник молодости, Мандрыко В., Коммунист Заполярья, 1963
4. Основы русского народного танца, Климов А., М., Искусство, 1981
5. Танец на эстраде, Шереметьевская Н.
6. Пляшут и поют сибиряки, Громько Г., Кировская правда, 1962
7. Русское народное поэтическое творчество, Аникин В.П. Круглов Ю.Г., Л, Просвещение, 1987

© Артемьева И.К., Ковтун А.В., 2019

УДК 687.151

Асланян Д.Л., Сорокотягина Е.Н. ЭВОЛЮЦИЯ СВАДЕБНОГО ПЛАТЬЯ

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

Статья посвящена метаморфозам дизайна подвенечного наряда в различных странах.

Цель данной работы: провести анализ свадебных платьев по эпохам.

Задачами данной работы являются: исследовать историю и традиции в различных странах; изучить вариации расцветок и их историческое значение в традиционных подвенечных нарядах; рассмотреть трансформацию форм и кроев свадебных платьев, выражающих стиль и мировоззрение своей эпохи.

Современным невестам кажется, что белый цвет свадебного платья – это одна из нерушимых свадебных традиций, уходящая корнями глубоко в прошлое. И многие невесты пытаются рушить стереотипы на своём торжестве, начиная именно с цвета подвенечного наряда – какой угодно, только не традиционный белый.

На самом деле обычай выходить замуж в белом по историческим меркам не такой уж древний – ему менее 200 лет. Прецеденты, конечно, встречались и раньше, но то были единичные случаи, а не традиция. Давайте разберёмся, что же означает белый цвет свадебного платья и когда он стал считаться традиционным для церемонии вступления в брак [1].

Древний китайский миф содержит одну из самых старых известных ссылок на свадебную одежду, и она выглядит примерно так. Когда-то давно в зеленой и туманной стране в центре мира жил холостой драконий пес по имени Панху. Он был слугой императора, который воевал с капризным генералом. Однажды император провозгласил, что любому мужчине, который сможет принести ему голову своего врага, будет

вручена рука его дочери. Панху не был человеком, но, будучи верным и мужественным, он обещал стать таким, победив врага, чтобы жениться на принцессе. Он преуспел, изменился в человеческий облик и был помолвлен с дочерью императора. Чтобы удостовериться, что союз был счастливым, императрица одела принцессу в красивое платье и корону феникса. Панху унес свою невесту, чтобы жить в южных горах. Они были счастливы и имели много детей. Когда пришло время жениться на их собственной дочери, феникс вылетел из горы и подарил девушке красочное платье [2].

В настоящее время, неважно, ссылаемся ли мы на объемные белые изделия, найденные в западных журналах для новобрачных, или на красные платья феникса с мифическими корнями, которые до сих пор носят невесты в Китае, свадебное платье стало своего рода талисманом. Мы стремимся сосредоточиться на цвете, причем белый цвет является предпочтительным выбором для невест на Западе, от Норвегии до Аргентины, а красный – более подходящий цвет для традиционных восточных невест из Южного Судана или Сингапура. Мы приписываем значение этим цветовым решениям, как если бы белый мог только предполагать чистоту и новые начинания, в то время как красный мог только означать жизнь, удачу и празднование. Но это не всегда так, и свадебные платья, которые мы называем «традиционными», по большей части относительно современны, независимо от того, откуда они берутся.

На протяжении большей части своего существования брак был мирским делом, связанным с передачей имущества, созданием и поддержкой детей, отслеживанием кровных линий и контролем над женщинами. То, что были браки вовсе не означает, что были свадьбы. Например, в Библии нет свадебных церемоний, связанных с обменом клятвами. Браки были заключены в официальном порядке путем подписания контракта или какого-либо другого средства формализованного соглашения, но брак обычно не считался духовным или даже романтическим событием. А поскольку не было никаких свадеб, долгое время не могло быть и настоящих свадебных платьев.

В то время как народы древнего Шумера, Вавилона и Ассирии праздновали романтическую и эротическую любовь в искусстве и поэзии, вопрос брака был гораздо более транзакционным. Истории Геродота рассказывают о вавилонском брачном рынке, где каждый год брачные молодые девушки предстают перед толпой мужчин, которые, как рабы, претендуют на них, основываясь на своей красоте. «Самые красивые» были выбраны в качестве жен для богатых, в то время как «самые уродливые» женщины, которые не продавались, были отданы простолюдинам вместе с денежной компенсацией за их содержание, как проблемные сельскохозяйственные животные [3].

В 1875 году британский художник Эдвин Лонг написал интерпретацию сцены, основанную на описании Геродота, а также на изображениях ассирийских артефактов. Все потенциальные невесты в живописи Лонга носят драпированные наряды кремового или белого цвета, в то время как мужчины, претендующие на них, носят одежду более темных оттенков. Но эта цветовая схема больше связана с викторианскими представлениями о чистоте – ассоциациях, которые почти наверняка не существовали в древнем мире, чем какой-либо реальный исторический прецедент.

На протяжении большей части истории даже западные невесты не носили белое. В Древнем Риме, где браки отмечались банкетами – важным общественным событием, если не причастием; невесты носили длинные темно-желтые фаты на сложной шести цветной плетеной прическе. Желтая вуаль была описана как «цвет пламени», и поэтому сами невесты были похожи на факелы, неся свет и тепло в дом.

Древние афинские невесты носили длинные фиолетовые или светло-красноватые одеяния, стянутые на талии поясом, который жених должен был ослабить позже, символизируя потерю невинности своей возлюбленной [4].

Ключевой темой свадеб является символический переход от детства к взрослой жизни, от одного определенного этапа жизни к другому [5]. Время от времени одежда, которую носят невесты, отражала эти темы.

Китай, вероятно, на первом месте, где невесты должны были носить определенный цвет. Во время правления династии Чжоу около трех тысяч лет назад невесты и их женихи надевали чёрные наряды с красной отделкой поверх видимого белого нижнего белья. Ношение определенных цветов предназначалось для свадеб. Правители Чжоу установили строгие законы об одежде, которые диктовали, что, кому и когда носить, на основании профессии, социальной принадлежности, пола и случая. Эти правила все еще действовали к началу династии Хань, около 200 г. до н.э., когда невесты и женихи все еще носили черное. Хань был якобы менее строгим в соблюдении законов об одежде, но, тем не менее, предписывал носить определенные цвета в определенное время года: зеленый весной, красный летом, желтый осенью и черный зимой.

К седьмому веку, во время правления династии Тан, с еще более расшатанными эдиктами одежды, для невест стало модным носить зеленое на своих свадьбах в то время, как их женихи обычно носили красный. Более свободный социальный порядок привел к более разнообразной и экспериментальной моде, с женщинами, носящими короткие платья и даже традиционную мужскую одежду в своей повседневной жизни. Династия Тан управляла в период большого иммиграционного и культурного влияния, которое перетекло из Китая в Японию и на Корейский полуостров, и влияние моды из периода Тан все еще можно увидеть на

некоторых традиционных японских и корейских свадебных показах сегодня.

В Японии невеста часто носит несколько кимоно разных цветов в течение всего дня своей свадьбы. Японская синтоистская невеста носит белое.

Начиная с четырнадцатого века, корейские шелковые свадебные наряды были красного, зеленого и желтого цвета. Как и в Китае, управляемом Чжоу и Ханом, традиционная корейская мода также строго регулировалась по цвету. Дети и не состоящие в браке взрослые в Имперской Корее носили яркие оттенки, тогда как после брака мужчины и женщины этого периода оба носили белые или другие нейтральные цвета до своей старости. Очень пожилые люди носили только белое – цвет траура, и каждый должен был носить белое в течение трех лет после смерти императора или члена его семьи. Ожидается, что традиционные корейские невесты будут воплощать общую тему свадебной моды во всем мире, а именно подражание королевской власти.

Свадебное платье для первого брака в Европе и странах, где преобладают европейцы, теперь по умолчанию обычно белое, и любая женщина, выходящая замуж в другом цвете, делает это как исключение. Но повсеместное распространение этого стиля произошло недавно, и он стал *de regueur* (от франц. необходимый, обязательный) только к середине девятнадцатого века, когда королева Виктория вышла замуж за принца Альберта в 1840 году. До этого, невесты носили белое, когда могли себе это позволить, даже самые богатые и причастные к королевской семье носили обычно золотые или синие наряды. Если невесты не были состоятельными, то цвет был неважен, главное, что это было их лучшее платье [6].

Самый ранний зарегистрированный случай белого свадебного платья в западной культуре – это пример английской принцессы Филиппы на ее свадьбе со скандинавским королем Эриком в 1406 году. Она была одета в белую тунику на подкладке из шерсти горностая и белки. В 1558 году королева шотландцев Мария надела белое платье на свадьбе с будущим королем Франции, несмотря на тот факт, что белый цвет в то время был цветом траура для французских королей. В течение следующих нескольких столетий белый цвет оставался популярным, но отнюдь не обязательным для королевских свадеб. Белые платья символизировали не чистоту девушки, а состоятельность. Белое платье куда сложнее содержать в чистоте. Таким образом, белый цвет показывал статус и богатство владельца.

Вплоть до середины девятнадцатого века ни одна женщина, даже из королевской семьи, не ожидала носить свое свадебное платье только один раз. Даже королева Виктория перепрофилировала свое свадебное платье и фату для последующего использования.

Все это изменится для западных невест после брака королевы Виктории и промышленной революции, во многом благодаря нескольким новым технологическим достижениям, особенно фотографии и распространению иллюстрированных журналов. Многие китайские невесты примут участие в сложной свадебной фотосессии в белом западном платье.

Когда королева Виктория вышла замуж за своего двоюродного брата Альберта, немецкого принца Саксен-Кобург-Гота, она надела роскошное светлое платье, украшенное оранжевыми цветами, которое было разработано в стиле дня – узкий лиф, облегающий естественную талию, и объемная пышная юбка, отделенная от тела кринолином. Хотя это платье часто называют белым и окрашивают так на портретах, само платье, находящееся сейчас в Королевской коллекции (за исключением кружевного наложения), на самом деле больше напоминает слоновую кость или даже светло-розовое шампанское. Вместо украшенной драгоценностями короной был веночек из оранжевых цветов – более богатая версия того, что бедная деревенская девушка могла бы надеть – и это еще больше поразило поданных новой королевы [7].

Британцы настолько романтизировали отношения между Викторией и ее супругом, что молодые женщины стремились скопировать ее свадебный костюм любым возможным способом. В день их свадьбы нет фотографий королевы Виктории и принца Альберта, хотя серию придворных фотографий, сделанных четырнадцать лет спустя, в 1854 году, когда королевской паре было за тридцать, часто ошибочно принимают за свадебные портреты, потому что королева появляется в светлом платье, с вуалью и венком из цветов. Тем не менее, иллюстрации королевы в ее большой день были широко распространены.

Рост популярности фотографии, в частности свадебных портретов, также способствовал популяризации тенденции белых свадебных платьев. Белые платья выделялись на новых черно-белых или оттенках сепии фотографических портретах. Они выглядели отчетливо и обеспечили хороший фон для демонстрации красоты невесты.

К 1849 году женские журналы уже провозглашали, что белый – лучший цвет для свадебного платья. В небольшой части ревизионистской истории «Книга леди Годей» объявила, что «с самых ранних лет обычай решил, что белый цвет – самый подходящий оттенок для невест. Это символ чистоты, невинности девичества, и незапятнанное сердце, которое она теперь отдает избранному». Викторианские идеалы свадеб, романтической любви и чистоты были спроецированы назад, чтобы переписать белое платье как символ невинности, а не состоятельности [8].

Эта тенденция завоевала популярность, и свадебное платье королевы Виктории в стиле 1840-х годов – узкая талия, кружева, юбка XIX века поверх юбок и кринолинов – до сих пор считается самым узнаваемым

«свадебным» силуэтом. В настоящее время оно считается «классическим» свадебным платьем по всему миру.

Список использованных источников:

1. <https://ohdress.ru/100005-svadebnye-traditsii-istoriya-belogo-platyanevesty/>
2. <https://fata.kz/blog/istorija-svadebnogo-platja-63.html>
3. «Брачный рынок в Вавилонии по истории Геродота» Журнал политической экономии, Том 114, № 4 (август 2006 г.), с. Задняя обложка. Университет Чикагской Прессы
4. «Брак по-афински» Автор: Ребекка Гаага. Журнал «Археология», вып. 41, № 3 (май / июнь 1988 г.), с. 32-36, Археологический Институт Америки
5. «Смерть и насилие в браке Плач: проклятие китайских невест» Автор: К. Фред Блейк Азиатские фольклорные исследования. 37, № 1 (1978), с. 13-33, Университет Нансан
6. «И невеста носила ... Свадьбы Монтаны, 1900–1960: Экспонат от Исторического общества Монтаны» Автор: Марта Коль, «Монтана: журнал западной истории», Том 62, № 4 (Зима 2012), с. 68-72, 96, Историческое Общество Монтаны
7. «Свадебные цветы Виктории: оранжевый, мирл и апотеоз белого тепла» Автор: Э. Чарльз Нельсон, «История сада», вып. 37, № 2 (Зима 2009), с. 231-236, Общество истории сада
8. «Французская культура, представленная Америке среднего класса в книге Леди Годей в 1830-1840 гг.» Автор: Грейс Буссинг Шеррер, «Американская литература», вып. 3, № 3 (ноябрь 1931 г.), с. 277-286., Герцог Университетский Пресс

© Асланян Д.Л., Сорокотягина Е.Н., 2019

УДК 745.521

**Асцатурян К.С., Громова М.В. ЭТНИЧЕСКИЙ СТИЛЬ В
СОВРЕМЕННОМ КОСТЮМЕ**

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

В современном мире этническая тема используется в абсолютно разных областях современной культуры: ландшафтом дизайне, в интерьере, ювелирном искусстве, музыке, обуви, штучных изделиях, и конечно же в костюме.

В основе современной моды лежат традиции и обычаи разных культур и народов. Несмотря на огромное количество трендов, которые обновляются и усовершенствуются, такой стиль как этнический всегда занимает значимое место в одежде современных дизайнеров. На нынешних подиумах в каждой третьей коллекции встречаются черты национальных

костюмов разных стран мира. Исходя из последних трендов, можно сказать, что этностиль становится ведущим.

Этнический стиль привлекает своим многообразием, яркостью, естественностью и самобытностью, ведь не зря он завоевал ведущую позицию в мире моды. В данном стиле, как правило, работают творческие личности, которые не скрывают себя и свою личность, которое не боятся показать свою индивидуальность, свое настроение, свои желания. Удивительные люди, которые при этом остаются в гармонии с самими собой и окружающим миром. Этно-стиль – это отражение культуры и традиций разных народов. Этнический характер той или иной страны может проявляться в абсолютно любой части костюма, а также в его аксессуарах или различных элементах [1].

Многовековая история показывает, что любое человеческое объединение, длительно проживающее на едином пространстве, обязательно создает свои общественные устои. Традиции и обычаи, как правило, находят свое отражение в национальном убранстве. В зависимости от климатических условий, территориальных особенностей и других причин люди обретают разные привычки и свою особую манеру одеваться. Этнический стиль в одежде сохранил в себе умение воспроизводить типичные особенности национального костюма в гардеробе современного человека [2].

Основные направления этно-стиля. Натуральные материалы, такие как шерсть, хлопок, шелк, лен, кожа, в этно-стиле пользуются большой востребованностью. Ведущее место занимают ткани, которые имитируют старинные методы изготовления: окрашенные природными красителями или неотбеленные. Колористический подбор, выбор декора и орнамента зависят от выбранного направления.

Русский стиль. Данный стиль имеет свои особенности, например основными цветами принято считать красный, белый, золотой, синий, зеленый, терракотовый, черный. Ткань предпочитают натуральную: лен, шерсть, хлопок, в качестве отделки используют мех, камни, бахрому и пр. Орнамент связан со всевозможными цветами и ягодами, а также различными росписями (хохлома, городецкая, жостовская и т.д.). Также характерной особенностью является использование вышивки, кружев, пуговиц, бисера. В женском гардеробе присутствуют сарафаны А-силуэта, юбки-колокол, длинные платья свободного кроя с богато украшенным подолом, телогреи, жакеты и жилеты с меховой опушкой на пуговицах либо нараспашку, сорочки. Мужчины носят хлопковые и льняные рубахи, кафтаны, мундиры, двубортные и однобортные пиджаки со стоячим воротником, штаны свободного кроя.

Африканский стиль. Для данного стиля характерна очень теплая цветовая гамма, причем достаточно контрастная: песочные оттенки, хаки, красно-рыжие, синий, фиолетовые. Орнамент достаточно разнообразен:

простая, символическая геометрия, стилизованные племенные поселенцы и животные, разные африканские маски, преобразованные растительные узоры. Ткани: кожа, лен, хлопок, шелк, шерсть. Из всех стилей, африканский больше всех приближен к природе, поэтому неотъемлемой его частью являются меха, камни, дерево, клыки и когти животных, перья и когти птиц. Так же особую роль уделяют аксессуарам – деревянные, металлические, изделия из слоновой кости – это массивные, широкие браслеты, тяжеловесные серьги, кулоны из клыков диких животных, многослойные бусы. В женском гардеробе присутствуют шорты, брюки, сарафаны, платья и юбки различной длины, туники, блузки, распашные кардиганы, короткие топы. Мужчины носят шорты, брюки свободного кроя, дополненные рубашками средней длины с широкими рукавами, текстильные куртки с меховым оформлением. Возможны различные драпировки.

Индийский стиль. Характерной чертой данного стиля является закрытость и многослойность. Нет ограничения в цветовой гамме, но чаще всего наблюдаются коричневые, бежевые, песочные, бордовые, терракотовые. Как и у других стилей в приоритете стоят натуральные ткани: хлопок, кожа, шерсть. В качестве дополнительного материала берут бахрому, перья, металлизированные предметы. Из орнамента предпочтительней цветочный орнамент, также используется так называемый «пейсли», возможна стилизация атрибутики, животных, птиц. Уделяется внимание аксессуарам серьги из бисера и перьев, ремни и пояса, большое количество бус и браслетов. Мужской гардероб включает шорты, рубашки из денима, джинсы, пончо, футболки с бахромой и принтами, брюки свободного кроя. Женщины носят топы с бахромой, короткие жилеты, брюки, шорты, в том числе из выделанной кожи, туники и кардиганы, свободные платья и юбки различной длины [3].

Этно-стилем в моделировании костюма (а в понятие «костюм» входят одежда, головной убор, аксессуары, обувь) принято считать использование в дизайне азиатских, африканских, индийских, южноамериканских мотивов, хотя на этих частях света география этно-стиля не замыкается. Щедрая на яркие, экзотические краски, роскошь и украшения, этника является полной противоположностью японскому минимализму.

Этнический стиль – это и новизна, и возвращение в прошлое, и попытка вдохнуть в современный костюм русскую, арабскую, цыганскую, китайскую экзотику.

Этнический стиль – один из самых красочных, самобытных стилей в современной моде [4].

Этнический стиль в одежде привлекает многих девушек самобытностью и экзотичностью, в том числе разнообразием вариаций. В этническом стиле комплекты одежды воспроизводят соответствующие

черты национального костюма конкретного народа. Этнический стиль может быть таким разным. Фактически направлений этнического стиля столько, сколько различных культур. Поэтому для создания неповторимого и индивидуального образа можно использовать не только конкретные направления, но и его отдельные элементы. Этнический стиль в одежде – это важное и сильное модное влияние, актуальность которого возрастает с каждым годом. Мода, словно совершая путешествие во времени, всегда сочетает этно-мотивы и современные тенденции. Народные традиции, как продолжение наследия предков, продолжают складываться и сегодня. Поэтому этнический стиль – один из многих, который никогда не потеряет своей актуальности [1].

Список использованных источников:

1. http://studme.org/37501/etika_i_estetika/nekotorye_osobennosti_sovremennogo_iskusstva
2. <https://ethnoboho.ru/etno/odezhda-v-etnicheskom-stile.html>
3. <https://wiki.wildberries.ru/styles>.
4. <https://womanadvice.ru/etno-stil-sekrety-sozdaniya-modnogo-luka-v-etnicheskom-stile>

© Асцатурян К.С., Громова М.В., 2019

УДК 745.52; 7.031.2: 05

Атаманова А.Е., Морозова Е.В., Кузнецова А.Н. **ИСТОРИЯ ЗАРОЖДЕНИЯ ТКАЧЕСТВА И ЕГО ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ**
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Ткачество является одним из самых ранних видов декоративно-прикладного искусства. Издревле человек стремился привнести в свой дом тепло и уют, и окружить себя радующими взгляд изделиями.

Актуальность данной темы обусловлена все большей популярностью ручного ткачества как уникального вида декоративно-прикладного искусства, которое имеет свою глубокую историю и развивается с учетом современных тенденций в оформлении костюма и интерьера. Не смотря на широкое распространение машинного ткацкого производства, которое в значительной степени ускоряет процесс производства и делает изделия более дешевыми, ручное ткачество активно используется современными дизайнерами для создания художественных текстильных изделий.

Ткачеству всегда отводилась особая роль, важность которой нельзя недооценивать. У всех народов мира есть мифы и легенды, связанные с изготовлением тканей, которые нашли отражение в литературе и искусстве. Ярким доказательством того, что во все времена ткачество ценилось очень высоко и несло в себе сакральный смысл, является так же

и то, что это ремесло всегда приписывалось божественным силам. Образы богинь судьбы часто связаны с прядением и ткачеством. Например, нить ассоциируется с человеческой судьбой, а колесо прялки – с цикличностью процессов в природе, с движением времени. Изначальный Великий Ткач – это создатель вселенной, ткущий на ткацком станке жизни судьбы всего сущего. Все богини Судьбы и Времени – прядильщицы и ткачихи. Ткач – это также Космический Паук, а нить Великого Ткача – это пуповина, соединяющая человека с его создателем и его собственной судьбой, посредством которой он вплетается в узор и ткань мироздания. Основа ткани – вертикальный ракурс мироздания, соединяющий все уровни существования. Уток – горизонтален, это сама природа во времени и пространстве, случайное и временное, переменное и непостоянное. Основа и уток во взаимодействии сочетанием каждой пары нитей образуют крест. Перемежающиеся цвета символизируют двойственную и в то же время взаимодополняющую природу сил вселенной. Ночь и День – две сестры, ткущие паутину времени, пространственно-временную ткань космологического творения. У буддистов ткачество – символ вечно меняющейся материи.

История ткачества уходит корнями в далекое прошлое и берет свое начало в древнем Египте. Нельзя точно определить, когда была создана первое тканое изделие, первые его образцы встречаются уже в эпоху неолита. В Египте, в гробнице Тутмоса IV (ок. 1483-1411 гг. до н.э.) найдена льняная пелена тончайшей работы, созданная в технике репсового переплетения, которую украшает цветной узор с изображением лотосов и священных жуков скарабеев. Для ткачества использовались самые разнообразные материалы: стебли растений (предпочтительно льна), лоскуты меха, шерсть и даже человеческий волос.

Традиции ткачества Древнего Египта и Эпохи эллинизма соединились в тканях коптов. Обычно, это маленькие двухсторонние панно с удивительно изящным рисунком, «набранным» шерстяной нитью по льняной основе. В более поздних коптских тканях можно увидеть даже библейские сюжеты.

Ткачество как отдельный вид искусства существовало и в Древней Греции. Легенда о дочери красильщика тканей Архане из Колофона ярко свидетельствует об этом. Девушка считалась лучшей ткачихой и вышивальщицей на всей земле, и даже речные нимфы восхищались ее мастерством. Рукодельница очень гордилась собой и, на свою беду, осмелилась бросить вызов самой Афине – покровительнице ткацкого ремесла. Узнав об этом, богиня решила проучить Архану. Афина спустилась на землю, приняв облик пожилой женщины, и попыталась убедить девушку в необходимости унять свою гордыню, но все тщетно. Тогда Афина выткала на пурпуре изображение двенадцати олимпийских богов, а по четырем углам – наказания, которые ждут смертных за попытку

соперничать с божественными силами. Архана, в свою очередь, изобразила на своих полотнах историю любви всех богов и сцену рождения Афины из головы Зевса. Несмотря на то, что полотно было исполнено безупречно, богиня пришла в ярость. Она провела рукой над изделием, и одежда Афины сменилась сияющими доспехами. Архана увидела, как ожили герои ее картин, и поняла, что незнакомка – это сама Афина, единственная, кто обладает даром вселять жизнь в любые изображения. Не выдержав стыда, Архана наложила на себя руки. Афина пожалела ее, воскресила и превратила в паука.

Ручное ткачество упоминается даже в поэме Гомера «Одиссея», где верная своему мужу Пенелопа заявила, что выйдет замуж второй раз, когда соткет саван своему умирающему Свекру Лаэрту. Весь день Пенелопа ткала полотно, а ночью распускала, потому что верила, что ее любовь вернется к ней.

Ткачество как вид декоративно-прикладного искусства остается популярным и в наши дни. По-прежнему, тканые изделия пользуются спросом в качестве одежды и украшения интерьера. Занавесы, покрывала, ковры, декоративные панно, и другие тканые предметы интерьера непременно найдут свое место в любом жилом помещении. Можно смело сказать, что ведущую роль в украшении интерьера занимает именно художественный текстиль.

Будет ли продолжать свою жизнь искусство ручного ткачества? Есть ли будущее у одного из сложнейших видов декоративно-прикладного искусства? Хочется верить, что это искусство не исчезнет, а лишь будет видоизменяться, подстраиваться под мировоззрение человека и адаптироваться под вкусы и ритм современной жизни. Тканые изделия вполне могут стать изысканным украшением современного интерьера. Несмотря на то, что машинное производство дает множество возможностей и позволяет сделать любую работу намного быстрее, произведения, выполненные вручную, в наши дни вновь стали высоко цениться. Ничто не может ограничить фантазию создателя. Существует множество материалов и техник в ручном ткачестве, с помощью которых можно создавать разнообразные уникальные предметы одежды и интерьера. Многие коллекционеры считают выполненные вручную ткацкие изделия предметом роскоши и хорошей инвестицией. Ведь кропотливо собранное по ниточкам украшение хранит в себе тепло человеческих рук. Можно сказать, что вытканное вручную покрывало или другое изделие – это кусочек жизни человека, создавшего его.

Ручное ткачество тесно связано с развитием человечества и по праву считается древнейшим видом декоративно-прикладного искусства.

Процесс создания тканых изделий в своей основе имеет глубокий сакральный смысл.

Если машинное ткачество позволяет унифицировать процесс производства текстильных изделий и выпускать их большим тиражом, то создание уникальных произведений искусства по-прежнему возможно лишь с помощью ручного ткачества, или совмещению машинной и ручной техники.

Список использованных источников:

1. Негневицкая О. Основные приёмы ручного ткачества. Превращения шпалеры./ О. Негневицкая. – М.: Галарт, 1995. – 5000 экз. – ISBN 5-269-0029-93
2. Неймышева Л. Г. Декоративно-прикладное искусство Латвийской ССР. – М.: Сов. Художник, 1990. – 248 с.; ил.
3. Рождественский К. И., Андреева Л. В., Николаева Н. С., Степанян Н. С., Филатов В. А., Советское декоративное искусство, М.: - Советский художник 1982. – 256 с.
4. Савицкая В. И. Современный советский гобелен. Альбом. – М.: Советский художник, 1979. – 216 с.
5. Савицкая В. И., Превращение шпалеры. – М.: Галарт, 1995. – 86 с.
6. Тяжелов В. Н. Малая история искусств. Искусство средних веков в Западной и Центральной Европе. / В. Н. Тяжелов. – М.: Просвещение, 1981. – 240 с.
7. <https://cyberleninka.ru/article/v/traditsii-shpalernogo-tkachestva-i-tvorchestvo-zhana-lyursa-osnovopolozhnika-i-klassika-sovremennoy-shpalery>

© Атаманова А.Е., Морозова Е.В., Кузнецова А.Н., 2019

УДК 7.05

Бабанова А.К., Ковалева О.В. СТИЛЬ ПАНК И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА СОВРЕМЕННУЮ МОДУ

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

Ни для кого не секрет, что то или иное течение в искусстве или в молодежной культуре рождается под влиянием тех или иных событий в политической сфере. Это можно сказать и о стиле «панк», который зарождался долго и упорно еще в Советском союзе.

Датой официального основания панк-движения можно считать 22 октября 1976 года, когда на свет появился первый панк-сингл группы «The Damned», а затем и песня группы Sex Pistols «Anarchy In The UK», ставшей гимном всех последователей панк-культуры [1]. Именно после этого зарождается субкультура панк, которая подталкивает людей к массовым переворотам во всех сферах жизни. В первую очередь изменился статус рока, который изначально был нацелен на приношение колоссальной прибыли продюсерам. Панки начинают позиционировать рок-культуру как бесплатный способ наслаждения и свободы, которая доступна всем и каждому. Многие подхватывают это течение, отказываясь от политики субкультуры хиппи, меняя не только собственные жизненные и

политические взгляды, но и внешний вид. Расклешенные брюки и рубашки в цветочный принт сменяются на порванные джинсы и грязные майки с провокационными лозунгами.

Сегодня стиль панк воспринимается больше, как гранж и ретро, которые подстраиваются под современные тенденции моды. Огромное разнообразие в магазинах затрудняет потребителя в выборе определенного образа, так как произошло полное смешение стилей и появилась возможность сочетать вещи из разных направлений. Теперь не стыдно носить кеды под женственные платья, надевать туфли на каблуке под мужскую косуху, а джинсы можно носить на праздничные события, сочетая с шелковой майкой и меховым жакетом.

Именно благодаря этому стиль панк процветает, хоть и не в полном амплуа. Это позволяет современному потребителю следовать его канонам, но и так же сочетать другие элементы в повседневной носке изделий. Появилась возможность разнообразить стиль панк и смягчить его. Можно фантазировать и придумывать огромное количество образов с его вариациями, оставаясь эпатажным и заявляя: «Я бунтарь! Рок-н-ролл жив!».

Образ современного панка модернизируется с помощью возможности сочетать разные фактуры и текстуры тканей. В первую очередь это всегда джинса и кожа, но появляется трикотаж, который отличается удобством в носке и способностью к пластичности.

Трикотаж позволяет видоизменить структуру костюма панка и придать ему новую форму, причем любую. Например, внедрить в платье элементы косухи, а в объемные джинсы – рельефы леггинсов. Это позволяет воплощать в жизнь самые разные идеи и сохранять главную функцию костюма – защитную. Также не стоит забывать о комфорте и удобстве. Трикотаж способен дать и то, и другое. Тяжеловесная куртка – незаменимый атрибут стиля панк, видоизменяется и превращается в жилет с трикотажными рукавами. Теперь тело может дышать и не страдать под тяжестью ненатуральной кожи. Элемент стиля сохраняется, а комфорт увеличивается в разы, позволяя современному человеку не испытывать ненужного дискомфорта во имя красоты. Панки переходят на новый уровень: становятся людьми, костюм которых удобен и уникален.

Многие модельеры известных домов обращаются к стилю панк: Comme Des Garçons, Vivienne Westwood, John Galliano, Alexander McQueen, Jean-Paul Gaultier [2]. Это объясняется многими факторами, но основной – это стремление к эпатажу и желание создать что-то новое. Каждый модельер привносит в свою коллекцию частичку собственной души и своего видения стиля панк и его интерпретации. Многие сочетают женственность и брутальность, а кто-то стремится показать взаимодействие материалов и создать новую форму костюма.

Вивьен Вествуд, которая поймала волну в 1970-х годах, по праву считается бабушкой панк-моды, так как именно она начала создавать коллекции, в которых была не только атрибутика панков, но и сам дух панк-движения. Ее футболки с надписями, кричащими о протестах, ее рваные джинсы пришлись по вкусу многим сторонникам панк-культуры, которые хотели создать свой собственный неповторимый образ, но у них не хватало сил и времени, а Вивьен Вествуд смогла придумать все за них [3].

Жан Поль Готье, который ввел в моду корсеты из викторианской эпохи, также остается последователем стиля панк, так как в каждой своей коллекции старается эпатировать публику. Концепция его стиля: шик, секс и брутальность. Тельняшки, которые появились в 70-х годах и стали его визитной карточкой, до сих пор остаются на пике популярности и считаются основой базового гардероба современного человека.

Модный дом Александра Маккуина продолжает создавать коллекции в традициях панка, но добавляет собственную точку зрения на внешность современного человека. Его образы работают на контрастах: грубость граничит с романтизмом, спорт-шик сочетается с деловым стилем, повседневная одежда имеет элементы вечернего туалета.

Смешение стилей – вот залог успешного и уверенного в себе человека. Разнообразие в гардеробе дает возможность каждый день выглядеть по-разному, но основой всегда остается стиль панк, если он вам по душе.

В коллекции весна/лето 2017 года это показывается на смешение стиля бохо и панка. Гламур граничит с брутальностью. Образы выглядят романтичными, но в то же время игривыми и слегка агрессивными, за счет сочетания легких летящих платьев и грубых корсетов, кожаных ботинок и косух.

Европейские модельеры стараются миксовать стили, поэтому сегодня, порой, очень сложно определить и найти стиль панк среди коллекций модельеров и одежды масс-маркета. Но каждый сезон все чаще и чаще всплывают те или иные элементы, такие как армейские ботинки, юбки и штаны из трикотажа в разноцветную клетку, бомберы и кожаные куртки различных фасонов. Огромное количество аксессуаров с шипами и металлическими вставками.

В 2018 году в моду вернулись 90-е, со всеми своими неповторимыми вещами. Сначала коллекции модельеров поразили обилием джинсы, а потом и магазины масс-маркета заполнились вещами из того времени, где присутствовали элементы панка и гранжа. Сегодня в 2019 году все это до сих пор остается на пике популярности.

Поскольку сейчас вернулась мода на 90-е годы и она занимает лидирующие позиции, то в 2020 году будут трендовыми джинсовые вещи, яркие и насыщенные цвета, надписи и принты, кожаные изделия, вязаная

одежда, вышивка и орнамент снова вернуться в моду, оригинальные стилевые решения. Массовая субкультуризация не грозит. Вернутся в моду отдельные элементы.

Так же вернуться этнические мотивы, которые уже прослеживаются в коллекции Александра Маккуина. Цветы и все, что с ними связано снова будут в тренде.

В моей коллекции женской одежды на сезон осень-зима 2019/2020 года в стиле панк и рок-н-ролл девяностых под девизом «А вы помните лихие?» показан стиль панк в современной интерпретации. Представленные модели костюмов выполнены с учетом стилевых направлений современной моды. Они современны, актуальны, гармоничны и узнаваемы. Стиль панк, который рассматривался как отправная точка для создания коллекции, доказывает, что определенные стилевые направления могут быть вечными. Нет, они не уйдут в прошлое навсегда, а останутся и войдут в моду с корнем, а также в менталитет и сознание общества.

Основная задача стояла в том, чтобы модернизировать стиль панк согласно современным канонам, сделав его более мягким и податливым. Это удалось за счет внесения в конструкции костюмов рельефов, которые сделали их женственными и сексуальными. Материалы, которые соответствуют стилю панк, также отразили идею современного сочетания тканей. Трикотаж, который вошел в гардероб каждого современного человека, отлично сочетается с джинсой и грубой кожей, создавая пластику и интересный силуэт костюма.

Многочисленна разработана коллекция, которая соответствует требованиям современного потребителя (см. рис.). Каждую модель можно разделить на комбинации и носить так, как захочется. Стиль панк от этого не потеряется, а наоборот будет жить, и дополнять другие направления. Это самое главное для потребителя, так как мы живем в эпоху комбинаторики и желаем иметь такой гардероб, который мог бы трансформироваться.



Рисунок – Авторская коллекция.

Список использованных источников:

1. [Электронный ресурс] // Энциклопедия моды URL: <https://wiki.wildberries.ru/styles/%D0%BF%D0%B0%D0%BD%D0%BA> (Дата обращения: 18.10.2019).

2. [Электронный ресурс] // Википедия URL <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%B0%D0%BD%D0%BA-%D0%BC%D0%BE%D0%B4%D0%B0>(Дата обращения: 20.10.2019).

3. [Электронный ресурс] // Модный журнал URL: <https://vplate.ru/stiliodejdy/pank/>(Дата обращения: 21.10.2019).

© Бабанова А.К., Ковалева О.В., 2019

УДК 769.91

Баглай Н.О., Тимохович А.Н. ВЛИЯНИЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ НА СОЗДАНИЕ СИМВОЛИКИ ВУЗОВ КНР

Государственный университет управления

Тема использования элементов национальной культуры в современной визуальной коммуникации является актуальной. В разных странах прослеживаются тренды использования элементов национальных, этнических культур в современном дизайне, в художественном творчестве, в конструировании одежды и обуви, в искусстве [2, с. 34]. Следует отметить, что национальные, этнические мотивы и символы наделяются определенными смыслами, которые, с одной стороны, имеют историческое значение, с другой стороны, адаптируются под реалии современной культуры [5, с. 29].

Китай – родина одной из самых древнейших цивилизаций мира, страна с богатыми культурно-историческими традициями. На протяжении веков Китай был закрытой страной. Изоляция от внешнего мира и общего развития помогла стране сохранить своеобразную культуру и поддерживать традиции в том виде, в котором они зарождались. Также длительная культурная изоляция позволила создать на территории страны особую атмосферу, идеологию, которая характерна исключительно для китайцев.

В современных реалиях самобытная культура китайского народа находит отражение во многих сферах общественно-экономической жизни Поднебесной, а также в дизайне, в том числе в разработке символики общественных учреждений.

В данной работе будет рассмотрен процесс проявления культурных особенностей Поднебесной в создании символики высших учебных учреждений Китая.

В настоящее время прослеживается связь между символами и культурой повседневности Поднебесной, то есть символы национальной культуры все более активно проникают в объекты массовой культуры и становятся достоянием широких масс населения страны.

Для анализа используемых символов в визуальной коммуникации учреждений образования были выбраны эмблемы вузов, входящие в топ-30 международного рейтинга UniPage (см. табл. 1). Данный рейтинг

вычисляется на основе трех показателей: академический рейтинг мировых университетов (ARWU), Всемирный университетский рейтинг (QS World University Rankings), интернет-рейтинг показателей сайтов университетов (Webometrics Ranking of World Universities) [3, с. 117]. Высокие позиции китайских университетов в рейтинге свидетельствуют о мировом признании данных образовательных учреждений.

Таблица 1 – Символика вузов Китая

Название вуза (на русском и китайском языках)	Общая краткая характеристика вуза	Символика вуза (эмблема)
Сычуаньский университет, 四川大学 (г. Чэнду)	Год создания -1896, государственный вуз, многопрофильный, количество студентов - 55 тыс. чел.	
Шаньдунский университет, 山东大学 (г. Цзинань)	Год создания -1901, государственный вуз, многопрофильный, количество студентов - 63 тыс. чел.	
Южно-китайский технологический университет, 华南理工大学 (г. Гуанчжоу)	Год создания -1952, государственный вуз, многопрофильный, общее количество студентов - 40 тыс. чел.	
Пекинский технологический институт, 北京理工大学 (г. Гуанчжоу)	Год создания -1940, государственный вуз, многопрофильный, общее количество студентов - 26 тыс. чел.	
Шанхайский университет, 上海大学 (г. Шанхай)	Год создания -1922, государственный вуз, многопрофильный, общее количество студентов - 34 тыс. чел.	
Пекинский научно-технический университет, 北京科技大学 (г. Пекин)	Год создания -1952, государственный вуз, многопрофильный, общее количество студентов - 25 тыс. чел.	

В эмблеме Сычуаньского университета изображение феникса является олицетворением доброй удачи и возрождением духа человека в нелегкой борьбе против искушений и сложностей материального мира; красный цвет в системе Фэн-шуй – это цвет жизни и счастья.

Центральную часть эмблемы Шаньдунского университета – маяк в море – можно интерпретировать как историческую миссию университета, которая заключается в стремлении привести цивилизацию к прогрессу. В верхней части эмблемы этого университета мы видим символ горы, который означает тенденцию к росту, стремление создать университет мирового класса; символ «дно» – огромное море в иносказательном плане. Прохождение пути от горы к морю символизирует процесс освоения знаний в ходе образовательного процесса в университете.

Древесный хлопок в эмблеме Южно-Китайского технологического университета – это цветок города Гуанчжоу, символизирующий процветание университета, а также предвещающий, что образовательное учреждение находится на пороге реформ и открытости, культивирует талант для процветания университета. Белая полоса под аркой использована в качестве «краеугольного камня арки», означает, что основа университета крепкая, надежная, что позволяет перенести эти качества на знания, получаемые обучающимися студентами в рамках данного университета.

Основа идея эмблемы Пекинского технологического института заключается в традиционной культуре образования в Китае, общая форма – дерево/человек дерева, создана для выражения концепции образования, в то же время является аллегорическим образом. Развитие оборонной науки и техники, но не для войны, а для защиты семьи, для мира – это основная миссия вуза. В нижней части изображен храбрый орел, расправляющий крылья; стремясь к вершине, орел превращается в белого голубя с оливковой ветвью, что означает, что мир основан на своем сильном фундаменте. Образ белого голубя символизирует непрерывное развитие вуза [4, с. 78].

Эмблема Шанхайского университета имеет форму цветка магнолии, цветка города Шанхай. На букве «U» в форме цветка с лепестками, находится чайка в форме буквы «S», что также является символом Шанхая. Левый лепесток представляет собой число «1», что указывает на решимость Шанхайского университета оставаться на лидирующих позициях в обществе и среди других образовательных организаций.

Эмблема Пекинского научно-технического университета состоит из двух кругов разных размеров, внутри внутреннего из них находится объект в форме китайского иероглифа «鼎», как символ тысячелетней китайской культуры. Внутри иероглифа написан девиз на традиционном китайском языке. Точный дословный перевод всей фразы предоставить затруднительно, но при рассмотрении двух ее частей, можно

интерпретировать первую из них как: «стремление к научной истине», вторая часть отражает «духовные качества школы».

Подводя итоги, стоит отметить, что в ходе проведения анализа удалось доказать влияние национальной культуры Поднебесной на создание символики вузов. Были выявлены следующие основные тенденции.

Во-первых, все эмблемы были выполнены в форме круга (овала), что показывает прямую связь с китайской философией. Небесный круг придавал земному квадрату движение.

Во-вторых, красный и синий цвет, два наиболее часто встречающихся на эмблемах вузов, связаны с их значением в китайской системе Фэн-шуй (символы неба и огня) [1, с. 164].

В-третьих, образы птиц феникса, орла, голубя и чайки также находят отражение в национальной символике.

В-четвертых, использование традиционных иероглифов в дизайне эмблем иллюстрирует прямую связь с богатой национальной культурой Поднебесной.

Список использованных источников:

1. Голубева К.А., Тимохович А.Н. Цветовые тренды в графическом дизайне // Сборник трудов конференции «Всероссийская научно-практическая конференция ДИСК 2017». – М.: ФГБОУ ВО «Московский государственный университет дизайна и технологии», 2017. – с. 163-165.

2. Макарова Т.Л. Современные образы в рекламе индустрии моды. Гуманитарный акцент, №3, 2018. с. 33-40.

3. Нижегородцев Р.М., Резник С.Д. Высшее образование в России: вызовы времени и взгляд в будущее. – М.: Инфра-М, 2019. – 610 с.

4. Тимохович А.Н. Символика российских вузов: семиотический аспект. – М.: ОнтоПринт, 2019. – 146 с.

5. Филенко С.С. Трансформация ценностей в контексте потребления культурного продукта // Сборник трудов конференции «Всероссийская научно-практическая конференция ДИСК 2017». - М.: ФГБОУ ВО «Московский государственный университет дизайна и технологии», 2017. – с. 29-31.

© Баглай Н.О., Тимохович А.Н., 2019

УДК 76.03/09

Барина А.А., Заболотская Е.А. **ОСОБЕННОСТИ ИЗОБРАЖЕНИЯ ЖЕНСКИХ ОБРАЗОВ В ПЛАКАТНОЙ ГРАФИКЕ ВОЕННОГО ВРЕМЕНИ**

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

Во все времена людьми велись жестокие, кровопролитные войны. Подобные события оставляют неизгладимый след в сознании людей, трагизм людской жестокости неизмерим. Проблема жестокости, борьбы за власть, остается актуальна во все времена, поскольку, к сожалению, является частью природы человека. Психология людей после событий такого масштаба, вовлекающих в себя все стороны жизни человека, меняется, массовые потрясения оставляют глубокий след в душах населения.

Одним из ярчайших примеров кровопролития на страницах истории является Вторая Мировая Война. Эта всемирная катастрофа оказала сильнейшее влияние на весь мир, оставив неизгладимый след в сознании как современников, так и последующих поколений. Война затронула всех: мужчин, женщин, детей, все слои общества оказались подвергнуты серьезному испытанию.

События такого масштаба, конечно, отражаются в искусстве, ведь искусство – это зеркало современности. Во время войны одним из ведущих способов художественной выразительности становится плакат, носящий агитационный, пропагандистский характер, а также поддерживающий боевой дух населения.

Искусство плаката вбирает в себя многообразие средств визуализации, таких как графика, фотография, живопись, даже элементы скульптуры. При этом, плакат должен отвечать определенным задачам: быть легко читаемым, запоминаемым, иметь крупное изображение (главное), свободное пространство на листе, «эмоционально работать» независимо от размера, т.е. призывать к действию, быть дерзким. В такой сложный период времени, как война, графика становится особенно важна, поскольку совокупность контрастов графических средств в подаче изображения дает четкое понимание происходящего в мире трагического события [4, с. 1].

Графика плакатов СССР этого времени отвечает всем вышеперечисленным задачам, кроме того, обладает жесткостью, монументальностью, порой устрашает – все это заинтересовывает, привлекает взгляды, человек сразу чувствует актуальность изображенного на плакате, внимательно всматривается в пропагандистские призывы. Все это будоражит его, вызывает эмоции. Плакатная графика направлена на сплочение народа, и вышеперечисленные графические

средства выразительности справляются с этой задачей, поскольку в мирное время плакаты далеко не так душещипательны, и выполняют иную роль – их эмоциональное воздействие не так велико.

Плакатная графика существовала и в довоенное время, однако во время боевых действий перед художником-плакатистом встают иные, более сложные и важные задачи: в первую очередь, пропаганда и агитация; призыв к действию, заступничеству; отражение событий военной действительности для сплочения людей.

Влияние Второй Мировой войны было велико даже за океаном, несмотря на отсутствие боевых действий. Эмоциональное воздействие плакатной графики американских художников-плакатистов, сравнительно нейтрально. В США плакатная графика чаще выполняла роль рекламы, нежели пропаганды.

Во время войны на плакатах США и СССР ведущими были образы женщин, играющих разные роли в ходе войны. Каждая страна по-разному переживала Вторую мировую войну и с этим связаны отличия женских образов военного времени.

Разница в восприятии одного и того же события разными странами огромно. Психологический облик женщины СССР отражает очень глубокое переживание: женщины эмоциональнее переживают любые события, в том числе и войну. Женщины теряли своих отцов, мужей, сыновей, при этом участвовали в боевых действиях, занимались тяжелым физическим трудом. Внешний облик такой женщины трагичен, на нее больно смотреть, ощущать всю горестность ситуации, люди того времени будто вынуждены отказаться от женственности и стать мужественными. Даже феминизм становится brutальным. Во внешнем облике советской женщины нет места кокетливости, сексуальности, на это указывает мимика на плакатах.

В США, напротив, женщины остались в относительном покое, немногие из их мужчин погибали на фронте, их Родина не была разрушена и разграблена, они сохранили свою женственность и кокетливость, что явственно читается в их «военном образе». Подача женских образов здесь носит скорее рекламный характер. Трагичные образы женщин, как в Советской России, практически отсутствуют, они олицетворяют скорее возможность совмещения работы с красотой.

В военной плакатной графике времени СССР женщина предстаёт в образе матери, боевой подруги, женщины-Родины. Такие образы оказывают сильное эмоциональное воздействие, вызывают сопереживание, ведь женщина времен войны символизирует мужественную жертвенность [3, с. 1-2].

В Советской России времен Второй Мировой мода остановилась на довоенном этапе, прекратилось её развитие: прямоугольные силуэтные формы и детали мужского военного костюма с акцентированными

плечами, отсутствие ярких цветов – все это также явилось отражением современности.

Ситуация в США совершенно иная. Мода активно развивается, поскольку теперь правит бал на модной арене не оккупированный Париж, а Голливуд; женщины стремятся подражать кинодивам. Силуэт военного времени в Х-образный, прямоугольный. Мода военного времени по-прежнему подчинялась требованиям ансамбля. Сформировался американский стиль в моде. Американские модельеры стремились создать оригинальные формы, опираясь на собственные традиции – журналы рекламировали «американские» стили – «кантри», «зут», «гавайский стиль», «латиноамериканский», «пин-ап» [1, с. 2-3].

Различные психологические состояния в графике передаются разными стилистическими приемами, такими, как эпитет, метафора, гипербола, литота, ирония. В Советской плакатной графике наиболее широко используется эпитет, гипербола и метафора. В плакатной графике США – эпитет и ирония.

Все вышесказанное отражает не только графическая подача образа, но также и цветовое решение плакатов: в США спокойствие и мечтательность обусловлены голубым цветом, в СССР трагизм и воинственность передается благодаря черному в сочетании с контрастными белым и красным.

Графика Советских плакатов представляет большой интерес с художественной точки зрения, поскольку в плакатах СССР используются наиболее выразительные графические средства, что вызывает гораздо большее эмоциональное воздействие, нежели графика Американских плакатов того же времени. Подобные различия, на мой взгляд, связаны с тем, что СССР была непосредственным участником войны, поэтому было необходимо производить сильное эмоциональное и патриотическое воздействие на население, ведь жизнь среди лишений и боли учит человека справляться с любыми жизненными обстоятельствами, жить, несмотря ни на что и находить все новые средства для самовыражения.

Список использованных источников:

1. Ермилова Д.Ю «История моды»;
2. Статья с подборкой фотографий, автор Михаил Емельянов «Американские плакаты времён второй мировой войны»;
3. Научная статья Алиевой Л. В., Филипповой Т. В. «Женское лицо войны: образ женщины в плакатном искусстве периода Второй Мировой войны».
4. Иллюстративное пособие А. Шаталовой «Графические методы усиления выразительности плаката».

© Барина А.А., Заболотская Е.А., 2019

УДК 658.512.2

Барышев Н.И., Голубчикова А.В., Коржов Е.Г. К ВОПРОСУ ДИЗАЙНА ЦИФРОВОЙ ИГРУШКИ ДЛЯ ДЕТЕЙ С ОВЗ

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

Актуальность исследования обусловлена социальной и экономической составляющей культурного общества. Реабилитация детей с ограниченной возможностью здоровья является неотъемлемой частью социума. По мнению экспертов, важным шагом в реабилитации и восстановлении организма является диагностика состояния здоровья на раннем этапе, позволяющая выявить сложные заболевания в начальной стадии и провести необходимые мероприятия. На данный момент в сфере реабилитационных развивающих пособий и игрушек для детей с ОВЗ рынок недостаточно развит и имеет небольшое количество аналогов.

Игрушка является важным этапом в становлении психического здоровья детей и их дальнейшей социализации в обществе. Процессы диагностики и реабилитации протекают в процессе своеобразной игры, при этом не выстраивается психологический барьер перед пользователем. Данный метод позволяет погрузить детей в освоение новой игры, увлекая их в прохождении этапов игровой сферы и тем самым, упрощая процесс восстановления. Таким образом, задачи проекта:

обосновать рентабельность данного проекта с учетом «века цифровизации»;

выявить недостатки существующих аналогов, проанализировав рынок и возможности игрушек разных компаний в реабилитации детей с ОВЗ;

создать новый продукт, отвечающий требованиям и стандартам ГОСТ и СанПиН, а именно цифровую игрушку для реабилитации, с необходимым функционалом;

создать игровую среду, в которой дети будут чувствовать себя комфортно.

Для решения задач проекта необходимо провести ряд действий, предназначенных для выявления проблем и возможностей дизайн-проектирования. Следует выполнить сравнительный анализ существующих аналогов, определить недостатки и достоинства данных видов реабилитационной игрушки. Результатом может стать создание аналитической базы в виде графического материала, позволяющего наглядно изучить проблематику сферы дизайна цифровой игрушки и предложения по использованию определенных вариантов для последующего проектирования. Также требуется изучить статистику, литературу и эксперименты в сфере дизайна игрушек. Данная база позволит не допустить ошибок при создании нового продукта, а также

предусмотреть возможные этапы улучшения и усовершенствования имеющихся аналогов. На основе полученных данных можно будет составить техническое задание, в котором будут обозначены границы проектирования.

Обозначение границ разрабатываемых изделий предполагает аналитику в области цифровой реабилитационной игрушки и определение сферы потребностей детей с ОВЗ. Основываясь на полученной в ходе исследования информационной базе, планируется переход к возможным сценариям взаимодействия пользователя с будущим объектом дизайна.

Для создания рабочего механизма, позволяющего проводить реабилитационные операции, необходимо изучить и проанализировать среду и участников восстановительного процесса. На данный момент участникам рассматриваемого этапа являются педагоги, которые проводят воспитательную и реабилитационную работу с детьми-инвалидами и, собственно, сами дети (пользователи), которые будут напрямую взаимодействовать с будущим объектом. Среда предполагает собой небольшое пространство, в виде государственного учреждения, занимающегося работой с детьми, у которых имеется отклонение в области психического развития.

Объектом исследования выступают дети с ОВЗ, нуждающиеся в реабилитации. Для проектируемых цифровых игрушек выбрана категория детей ЗПР (замедленного психического развития) с разными стадиями заболевания. Предметом исследования в проекте является психическое развитие и реабилитация детей с помощью специальной цифровой развивающей среды. В проектируемых игрушках необходимо подобрать нужный функционал игрушки с оптимальным уровнем для каждого этапа развития и становления личности ребенка.

Помимо создания цифровой игрушки, важно понимать процесс освоения ребенком информации об окружающем мире. В статье Марченко Н.В. «Методы сенсорного развития младших школьников с ОВЗ» описаны трудности восприятия информации аудиально. Совершенствование разносторонних ощущений ребенка обеспечивает полноценное умственное развитие, поскольку информация об окружающем мире поступает в мозг через каналы восприятия [1, с. 12]. В педагогической практике разработаны специальные методики коррекционного обучения детей, основанные на использовании специальных наборов предметов различной формы, размеров и цвета. Характерные особенности этих предметов и методика их применения зависят от вида заболевания, его стадии, возраста ребенка и его индивидуальных возможностей. Важно и то, что имеется несомненная зависимость между временем пребывания ребенка в среде обучения и получаемым положительным результатом [2, с. 457; 3 с. 32].

Для проектирования игрушки будут использованы различные современные цифровые технологии, часть из которых представлена в

статье «6 цифровых технологий, которые изменят мир» [4]. Основная технология в проектировании – интернет-вещей, с помощью данного оснащения игрушки, станет возможно собирать информацию, получать обратную связь и корректировать процесс реабилитации. Помимо интернета-вещей в игрушку можно добавить различные технологии, такие как световые и цветовые системы, звуковые и вибро-ассистенты, которые будут координировать, и обозначать правильное выполнение задания.

Цифровая игрушка должна помочь в обучении, реабилитации и восстановлении здоровья детям с ОВЗ разных категорий. Разрабатываемая игрушка будет иметь уровни, которые смогут подобрать необходимую методику реабилитации для каждого индивидуального случая. В будущем это направление позволит создавать новые серии игрушек для реабилитации и совершенствовать имеющиеся аналоги. Во многом это связано с ожидаемым ростом промышленного производства в сфере IT. Индустрия цифрового оборудования будет способствовать созданию новых видов реабилитационного средств.

Список использованных источников:

1. Марченко Н.В. Методы сенсорного развития младших школьников с ОВЗ // Молодой ученый. – 2019 – С.12-14 – URL <https://moluch.ru/archive/256/58608/> (дата обращения 30.09.2019)

2. Голубчикова А.В., Мовшович П.М., Лазуренко С.Б. Текстильные игровые пособия для детей с болезнями нервной системы // Игровая культура современного детства: Материалы I Международной научно-практической конференции, 28–30 сентября 2016 г. (Москва, МГПУ) / под ред. Е.И. Ивановой. – Текстовое электрон. издан. в 2 томах. – М.: НАИР, 2017. – Т. 2., С.456-458

3. Иванова Е.В., Никитаева М.В. Игровое оборудование и игрушки как часть развивающей предметно-пространственной среды детского сада // Игровая культура современного детства: Материалы I Международной научно-практической конференции, 28-30 сентября 2016г. (Москва, МГПУ) - 2016 –С.32

4. Цифровые технологии [Электронный ресурс] // Executive / URL:<https://www.e-xecutive.ru/finance/investment/1985732-6-tsifrovyyh-tehnologii-kotorye-izmenyat-mir/>

© Барышев Н.И., Голубчикова А.В., Коржов Е.Г., 2019

УДК 7.026

Барышникова В.В. ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ И ПРОБЛЕМА ПЕЧАТНОЙ ИКОНЫ В РОССИИ

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова

Иконопочитание – одна из особенностей православия. Для верующего христианина икона – это не просто изображение лиц

священной истории и не живопись на религиозную тему. Это символ его веры, ее неотъемлемая часть. Икона не изображает, она «являет» образ. Образ этот не земной, не человеческий, а преображенный, небесный. Сохраняя все антропоморфные черты, святые на иконах изображаются не для демонстрации своей физической сущности, а для передачи внутренней духовной жизни. Именно поэтому земное, человеческое на иконах передается не точно, порою даже схематично. У каждой иконы, у каждого иконографического типа есть свой канон. Эта традиция выработывалась годами, веками совершенствовалась на практике. Не последнюю роль в иконописании играет сама техника письма, краски, свет. Все эти аспекты создают особый образ, показывают духовное через физическое. Однако в определенный момент времени в мир приходит такое явление как печатная икона. Отношение к ней с самого начала ее существования было неоднозначным и противоречивым. Так или иначе, печать религиозных изображений прошла проверку временем и существует до сих пор. Какова история этого явления, почему оно вызвало столько споров и разногласий, и как к данной проблеме относились богословы, мне бы хотелось рассмотреть в данной статье.

Как известно, книгопечатание на Руси появилось в 16 веке и было связано с именами Ивана Федорова и Петра Мстиславца. Надо отметить, что в это время начинают печататься не только книги на религиозную тему, но и изображения того же содержания. Надо полагать, что причиной распространения на Руси печатных изображений также было западное влияние, где не существовало какого-либо канона, касающегося религиозной живописи. Печатание изображений носит название литография (вид печати, заключающийся в том, что под давлением происходит перенос краски с поверхности на бумагу). Литография появилась в 1790-х гг. благодаря изобретателю Алоизию Зенефельдеру. В России данный процесс связан с именем И. Сытина, который приобрел первую литографическую машину, открыл свою типографию и начал заниматься печатанием книг и икон.

В XIX в. появляется еще один вид печати, который помогал в воспроизводстве новых икон – хромолитография. От литографии ее отличало то, что она давала возможность получать цветные изображения. Хромолитография – это та же литография, однако произведенная за счет наложения различных красок в результате отпечатка. Несмотря на то, что данный процесс очень долог и требует немалых усилий, он помогает в большом количестве копировать изображения, которые получают качественными и яркими. «Мастером-гравером выполняется несколько отдельных изображений (от 3 до 6, не более) на специальном литографском камне. Каждый камень имеет только гравированный рисунок, соответствующий одному цвету. После изготовления и подгонки всех необходимых камней с предварительным рисунком каждый из них

путем печати оставляет на бумаге соответствующий рисунок и цвет. Далее на это же изображение накладывается другой камень с другим цветом и так до последнего. В конечном итоге получается цветное изображение. От мастерства резчика камня зависит и количество градаций оттенков первоначальных цветов, которых могло быть до нескольких десятков» [2].

Изначально производство такой продукции выполнялось только в монастырских типографиях, и лишь с середины XIX в. стали появляться специализированные мастерские. Самой знаменитой стала появившаяся в 90 гг. XIX в. фабрика Жако и Бонакера в Москве, которая выпускала иконы на жести. Популярность икон, производимых в данной типографии, была обусловлена тем, что они очень напоминали оригинал, были мало отличимы от настоящих образов. Большое количество печатных икон пользовалось спросом, однако качество их становилось все хуже и хуже. Надо отметить, что иконопись, которая могла бы составить конкуренцию дешевой печатной продукции, пребывала в данный период в упадке.

Во времена Александра III в российском обществе наметилась тенденция возвращения к забытым народным традициям, в том числе, вернулся интерес к древнерусскому искусству. В 1901 г. по приказу Николая II даже был создан «Комитет попечительства о русской иконописи». Главной целью создания данного предприятия было поддержание процесса возрождения народного иконописания, очищение его от западного влияния, а также противодействие машинному печатанию иконописных образов. Естественный, испокон веков известный ручной труд противопоставлялся фабричному производству с его обездушенным конечным продуктом. Вдохновлялись поборники русского духа и сохранения труда народного мастера и сочинением Дж. Рескина «Искусство и действительность» (1900). Основная мысль этой работы, которую в качестве апологетической идеи использовали противники технизации творчества – у машины нет души, а значит все, что сделала она – подражание, подлог, одним словом, ложь. Итогом этих тенденций стало то, что в 1902 г. печатные иконы были запрещены. Однако проводимые меры не остановили производства печатных икон, настолько была высока их популярность.

Революция, случившаяся в России в 1917 году, остановила процесс создания икон вообще, на иконопись или печать икон был наложен запрет. Многие мастера бежали за границу и увезли вместе с собой саму традицию русской религиозной живописи. Долгое время в России иконы не производились вообще. «Первые производственные мастерские были устроены в подвалах Успенского храма Новодевичьего монастыря в Москве. Выпуск самой необходимой продукции был начат только в 1949 г.» [2]. В это время стали использоваться новые техники оформления икон, в том числе, метод шелкографии (шелкотрафаретный). В мастерских печатались черно-белые фотографии икон, сохранившиеся еще с прежних

времен. Эти снимки буквально раскрашивались анилиновыми красителями, а потом оформлялись рамами и окладами для придания хотя бы внешнего вида религиозного изображения.

В 1980 г. произошло знаменательное событие: при Московской Патриархии было открыто художественно-производственное предприятия «Софрино». Кроме маленьких иконок, которые предназначались для сопровождения каждого отдельного верующего, данный цех выпускал большие иконы и даже целые иконостасы для новых, постепенно открывающихся храмов. Естественно, живописцев, которые могли бы выполнять монументальные росписи, за годы советской власти осталось очень мало, а потому печатные материалы заменяли недостающую живопись.

В 80-90-е гг., когда запреты на религию и религиозное творчество стали сниматься, печать икон увеличилась в своих масштабах, однако такой скачок в производстве не был на пользу искусству. В ответ на критику от богословов и ценителей искусства в «Софрино» было установлено новейшее оборудование («станки австрийской фирмы «Гейдельберг» и уникальная система цветоделения фирмы «Линотайп-Хел») [2]. Качество стало улучшаться, чему способствовала, в частности, помощь настоящих иконописцев, вернувшихся из-за рубежа или получивших соответствующее образование в России. Однако к полноценному улучшению положения это не привело. Так или иначе, и в наше время «Софрино» является ведущим производителем печатных икон в России.

По поводу того, возможно ли делать икону, не рисуя ее, а печатая, споры существуют до сих пор. В 90-е гг. 20 века происходит снятие запретов и с религиозной литературы. Тогда в свет выходят критические работы авторов, писавших об иконописи и ее предназначении. Так, Л.А. Успенский в своей работе «Богословие иконы Православной Церкви» говорил, что в процессе создания иконы словно участвует весь мир, а именно: ««Представители» и мира растительного (дерево), и мира животного (клей, яйцо), и мира минерального (мел, краски). Все это берется в своем естественном виде и лишь очищается и обрабатывается человеком, который своим трудом вводит эти вещества в богослужение. Когда же приносимое человеком вещество, в связи с современным развитием технических средств, теряет свое органическое сродство с материей, созданной Богом, оно уже не может служить проводником освящения, которое должно было бы им сообщаться, а наоборот, преграждает ему путь» [5, с. 443].

Интересно также мнение П.А. Флоренского, отметившего в своей книге «Иконостас», что даже сам процесс наложения красок на холст связан с внутренним миром иконописца, что он должен соотноситься с ритмом его души. Каждый иконописец причастен к высшему миру, к

высшей духовности, является проводником святости в этот мир, поэтому иконописцы должны обладать определенным нравом, поститься, молиться, отличаться благочестием и творить добро. При этом философ как бы подчеркивает, что икона не может быть поставлена на конвейер: «В самих приемах иконописи, в технике ее, в применяемых веществах, в иконописной фактуре выражается метафизика, которою жива и существует икона. Ведь само вещество, сами вещества, применяемые в том или другом ряде и виде искусства, символичны, и каждое имеет свою конкретно-метафизическую характеристику, чрез которую оно соотносится с тем или иным духовным бытием» – говорит философ [6, с. 265-266].

Также активным противником распространения печатной иконы, в том числе, копий, сделанных со своих произведений, был русский художник В.М. Васнецов. Обращаясь с письмом к С.Д. Шереметьеву, главе Общества ревнителей русского просвещения, Виктор Михайлович говорит: «Образ, как и пение церковное, не должно быть производимо машиной. Как бы ни была несовершенна передача человеком его настроения и представления, оно все-таки жизненнее и непосредственнее передает его душевное состояние. Как бы совершенно ни производила машина рожденное и созданное духом человека, она невольно передаваемое умерщвляет» [1, с. 186]. Недостатки самой техники предстают перед глазами Васнецова ничтожно маленькими проблемами по сравнению с трагедией массового создания ненастоящих, машинных образов.

Итак, мне бы хотелось сделать вывод о том, что отношение к печатной иконе в церковной среде всегда было не однозначным: воспринимаясь верующими, как доступный атрибут веры, она в тоже время была порицаема богословами. На сегодняшний день проблема печатной иконы все так же актуальна: не все люди могут позволить себе приобрести написанный красками образ, не всегда возможно обеспечить таким творчеством всех жаждущих, поэтому способствование массовому производству того, что является основой христианской веры, просто необходимо. Печатные иконы никогда не представляли собой высокохудожественного произведения, однако данная продукция всегда служила практическим задачам. В конце концов, не так важно, какими силами и средствами была создана икона, намного важнее те мысли, с которыми человек обращается к ней, к изображенному на ней образу и передаваемому через нее Первообразу.

Список использованных источников:

1. Васнецов В.М. Письма. Новые материалы. Автор-составитель Л.Короткина СПб.: АРС, 2004.
2. Стародубцев А.В. Печатные иконы: история и современность//Сайт Православие.Ru - Режим доступа:

<https://pravoslavie.ru/sretmon/uchil/printicons.htm>, свободный - Данные соответствуют 26.10.19.

3. Тарасов О.Ю. Икона и благочестие. Очерки иконного дела в императорской России. М.: "Прогресс-культура", 2009.

4. Тарасов О.Ю. Модерн и древние иконы. От святыни к шедевру. - М.: Индрик, 2016.

5. Успенский Л.А. Богословие иконы православной церкви. Издательство Западно-европейского экзархата Московской патриархии. М.:1989.

6. Флоренский П.А. Иконостас. Богословские труды. М.:1972.

© Барышникова В.В., 2019

УДК 7.03

Барышникова В.В. СТИЛЬ МОДЕРН В ЦЕРКОВНОМ ИСКУССТВЕ КАК НОВЫЙ СПОСОБ ВОСПРИЯТИЯ РЕЛИГИОЗНЫХ СМЫСЛОВ: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова

В 21 веке мы являемся свидетелями возрождения в российском обществе религиозного духа и, как следствие, бурного строительства культовой архитектуры. Храмы возводятся практически ежедневно, а значит, требуются новые дизайнерские решения для оформления недавно построенных церковных пространств. Также в наше время происходит восстановление разрушенных или некогда заброшенных храмов, а значит, необходимо хорошее понимание всех стилей, которые использовались иконописцами при их оформлении. В данной статье мне бы хотелось рассмотреть относительно молодой стиль, вдохновлявший архитекторов прошлого и настоящего, являющий собой как наследие древней старины, так и свидетельство актуальных на все времена поисков русской национальной идеи, а именно стиль модерн.

Модерн в России возник в результате пересечения нескольких независимых друг от друга процессов, наметившихся во второй половине 19 века. Среди них: и стремление художников выйти из-под гнета Академии художеств (что получилось сделать у Товарищества передвижных художественных Выставок еще в 70-е годы указанного столетия); и обращение к национальной тематике, которое вполне соответствовало государственно-политическим концепциям того времени; и попытка окультуривания кустарных производств (плоды которого будут в дальнейшем представлены на всемирных выставках и маркированы как так называемое «art nouveau»). Еще в 70-е годы начинает развиваться так называемый «псевдорусский стиль», включающий в себя представление архитекторов и декораторов о народном декоративно-прикладном творчестве, русском орнаменте и тех формах, которые царили в 17 веке, в

период, предшествующий петровским преобразованиям. Также немалое влияние на такие эстетические идеалы оказывал общий интерес общества ко всему народному. Причем найденное «народное» интегрировалось в общую культуру, даже так называемое элитарное общество отныне как бы признавало свою связь с ним.

Однако квинтэссенцией всех этих течений и тенденций, местом, где и произошло рождение модерна, является Абрамцевский кружок (созданный во второй половине 20 века представителями творческой интеллигенции), а также село Талашкино. Именно здесь, в Абрамцево, была построена первая церковь в стиле модерн – Церковь Спаса Нерукотворного Образа (в Талашкино – храм-усыпальница Святого Духа). В основе указанного памятника прочитывается русская народная традиция. Примечательно, что архитектура эта была далека от модного в то время русско-византийского стиля. Византии здесь было действительно мало. Это была русская архитектура, которая могла возникнуть только на просторах России. Недаром в случае Абрамцева за основу была взята новгородская церковь Спас на Нередице [1, с.40].

Главная цель Абрамцевского объединения состояла в сохранении и в воссоздании древних традиций и народных обычаев. «Все значение работ Васнецова для Абрамцевской церкви заключалось в том, что впервые здесь религиозный образ был сближен с национальным эпосом» [2, с. 53], святые, изображенные здесь, впервые стали похожи на героев сказок и легенд. Абрамцево можно назвать и предприятием промышленным: помимо икон и киотов здесь производились также иконостасы, скульптуры, вазы, посуда, предметы мебели и многое другое. «Героизация национальной истории, мистическая религиозность, вчувствование в природу, национальный романтизм и стремление обеспечить массового потребителя предметами высокого дизайна – все это шло от утопических концепций Движения искусств и ремесел и переосмысливалось в русском национальном контексте» [2, с. 51-52].

Что касается указанных памятников архитектуры, то они как бы создавали мир Святой Руси, были вполне реальным воплощением какого-то чудесного мифа, при этом мифа очень народного. Абрамцевская церковь поражала «могучими пропорциями и вызывала образ сказочной, былинной, «богатырской» древности» [1, с. 40]. Эти церкви словно сошли к нам с иллюстраций к какой-то сказке, в которой описывается чудесный город, некогда существовавшей на русской земле. При этом заметна гармоничная и как бы концептуально продуманная связь данной архитектуры с природой: Абрамцевская церковь стоит в лесу, что придает ее образу определенной таинственности. Храм в Талашкино также расположен на равнине в окружении деревьев, как бы вырастая из окружающего природного ландшафта, что придает ему ореол загадочного сооружения из народной сказки.

Неотъемлемой частью отечественного наследия была, конечно, русская иконопись. Икона русского модерна – это ориентированное на массовость произведение искусства, связанное как с академической школой, так и с народными традициями. Русский модерн имеет в своей основе особый символизм, глубину и духовную насыщенность, идущую еще от византийских и древнерусских иконописных произведений. Именно это – проблема соотношения древней традиции, народных черт и приемов светской живописи – делали икону модерна столь уникальным феноменом русской культуры.

Иконописец эпохи модерна не пытается исказить или спрятать то пространство, в котором находятся его герои. Он не доводит пейзаж до схематизма, его фоны вполне реальны, объемны, а главное, это земное пространство. Однако в иконе эпохи модерна пространство представляется нам как бы преображенным бытием, потусторонней, одухотворённой, но в то же время очень живой реальностью. Такой мир в своей правдивости и одновременной фантастичности напоминает нам театр. Наглядный пример – сцена Благовещения из иконостаса церкви Спаса Нерукотворного в Абрамцево В.Д. Поленова: сцена встречи с небесным посланником происходит в интерьере русского терема, рама царских врат, обрамляющая изображения, украшена русскими орнаментами. Все это создает ощущение, что перед нами иллюстрация к какой-нибудь народной сказке или былине. При всей живоподобности образов, их осязательности и объемности, нами переживается некое мистическое состояние, ощущается исключительная одухотворенность момента. Принципы академического письма сочетаются здесь с признаками народного творчества, что рождает совершенно новое впечатление от иконного образа.

Театральное начало – это совершенно новый аспект понимания иконы, ибо раньше она мыслилась как нечто внеземное, приближающее нас к Первообразу, а теперь стала пониматься как вещь вполне земная, воздействующая на нас здесь и сейчас. Как литературный персонаж или актер на сцене драматического театра поражают наш взор и наши мысли, так и икона призвана теперь очаровывать нас своим магическим воздействием и силой. Все это помогало не только проникнуться религиозным состоянием, настроиться мыслями на молитву, но и обращало к теме родной истории и национального духа. Религиозный герой на иконах эпохи модерна одновременно и персонаж Священной истории, и литературой герой, готовый прямо сейчас предстать перед нами на странице народного сказания или театральной сцене, и герой национальный, защитник и покровитель родной земли. Сами иконы и другие предметы храмовой утвари становятся своеобразными украшениями, декорациями. Архитектура – тоже кулисы. Сами герои действуют как актеры: они очень экспрессивны, выразительны, эмоциональны. Особое воздействие на зрителей оказывают огромные глаза

святых, в которых как бы открывается их бездонный внутренний мир. Выражения лиц, жесты (взмахи рук в молении, при диалоге, резкие, порывистые движения) могут очень красноречиво рассказать о внутренних переживаниях. В дальнейшем эти черты станут отличительными признаками так называемого «васнецовского стиля» в иконописи.

Очень важную роль, как уже было замечено, в период модерна играет орнаментальность. Она встречается по периметру иконных киотов, на самих иконах, в церковном интерьере, на предметах декоративно-прикладного искусства. Она служит общей концепции выражения неземной красоты, тонкого символизма, а также подражания народным чертам. Особый интерес в этот период появляется к тканям, материалам, камням. Особые узоры, в том числе народные, мягкие ткани, украшенные орнаментами, привычные в простой среде породы дерева – все эти элементы появляются теперь не только в повседневной, но и в церковной среде. В храмах стали помещаться мебель, ковры, украшения, объединенные единым стилем. Дверки складней, киоты начинают украшаться тканью, что создает впечатление театрального занавеса, открывающего нашему взору театральное действие. И это был еще один аспект, в котором соединялись земное и небесное, человеческое и религиозное.

Невозможно не упомянуть в этом контексте С.И. Вашкова и фирму «П.И. Оловянишникова сыновья», занимавшуюся изготовлением удивительных по своей красоте предметов церковного искусства и утвари, отличавшихся оригинальностью своего дизайна, особой изысканностью и утонченностью. Среди таких изделий можно было обнаружить киоты, оклады, украшенные драгоценными камнями церковные предметы. Икона, по мнению С.И. Вашкова, играла в этом плане двойную роль: помимо того, что она приближала человека к Первообразу, ее художественная красота воспитывала в человеке чувство прекрасного. В период модерна все как бы помогало увидеть красоту потустороннего мира через красоту мира земного, украшения иконописных образов восхищали, волновали эстетические чувства человека, при этом настраивая его на молитву. С одной стороны, фирма создавала поэтичные и романтические образы, тонкие и изысканные формы, с другой – пыталась воплотить некий народный идеал, национальный дух. Искусство, как нечто совершенно прекрасное и возвышенное, соединялось, таким образом, с простым народным творчеством.

Однако стиль модерн был актуален не только на заре 20 столетия, он продолжает оставаться таковым и в наше время, ведь и сегодня возводятся церкви, вдохновленные тематикой народного эпоса и национальных черт. Примеры тому – Церковь Рождества Пресвятой Богородицы в Надовражино, Церковь Сергия Радонежского на Куликовом поле и др. А значит, понимание данного стиля очень важно и требует глубокого

анализа. Также можно сказать, что сегодня, в период активного поиска и попытки сформулировать национальную идею России, эстетические воззрения и культурно-исторические поиски модерна все еще любопытны, полезны, актуальны.

Список использованных источников:

1. Русские храмы/ред.группа: Т.Каширина, Т.Евсеева – М.: Мир энциклопедий, 2006.
2. Тарасов О.Ю. Модерн и древние иконы. От святыни к шедевру. - М.: Индрик, 2016.

© Барышникова В.В., 2019

УДК 72.023

Береснева В.Л., Домовцева Н.В. ПРИМЕНЕНИЕ ИСКУССТВЕННОГО КАМНЯ В АРХИТЕКТУРЕ И ДИЗАЙНЕ: КРИТЕРИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ

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

«Искусство градостроительства не только эстетическая проблема, это одновременно вопрос технической, биологической, общественной и финансовой организации» (Ле Корбюзье).

Фасад зданий, его облицовка является неотъемлемой частью «обогащения» архитектуры в целом и актуальна для развития дизайна среды, в частности. Современная городская среда с ее интегральными, разнообразными формами, имеющие разное предназначение и стиль, сегодня успешно применяет различные виды облицовки и декоративные элементы в объектах.

В данном исследовании в области дизайна архитектурной среды и поиске современного подхода в решении задач вариантов монументального декора, с учетом новых технологий, рассматриваем критерии эффективности применения искусственного камня.

Самым распространенным материалом с древних времен, являлся природный камень. Каменная кладка стены и фактура самого камня, это важнейшие конструктивные и декоративные элементы архитектуры – светской, культовой, оборонной. Существует огромный спектр. Из них самые распространенные камни: мрамор, гранит и известняк. Данный материал прочный и устойчив к следующим природным факторам: снегу, ветру, дождю, солнечным лучам и т.д.

Для дизайна камень, безусловно, актуален, т.к. имеет естественную природную красоту. Помимо этого, облицовочные плиты из камня могут иметь различные формы, рельефы и размеры. На сегодняшний период активного развития дизайна городской среды, быстрого строительства, и реновации, единственным недостатком натурального камня является его

исчерпывающие ресурсы и вес. Данный материал плотный и довольно тяжелый, дает на фасадные стены и фундамент довольно существенную дополнительную нагрузку, и в некоторых случаях, со временем отдельные элементы каменной облицовки отстают и отваливаются от стен. Такие явления могут быть связаны с разной степенью теплового расширения тяжелых камней и крепящего их к стенам раствора.

С точки зрения развития технологий и дизайна гораздо более эффективный материал – искусственный камень, создаваемый на полимерной основе с включением наполнителей. Это композитный материал, получаемый методом литья в специально подготовленную форму. Технология производства подразумевает широкие возможности для изменения эстетических свойств камня. Композитный аналог натуральных камней позволяет использовать широкий спектр цветовых оттенков и не ограничивается сложностью форм и размеров изделия. Так же благодаря использованию полимеров в качестве связующей добавки, достигаются высокие эксплуатационные свойства данного материала. Кроме того, данный материал значительно легче природного камня и имеет более рентабельную цену.

Цель данной работы заключается в изучении возможности широкого спектра применения искусственного камня, как материала для облицовки и дизайна фасадов, на смену натуральному.

Так как внешняя среда – это агрессивная среда, шум, перепад температуры воздуха, то защита должна отвечать множеству требований: прочность; водопоглощение; морозостойкость и теплостойкость; кислотостойкость; истираемость; долговечность; экологичность; удельный вес; плотность; цвет.

Искусственный камень данным требованиям отвечает. В табл. 1 приведена сравнительная характеристика свойств натурального мрамора, как самого популярного облицовочного материала с искусственным мрамором.

Таблица 1 – Сравнительная характеристика свойств

Свойства	Натуральный мрамор	Искусственный мрамор
Плотность	2600-2900 кг/м.куб	18000-2200 кг/м ³
Водопоглощение	0,15-0,5%	0,15-0,7%
Пористость	0,6-3,5%	–
Истираемость	от 0,40 до 3,20 г/см.кв	0,45 г/см.кв
Удельный вес	2,6 до 2,8 Н/м.кв	1,5 Н/м.кв

Исходя из сравнительных данных, мы видим, что показатели искусственного мрамора почти не уступают натуральному, а удельный вес искусственного материала почти в два раза ниже. Что касается цвета и характерного рисунка, то искусственный мрамор по своей текстуре схож с натуральным. Что касается плотности, искусственный камень имеет показатели чуть меньше, но у него есть большое преимущество в том, что

данный материал легко восстанавливается при механических повреждениях. С позиции экологичности материалов, которые человек использует и которыми окружает себя, натуральному мрамору не уступает и искусственный камень, так как его делают из материалов естественного происхождения. И, наконец, искусственный камень можно монтировать на любые поверхности: поверхность, покрытая краской, поверхность оштукатуренная, одно- или многослойная облицовка, газобетонный блок, стена бетонная, кирпич силикатный, кладка из обычного или керамического кирпича, пустотелые бетон, кирпич или пемзобетон, дерево, пенополистирол (утеплитель), гипсокартон или гипсовая панель, панель из ДСП.

Выявлены показатели по долговечности и ударостойкости, которые превосходят характеристики естественных аналогов. Отмечены технико-физические достоинства, стойкость конструкций к процессам разрушения под действием внешних факторов, поэтому его можно использовать в открытом пространстве. А также возможность уникальных цветовых и текстурных решений для создания вариантов облицовки: плитки, фасадных панелей, каменных досок. Со временем фактура на поверхностях не тускнеет даже в неблагоприятных условиях эксплуатации. Таким образом, художественная функция совпадает с утилитарно-практической и экологической функциями.

Данные показатели в области современной технологии приводят к ответу на вопрос о положительных критериях эффективности применения литого искусственного камня в проектах реконструкций и проектировании любых типов форм архитектурной среды. С помощью подобного искусственного камня, на сегодняшний день, можно вывести дизайн на качественно новый уровень.

Список использованных источников:

1. Ле Корбюзье «Уточнения по поводу современного состояния архитектуры и градостроительства» (Précisions sur un état présent de l'architecture et de l'urbanisme, Le Corbusier, 1930)

2. Технические характеристики и свойства мрамора.
<http://stroyres.net/kamennye-materialy/mramor/natyralny/svoystva-harakteristiki.html>

3. Монтаж искусственного камня на разные поверхности.
<https://remonthome.com/montazh-iskusstvennogo-kamnya-opyt-professionalov>

4. Энтони Уайт, Брюс Робертсон «Архитектура. Формы, конструкции, детали». Иллюстрированный справочник. Москва АСТ Астрель 2005

© Береснева В.Л., Домовцева Н.В., 2019

УДК 67.03

Береснева В.Л., Федоров М.В. ЭВОЛЮЦИЯ МАТЕРИАЛА ШАХМАТНЫХ ФИГУР

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

История шахматной фигуры начинается с индийской легенды про брамина, который придумал для своего раджи увлекательную игру на доске, с фигурами разных экзотических животных, они выполнялись из кости слона. Также существуют версия, что шахматная игра была изобретена в Китае, однако большинство ученых сходятся во мнении, что первые шахматы появились в 5-м веке [1].

Данная интеллектуальная игра до сих пор остается востребованной, а значит, и ее атрибуты требуют постоянного совершенствования и модернизации.

Фигуры «живут» на шахматной доске долгими веками именно за счет своего материала, будь он из кости, дерева или металла. Мастера средневековья отдавали предпочтение не вопросам цены и доступности, связанным с торговлей и географией, а выбирали материал исходя из соображений символического порядка, мировосприятия и воображения людей. Так вплоть до XIII века самым популярным материалом, из которого изготавливались шахматы, была кость.

Благородная кость для людей средневековья – материал, не похожий ни на какой другой, столь же редкий и изысканный, как золото и драгоценные камни, но еще более примечательный своими физическими качествами, а также целебными и оберегающими свойствами. Во многих текстах восхваляются ее белизна, прочность, чистота и долговечность. Есть также множество свидетельств, особо указывающих на то, что благородная кость считалась живым материалом. За ней всегда стоит конкретное животное, со своей историей, легендой, мифологией: прежде всего слон, но также кашалот, морж, нарвал и даже гиппопотам. Каждое из этих животных обладает характерными символическими свойствами и дает свою особую кость. В XIV веке фигуры из кости начали покрывать золотом, инкрустировать драгоценные камни и металл.



Рисунок 1 – Французские шахматы из слоновой кости эпохи Людовика XIV, изображающие III Пуническую войну: римляне сражаются с карфагенцами, которых возглавляет Ганнибал. Собрание А. Хаммонда

В XV веке начали использовать более «податливые» животные материалы: воск, амбра, коралл. Однако эти материалы не прижились, так как быстро теряли свои эстетические свойства.

С развитием популярности шахмат более дорогую и сложную в обработке кость стали заменять деревом. Игрокам этого периода присуще выражение «двигатели деревяшек», что остается и по сей день.

В XVII веке для украшения шахматных фигур стали использовать кристаллы, полудрагоценные камни и различные горные породы, а к концу века – металл, золото и серебро.

В настоящее время люди не предадут значение символике материалов, это позволяет современному производству в полной мере оттолкнуться от выбранного художественного решения в сопоставлении с экономически целесообразными и технологическими возможностями.

Однако сегодня для массового потребления дерево так и остается ведущим материалом для изготовления шахматных наборов. С развитием новых методов производства и обработки материала огромную популярность получил пластик. Этот материал удобен для изготовления шахмат разного размера: он легкий, прочный, легко поддается формообразованию, может противостоять воздействию на него агрессивных сред, а главное, очень дешевый. Недостатком изделий из пластика, является его низкая эстетическая ценность [2].

Дизайнеры и технологи всегда находятся в поиске дешевого и привлекательного материала, таким материал в XX веке стал искусственный камень. Это материал на полимерной основе смотрится так же благородно, как и настоящий камень или кость, а по некоторым механическим и технологическим характеристикам даже превосходит традиционные материалы.



Рисунок 2 – Шахматы, изготовленные из искусственного камня.

Материалы, известные на сегодняшний момент, используемые при производстве шахматных наборов могут быть самые разнообразные.

Ультрасовременным материалом, из которого была изготовлена шахматная фигура является Karta-Pack (Карта-Пак). Материал на ощупь напоминает хлопок, но обладает жесткостью пластика. Он создан из переработанных волокон хлопка. Применяется для изготовления детских игрушек и элементов интерьера.

С изобретением 3D-принтера, умельцы стали печатать шахматные фигуры из ABS-пластика и PLA-пластика, однако от такого нововведения фигуры приобрели лишь необычную форму, задуманную автором, при этом оставаясь все такими же непривлекательными. Распечатанные на 3D-принтере предметы всегда смотрятся хуже, чем вещи, изготовленные традиционными методами. Эту проблему решил материал Tethonite (Тесонит). Это сложное керамическое вещество, полученное с помощью 3D-печати. После печати готовые фигуры шахмат обжигают в печи для витрификации – перехода в стеклообразное состояние. В отвердевшем состоянии фигуры выглядят точно так же, как и обычная керамика, изготовленная вручную или на промышленном оборудовании [3].

Еще одним инновационным материалом для шахмат стал Partic (Паптик). На вид это что-то среднее между бумагой и пластиком. Материал выделяется тем, что на него легко нанести практически любое покрытие и создать любую фактуру.

Для производства изделий бытового назначения в том числе и шахматных фигур все больше используются переработанные материалы состоящие из разных перемолотых отходов склеенных между собой с добавлением песка.



Рисунок 3 – Голограмма шахматной партии, созданная с помощью метаматериала

XXI веку характерна глобальная цифровизация. С повсеместным развитием компьютерных технологий старинную игру перенесли в цифровую программу. Примером такой технологии является субволновая визуализация. Однако её воплощение невозможно без специализированных метаматериалов. Метаматериалом можно назвать любой материал, который приобретает свои свойства от структуры, а не состава. Такие материалы обладают отрицательным индексом преломления. Метаматериалы используются для создания изделий с необычными оптическими свойствами, а также для создания совершенных голограмм в том числе и голограмм шахматных фигур [4].

Мир развивается довольно стремительно, появляется все больше совершенных материалов, в которых дизайнеры и технологи могут воплотить древнюю интеллектуальную игру – шахматы.

Список использованных источников:

1. Гродзенский С.Я. Шахматы в жизни учёных. М.: «Наука», 1983. – 168 с.

2. Адашкин А.М., Красновский А.Н. Материаловедение и технология металлических, неметаллических и композиционных материалов М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2018. – 400 с.

3. На пульсе трехмерного мира [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.3dpulse.ru/>, свободный – (15.10.2019)

4. Nader Engheta, Richard W Ziolkowski. Metamaterials: Physics and Engineering Explorations. — John Wiley & Sons & IEEE Press, 2006. – 440 с.

© Береснева В.Л., Федоров М.В., 2019

УДК 712.2/791

Бетоева Е.А., Спектор Г.З., Заева-Бурдонская Е.А. **ОСОБЕННОСТИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ AR НАВИГАЦИИ (ДОПОЛНЕННОЙ РЕАЛЬНОСТИ) В ЛЕСОПАРКОВОЙ ЗОНЕ**

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

Жизнь современного человека наполнена гаджетами, которые быстро совершенствуются на основе стремительно развивающихся инновационных технологий [3]. До сих пор не прекращаются споры о значении и влиянии этих устройств на жизнедеятельность человека. Несомненно, они делают человеческое существование более функциональным и улучшают качество жизни, но потенциал некоторых технологий не раскрыт в полной мере и многие пользователи испытывают трудности, при их использовании. Особую роль играют технологии взаимодействия человека и среды, а также технологии ориентирования людей в пространстве. Проблемы навигации включают понятия психологического, эмоционального и культурно-информационного комфорта среды [4]. К тому же, это важный аспект безопасности человека, при передвижении на территории. В эпоху информационно – коммуникационных технологий большинство людей используют навигационные приложения для построения маршрутов. Однако, и сегодня существуют городские территории, где современная техника не работает в полной мере. К таким территориям можно отнести леса, заповедники и другие, подобного рода объекты. Эти проблемы затрагивают, в том числе, и территорию Национального парка «Лосиный остров» [5].

Национальный парк «Лосиный остров» находится на юго-востоке Москвы и занимает площадь 11 тыс. га [6, с. 379]. Он является крупнейшим лесным массив в Москве и среди лесов, расположенных в черте городов [7]. Это особо охраняемая зона федерального значения, категория II по классификации МСОП [15]. Учитывая специфику территории, можно выделить два основных фактора, которые затрудняют ориентирование посетителей. Это большая площадь территории и высокая плотность произрастания лесного массива [1]. В ходе нашего исследования

был проведен опрос, результаты которого выявили проблемы навигации на территории парка «Лосиный остров». 90% респондентов испытывали дискомфорт, который связан с проблемами ориентирования в лесопарковой зоне, 85% – считают навигационное оборудование парка устаревшим и не эффективным, 70% – одобряют внедрение в навигацию современных интерактивных мультимедиа технологий.

Колоссальные масштабы лесопарка негативно сказываются на эффективности имеющейся навигации (металлические стенды с картами, столбы-указатели). Именно из-за размеров парка, это оборудование не функционирует должным образом: указатели находятся слишком далеко друг от друга, присутствуют в малом количестве, а стенды подвергаются вандализму в «глухих» районах. Высокая плотность растительности и высота деревьев (около 20 метров) также негативно влияют на ориентирование [1, с. 8]. У туристов затруднен обзор территории, не везде есть возможность свободного прохода сквозь лесной массив (из-за плотности лесополосы) [8, с. 8].

97% опрошенных посетителей парка Лосиный остров пользуются различными навигационными сервисами для смартфонов. Сегодня существует ряд навигационных систем, которые использует практически каждый горожанин, но даже они не всегда в силах помочь, когда речь идет о сплошном лесном массиве. Особенности топографического обозначения парка в существующих навигационных системах (Google maps, Yandex карты) являются еще одним фактором, усложняющим процесс ориентирования в лесопарке. На картах таких приложений, парк изображен одним сплошным объектом с малым количеством троп и дорог. Из-за этого туристы не могут «построить маршрут» и ориентироваться в лесополосе. Осложняет ситуацию и то, что развилки, повороты лесопарка выглядят абсолютно одинаково. При этом, отсутствуют «ориентиры», например, как в городской среде (номера домов, названия улиц).

Перечисленные факторы делают невозможным использование стандартного мобильного навигатора и имеющихся элементов навигации. Очевидно, что для данной проблемы необходимо современное решение, которое было бы доступно, антивандальное и бюджетное для внедрения.

Анализ навигации общественных пространств, где люди испытывают затруднения при ориентировании (иностранные аэропорты, зарубежные торговые центры и некоторые вокзалы) показал, что одним из самых инновационных способов решения этой проблемы оказалось внедрение AR технологий.

AR – это технология дополненной реальности (англ. augmented reality), результат введения в поле восприятия любых данных [16, с. 1]. Дополненную реальность (AR) надо отличать от виртуальной (virtual reality, VR) и смешанной (mixed reality, MR) [2, с. 23]. Самые распространённые устройства для воспроизведения AR – это смартфоны,

которые могут быть помещены во вспомогательные устройства (HOMIDO Grab, cardboard и т.д.) [11, с. 1]. Современная промышленность выпускает AR-очки и AR-мотоциклетные шлемы, однако, из-за большой стоимости и малодоступности этих гаджетов их использование является проблематичным. Остановимся на смартфонах с поддержкой AR и принципах работы дополненной реальности.

Существует множество вариантов алгоритмов и механизмов работы AR-приложений. Они различаются между собой по системным движкам, количеству задействованных датчиков, написанию программного кода и т.п. [17]. Для описания работы дополненной реальности можно разделить AR приложения на 3 большие группы по принципу воспроизведения контента с точки зрения пользователя:

1. Приложения, использующие привязку к маркерам.
2. Приложения, использующие привязку к окружающему пространству реальной среды.
3. Приложения, использующие GPS привязку.

Привязка к маркерам (меткам) позволяет помещать в AR практически любой контент (анимацию, 2d-изображения, 3d-модели и т.д.). Для использования приложения с таким функционалом необходимо: устройство с возможностью воспроизведения AR; маркер (метка). В роли метки выступает графическое изображение, которое помещено на любую поверхность в реальном мире. Основные условия для создания маркера – это контрастность по цветовому тону и наличие углов в изображении (для упрощения процесса распознавания). Часто в качестве AR маркера используют QR код. Контент приложения воспроизводится, при наведении камеры устройства на метку. Экран гаджета отображает окружающий мир (вид с камеры) и совмещает его с виртуальным содержанием приложения.

«Привязка к пространству» рассчитана на воспроизведения контента без маркеров и может использовать такие технологии как SLAM, Google Tango и т.д. Это способ распознавания окружения и местоположения камеры, путем разложения картинки на геометрические объекты и линии. Программа будет воспроизводить контент, основываясь на геометрии реального окружающего пространства. В некоторых приложениях технология способна запоминать архитектурную среду физического мира и автоматически помещать в нее содержание программы. Например, с помощью «AR привязки к пространству» можно разместить 3d-модель прямо в интерьере [18].

AR с привязкой к GPS позволяет располагать контент в определенной точке координат реального пространства. При перемещении человека (по планете Земля), содержание программы будет воспроизводиться только в определенной локации, которая задана широтой и долготой.

Рассмотрим существующие аналоги навигаторов дополненной реальности. Одним из приложений, которое использует технологию AR, для решения проблем с навигацией аэропорта, является «аэропорт Gatwick». Данный навигатор разработан для ориентирования между терминалами аэропорта Gatwick. Это технологическое решение получило премию в номинациях «Мобильная инновация года» и «Мобильное приложение года» на национальной технологической выставке в Англии. Его особенностью является, что при наведении камеры на маркеры, Gatwick показывает направление движения стрелками в AR пространстве аэропорта [19].

Еще одним примером приложения, для ориентации в пространстве торговых центров «Lowe's» в США, является «Lowe's: In-Store Navigation» [13]. Данное приложение рассчитано на смартфоны с поддержкой Google Tango и помогает прокладывать маршрут по AR стрелкам между стеллажами магазина [10]. Однако к минусам этого навигатора относится то, что не все смартфоны оснащены необходимыми датчиками для поддержки Google Tango.

Другой пример AR приложения для навигации в пространстве – это Google maps, со встроенной системой AR [12]. Это программа, которая строит маршрут до выбранной точки и помогает ориентироваться в городском пространстве. Одним из механизмов работы приложения является GPS привязка, которая помогает видеть AR номера зданий и названия улиц. На апрель 2019г. одним из недостатков приложения является «засоренность пространства» из-за большого количества надписей домов и других объектов [14].

Исследование прототипов и принципов работы позволило выявить основные варианты работы AR приложений, применимых для навигационного приложения национального парка «Лосиный остров»: AR навигатор с GPS привязкой; AR навигатор с привязкой к маркерами (дополнение к варианту с GPS).

В отличие от городской среды, приложение с GPS привязкой не будет «засорять» виртуальное пространство надписями, как в случае с приложением Google maps (в лесопарке нет такого количества названий). Благодаря этому, навигатор будет легче использовать. При дополнительном совмещении с маркерами (расположив их на территории), можно достигнуть автономной работы без подключения к интернету.

По результатам исследования, можно сделать вывод, что для организации пространства лесопарковых зон большой площади, эффективным вариантом решения проблемы ориентирования, может стать приложение AR навигации [9]. Такое приложение будет способствовать развитию национального парка «Лосиный остров», а также станет востребованным в схожих лесопарках. На сегодняшний день, подобных AR приложений для лесопарков на территории РФ не существует, но,

несомненно, их разработка и внедрение будут способствовать расширению возможностей городской навигации.

Список использованных источников:

1. Благоустройство лесов зеленых зон: рекомендации - Ленинград, 1984. - 54 с.
2. Джонатан Линовес «Виртуальная реальность в Unity» - Москва, 2016
3. Жук Ю. А. Мультимедийные технологии: учебное пособие – Сыктывкар, 2012. – 271 с.
4. Кашин В.Б. Основы теории коммуникации, 2007г.
5. Мавлютова О.С. «РОЛЬ ПАРКОВ В ЖИЗНИ ГОРОДА» - СПб, 2004
6. Москва: Энциклопедия - Москва, 1980. - 687 с.
7. Российская академия наук Институт лесоведения Национальный парк «Лосиный остров» «Лосиноостровская лесная дача в 1767 году» из истории Национального парка лосиный остров 2005г.- Абатуров А.В.
8. Фотоальбом «Лосиный остров знакомый и незнакомый». Научно-популярный рассказ в картинках о природе Национального парка «Лосиный Остров» 2012
9. Эдвард Труч. Умные парки: доклад – Великобритания, 2018.
10. 3D today – (информационный портал) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://3dtoday.ru/blogs/top3dshop/as-the-google-project-tango-will-change-your-life/>, свободный – (06.10.2019)
11. Cardboard – (информационная платформа) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vr.google.com/cardboard/> , свободный – (06.10.2019)
12. Vrgeek – (новостной портал) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vrgeek.ru/beta-versiya-kart-google-maps-ar-navigation-teper-dostupna-na-ios-i-android/>, свободный – (06.10.2019)
13. Vrgeek – (новостной портал) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vrgeek.ru/lowe-predstavili-ar-navigatsiyu-po-magazinam/>, свободный – (06.10.2019)
14. Youtube – (видео хостинг) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=VXeBT7OBiTs> , свободный – (06.10.2019)
15. Википедия (интернет энциклопедия) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Лосиный_Остров, свободный – (06.10.2019)
16. Википедия (интернет энциклопедия) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Дополненная_реальность, свободный – (06.10.2019)

17. Марксент (3d платформа) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.marxentlabs.com/markerless-augmented-reality-google-tango-slam-marxent/>, свободный – (06.10.2019)

18. Хабр - (информационный портал) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://habr.com/ru/post/419437/>, свободный – (06.10.2019)

19. Хабр - (информационный портал) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vrgeek.ru/ar-prilozhenie-ot-gatwick-bylo-udostoeno-nagrady/>, свободный – (06.10.2019)

© Бетоева Е.А., Спектор Г.З., Заева-Бурдонская Е.А., 2019

УДК 7.05

Бибаева Л.В., Ковалева О.В. ПРОБЛЕМЫ ТРИКОТАЖНОЙ МОДНОЙ ИНДУСТРИИ В РОССИИ

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

В современном мире темпы развития трикотажной индустрии сильно увеличились. Трикотаж разного вида и назначения становится все более востребованным среди потребительской аудитории как во всем мире, так и, в частности, в России. Тому есть объективные причины. Среди них положительные свойства изделий из трикотажа – комфорт и эргономичность, которые так необходимы современному человеку в связи с высоким темпом жизни. Кроме того, изделия из трикотажа являются макро-трендом в фэшн-мире, поэтому будут еще долго востребованы в модных кругах. Повышенный спрос на трикотаж сделал создание трикотажных изделий выгодным видом производства.

Однако потребительский спрос еще не определяет успешность трикотажного производства. В индустрии существует большое количество проблем, с которыми сталкиваются как новички, так и зрелые бренды. Прежде всего, на модную индустрию в целом влияют санкций запада, из-за которых увеличились стоимость материалов, и соответственно, себестоимость товаров. Кроме того, значительно снизилась покупательная способность целевых потребителей во всех ценовых сегментах. В результате российским компаниям приходится идти на невыгодные меры: уменьшать количество изделий и размерный ряд коллекции, выбирать более дешевое сырье и фурнитуру, уменьшать количество машинных и ручных операций в одной модели и прочее.

Дизайнер по трикотажу и создатель бренда NORSOYAN Людмила Норсоян следующим образом раскрывает специфику производства трикотажа: «...Огромные капиталовложения в специальные здания, мощное оборудование, стратегические запасы сырья и высокая стоимость обслуживания производственных процессов, таких, как электроэнергия, вода, воздухоочистительные системы, техническое обслуживание и

большой коллектив, приводят к жесткой необходимости соблюдать определенные производственные графики и выдерживать определенные, экономически целесообразные и для производства, и для заказчика, объемы производства» [2]. Трикотажные отечественные фирмы на этапе становления не способны конкурировать по объему партий с масс-маркетом, выпускающим от 300 единиц модели, представленной в нескольких размерных рядах и цветовых решениях. Российские бренды (Brusnika, Ksenia Seraya, DEERZ), занимающие передовые позиции в отечественной модной трикотажной индустрии, нашли пути решения данной проблемы, позволяющие оставаться производству рентабельным. Во-первых, изготовление товаров малыми партиями под заказ или производство изделий на собственных небольших фабриках. Во-вторых, изготовление изделий класса премиум и люкс. Для того чтобы соответствовать высокому классу бренда, в производстве используются натуральное импортное сырье, поскольку в нашей стране нет достаточного количества собственного сырья. В России отсутствует овцеводство для производства шерсти, для создания шелковой нити отсутствуют благоприятные климатические условия, хлопок в страну в основном привозят из ближнего зарубежья. Поэтому в трикотажном производстве используется импортная пряжа, более качественная по сравнению с российской, а также комбинации более простых базовых пряж (в том числе российских) с более сложными и нестандартными. Помимо этого, страна не обладает также собственным производством современных машин для создания трикотажа, способного конкурировать с импортными передовыми машинами, что так же усложняет условия для становления трикотажного бренда.

Важной особенностью трикотажного производства является тот факт, что процесс проектирования изделия и коллекции происходит в обратном порядке. Только в трикотаже дизайн начинается с вопроса «сколько будет стоить вещь в рознице» [2]. От величины стоимости далее определяется, какое выбрать сырье и способ производства, сколько времени будет затрачено на вязание. Для премиум-сегмента и сегмента люкс используется наиболее дорогостоящий регулярный способ производства, поскольку ему соответствует меньшая производительность и техническая сложность исполнения, соответствующие классу бренда.

Одной из острых проблем в трикотажной модной индустрии является отсутствие высококвалифицированных специалистов по трикотажу: конструкторов, технологов, швей, дессинаторов, дизайнеров. Главная причина данной проблемы – низкое качество образования в специализированных вузах страны. Учебные программы, техническое оснащение на кафедрах устарели и не соответствуют реальному состоянию дел на производстве. Практика на производстве позволяет постепенно адаптироваться к работе таким специалистам, как конструкторы,

технологии. Но та же задача для дизайнера, в работу которого входит не только непосредственно художественное проектирование трикотажных изделий, но и взаимодействие с каждым из специалистов на всех этапах производства, может стать совершенно невыполнимой.

При создании трикотажного бренда необходимо не только учитывать экономическую ситуацию, но и ориентироваться на социальные предпочтения, для того чтобы оправдать запросы потенциального покупателя. Для того чтобы оставаться востребованными, брендам необходимо систематически взаимодействовать со своей целевой аудиторией, проводя различные мероприятия по повышению узнаваемости бренда, увеличению и поиску новой целевой аудитории и др. Важное значение для решения подобных задач имеют социальные сети, в частности Инстаграм, а также участие в выставках, Неделях моды и других мероприятиях.

Таким образом, трикотажная модная индустрия в России продолжает развиваться. В сфере существует достаточно большое количество задач, которые решаются брендами собственными силами в одиночку. Огромные капиталовложения, затраты на производство, значительные издержки, отсутствие квалифицированных специалистов по трикотажу от технологов до дизайнеров – все эти проблемы, с которыми сталкиваются российские модные бренды, значительно тормозят развитие российской трикотажной индустрии и нуждаются в глобальном решении.

Список использованных источников:

1. Попова Н. «Российский fashion-рынок: предварительный прогноз на 2019» // «FashionUnited», 27. 12. 2018, <https://fashionunited.ru/novostee/beezyes/rossijskij-fashion-rynok-predvaritelnyj-prognoz-na-2019-g/2018122724375>;

2. Работа К. «Как устроена трикотажная индустрия в России», <https://www.be-in.ru/photo/37505-kak-uctroena-trikotazhnaya-industriya-v-rossii/>;

3. Серая К. Есть ли будущее у ручного труда, и почему не стоит связываться с инвесторами? / беседовала Корнеева М // «Материальная культура», 30. 11. 2018, <https://materiality.info/2018/11/30/seraya/>;

4. Фирсова К. Олени в тренде. Как открыть производство вязаной одежды и зарабатывать 15 млн рублей в год // Бизнес журнал «Жажда» <https://zhazhda.biz/cases/deerz>;

5. Ямщикова О. BRUSNIKA// «The Village» <https://www.the-village.ru/village/business/specials-business/280568-brusnika>.

© Бибаева Л.В., Ковалева О.В., 2019

УДК 687.021

Брагина П.С., Коковина М.В., Жуковская А.Н. ОПТИМИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА КОНСТРУИРОВАНИЯ И МОДЕЛИРОВАНИЯ ИЗДЕЛИЙ ПРИ ПОМОЩИ ПРОСТЫХ МАТЕМАТИЧЕСКИХ ВЫЧИСЛЕНИЙ

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

Дизайн одежды – обширная область, включающая в себя аналитическую часть, проектно-графическую и технологическую. Главной задачей дизайнера становится вопрос о выборе методики для лучшей подачи своей формы и идеи. Следовательно, главные векторы его деятельности направлены на две первых сферы создания чего-то отличительно нового, ещё не вписанного в технологическую матрицу ассортиментного ряда. Следовательно, при начальном проектировании целесообразно выбирать методики для конструирования, подходящие по целому ряду параметров: простота понимания и исполнения, легкость в изменении элементов чертежа по размерным признакам, быстрота выполнения.

Методика «Любакс», построенная по матричной системе мерок обеспечивает пользователя всеми характеристиками при выполнении необходимой работы.

Создание формы главным образом зависит от учета припусков и технологических прибавок в конструкцию изделия. Получение нового силуэта включает в себя учёт особенностей сферы применения одежды, физиологических особенностей потребителя, рассмотрение комфортных практико-функциональных деталей, расчёт изменений положения вещи при переходе из плоскостного состояния в объём [1], распределения нагрузки на разные части изделия в зависимости от расположения кроя.

Для охвата необходимых физических свойств методика конструирования предусматривает простую геометрическую формулу на основе представления обхватов человеческого тела в качестве «срезов-сегментов». Эллипсоидно-кривые замкнутые контура упрощаются и рассматриваются проектировщиком как окружность с заданным центром в точке O [2]. Длина данной окружности – обхват определенной области. При создании объёма дизайнер определяет «люфт», появляющийся при изменении формы изделия – это будет являться визуальной прибавкой к радиусу данной окружности. Чтобы получить необходимый припуск изделия, необходимо применение формулы: Длина окружности равна произведению диаметра этой окружности на математическую константу « π ».

Простота алгоритма выполнения расчёта и его понимание в пространственно-плоскостном изображении позволяет решить многие задачи при проектировании нового изделия.

Дизайн одежды выполняет функцию не только утилитарную, но и социально-эстетическую, визуально-коммуникативную, информативную и многие другие. Важно, чтобы человек чувствовал комфорт и уверенность, чтобы у него была возможность выбирать и выглядеть стильно, чтобы вещи сидели хорошо. Одежда способствует самоутверждению и творческому самовыражению, уважению и самоуважению, признанию статуса, вызывает положительные эмоции от чувства неповторимости, новизны и модности. Предметы костюма массового промышленного производства подходят не всем, это усредненные данные измерений и основанные на них построения. Фигура человека может сильно отличаться от заданной производителем технологического ряда и требовать совершенного нового, иного формообразования.

Для индивидуального изделия может требоваться много или мало конструктивных изменений в зависимости от особенности фигуры человека и выбранной модели. Достаточно разобраться один раз в особенностях строения человеческого тела и запомнить необходимые дополнительные измерения, чтобы использовать их как осмысленную логику преобразований пространственных элементов в плоскость и обратно [1, с. 133].

Корректировка основы происходит в зависимости от степени сутулости, длины и скоса плеча, полноты руки, степени выпуклости груди и живота и т.д. Для выполнения в материале была выбрана цельнокройная модель пальто с воротником-шалькой. Такое решение основывается на том, что все проблемные зоны скрывает свободный силуэт, не акцентирующий внимание на руках, груди или животе. Данная модель является простой для понимания и построения с изменениями в соответствии с индивидуальными измерениями.

Дополнительные измерения, учитывающиеся при построении индивидуальной конструкции:

Степень развитости трапецевидной мышцы или же наличие жировика (по системе «Любакс» - j) [2, с. 40];

Степень сутулости определяется визуально, изучается контур фигуры выше талии, делится на три степени: малая, средняя и большая (по системе «Любакс» - mc) [2, с. 41];

Степень выпуклости живота определяется отрезком от яремной впадины до самой выпирающей точки живота (по системе «Любакс» - mj) [2, с. 44];

Смещение линии талии и оформление ее плавной кривой [2, с. 44];

Расположение груди: завышенное, заниженное (по системе «Любакс» - g2) [2, с. 44];

Выпуклость груди от яремной впадины до самой выступающей части груди (по системе «Любакс» - $mг$) [2, с. 44].

Пунктирным контуром a на рис. 1 обозначена базовая основа системы конструирования «Любакс». Красным контуром b указывается на изменение конструкции с учетом степени сутулости и жировика на спинке и увеличение нагрудной вытачки на полочке. Конструкция разрезается в точке наибольшего изгиба позвоночника c и раздвигается, выступающие части d и e измеряются и переносятся к боковому шву, для жировика разрезается линия f от среднего шва к срезу плеча, и раздвигается. Нагрудная вытачка увеличивается за счет дополнительного построения квадрата $mг$, который рассчитывается индивидуально. Зеленым контуром g обозначены изменения с учетом выпуклости живота, полноты руки и перегиба на линии талии. Пройма базовой конструкции углубляется, добавляется объем у среднего шва полочки и срезается у среднего шва спинки. Также уравнивается плечевой срез, «поднимается» с учетом изменения горловины спинки (жировик). Изменение линии талии на истинное положение. Подробную информацию и инструкции к построениям можно найти в книге «Крой без тайн» [2, с. 40-44].

На рис. 1 моделируем шальку, отступаем расстояние от основания горловины для свободы движения, строим перпендикуляр h равный длине горловины к плечевому шву, откладываем второй перпендикуляр i к линии h равный отлету воротника, угол между линиями i и j также равен 90° , далее моделируем необходимую форму воротника. Моделируем цельнокроеный рукав, обязательно уравниваем длину шва и продумываем свободу движения.

Для модели был выбран косой крой, который обеспечивает особый силуэт прилегания, мягкие линии, свободу движения и комфорт. Драпировки и фалды создают визуальный эффект, акцентируют внимание на складках, а не на фигуре человека. Наиболее интересно смотрится клетка, которая лежит под углом 45° . Диагональные линии задают движение костюму, скрывают асимметрию в фигуре [3]. Поэтому для пальто было выбрано трикотажное полотно с динамичной модной клеткой, актуальных, но не слишком ярких оттенков, соответствующих вкусу, возрасту и социальному статусу заказчицы. Результат проделанной работы представлен на рис. 2.

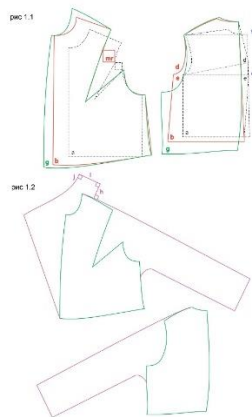


Рисунок 1.



Рисунок 2.

Список использованных источников:

1. Г.И.Петушкова “Трансформативное формообразование в дизайне костюма”
2. Л.Я.Красникова-Аксенова “Крой без тайн”
3. С.Беляева-Экземплярская “Моделирование одежды по законам зрительного восприятия”

© Брагина П.С., Коковина М.В., Жуковская А.Н., 2019

УДК 76

Бралгин Е.Ю., Катасонова О.С. МЕТОДИЧЕСКАЯ ЦЕННОСТЬ МОНОТИПИИ В КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ АССОЦИАТИВНО-ОБРАЗНОГО МЫШЛЕНИЯ УЧАЩИХСЯ

Алтайский государственный гуманитарно-педагогический университет
им. В.М. Шукшина

«Монотипия – вид печатной графики. Техника монотипии заключается в нанесении красок от руки на идеально гладкую поверхность печатной формы с последующим печатанием на станке. Полученный на бумаге оттиск всегда бывает единственным и уникальным» [2. с. 18]. Для произведений, выполненных в технике монотипии, характерны тонкость цветовых отношений и плавность очертаний форм. Монотипия – техника свободы. Это уникальная техника, отражающая в себе оттиски необычных узоров, которые впоследствии образуют неповторимую картину.

Основными представителями монотипии в отечественном искусстве являются Елизавета Кругликова, Александр Шевченко, Ростислав Барто, Адриан Каплун, Константин Рудаков, Давид Боровский, Валентин Левитин, Евгений Михнов-Войтенко. Появление монотипии в России связано с именем Елизаветы Сергеевны Кругликовой в начале XX века. Именно она, сама того не подозревая, смогла открыть данную технику печати. «Мне не хватало времени, чтобы делать офорты, и вот я нечаянно сделала монотипию, не зная даже, что это именно монотипия!» – так рассказывала художница об освоенном ею в 1909 году способе печати» [4]. Елизавета Кругликова активно пропагандировала монотипию в России. В своих произведениях художница изображала спокойные, камерные пейзажи, натюрморты в сдержанной гамме. Во всех ее работах существует нежный колорит, основанный на пастельных и приглушенных тонах, способный передавать гармонию, умиротворение и внутренний покой души художницы.

Современная монотипия более формально и эмоционально разнообразна. С наступлением 21 века техника монотипии становится все сложнее. Художники все больше усложняют получаемый образ, экспериментируют с различными красками и фактурами; вместо плоской поверхности используют рельефные, всевозможные сложные основы, дающие при оттиске разнообразие текстур эстампа.

Можно выделить таких современных художников, работающих в технике монотипия, как Анатолий Шмуэль Шелест, Арина Даур, Юрий Штапаков и многие другие.

Хотелось бы обратить внимание на работы Арианы Даур. Для нее монотипия является некой тайной, которую невозможно выразить словами. Действительно, эстампы художницы таят в себе множество секретов. Когда смотришь на работы Арианы Даур, возникают вопросы, почему все ее монотипии созданы в черно-белом, ахроматическом колорите. Думаю, своей цветовой гаммой художница не хотела отвлекать внимание зрителей от самого главного, от образа героя. Ей удалось создать такие неповторимые шедевры, будто все эти печатные изображения не случайны, кажется, она намерено подбирала каждый мазок и прокладывала им направление краски. В ее работах экспрессия и случайность, свойственные монотипии, как-то очень гармонично сочетаются с продуманностью образа, движения персонажа.

Как было подмечено Адрианой Даур, техника монотипии максимально пробуждает фантазию и интуитивное образное мышление. Действительно, занятие монотипией дает множество возможностей в совершенствовании, развитии и обогащении нашего мышления. Именно занятие монотипией пробуждает нашу фантазию и развивает ассоциативно-образное мышление.

«Ассоциативно-образное мышление говорит само за себя – это отражение модулей жизни посредством ассоциации» [1, с. 171]. Из определения возникает логический вопрос: «Что же такое ассоциации?» «Академик И.П. Павлов считал, что «воздействие внешнего мира на наше собственное внутреннее состояние формирует в коре головного мозга сложные нервные процессы, связи» [1, с. 207]. Это и есть ассоциации. Благодаря им у детей рождаются новые образы, идеи, расширяются границы познания мира. «Они, словно нити, соединяют хранящиеся в мозгу сведения и обогащают наш жизненный опыт» [1, с. 207].

Известно, что ассоциативно-образное мышление берет свое начало в XVII веке. Основателем такого мышления является Джон Локк – английский педагог и философ. Он выяснил, что любое обучение нуждается в наглядном материале. Значит, обучающийся сможет чему-то научиться, если он получит различные примерные представления и наглядные образы. Получая данные образцы, у обучающихся идет процесс анализа, сравнения, обобщения, активизируется процесс познания, в результате чего расширяются его собственные мыслительные границы и границы его способностей. Именно поэтому ассоциативно-образное мышление является неотъемлемой частью образовательного процесса.

На развитии ассоциативно-образного мышления оказывает большое влияние такая нетрадиционная техника, как монотипия. Мне бы хотелось поделиться своим опытом работы с данной техникой рисования. Мною было проведено занятие у обучающихся 8-9 лет на тему: «Изучение нетрадиционной техники рисования – монотипия. Применение частичной монотипии в создании коллективного полотна». Целью данного занятия было познакомить обучающихся с нетрадиционной техникой рисования «Монотипия». Для проведения мероприятия был составлен сценарий в соответствии с целями воспитательной работы коллектива. Разработан материал для выполнения творческих работ и прохождения заданий. Подготовлен материал для создания коллективного полотна в технике монотипия.

Мероприятие проходило в форме игры, в которой дети получали информацию не в готовом виде, а путем выполнения поставленных задач. Дети активно включились в рабочий процесс. Каждый из обучающихся проявлял большой интерес к занятию, им хотелось поскорее приступить к выполнению новых заданий. При выполнении фрагментов в технике монотипия у многих детей возникли затруднения, но после наглядного объяснения выполнения техники, они сумели справиться с работой. Для детей такая техника рисования была новшеством.

Считаю, что на данном занятии удалось достичь поставленной цели. Удалось также вовлечь обучающихся в рабочий процесс и погрузить в тематику занятия. Дети с большим интересом выполняли задания, тем самым изучая новый материал. По словам детей, им было очень интересно.

Данная тема занятия хорошо повлияла на детей. Они были увлечены темой и сосредоточены на выполнении заданий в технике монотипии, что оказало положительное влияние на познавательную деятельность и личностную сферу учащихся в целом. У них получилось создать свои уникальные элементы картины и собрать их в единое целое.

Методическая ценность монотипии на занятиях заключается в том, что она дает движение от общего к частному, и наоборот. Частный элемент всегда вписывается в общую стилистику композиции. В монотипии практически невозможно сделать разностилевые участки, в силу своей специфики она всегда организована в одном стилевом ключе. Возникает предельная гармония общего и частного, что хорошо развивает и ассоциативное мышление, и композиционные умения учащихся. Получается, что данная техника очень уместна именно в коллективной работе с детьми. Помимо этого, данная графическая техника также дает простор для раскрытия воображения учащегося. В монотипии любой абстрактный элемент может быть доработан до реалистически узнаваемого образа, а в реалистической монотипии всегда присутствует некая абстрагирующая энергия. В современной монотипии очень широкий спектр изобразительно-выразительных средств (текстура, пятно, линия, линия, переходящая в пятно и наоборот), что также создает благоприятные условия для развития ассоциативно-образного мышления.

Благодаря таким нетрадиционным техникам рисования дети имеют возможность мыслить абстрактно, изображать неповторимые и удивительные вещи и не боятся допускать ошибки в своем творчестве (в монотипии ошибок нет – все приемлемо, любое абстрактное пятно, линия, имеет свою силу эмоционального воздействия). Монотипия дает возможность импровизировать в своей работе, тем самым вызывая положительные эмоции у детей. Техника монотипии представляет собой некую игру с красками, что в первую очередь развивает ассоциативно-образное мышление, пространственное воображение и неординарное мышление. Монотипия представляет собой один из инструментов психокоррекции, так как она является способом самовыражения и своеобразной проекцией внутреннего мира человека. Благодаря работе в данной технике, дети учатся искать, думать и принимать самостоятельное решение в выполнении своей работы. Монотипия дает отличный простор для креативности, импровизации и для создания оригинальных произведений.

Список использованных источников:

1. Корепанова, О. А. Композиция от А до Я [Текст] : ассоциативная композиция / О. А. Корепанова. - Ростов-на-Дону : Феникс, 2014. - 458 с.
2. Кухта, М.С. История искусств [Текст] / М.С. Кухта. – Томск.: Томский политехнический университет, 2010. - 269 с.

3. Infourok.ru: [Электронный ресурс] // Педагогические условия формирования умений учебной деятельности младших школьников (автор Лазарева И.А.), 2017. URL: <https://infourok.ru/pedagogicheskie-usloviya-formirovaniya-umeniy-uchebnoy-deyatelnosti-mladshih-shkolnikov-2100966.html>. (Дата обращения 16.10.2019)

4. ART UNIVESTMENT.RU: [Электронный ресурс] // Выставка «Монотипия из собрания Русского музея». Подробности (автор ARTinvestment.RU), 2011. URL: https://artinvestment.ru/news/exhibitions/20110827_grm_monotypu.html (Дата обращения 16.10.2019)

© Бралгин Е.Ю., Катасонова О.С., 2019

УДК 687.01

Будилова А.В., Курилина Н.С. **ФАКТОРЫ, СТИМУЛИРУЮЩИЕ FAST-FASHION КАК МОДЕЛЬ ПОТРЕБЛЕНИЯ**

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

Современное общество принято называть обществом потребления. Доказательства в пользу этого утверждения неоспоримы. Пока современный представитель социума, в большинстве случаев, не способен контролировать жадность к новизне и отказаться от идеи о том, что всегда есть что-то лучше чем то, что у него уже есть. Как говорит известный французский публицист Фредерик Бегбедер: «Люди не знают, чего хотят, до тех пор, пока им это не предложат» [1].

Несмотря на то, что сейчас активно набирает обороты мысль об осознанном потреблении, что, скорее, относится к европейским странам, чем к российскому обществу, существуют факторы, которые стимулируют процесс потребления. Эти факторы оказывают сильное влияние на психологию потребления покупателя. Основные из них, которые, на мой взгляд, оказывают самое сильное воздействие – это, во-первых, стремительное развитие СМИ, которые сражаются с современным человеком [2, с. 33].

Изо дня в день на человека обрушивается огромное количество информации, большую часть которой занимает реклама. Причем, чаще всего, рекламные постеры, баннеры и таргетированная реклама пестрит провоцирующими лозунгами и нарочито-яркими картинками «идеальной» жизни, которые просто невозможно пропустить или полностью игнорировать. Менеджеры по рекламе хорошо осведомлены о средствах визуальной манипуляции, что позволяет, по словам публициста Фредерика Бегбедера, через рекламу «заставлять нас мечтать о том, чем мы никогда не сможем обладать. В рекламе небо всегда голубое, девчонки всегда красивые... Совершенное счастье, подретушированное с помощью

фотошопа» [1]. Для рекламы привлекаются эталоны современности, за жизнью которых человек наблюдает через СМИ – звезды. Такой прием привлекателен потребителю, потому что человеку кажется, что, приобретая то, что рекламирует его кумир, он таким образом приближается к звездному стилю жизни. Сами же звезды прекрасно осознают пагубное влияние рекламы на сознание человека и даже сами над собой иронизируют. Так, в кинофильме «Кухня. Последняя битва» Дмитрий Нагиев в момент страха произносит такую фразу: «Кота из приюта возьму, в рекламе сниматься брошу» [3]. Таким образом получается, что люди понимают, насколько сильно реклама влияет на их потребительское поведение, но изменений в реакции на пестрящие рекламные заголовки не наблюдается.

Второй фактор, влияющий на продвижение неосознанного потребления – это огромная популярность у русских людей, относящихся к среднему классу, посещения торгово-развлекательных центров. Под понятием средний класс подразумеваются россияне с образованием выше среднеспециального, занятые умственным трудом, с доходом выше, чем средний региональный (в котором проживает человек) показатель заработной платы. С учетом того, что с 2000 года количество людей в России, относящих себя к среднему классу, стало стремительно расти (по данным Тинькофф банка на 2008 г. 34% населения можно было отнести к среднему классу) [4], начали появляться торгово-развлекательные центры. ТРЦ – это место концентрации масс-маркета, то есть продуктов индустрии fast-fashion, а «средний класс – стабильная целевая аудитория торгово-развлекательных комплексов» [5, с. 60]. Так, посещение торговых центров стало проявлением статусности, визуализации своего достатка, ведь такие магазины как Zara, H&M, TopShop и многие другие предлагают потребителю «роскошь» по демократичным ценам. Подытожить данный фактор можно цитатой: «В целом около 38% респондентов ответили, что покупка вещей является для них скорее удовольствием, чем обязанностью – это был самый часто встречающийся вариант ответа. Именно такой подход к покупкам культивируют торгово-развлекательные центры, обеспечивая посетителям максимум удобства, развлечений и ассортимента товаров» [5, с. 63].

Третий фактор влияния – это ориентация fast-fashion в первую очередь на молодого потребителя, которому свойственна спонтанность решений, стремление к новизне и падкость на яркие и завораживающие рекламные кампании. Этот фактор подтверждает анализ опроса трехсот жителей Москвы в возрастной категории от 15 до 29 лет. Статистика опроса такова: 62% опрошенных молодых людей относятся к новинкам скорее положительно, иногда покупая их ради интереса; на вопрос: «Можете ли вы о себе сказать, что порой покупаете вещи, ориентируясь не столько на полезность и практичность товара, сколько на его бренд и

статусность?» – 36% ответили «скорее да, чем нет»; в совершении спонтанных и незапланированных покупок признались 46% опрошенных [6, с. 215]. Данные опроса подтверждают, что маркетологи масс-маркета придерживаются правильной стратегии, опираясь на молодого потребителя, ведь это неиссякаемый источник дохода компаний. До тех пор, пока молодое поколение не будет возвращено на идеи осознанного и ответственного отношения к потреблению, процветание индустрии fast-fashion будет закономерно.

Четвертый существующий фактор – это фактор идентичности: человек стремится быть, жить и выглядеть «не хуже, чем остальные». С этим утверждением трудно поспорить, ведь сам процесс социализации человека на первом этапе основан на подражании, а затем, на стадии интеграции, человек пытается найти свое место в социуме по средствам сопоставления себя и своих качеств с общественными ожиданиями, устоявшимися представлениям о том, что хорошо, а что плохо, что правильно или неправильно. Так человек приходит к «рефлексу» постоянного сравнения себя с окружающими, чаще со сверстниками. Неудивительно, что в таком случае человеку всегда кажется будто «на чужом лугу трава всегда зеленее». По тем же данным опроса из предыдущего абзаца большинство респондентов (71%) скорее согласились с утверждением, что «люди часто покупают товары, чтобы быть не хуже других», 14% согласились полностью, полностью несогласных не нашлось [6, с. 216]. Ярким и наглядным примером действия этого фактора является фотопроjekt Маины Кадырбердеевой и Дмитрия Юлевского [7]. Фотографы сравнили реальную жизнь людей с тем, как они позиционируют себя в популярной социальной сети Instagram. Проект осветил очевидность демонстративного поведения у молодых insta-пользователей.

Пятый фактор, речь о котором частично зашла в предыдущем абзаце, касается темы демонстративного поведения. Этот фактор по большей части относится к женской половине населения. Как показывают исследования, 36% женщин считают для себя поход по магазинам способом поднять настроение. Следовательно, такие покупки можно отнести в категорию незапланированных и спонтанных, и, скорее всего, купленная по таким мотивам вещь окажется бесполезной и не нужной своему владельцу. Психологи связывают проявления женщинами демонстративного поведения с процессом социализации. Так психологи пишут: «Исследование подтвердило предположение, что девушки чаще юношей общаются с родителями и сверстниками по поводу покупок. Объясняя свой покупательский выбор, девушки чаще ссылаются на социальные мотивы» [8, с. 50].

Наличие приведенных выше факторов стимулирования процесса неосознанного потребления доказывает, что русская молодежь не готова продвигать идею sustainable fashion. Это утверждение подтверждает опрос

московской молодежи: 30% респондентов не стали бы покупать товары неэтичных брендов (т.е. тех, производитель которых загрязняет окружающую среду, проводит тестирование на животных, нарушает условия труда и пр.); 59% – все равно и 11% затруднились ответить; готовы платить больше за товары этичных брендов только 13% против 83%, ответивших отрицательно [6, с.217]. Подавляющее большинство опрошенных не готовы поддерживать идеологию осознанного выбора. Но, к счастью, тенденция осознанности потребления собирает все больше последователей, например, в Европе, по результатам исследования тренд-бюро Carlin, 49% покупателей ищут информацию об экологичности продукции [9]. Со временем и российский социум будет готов принять и поддержать идею sustainable fashion, но для достижения этой цели нужно больше информировать людей о данной проблеме, о ее воздействии, последствиях и пути решения.

Список использованных источников:

1. «99 франков» («99 francs», реж. Ян Кунен, 2007г.) (<https://cityu.info/movie/99-frankov-99-francs>)
2. Козырев, Г.И. Общество потребления как система социального контроля// Журнал Вестник РГГУ. Серия «Философия. Социология. Искусствоведение». – М.: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный гуманитарный университет». – 2017. – с. 30-36
3. «Кухня. Последняя битва» (реж. Антон Федотов, 2017г.)
4. Антонов С. «Средний класс в России». Т-Ж. Электронный журнал (<https://journal.tinkoff.ru/middle-class/>)
5. Гурова О.Ю. Fast fashion: быстро сшить, быстро продать, быстро выбросить. Концепция моды и потребление вещей в современном российском обществе// Журнал экономическая социология. – М.: Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». – 2008. – с. 56-67
6. Кузнецова, А.С. Потребительское поведение молодежи города Москвы// Журнал Власть – М.: Общество с ограниченной ответственностью «Редакция журнала «Власть». – 2016. – с. 214-217
7. Реальная жизнь vs Инстаграм: астраханцы создали интересный фотопроjekt (<https://punkt-a.info/news/obshhestvo-i-proisshestvija/realnaya-zhizn-vs-instagram-astrakhantsy-sozdali-interesnyy-fotoprojekt>)
8. Шайдакова, Н.В. Гендерные аспекты психологии потребительского поведения: анализ женского «демонстративного потребления»// журнал Женщина в российском обществе – Изд.: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Ивановский государственный университет». – 2013. – с. 49-52

9. Лекция Анастасии Котовой «Тренды SS20 женской одежды от французского трен-бюро CARLIN CREATIVE TREND BUREAU». 21.10.2019г. РГУ им. А.Н. Косыгина

© Будилова А.В., Курилина Н.С., 2019

УДК 687.01

Будилова А.В., Плетюхина Н.С., Сорокотягина Е.Н. ЦВЕТ В ДЕТСКОЙ ОДЕЖДЕ И СРЕДЕ КАК ФАКТОР ГАРМОНИЧНОГО ПСИХИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕБЕНКА

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

С самого первого дня своей жизни ребенка окружает огромное количество разных цветов, и если по началу он видит мир только в черно-белой гамме, то в трехмесячном возрасте малыш уже начинает различать окружающие его цвета. Психологи считают, что психологическое состояние малыша зависит от того, какие краски окружают его с самого рождения. Детский психолог В.С. Мухина говорит о том, что в первую очередь малыш начинает различать и интересоваться теплыми цветами спектра: красным, оранжевым и желтым [1, с. 99,223]. Другой психолог, Б.А. Базыма, занимающийся исследованием воздействия цвета на психику, экспериментально доказала, что трехмесячный младенец, если положить перед ним два предмета, один из которых уже известен малышу, а другой – отличается от первого по цвету, то малыша больше заинтересует новый предмет [2]. Поэтому необходима частая смена цветового окружения, будь то цветовая гамма интерьера, игрушек или одежды. Психолог Б.А. Базыма сравнивает цвета с витаминами, которые так необходимы ребенку для гармоничного развития и чувственного познания окружающего мира [2, с. 46]. В статье «Роль цвета в жизни ребенка» журнала «Молодой ученый» группа психологов считает, что, «в комнате малыша до двух лет должны преобладать исключительно мягкие спокойные тона. По возможности цвет ежегодно или раз в 2 года нужно заменять на новый» [3, с. 434].

При взрослении ребенка, цветов, с которыми он контактирует, становится все больше и больше, следственно появляются цветовые предпочтения. Исследования психолога Б.А. Базымы выявили тенденцию цветовых предпочтений у детей в возрасте до одного года, в возрасте от одного до трех, от трех до четырех и от четырех до десяти лет [2, с. 45, 46]. Психолог пишет, что дети в возрасте до 1 года независимо от национальности и места проживания обнаруживают одинаковые цветовые предпочтения: красный, желтый и оранжевый они предпочитают синему, зеленому и фиолетовому. В то время как, для детей в возрасте от одного года до трех лет яркость оттенка важнее реалистичности. Поэтому на детских рисунках мы можем наблюдать зеленых зайчиков и синие деревья.

Происходит процесс чувственного, а скорее даже эмоционального познания цвета. Далее, в трехлетнем возрасте ребенок способен различать 5-6 цветов и начинает обращать внимание на цветовые характеристики объектов. А уже в возрасте с четырех до десяти лет дети отдают предпочтение красному, пурпурному, розовому и бирюзовому и отвергают черный, темно-коричневый и серый. Причем, в детском возрасте половые различия в цветовых предпочтениях не являются значимыми. Но независимо от возраста цветовое предпочтение основывается прежде всего на эмоциональном отклике. Психолог Б.А. Базыма в своей работе «Психология цвета: теория и практика» пишет: «При обосновании своего цветового выбора дети не опираются на предметные ассоциации цвета, а исходят из впечатления, производимого на них тем или иным цветовым стимулом. Яркие цвета их радуют и привлекают, взгляд ребенка сам тянется за таким цветом» [2, с. 46].

Опираясь на знания о цветовых предпочтениях детей, индустрия производства игрушек, детской одежды и мультипликации создает наиболее привлекательные по цветовой гамме продукты. Таким образом, на полках в магазине игрушек мы видим преобладание розового, красного, желтого, зеленого и голубого цветов. Мультипликационные герои тоже создаются с учетом детских цветовых предпочтений. Набравший огромную популярность у малышей мультфильм про фиксиков – яркое тому доказательство. Четыре персонажа – фиксика, каждый из которых нарисован определенным цветом: салатовым, нежно-желтым, розовым и голубым. Общая цветовая гамма мультика – это яркие и светлые цвета. Не менее популярный мультфильм «Смешарики», в котором также наблюдается тенденция в использовании для каждого отдельного персонажа своего цвета, при этом цветовая гамма персонажей мультфильмов Смешарики и Фиксики очень схожа, а самые популярные и привлекательные персонажи – это персонажи розового, голубого и желтого цветов. В мультфильмах небо всегда светлого голубого цвета, а трава – ярко-салатовая. Таким образом, у детей формируются предметно-цветовые ассоциации.

Все цвета, что окружают ребенка, в первую очередь находят в нем эмоциональный отклик. Через эмоции ребенок понимает, что для него привлекательно, а что – нет. Но речь не только о том, какая цветовая среда окружает ребенка, но и о том, какого цвета одежда на нём самом. Ведь в этой одежде он увидит отражение себя в зеркале, в этой одежде ему придется находиться целый день. Так как влияние цвета на эмоциональное состояние ребенка очень велико, то выбор одежды с учетом особенностей цветового восприятия детей – это ответственная работа. К счастью, современный модный рынок может предоставить родителям огромный выбор привлекательной и яркой детской одежды. Такие известные модные дома как Kenzo, Stella McCartney, Adidas, Marni и т.д. с 2010 года и по

сегодняшний день создают детские коллекции и развивают модное направление для самых маленьких. В коллекциях модных домов преобладают яркие и позитивные цвета, в основном, цвета длинного спектра: красный и желтый, принты с абстрактными пятнами цвета; для детей 9-10 лет в цветовую гамму коллекции включаются оттенки синего и зеленого [4]. Реже всего используется фиолетовый и темно-коричневый. Так, в коллекции Stella McCartney A/W 19/20 в ассортименте для детей до 3-х лет преобладают розовый, красный, желтый и голубой цвета, а принты выполнены в космической тематике. Звезды, космические корабли и ракеты – очень фантазийная тема, что так сопоставимо с мечтательной натурой детей. А в цветовую гамму ассортимента для детей старше 3-х лет включаются оттенки зеленого и синего, кислотный желтый и ахроматические цвета, а принты дополняются динамичной графикой. Яркая детская одежда – это не только эмоциональные «витамины» для детей, но и большая помощь родителям. Ведь ребенка в красной или желтой футболке заметить в толпе проще и быстрее, чем ребенка в футболке серого или фиолетового цвета. А дизайнеры спортивной фирмы Scetchers решили пойти еще дальше и максимально выделить ребенка из толпы. Фирмой были разработаны кроссовки с подсветкой, которая включается при ходьбе. Цвет свечения ребенок может выбрать самостоятельно, а заряжаются такие кроссовки через USB-провод [5]. Такие кроссовки не только интересны для ребенка, но и обеспечивают его безопасное пребывание среди толпы людей. Интересную детскую обувь создают дизайнеры фирмы Victoria [4]. На резиновых ботинках присутствует мордочка животного (крокодил, утка и т.д.). Таким образом, при взгляде на свои ноги ребенок визуальнo контактирует с ярким персонажем на своей обуви.

Цвет – важный фактор, влияющий на правильное и гармоничное развитие ребенка. Исследование все новых и новых цветов сопровождает ребенка все его детство, и от того, насколько разнообразна и соответственна возрасту будет окружающая его цветовая гамма, зависит то, насколько позитивным и устойчивым к переменам и перепадам будет его эмоциональное состояние.

Список использованных источников:

1. Мухина, В. С. Детская психология: Учеб. для студентов пед. ин-тов/ Под ред. Л. А. Венгера.–2-е изд., перераб. и доп.– М.: Просвещение, 1985.–272 с.
2. Базыма, Б.А. Психология цвета: Теория и практика – М.: Речь, 2005. – 208 с.
3. Шеховцова Л. Д., Прокофьева И. В., Маркова Р. И., Резванцева В. Н., Шишаева Е. В. Роль цвета в жизни ребенка // Молодой ученый. – 2017. – №49. – 433-435 с.

4. Мультибрендовый интернет-магазин детской премиальной одежды (<https://ru.babyshop.com/stella-mccartney-kids/s/906/2?orderBy=Featured>)

5. Интернет-магазин спортивной одежды и аксессуаров Scetchers (<http://www.skechers.ru/catalog/detyam/>)

© Будилова А.В., Плетюхина Н.С., Сорокотягина Е.Н., 2019

УДК 72.012

Бурова Ю.А. КРАСОТА И ЭФФЕКТИВНОСТЬ МОДУЛЬНОЙ АРХИТЕКТУРЫ

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

Модульный дизайн или «модульность в дизайне» – это конструктивный подход, который подразделяет систему на более мелкие части, называемые модулями, которые можно создавать независимо, а затем использовать в разных системах. Модульная система характеризуется функциональным разделением на дискретные масштабируемые и многократно используемые модули, строгим использованием четко определенных модульных интерфейсов и использованием отраслевых стандартов для интерфейсов. Преимущества модульной конструкции – это гибкость конструкции и снижение затрат. Примерами модульных систем являются модульные здания, солнечные батареи, ветряные турбины и так далее. Модульная конструкция сочетает в себе преимущества стандартизации с преимуществами настройки. Недостатком модульности является то, что низкокачественные модульные системы не оптимизированы для производительности [5, с. 13].

Исторически в классической архитектуре диаметр колонны использовался в качестве основы для ряда модулей. В японской архитектуре размеры комнат определялись комбинациями рисовых матов размером 90x180см. Работа Матилы Гики по золотому сечению была одним из источников Модулара, но в целом его работой пользовались другие архитекторы, такие как конкурент Ле Корбюзье Андре Луркат. Луркат предложил свой собственный диапазон пропорций, связанных как с работой строителей, так и с работой дизайнеров. Пропорции и модули, таким образом, стали центральной проблемой в послевоенной французской реконструкции, поскольку архитекторы изо всех сил пытались поддержать свой статус среди меняющихся устоев в строительстве [1, с. 5].

Есть множество способов категоризации архитектуры. Архитектура может быть модульной или интегральной. В действительности полностью модульная или полностью интегрированная архитектура встречается редко, и почти вся архитектура находится где-то посередине.

С одной стороны, модульная архитектура имеет функционально разделенные интерфейсы между компонентами. На практике это часто приводит к единой архитектуре, в которой функциональные элементы здания сопоставляются один к одному с компонентами проекта. Однако целостная архитектура является противоположностью модульной архитектуры. Интегральная архитектура имеет связанные интерфейсы между компонентами. Он имеет тенденцию к более сложному (не однозначному) сопоставлению функциональных элементов в функциональной структуре с компонентами проекта [2, с 17].

Модульность означает использование одного и того же модуля в нескольких конфигурациях, что позволяет использовать самые разные конструкции без использования множества типов компонентов. Эта модульность дает несколько преимуществ, таких как снижение требований к капиталу и экономия. Модульность особенно выгодна, когда масштаб и размах проекта относительно велики. В таких случаях это практичный и экономичный вариант. Благодаря модульности вы можете создавать различные конструкции, в то же время обеспечивая экономию средств на разработку, а также экономию средств при проектировании и строительстве. Таким образом, вы обнаруживаете, что модульность расширяет границы производительности при создании дизайна [4, с. 26].

Напротив, модульность может привести к избыточным затратам из-за чрезмерного проектирования, неэффективной производительности, а слишком большое количество распространенных модулей может привести к потере проектной идентичности [6, с. 117].

Одним из самых ярких примеров сочетания функциональности и красоты модульной архитектуры является терминал 2E аэропорта Шарля де Голля. Он был самым последним, хотя, безусловно, не окончательным расширением аэропорта, построенном в 2003 году. С теоретической пропускной способностью 11 миллионов пассажиров в год и площадью 230000 квадратных метров 2E больше, но менее сложный, чем терминал 2F. 2E является результатом работы Андреу над 2F. Архитектор настаивал на разработке и изменении дизайна, а не на стерильном воспроизведении более ранних проектов [3, с. 54].

Благодаря модульной конструкции, терминал 2E был разработан для работы в условиях постоянного движения. Дорожная инфраструктура является частью всей структуры объекта, так как дороги и виадуки собираются и сходятся в центре терминала, в окружении двух модулей с каждой стороны. Все эти модули, расположенные в центре зоны перрона самолета, образуют четыре узких здания шириной 60 метров, где путешественники могут видеть самолеты с дороги. Каждый модуль покрыт трапециевидными оболочками, образующими четыре излучающие дуги, если смотреть с неба.

Важно использовать модульный подход в архитектурных проектах. Модульная конструкция характеризуется такими свойствами, как возможность обновления, удобство обслуживания, гибкость и так далее. Кроме того, прелесть модульной архитектуры заключается в том, что вы можете заменить или добавить любой модуль, не затрагивая остальную часть системы. Но насколько важно поощрять дизайнеров использовать модульность? Ответ в том, как мы используем модульность в своих целях.

Список использованных источников:

1. Коэн, Жан-Луи. «Модуль Ле Корбюзье и дебаты о пропорции во Франции». Архитектурные истории, 2014, 2 (1): 23, с.1-14.
2. Холтта-Отто, Катя. «Модульная платформа для продуктов». Докторская диссертация, Хельсинкский технологический университет. Финляндия, 2005.
3. Джодидио, Филипп. «Пол Андреу Архитектор». БИРХАУЗЕР-Издательство по архитектуре, Базаль. Швейцария, 2004.
4. МакКласки, Алан. «Модульность: модернизация до архитектуры следующего поколения». Официальный сайт «Бизнес и медиа»: <http://www.connected.org/media/modular.html>, 2000
5. Нельсон Джордж. Проблемы дизайна. М.: Изд-во Искусство, 1971, 208 с.
6. Бхаскаран Лакшми. Дизайн и время. М.: Изд-во Арт-Родник, 2007, 256 с.

© Бурова Ю.А., 2019

УДК 739.8

Бусыгина А.А., Корнеев А.А. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ДИЗАЙНЕ КЕЙКАПОВ

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

Механическая клавиатура – клавиатура, каждая клавиша которой представляет собой выключатель (переключатель) с металлическими контактами и с металлической пружиной. К преимуществам механических клавиатур можно отнести сравнительно высокое качество и разнообразие типов клавиш для различных целей.

Понятие кастомных, то есть собранных «под себя», клавиатур все еще может показаться странным обладателям постсоветского менталитета. Крутая клавиатура (да и не только клавиатура), должна щеголять хорошо различимыми отличительными чертами и нечто внешне красивое, своеобразное, декорированное. Клавиши (колпачки или кейкапы, keycaps) – самый узнаваемый компонент механической клавиатуры (рис. 1).



Рисунок 1 – Различный дизайн клавиш клавиатуры

Помимо тактильных ощущений (за счет разной текстуры поверхности), звука при печати, формы, имеет различие интересный внешний вид кейкапов. Чтобы добиться нужного дизайна кейкапа можно использовать различные виды декорирования [1]:

1. Краска. Самый простой способ подписать клавишу – нанести изображение краской. В современных компьютерных клавиатурах бывает два варианта: сделать надпись качественной краской ультрафиолетового отверждения; сделать надпись менее качественной краской, но затем покрыть прозрачным лаком. Эта технология чаще всего используется в дешёвых клавиатурах и наименее долговечна.

Для нанесения рисунков краской используется тампонная печать, крайне редко – шелкография. Иногда краску заливают в углубления на клавише, такая надпись ощущается пальцами, но и долго служит, а после стирания краски рельефная надпись всё ещё продолжает читаться. В компьютерных клавиатурах гравировку применяют нечасто – это дороже, к тому же она плохо поддаётся чистке.

2. Лазерная гравировка. Надпись на клавише выжигается лазером. Лазерная гравировка ощущается, долговечна и возможна печать любых надписей под заказ.

3. Двухкомпонентная отливка. Клавиша состоит из двух пластмассовых компонентов. Один из них – надпись, второй – клавиша. Технология двухкомпонентной отливки доминировала в пишущих машинках и на раннем этапе развития компьютерных клавиатур в 70-80х годах. Двухкомпонентные клавиши чаще делают из АБС, чем из ПБТ – последний при застывании сжимается. Но АБС склонен к износу; нанесённая на клавиши шероховатая текстура быстро стирается.

Кроме собственно двухкомпонентной отливки, иногда встречается технология составных клавиш по типу инкрустации, где в клавишу с вырезанным символом изнутри устанавливается вставка с выступающим символом, точно соответствующим вырезанному.

4. Наклейки. В заводских устройствах наклейки используют нечасто, обычно в детских игрушках. Зато существует немало комплектов для самостоятельной русификации компьютеров. Наклейки бывают как прозрачные, оставляющие заводские знаки, так и непрозрачные.

5. Вкладыши. Клавиши изготавливаются из прозрачного пластика и имеют полости, в которые помещаются бумажный вкладыш с

необходимыми обозначениями. В бытовых компьютерах применяется редко.

Кейкапы делают из дерева, силикона или металла. Особняком стоят декоративные кейкапы. Предлагаются разные варианты, вплоть до бижутерии для клавиатур [2].

Современной тенденцией в развитие дизайна кейкапов стало использование полимерных смол, что привлекает взгляд и позволяет создать детализированное изделие. Она позволяет добиться эффекта стеклянной поверхности, при этом обладает высокими физико-механическими характеристиками.

Данная технология проста, не требует сложного и дорого инструмента и позволяет получить изделие с высокими декоративными свойствами.

Список использованных источников:

1. Технологии клавиатур/ Википедия URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B5%D1%85%D0%BD%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D0%B8_%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B2%D0%B8%D0%B0%D1%82%D1%83%D1%80#%D0%9D%D0%B0%D0%B4%D0%BF%D0%B8%D1%81%D0%B8 (Дата обращения 20.10.2019)

2. Новая реальность URL: <http://tv-games.ru/forum/blog.php?b=2490> (Дата обращения 20.10.2019)

© Бусыгина А.А., Корнеев А.А., 2019

УДК 677

Вагнер В.В. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОРГАНИЗАЦИИ МОДНЫХ ПОКАЗОВ

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна

Модный показ (дефиле) как прием модного бизнеса изобрел французский модельер британского происхождения Чарльз Фредерик Уорт в середине XIX века, когда он впервые ввёл в мир моды профессию манекенщицы. До него для показа готового женского платья использовались только искусственные манекены. Уорт устроил в своем ателье специальную комнату, где манекенщицы демонстрировали клиенткам новые модели одежды. В 1905 году дизайнер Люсилль Глин провела в Лондоне первое публичное дефиле – показ мод со сценой и музыкальным сопровождением. А первое мужское дефиле организовал в 1952 году Модный дом Brioni.

На сегодняшний день дизайнеры своими показами пытаются заинтересовать и привлечь внимание к своему творчеству многих людей [1]. Современные кутюрье не останавливаются на этапе изготовления

модной коллекции. Они привлекают к работе стилистов, организаторов и режиссеров, чтобы ярко и выразительно донести до зрителя идею коллекции, тщательно работают над проектированием подиума, декораций, освещения, музыки, порядком прохода моделей, стараются продумать все варианты показа финального платья (костюма) и найти «изюминку», которая отличит их показ от любого другого.

Неудивительно, что в эпоху, когда есть телевидение и интернет, на презентации новых коллекций и модные показы можно даже не ходить, а смотреть все самое интересное из любого удобного места: из офиса, дома или даже в машине. Именно поэтому дизайнеры выдумывают разнообразные «уловки», чтобы привлечь публику [2]. Современные решения компьютерной индустрии помогают делать модные показы более зрелищными и яркими даже для избалованной спецэффектами публики. Ритм жизни растет, и, чтобы успеть, модные дома внедряют новшества для создания высококачественного продукта. В этом им помогают инновационные компании из мира технологий, которые предоставляют все возможности для самовыражения дизайнеров не только в необычных коллекциях, но и в способе их презентации.

Горящие машины, несущиеся на зрителях поезда, танцы, айсберги, голограммы, перформансы – за последние тридцать лет на подиумах разыгрывались сцены, достойные высокобюджетных экшн-фильмов. Но если поставить все яркие показы последних двух декад в один ряд, можно получить четкую картину того, как развивалась мода с 1990-х по настоящее время – что было в начале и что нас ждет в будущем. Театральность шоу Гальяно для Dior или Louis Vuitton времен Марка Джейкобса уступила место цифровым технологиям. Одним из первых их использовал, конечно, Александр Маккуин.

Своим весенне-летним показом еще в 1999 году он окончательно доказал, что мода может быть искусством: на круглом подиуме, кроме моделей, появились две машины-робота, и с самого начала было понятно, что они – как «чеховское ружье», которое обязательно выстрелит. Так и случилось: в финале шоу машины распылили краску на стерильно-белое платье Шалом Харлоу, создав неповторимый и уникальный рисунок. Но самые сильные чувства у публики вызвал осенний показ 2006 года А. Маккуина [3]. Эксцентричный дизайнер удивил своих зрителей появившейся в центре стеклянной пирамиды голограммой в натуральную величину. Благодаря ультрасовременным технологиям Бейли Уолш создал вращающееся изображение Кейт Мосс в легком гофрированном платье. Этой эфирной голограммой Маккуин поддержал свою подругу-модель, которая оказалась в центре «кокаинового» скандала.

В сезоне осень-зима 2007/08 свою коллекцию Target представили в виде полностью голографического дефиле. В нем не было ни одной живой

модели, а только их голограммы. Своей коллекцией весна-лето 2008 поразил Diesel, использовавший объемные лазерные объекты и моделей.

Весной 2010 года бренд Cassette Playa в рамках осенне-зимней London Fashion Week впервые в мире показал первое шоу с технологиями дополненной реальности. С помощью специальных цифровых кодов, размещенных на одежде моделей, и сканируемых камер, на моделях появлялись фантастические маски, головные уборы и аксессуары прямо на глазах у зрителей. Кроме того, сама одежда меняла форму, цвет и яркость. Керри Мандейн, дизайнер и автор коллекции, сумела достичь эффекта, когда зрители порой не могли отличить реальные предметы от виртуальных.

В 2011 году креативный директор Burberry Кристофер Бейли представил еще одно грандиозное шоу, объединяющее инновационные достижения в моде и высоких технологиях. Специальный показ был приурочен к открытию брендового магазина в Пекине. Помещение оборудовали цифровым внешним плоским экраном, медиа-дисплеем и другими мультимедийными устройствами. Среди множества моделей, участвовавших в показе, всего шестеро были настоящими девушками, остальные – голограммы, которые транслировались на специальную прозрачную пленку с помощью нескольких проекторов. Необычное сочетание технологий, музыки и моды произвели на зрителей неизгладимое впечатление, а показ стал одним из самых незабываемых в истории высокой моды.

В рамках реализации проекта Creators Project при сотрудничестве дизайнера Франка Сорбье с компанией Intel в 2012 году на неделе высокой моды в Париже не было стандартного дефиле - только одно платье было реальным. С помощью ультралегкого и ультратонкого мобильного ПК на базе процессоров Intel оно превращалось в 14 сказочных нарядов (рис. 1).



Рисунок 1 – Шоу-показ коллекции Франка Сорбье.

Во время показа коллекции Christian Louboutin в 2012 году голограмма туфлей постепенно превращалась в Диту фон Тиз (рис. 2) [4].



Рисунок 2 – Шоу-показ Christian Louboutin

В дефиле Kenzo в 2014 году реальность также смешалась с виртуальностью. В скейтпарке гостей встречала аватар Кнола, 3D-изображение которой транслировалось на огромном светодиодном экране. Словно посланник из будущего, Кнола предупреждала всех о том, что «не существует запасной планеты», на которую мы могли бы переселиться, если наша вдруг перестанет существовать. Умберто Леон и Кэрол Лим восприняли это предупреждение довольно оптимистично, представив оригинальную, устремленную в будущее коллекцию из свободного покроя моделей в пастельных тонах.

В 2018 году Британский модный дом Burberry решил добавить своему показу технологичности за счет грандиозного лазерного шоу. Кристофер Бэйли, дизайнер показа создал воистину космическое светопредставление! Началось представление с того, что 21 «маятниковый» светильник раскачивался в унисон музыкальному ряду, а в финале шоу 3000 лазерных лучей создали эффектную «арку», полосы которой сложились в традиционную для бренда клетку.

Указанный в настоящей статье перечень высокотехнологичных показов является далеко не исчерпывающим. Сегодня с уверенностью можно сказать об уникальности модного показа как объекта дизайнерской деятельности в целом.

Дизайнеры, планируя свое дефиле, задумываются о том, чтобы максимально понятно и доступно передать зрителям идею коллекции. Современное визуальное воздействие на публику часто основывается на экспериментах. Естественно, что человек, который ощущает себя непосредственным «механизмом» этого действия, поймет идею максимально точно, если автор шоу найдет достаточно нетрадиционные выразительные «инструменты» влияния. Именно те дизайнеры, которые способны использовать в своем арсенале сложные выразительные средства и умеют их интерпретировать в новых условиях, остаются в авангарде развития моды [1].

Список использованных источников:

1. Салахов Р.Ф., Кузьмина К.П. Роль сценической среды в раскрытии образов коллекции костюмов. Современные проблемы науки и образования. 2014. № 2. URL: <http://science-education.ru/ru/article/view?id=12739> (дата обращения: 29.09.2019).

2. Актуальность модных показов. URL: https://365mag.ru/fashion/aktualnost_modnych_pokazov (дата обращения 01.10.2019).

3. Эволюция моды: 20 лучших fashion-показов. URL: <https://www.elle.ru/moda/fashion-blog/evolyutsiya-modyi-20-luchshih-fashion-pokazov/> (дата обращения 27.09.2019).

4. Топ-5 самых технологичных модных показов. URL: <https://elle.ua/moda/fashion-blog/fashion-and-technology> (дата обращения 11.10.2019).

5. Васильева Э. В. Модный показ как система кодов современной культуры. Вестник ЧГАКИ. 2015. №2 (42). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/modnyu-pokaz-kak-sistema-kodov-sovremennoy-kultury/> (дата обращения: 12.10.2019).

6. Глинская Е. В., Климова Л. А., Могилевская Г. И. Модный показ как новый вид искусства. Молодой ученый. 2018. №48. URL: <https://moluch.ru/archive/234/54393/> (дата обращения: 09.10.2019).

7. Знаменитые наряды Александра Маккуина. VOGUE. URL: <https://vogue.ua/article/fashion/savage-beauty-znamenitye-raboty-aleksandra-makkuina5538.html> (дата обращения 11.10.2019).

© Вагнер В.В., 2019

УДК 776.9: 659.125.78

Вараксина Л.А., Бесчастнов П.Н. **ФОТОГРАММА КАК ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ПРИЁМ В ПЕЧАТНОЙ ПРОДУКЦИИ**
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

В современном мире применение фотографии можно встретить практически везде, начиная от личных блогов, готовых донести до читателя интересующую его информацию, печатной продукции художественного профиля, так и до крупных рекламных акций ведущих мировых фирм. Классический способ получения самой фотографии уже давно стал единым для всех фотографов. Как сделать узнаваемой свою идею? Как донести свою мысль до читателя, потенциального потребителя? Для этого нужен оригинальный и запоминающийся подход и подача в оформлении своего продукта. Обычная цифровая фотография без применения художественных приёмов не всегда способна правильно передать и раскрыть суть рекламы или книги. Искусство фотографии за прошедшее время с момента её зарождения накопило в себе множество уникальных способов создания фотоизображений, которые несут в себе высокий эстетический и художественный смысл и по сей день.

В конце XIX – начале XX века создание фотографии было куда более длительным процессом, чем сейчас. Фотохудожники того времени

пытались добиться наилучшего результата различными способами, меняя фотокамеры, объективы, экспериментируя с химическими процессами, снимаемыми объектами, различными техниками фотосъёмки. Одной из ярких техник в фотографии, которая появилась ещё из первых экспериментов с получением видимого и зафиксированного изображения на бумаге Уильяма Генри Фокса Тальбота в конце XIX века, является техника фотограммы.

Фотограмма – теневое, силуэтное изображение различных предметов, помещённых на светочувствительную поверхность и освещённых направленным светом некоторое время, достаточное для появления на ней скрытого изображения, проявляющегося в последствие обработки в химических растворах. При создании фотограмм фотохудожники не ограничены ни выбором предметов, ни форматом изображения, а только лишь своим воображением. Технология создания фотограмм позволяет создавать фотокомпозиции с нерукотворными фактурами и чётким рисунком, которые сложно повторить в графике. Именно поэтому фотограмму стали использовать для оформления различной печатной продукции.

Первые эксперименты по созданию фотограмм начались ещё в начале XIX века исследователем Томасом Веджвудом и учёным Хамфри Деви. Они пытались создать негативные изображения при помощи переноса рисунков с бумаги или кожи через солнечный микроскоп. Однако такие изображения не были зафиксированы и полностью исчезли на солнце. Удачные и сохранившиеся до нашего времени фотоизображения получилось сделать у Уильяма Генри Фокса Тальбота в конце XIX века, одной из самых известных его работ является «Кружево» (1845 г.). Его принцип «фотогенных рисунков» стал основой для многих экспериментов в XX веке. Во времена Тальбота фотограмма рассматривалась исключительно в научных целях.

В начале XX века, с возникновением школ Баухаус (Германия) и ВХУТЕМАС (Россия), фотограмма набирает популярность. Фотохудожники того времени стремились найти новые способы самовыражения и передачи действительности, и именно при помощи фотограммы они могли создавать новые, непохожие ни на что работы. Изначально Ман Рэй создавал портреты при помощи фотограммы, он назвал её «рэйограммой». Для этого он использовал бытовые предметы и создавал из композиции, напоминающие человеческие лица.

Чуть позже с фотограммами экспериментировали Ласло Мохой-Надь и Эль Лисицкий. Именно они начали использовать фотограмму для оформления печатной продукции. Её использовали для оформления обложек книг и журнала, рекламных и агитационных плакатов. Работы в данной технике отличаются необычной композицией, абстрактностью форм, игрой форм, а не объёмов.

На фотограммах Мохой-Надя часто встречаются изображения человеческих ладоней и профилей. Эти же приёмы фотограф использовал при создании плакатов. При помощи фотограмм оформлена обложка книги Ласлео Мохой-Надя «Живопись или фотография» (1929 г.). Свой первый опыт в области фотограммы Эль Лисицкий получил в серии рекламных плакатов для канцелярской компании «Пеликан». Компания Pelikan – один из старейших производителей письменных принадлежностей в мире – основана в 1838 году в Ганновере (Германия). Так же в 1920-30-х годах при помощи фотограмм оформлялись обложки методических пособий для различных профессий. При создании таких обложек создавались композиции на фотобумаге из профессиональных инструментов.

Начиная со второй половины XX века по сегодняшний день, фотограмма не перестала использоваться в оформлении печатной продукции. В данной технике работали Варвара Родченко и Юрий Герчук.

Варвара Родченко создавала фотограммы с орнаментальными композициями. Она использовала простейшие предметы, создавая работы, которые сложно повторить при помощи графики. Многие произведения художницы использовались при оформлении книг. Например, на обложке книги Сергея Кирсанова «Книга лирики» (1968 г.). За счёт использования фотограммы создаётся абстрактный орнаментальный рисунок с тонкими тональными переходами.

Работы Юрия Герчука часто использовались для создания книжных иллюстраций. В его фотограммах хорошо прочитываются не только силуэты предметов, но и их объём, и пространство вокруг. Подобные эффекты достигаются за счёт использования различных масштабов в одной композиции, как на книжной иллюстрации Юрия Герчука (1981 г.).

С появлением цветной фотографии, фотограмма также приобрела цветность и новое видение.

Сегодня понятие фотограмма стало намного шире, чем раньше. Благодаря технологическому развитию появилась возможность создавать уникальные произведения искусства на больших форматах, что было невозможно в прошлом веке. Принципы аналоговых фотограмм, наработанные пионерами данной техники, такие как повышения контраста изображения, использование силуэта, наложения, двойной экспозиции, соляризации и пр., сейчас широко применяются в современных графических работах для печатной продукции.

Английская фотохудожница Сьюзен Дерджес создаёт сегодня цветные абстрактные фотограммы, используя синтез аналоговых и цифровых технологий. Она создаёт произведения с природными мотивами: вода, деверья, луна и звёзды, символизирующие её отношения с природой. Отличительной чертой её работ является принцип получения итоговой работы. При погружении фотобумаги в жидкость на ней запечатлется движение жидкости. Работы Сьюзен регулярно участвуют в выставках и

используются для оформления таких видов печатной продукции как авторские художественные книги и обложки музыкальных альбомов различных групп.

Современный немецкий фотограф Томас Руфф создаёт фотограммы исключительно при помощи трёхмерных цифровых технологий. На компьютере при помощи редакторов 3D-графики создаётся виртуальная тёмная комната, где фотограф может экспериментировать с бесконечным диапазоном форм. Он не привязан к конкретным материальным предметам и может создавать объекты любого масштаба, количества, текстуры и качества. Все работы Томаса Руффа – это абстрактные крупноформатные произведения искусства, которые регулярно участвуют в различных выставках, а так же могут быть использованы для оформления любых видов печатной продукции.

Таким образом, фотограмма является одним из самых уникальных способов оформления печатной продукции, за счёт легкости техники исполнения и многообразия приёмов, которые можно использовать при её создании. Работы, выполненные в данной технике, отличаются графичностью, что особенно ценится при оформлении любых видов печатной продукции, таких как книги, плакаты, музыкальные альбомы и т.д. Данный приём сочетает в себе принципы фотографии, и отвечает современным требованиям графического дизайна, что делает его универсальным способом оформления различных печатных изделий.

С момента появления и по сегодняшний день фотограмма претерпела различные изменения и модификации. Изначально пионеры фотохудожники использовали данный приём для поисков новых форм выражения в художественной фотографии. Результаты этих экспериментов очень часто использовались для оформления изделий печатной продукции. Сегодня фотограмма получила большую самостоятельность, приобретая новые формы, виды и форматы. Благодаря чему сейчас работы фотохудожников со всего мира, выполненные в данной технике, выставляются в музеях и художественных галереях на равне с шедеврами мирового искусства, а также имеет широкое распространения в графическом дизайне и оформлении печатной продукции.

Список использованных источников:

1. The J.Paul Getty Museum <http://www.getty.edu/museum/>
2. Э. Митчел. Фотография/А.Г. Симонов.-М.: «Мир», 1988.-420 с.
3. Стефан Стефанов. Краткая энциклопедия печатных технологий. — М.: «Флинта-наука», 2012.
4. Вудхед Г. Творческие методы в фотографии.М.:Мир, 1978. 184с.,ил.Стр. 52

© Варакина Л.А., Бесчастнов П.Н., 2019

УДК 741.021.2:677.027.511

Вдовенко А.О. ОСОБЕННОСТИ ПЕЧАТНОГО РИСУНКА ЭМИЛИО ПУЧЧИ

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

Эмилио Пуччи ди Барсенто (Emilio Pucci di Barsento) родился 20 ноября 1914 года в Неаполе в аристократической семье. Его предки на протяжении нескольких веков были правителями Флоренции. Эмилио учился в университете Милана, затем уехал в США и продолжил обучение в университете штата Джорджия и колледже в Портленде, штат Орегон. В 1939 году получил степень магистра общественных наук в Рид-колледже, и окончив факультет политологии Болонского университета, получил степень доктора наук.

С самого начала своей карьеры итальянский модельер увлекался разработкой собственных принтов. Динамичные геометрические узоры со сложной и оригинальной цветовой гаммой, напоминают живописные полотна на шелковой ткани с декоративной каймой, под которыми стоит лаконичная подпись «Эмилио». Модели от Эмилио Пуччи традиционно отличаются оригинальностью и современностью. Пуччи первым начал наносить на свои ткани футуристические рисунки, очень напоминавшие работы художников-экспрессионистов. Таким образом, с помощью орнаментального решения, великий кутюрье смог внести новизну в свои коллекции.

Эмилио стал одним из символов итальянской моды в 50-е годы. Он сделал своё имя, начав со спортивной одежды. Когда ещё учился в США, Эмилио создал форму для лыжной команды колледжа. Эта форма стала выпускаться американской фирмой «Белый олень».

Эмилио был спортивным человеком: он занимался плаванием, теннисом, участвовал в автомобильных гонках, был в лыжной команде Италии на Олимпийских играх 1932 года. В мир моды Пуччи попал, потому что в качестве развлечения занимался разработкой дизайна лыжных костюмов. Пуччи занимался спортом в традиционных бриджах, доходивших до колен, но всё время ощущал, насколько это неудобно, и решил сам сделать себе лыжную форму. Спроектировав свой костюм, он пошил его у портнихи.

Однажды он катался со своими братьями на склонах Санкт-Морица в лыжном костюме своего собственного дизайна, и его заметил фотограф журнала Harper's Bazaar. Его необычный для того времени лыжный костюм заставил обратить внимание редактора журнала Дианы Вриланд. Диана сделала несколько фотографий Эмилио Пуччи и опубликовала их в журнале. С этого случайного эпизода началась его карьера в модном

бизнесе. Эмилио понравилась новая деятельность, и он решил организовать своё ателье.

В 1947 году Эмилио Пуччи создал свою первую коллекцию горнолыжных костюмов. Ателье молодого дизайнера располагалось во Флоренции, в семейном дворце Пуччи, который был построен еще в XV веке. Вся одежда, которую он создавал, была подписана именем «Эмилио».

Первый бутик Эмилио Пуччи был открыт в 1949 году на острове Капри. Место для магазина дизайнер выбрал напротив модного пляжного клуба La Canzone del Mare. В том же году дизайнер создал новую модель укороченных брюк и назвал ее в честь этого острова.

Первая одежда, которую разработал Пуччи, была однотонной. Существует легенда, которая предлагает интересную версию появления цветных пятен на моделях этого бренда. В годы Второй мировой войны Эмилио Пуччи был военным летчиком-бомбардировщиком. Некоторое время после войны продолжал военную службу, дослужившись до звания капитана. Его всегда поражал вид моря, открывающийся с высоты небес. Разбросанные по водной глади острова оставили глубокий след в воображении дизайнера. Благодаря им появились фантастические узоры, которые сопровождают бренд Эмилио Пуччи до сих пор.

Впервые пятна, обведенные контуром из цветных полос, которые складываются в абстрактное изображение, появились в 1950 году. В принтах также просматривались традиционные флорентийские узоры. В этом же году Пуччи начал разрабатывать свои фирменные принты – графические абстрактные рисунки. Геометрические узоры имитировали формы современного искусства, но были вдохновлены окружающим миром. Идеи исходили от сицилийской мозаики, геральдических знамен на скачках Сиенское Палио, балийского батика (росписи по шелку) и африканских мотивов. Это был первый случай, когда подобные оптические иллюзии были включены в одежду.

К 1960-м Пуччи получил новый статус, когда Мэрилин Монро стала его поклонницей. Шелковые платья Эмилио Пуччи, а также наряды из эластичных тканей носили Софи Лорен и Джеки Кеннеди. В 1990-е годы новые иконы стиля, такие как Мадонна и Николь Кидман отдали предпочтение итальянскому бренду.

В 1956 году была официально зарегистрирована фирма Эмилио Пуччи. На любой одежде новой марки – платьях и пальто, юбках и куртках, сумках и платках – неизменно красовались роскошные принты, созданные лично Эмилио.

Изделия итальянского кутюрье отличала удивительная женственность. Это относилось и к повседневной, и к вечерней одежде. Кроме того, наряды от Эмилио Пуччи были невероятно удобными. Астронавты, которые первыми шагнули на поверхность Луны, были одеты в костюмы Пуччи. Ту одежду для них собственноручно разрабатывал сам

дизайнер. Помимо предметов гардероба, Пуччи создавал дизайн интерьеров, придумывал логотипы, рисунки на фарфоровых вазах и постельном белье. В 60-е годы он спроектировал униформу для стюардесс по заказу одной авиакомпании. Многие годы Эмилио делал иллюстрации в самых известных мировых журналах моды.

29 ноября 1992 года Эмилио Пуччи умер, а компания перешла в руки его дочери Ладомии Пуччи (Laudomia Pucci). Сейчас компания занимается выпуском сразу нескольких линий, в число которых входят одежда прет-а-порте, вечерние платья, купальники, обувь, аксессуары. С 2004 года фирма Эмилио Пуччи в партнерстве с французской спортивной фирмой Rossignol вновь начала создавать коллекции костюмов для горнолыжного спорта. Ладомия Пуччи по-прежнему стоит во главе бренда. Недавно в сотрудничестве с Adidas были выпущены кроссовки, украшенные фирменными узорами Пуччи.

Пуччи использовал для тканей традиционный цветочный принт, талантливо сочетая с абстрактными мотивами. Сам же дизайнер чаще рассказывал, что его вдохновляет все вокруг – от сицилийской мозаики и геральдических символов до африканских мотивов и балийского батика.

Безусловно, исторический контекст оказал значительное влияние на его творчество: Европа, подавленная и изувеченная ужасами фашистского режима, благодарно и радостно, словно глоток свежего воздуха, приняла новые тенденции моды: легкомысленные цвета, эластичные и невесомые синтетики, экспрессивные узоры и кокетливый стрейч.

Эмилио Пуччи, построивший одноименную империю, говорил, что после выпуска коллекции он «сначала славно отдохнет, и лишь потом будет говорить о будущих работах». И в этих словах заключается суть итальянского отношения к жизни, их философии на экспорт. Итальянская мода даже отчаянным трудоголикам предоставляет возможность влюбиться в жизнь, свой внешний вид и мир вокруг. Ведь местные дизайнеры с самого начала транслировали китч, комфорт и свободное отношение к жизни. Спустя 60 лет итальянская мода олицетворяет мировую роскошь, и задает простую систему координат. Кроме того, предлагает неизменно высокое качество тканей, и поддерживает традиции производства.

Список использованных источников:

1. Клайв Эдвардс. Как читать орнамент. – М.: РИПОЛ классик, 2011. – 256 с.
2. Козлов В.Н. «Основы художественного оформления текстильных изделий»
3. Бесчастнов Н.П. Художественный язык орнамента: Учебное пособие для вузов. – М.: ВЛАДОС, 2010. – 335 с; 32 с. ил.

4. Козлов В. Н. Основы художественного оформления текстильных изделий: Учебник для вузов. - М.: Легкая и пищевая промышленность, 1981. – 264 с.
5. Marnie Fogg. 1960s Fashion Print .- London : Batsford, 2008. -191 p. :col. ill.
6. <https://www.casual-info.ru/>
7. www.mylitta.ru

© Вдовенко А.О., 2019

УДК 67.03

Видякина А.Ю., Ваниева О.В., Чулкова Э.Н. **ЭВОЛЮЦИЯ ЖЕНСКОГО ДЕЛОВОГО КОСТЮМА В СОВРЕМЕННОЙ ИНТЕРПРЕТАЦИИ**
Новосибирский технологический институт (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина

Согласно данным статистики, обобщенным за последние 5 лет, почти половина всех ритейлеров отрасли легкой промышленности заняты торговлей товарами российского производства. Согласно исследованиям рынков одежды, на российские прилавки ежегодно попадает до 15 новых брендов. Поиск творческих концепций для дизайнера в наше время становится всё более затруднительным. Вдохновение ищется во всём, от растительного мира, до переработки уже существующих элементов костюма. Из-за большого объёма постоянно создаваемых коллекций следует подойти к разработке творческой концепции с позиции системного анализа. Креативный подход к поиску новых идей приводит к тому, что у дизайнера возникает желание воспользоваться не просто историческими аналогами, но рассматривать в целом эволюцию какого-либо вида одежды. Для отражения событий окружающего мира мода использует язык визуальных символов: формы, цвета, фактуры. Важными категориями здесь являются стили, образы; формы человеческого тела и одежды, ассортимент модных изделий и материалов, из которых они изготовлены.

Требования, предъявляемые к одежде, зависят от ее назначения, условий эксплуатации, возраста и пола потребителя. Развитие технологий и форм экономической организации за последние два века не оставило в прошлом хорошо сшитый костюм и сохранило традиции мужского покроя. Современная мода диктует полное слияние гендерных признаков в одежде и образе жизни. Рассматривая эволюцию и регрессию делового костюма, можно получить новые формы и сочетания. Проанализировав стилевые решения классической одежды во временном отрезке последнего столетия, установлена связь между событиями в обществе и изменениями в костюме. За основу творческой концепции коллекции принята эволюция женского делового костюма, представленные ниже.

Этапы возникновения женского делового костюма:

1. Платье, как основной ассортимент женской одежды на протяжении нескольких веков.
2. Сарафан довоенные годы, женщины, работающие учителями и нянями.
3. Разделение платья на юбку и жакет, Габриэль Шанель, начало XX века.
4. Возникновение мини-юбок, 60-е годы XX века
5. Полное заимствование мужского костюма, XXI век
6. Футуристический костюм будущего

Для выражения характера коллекции созданы мудборды и фабрикборд, воплощающие в себе четыре направления: натуральное или природное, минимализм, тайна или секрет и женская отрешённость. Выбраны названия, определены материалы и цветовая гамма.

Художественные эскизы выполнены в смешанной технике (рис. 1). Логический ряд коллекции, как следующий этап в разработке и представлении проекта, позволил оценить его общий вид, наглядно увидеть целостную композицию, взаимозаменяемость и взаимодополняемость изделий в случае капсульного решения, гармоничность цветовых сочетаний.

При активном развитии гипертенденции – деконструктивизма, допустимым является в использовании элементов какого-либо костюма, разрушение его устоявшихся форм. Поэтому заимствование каких-либо стилевых элементов на данный момент является актуальной темой для формирования нового стиля в одежде. Проект коллекции наглядно демонстрирует эволюцию женского делового костюма в современной интерпретации.



Рисунок 1 – Художественный эскиз коллекции «От решения»

Список использованной литературы:

1. Холландер Э. Пол и костюм. Эволюция современной одежды /Энн Холландер; пер с англ. Е. Канищевой, Л. Сумм – М.: Новое литературное обозрение, 2018. – (Серия «Библиотека журнала «Теория моды») – 546 с.

© Видякина А.Ю., Ваниева О.В., Чулкова Э.Н., 2019

УДК 687.01

Виноградова Д.Е., Вадеева М.О. ОПЫТ РЕКОНСТРУКЦИИ ГОФРИРОВАННОГО ВОРОТНИКА

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

Для дизайнера важнейшим источником инспирации служит исторический костюм, как в целом, так и в отдельных деталях. В данном исследовании хотелось бы кратко обрисовать такую интересную деталь ренессансного европейского костюма, как гофрированный воротник. Ничто так не передает атмосферу елизаветинской эпохи, как пышные, кружевные воротники на костюмах придворных модников. Откуда же появилась такая деталь гардероба?

Впервые воротник появился в Италии на рубеже XIII-XIV веков. Тогда в моду вошли открытые камзолы, что сделало видимой рубашку, которая считалась нижним бельем. Увидевшую свет горловину рубахи вначале украсили узкой полоской ткани или кружев, слегка выступавших над верхней одеждой и напоминавших воротник-стойку.

К началу XV века вырез на мужском костюме увеличился, а воротник рубашки превратился в элемент украшения. Кружева размещались не только вокруг шеи, но и на верхней части груди. Стремясь придать им изысканность и элегантность, мастера укладывали кружева аккуратными складками – гофрировали. Перед надеванием гофрированную часть рубашки крахмалили и проглаживали горячим утюгом, отчего она становилась жесткой и красиво выступала из-под камзола. В то время подобные украшения носили только мужчины [1].

Изначально воротник был скромного размера. Он полностью закрывал шею на манер современного свитера-гольф, только с петельной строчкой по краю. Считается, что мода на ношение жестких, крахмаленных воротников родилась в XV веке в Испании. По одной версии, изобретателями такого стиля стали испанские бандиты «махо», щёголи, предпочитавшие яркие, вызывающие наряды. По другой версии, появление каркасных воротников было связано особым отношением к реконкисте, определившей военизированный характер костюма. Другими словами, испанский каркасный костюм, в совокупности с воротником, имитировал доспехи, даже гражданская одежда выглядела как броня. Воротник уподоблялся деталям лат, имитировал металлические нашейные пластины, которые защищали шею.

С 1530 года гофрированные воротники стали общепринятой деталью одежды как мужской, так и женской. Грангола – разновидность горгеры. Изготавливали горгеры обычно в белом цвете, часто отделывали кружевом. Горгеры и гранголы вошли в моду в Испании неслучайно. Большой жесткий воротник вынуждал своего обладателя держать голову

слегка откинутой назад. Это придавало облику значительности и чопорности, а также добавляло еще большей выразительности мужскому костюму. Для женщин, которым запрещено было появляться в обществе с открытой шеей и декольте, горгеры стали также незаменимы. Иногда ткань располагалась вокруг шеи в два и даже в три яруса. По внешнему краю воротник обшивали тонкой золотой нитью и могли придать ему форму зубчиков, на которые нашивались кружева [4, с. 104].

К середине века такие воротники носят все европейцы, но называют их по-разному: во Франции – фреза, в Испании – горгера или грангола, в Англии – брыжи или раф, в Германии – крозе [2].

Во Франции английские воротники вначале успеха не имели. Но вскоре ситуация изменилась. Известно, что Екатерина Медичи, французская королева, родившаяся в Италии, выписала из Венеции мастера Винциолло. Поселившись в Париже, он открыл мастерскую и принялся изготавливать ажурные шелковые воротники, напоминавшие брыжи. Модники-французы могли позволить себе фрезу из венецианского кружева. Для придания воротнику четкой формы его крахмалили, а иногда использовали проволочный каркас. В дальнейшем фреза разрослась до невероятных размеров, получив название «мельничный жернов». Таким образом создавался эффект маленькой головы.

Особенно широкое распространение такие воротники получили в Англии, где воротник, впрочем, как и другие части одежды, представляли собой отдельные элементы. Английским портным удалось превратить маленькую оборку на стойке рубахи в подобие невероятного кружевного жернова, лежащего по плечам на тростниковом каркасе или подпирающего подбородок и уши. Существует мнение, что огромные воротники послужили причиной изобретения вилки, которая вошла в обиход с конца XVI века.

Рафы в Англии носили как мужчины, так и женщины. В дамских нарядах могло присутствовать одновременно два воротника – собственно фреза и стоячий воротник из кисеи. Он имел форму сердца или подковы и был натянут на металлический каркас. Раф надевался поверх камзола и прикреплялся к нему несколькими пуговицами или крючками.

Завезенные из Англии в Голландию жесткие воротники не только вошли в моду, но и стали обязательным компонентом повседневной одежды. Их продолжали носить вплоть до середины XVII века, когда в других странах они уже давно вышли из употребления. Голландцы, в отличие от англичан, крепили его на специальном металлическом каркасе. После 1580 г. голландская фреза также получила название «мельничный жернов» (ее можно увидеть на картинах Рубенса) [3].

Надеть наряд с таким воротником было непросто. Процесс облачения выглядел так: двое слуг держали воротник, а третий с разогретыми гофрированными щипцами стоял рядом, чтобы тотчас

выровнять помявшуюся складку. Чтобы воротник дольше сохранял свою форму, в него даже вшивали тонкие металлические проволочки.

Очевидно, что такой воротник не мог долго оставаться модным. Уже в начале XVII века в Испании вошли в повседневный обиход широкие отложные воротники, пришивавшиеся к рубашке. Они выпускались из-под камзола и свободно лежали на плечах [1].

В России мода на брыжи появилась лишь в XVII веке, когда в результате петровских преобразований вошла в обиход одежда европейского покроя. В двадцатые годы XVIII века брыжи становятся частью военной формы высших военных чинов. При Елизавете Петровне горгеры стали элементом не только на праздничной, но и в повседневной одежде.

Во время царствования Екатерины II брыжи исчезли из военной формы и сохранились лишь в штатской одежде. Однако в конце тридцатых годов XIX века, после изменения силуэта военной формы, кружевные брыжи вновь вернулись в армию. Правда, на этот раз они были почти сразу вытеснены жабо – кружевным украшением в виде оборки, пришитой параллельно пуговицам на рубашке. Воротник окончательно приобрел форму, близкую к современной [2].

Мы знаем, что мода циклична и временами ретроспективна, ту или иную деталь исторического костюма можно заметить и в современных коллекциях, в которых данный элемент может быть необычно и интересно интерпретирован. Так, «горгеры» можно встретить, например, в таких коллекциях, как Gareth Pugh Spring 2009, Alexander McQueen, AW2013, Givenchy, Haute Couture, Spring-Summer 2008, Chanel 2013.

Я попыталась реконструировать такую эффектную деталь исторического костюма, чтобы, поняв, как воротник создавался в XVI веке, трансформировать его в современный элемент, возможно, ключевой, для образного и конструктивного решения авторской модели в материале, а, может быть, и целой коллекции.

Для создания воротника-фрезы мне понадобились такие материалы, как атласная лента, тонкое кружево, леска, белые нитки, кусочек ткани х/б или льна для стойки, флизелин и, конечно, швейная машинка.

Ход работы состоял в следующем: пристрочить леску по краю ленты зигзагом на машинке (чтобы будущий воротник не терял форму), в край ленты пристрочить кружево, разметить складки (например, маркером для ткани), по разметке на машинке прострочить верхние швы (те, где в данном случае крепится лицевая сторона ткани к лицевой), по разметке закрепить нижние стыки (прошивать на всю глубину обычно нет смысла), закрепить с двух сторон, обрезать лишние нитки полученной заготовки, посадить полученный фрез на воротник, который можно будет потом приметать на живую нитку к рубашке. Для того чтобы фрез красиво сидел, подчеркивая форму головы, стойку под него нужно сделать

соответственно с подъемом сзади и чуть уже спереди. Стойка должна быть высокой, но не слишком (можно сначала сделать макет из бумаги, чтобы правильно рассчитать высоту). Затем нужно сосчитать количество петель и распределить это число на длину стойки. Булавками фрез прикрепляется к стойке по четвертям и пришивается на руках в край (2-3 стежка на петлю). Снизу тоже стоит его закрепить, чтобы фрез не перекошило. Закрепляются торцы, пришивается застежку (липучка, пуговицы, кнопки). Воротник готов.

Список использованных источников:

1. https://lebedinajpesnja1.blogspot.com/2013/06/blog-post_23.html
2. <https://www.livemaster.ru/topic/1394853-vorotnik-melnichnyj-zhernov-istoriya-odnoj-detali>
3. https://studbooks.net/545593/kulturologiya/istoriya_vorotnika_epohi_vozrozhdeniya
4. Э. Б. Плаксина «История костюма. Стили и направления» М.: Издательский центр «Академия», 2004. – 224 с.

© Виноградова Д.Е., Вадеева М.О., 2019

УДК 67.03

Владимирова Е.Л. РЕФОРМА СЦЕНИЧЕСКОГО СИБИРСКОГО КОСТЮМА

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

Как известно, нет ничего вечного, традиции либо уступают дорогу новым веяниям, либо сливаются с ними воедино и вместе кочуют из одного десятилетия в другое. Так произошло и с народным сибирским костюмом, который формо- и видоизменился в Красноярском государственном академическом ансамбле танца Сибири имени Михаила Годенко.

Чтобы определить разницу между традиционным костюмом и тем, который создали в ансамбле, следует сравнить их между собой. В стандартный комплект одежды сибиряков входили женская рубаша и мужская, относящиеся к нательной одежде, подштанники, сарафаны, полностью закрывающие ноги, душегреи, головные уборы (колпак-валенка из шерсти, шляпа-грешневик), зипун, туникообразные рубаша и штаны. Из обуви – это чирки, поярковые валенки. Также важное сакральное значение уделялось и бережной вышивке на горловине, рукавах и подоле. Также вышивкой украшались и кушаки, которые предназначались для верхней одежды и пояса-опояски, завязывающиеся на рубаше или сарафане (если требовалось).

Стоит отметить, что также существовал городской костюм, который уже отличался от традиционного тем, что на него повлияла мода, которая складывалась в Москве и Петербурге. Во-первых, появились новые крои, которые послужили созданию новых моделей одежды. Например, в мужском костюме укоротился рукав, точнее вообще исчез, и так появилась на свет жилетка, которая, кстати, застёгивалась на пуговицы. Штаны стали более прямыми и больше походили на брюки.

Одежда сибиряков также зависела и от социального статуса и вероисповедания (старообрядец, язычник) своего носителя. Соответственно отличительная черта для крестьянского костюма – практичность и удобство, у более привилегированных сословий – выражение богатства и благосостояния.

Что же впитал из этих особенностей в себя костюм красноярского ансамбля? По словам заведующей костюмерным цехом ансамбля Безбородовой Татьяны Петровны большинство костюмов, особенно старых («Свечи») были «с вышивкой, бусами, сложной отделкой, требующей кропотливого труда и при создании, и при уходе». Следовательно, основные элементы одежды сохранились, просто изменилась форма с самой одеждой. С чем же это связано? Во-первых, появились новые виды ткани, которые дешевле льняных. У них есть своё преимущество: они более эластичные и долговечные. Следовательно, не сковывают движений, особенно если костюм определённым образом пошит. Но также у современных тканей есть и свои минусы: тело почти не дышит из-за синтетики, следовательно, увеличивается нагрузка на сердце, кроме того, нужно приглушать блеск ткани, то есть сделать так, чтобы она выглядела более натуральной (например, чтобы шерсть была похожа на шерсть). По словам Татьяны Коковиной, московского художника, которая сделала последние костюмы для номеров «Птичий двор», «Параня» и «Махонька» «существует масса театральных приемов, чтобы немного состарить ткань, и приглушить эту гламурную красоту. При создании костюма ошибиться нельзя, ведь за этим стоит колоссальный труд пошивочных мастерских, немалые средства и месяцы ожидания. Поэтому всегда нужен один до конца выполненный, с вышивкой и отделкой, сигнальный костюм – тогда успех гарантирован».

Большинство костюмов ансамбля созданы настолько удачно, что их перешивают много лет, сохраняя абсолютно все: и цвет, и фасон, и орнамент («Сибирь моя», «У колодца», «Потеха»). Их создавала московская художница Елизавета Григорьевна Аксельрод. Она совершила ряд экспедиций по европейской части России и Сибири, изучая и собирая материалы по русскому костюму и национальной одежде народов СССР. Результатом этой работы стала коллекция акварельных рисунков, переданная ею в дар Государственной центральной театральной библиотеке. Костюмы на номер «Птичий двор» служат прообразом не

только куриц и петухов, но и скоморохов, которые, как известно, потешали народ на праздниках. Такое соединение анимализма и потехи и порождает комический эффект. Но если есть определённый тип костюма, следовательно, должно быть что-то скоморошьё и в танцевальной лексике. Например, руки – это крылья, поэтому артисты определённым образом держат их, и движения полностью зависят от данного перевоплощения. Порой движения артистов кажутся слегка неуклюжими именно из-за манеры исполнения, которая уместна в данном танцевальном номере.

Традиционный ненецкий женский костюм доходит практически до пола, в ансамбле же его укоротили, следовательно, девушки смогли высоко прыгать наравне с мужчинами и движения стали более раскованными. Головные же уборы руководителю коллектива не понравились и их вовсе убрали, возможно, традиционные шапки «утяжелили» образ исполнителей.

В танце «Ручеёк» артисты одеты в небесно-голубые костюмы, которые обшиты русскими узорами. На первый взгляд они кажутся достаточно традиционными, тем не менее, женские платья сильно укорочены: подол выше колена. Именно такой костюм позволяет поднимать танцовщицам ноги выше 90°. Также подобная длина платьев даёт возможность стремительнее перемещаться артисткам по сцене.

Таким образом, костюм напрямую связан с лексикой танца, он максимально взаимодействует с ним. Соответственно, если костюм стилизован, то и сам танец, его состав движений, будет таковым.

Список использованных источников:

1. Аронова Т. Красноярские танцоры накопили пять тонн нарядов! // Комсомольская правда. – Звёзды. - 5 дек. 2012. - 15:17;
2. Павленко С. Михаил Годенко заставил говорить о Красноярске весь мир // Красноярский рабочий, - 15 дек. 2010;
3. Ефимова Л. Русский народный костюм. Государственный исторический музей. М.: «Советская Россия». – 1989. – с. 22-31.

© Владимирова Е.Л., 2019

УДК 7.013

Возьмилова А.А., Петушкова Г.И. **ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ДИЗАЙНЕ КОСТЮМА**

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

В настоящее время, благодаря стремительному развитию технологий и доступности самой разнообразной информации, дизайнеры могут воплотить самые смелые идеи. Для проектирования инновационной коллекции одежды дизайнер должен разбираться и в композиции костюма, и в конструировании одежды, и в технологии швейного производства. Только обладая качественными фундаментальными знаниями и умея

разрабатывать модели одежды на каждый день, дизайнер готов повышать свой уровень креатива и создавать настоящие инновационные шедевры. Задача специалиста – постоянно расти, повышая свой уровень профессиональной компетенции, использовать все возможные источники информации, ставить эксперименты, изучать новые материалы и технологии, интересоваться достижениями науки и техники. Только такой подход позволит идти в ногу со временем и быть интересным как личность и как профессионал.

В статье рассмотрены этапы формирования интереса к инновационному дизайну, значение этого вида проектирования, а также приведены примеры актуальных проектов.

Этапы эстетического освоения новых технологий в дизайне костюма детально прослеживаются в период с середины 60-х годов XX века, с момента, когда ведущие модельеры Старого и Нового Света стали успешно экспериментировать с новыми технологиями и материалами, раскрывая в них специфические свойства и передавая с помощью композиционно-художественных приёмов присущие только этим материалам особенности пластики, колористики, силуэта и конфигурации костюма. Изменения в проектной практике отразились в творчестве таких мастеров дизайна, как Пако Рабанн (Paco Rabanne), Андре Курреж (Andre Courreges), Мэри Куант (Mary Quant), Пьер Карден (Pierre Cardin), Ив Сен Лоран (Yves Saint Laurent). Данные успехи непосредственно связаны с миром новых технологий [2, с. 12]. На следующем этапе, в 80-е годы XX века лидерство переходит к японским специалистам. Богатый многовековой опыт создания своеобразного национального костюма, помноженный на стремление разрабатывать необычные объекты, помог мастерам из Японии вырваться вперед в работе с формой современного костюма. В производстве модного костюма появилось новое, пока недостаточно изученное направление арт-костюма, что обуславливает актуальность рассмотрения, как теоретических установок этого явления, так и исследование возможностей практического применения полученных данных [5, с. 2].

Производство нового поколения текстиля стало объектом продвижения самых передовых NBIC-технологий (нано-, био-, инфо-, когнито-) и для производства «умного» текстиля (smart textile) технического, защитного, медицинского и декоративного назначения. Для его производства усовершенствуются современные, разрабатываются и внедряются инновационные технологии прядения, ткачества, плетения, вязания, производства нетканых материалов и колорирования. Для создания образа и композиции сценического костюма дизайнеры используют различные световые элементы: лазерные, светодиодные, оптоволоконные, LCD и PDP технологии, голографию, электролюминесцентные панели, светоотражающие и световозвращающие

материалы. «Световые образы» проектируются для воплощения в одежде выразительности и создания моделей с эмоционально-зрительными характеристиками [3, с. 4].

Достижения в области высоких технологий, всеобщая компьютеризация производства позволяет дизайнерам воплощать свои идеи, применяя недоступные ранее материалы и воссоздавая объемную фактуру, чтобы удовлетворить тактильные потребности потребителя [1, с. 62]. Проектирование таких коллекций подтолкнуло к поискам уникальных проектных решений, отвечающих новым типам восприятия пространства. Процесс создания арт-коллекций требует углубленных поисков в области технологии, конструирования, фактурообразования и инноваций [4, с. 105].

В любой коллекции важнейшим признаком является ее целостность, что отличает коллекцию от механического собрания разнородных моделей. Целостность обеспечивается единством стиля, творческого метода, цветовой гаммы, структуры материалов, формы, образов. Кроме того, признаком грамотно разработанной коллекции является динамика, то есть развитие центральной идеи в данной коллекции. Яркая образность, доходящая до гротеска, достигается целым комплексом средств: одеждой, головными уборами, обувью, дополнениями, макияжем, прической, париками, украшениями. Каждый дизайнер пытается найти свой набор символов или совокупность знаков для визуального сообщения публике [5].

Формирование нанотехнологий, а также введение их в производство одежды, совершается по разнообразным причинам. Применение данных технологий в дизайне одежды дает возможность гарантировать новейшие качества материалов, которые позволят найти не известные ранее возможности, способствующие развитию моды. В настоящее время одежда постепенно преобразуется в устройство, которое способно выполнять разнообразные функции, например, вести контроль над состоянием человека или окружающей среды. Немецкий дизайнер Анке Домаске предложила потребителям экологичную одежду, которая полностью производится из молока. Такая одежда улучшает микроциркуляцию крови и позволяет регулировать температуру тела. Хелена Стори и Тони Райан разработали уникальную технологию фотокаталитической одежды, которая очищает воздух. Дизайнер из Лондона нашла оригинальный способ создавать экологическую одежду, не сильно расходуя средства на натуральные ткани: она предложила просто выращивать её. Таким нехитрым, но научным способом Сюзанна Ли уже создала линию сумок, несколько курток актуальных фасонов и даже целую коллекцию элегантных вещей, обтягивающих, будто вторая кожа [7, с. 232].

Инновационные методы моделирования и проектирования, нетрадиционные материалы: оптоволокно, силикон, полимеры, а также удивительная фантазия дизайнеров предоставляют неограниченные

стилистические возможности для широкой деятельности, вследствие чего активно используются ведущими дизайнерами: Хуссейн Чалаян, Сьюзан Лии, Мэри Катранжу, Ирис Ван Херпен и т.д.

Инновационные материалы можно создавать практически из любого волокна. Большой вклад в изучение этой области внесли японские дизайнеры Рейко Судо, Макико Минагава и Юньихи Араи. В своем творчестве они обращались к технологиям таких далеких от текстильной индустрии отраслей промышленности, как автомобилестроение, и применяли эти технологии для производства совершенно новых материалов. Они научились трансформировать в текстиль керамику, пластик, стекло, бумагу и даже резину.

Больше других задумалась о будущем человечества английский дизайнер Эми Конгдон. В рамках своей магистерской программы она, сотрудничая с учеными королевского колледжа в Лондоне, изучала возможности тканевой инженерии. В медицине тканевая инженерия – это конструирование и выращивание живых функциональных тканей или органов вне организма для последующей трансплантации пациенту. Эми Конгдон предложила привнести этот метод в мир моды: вместо того, чтобы убивать животных ради кожи и меха, можно взять клетки, размножить их и создать необходимый материал в достаточном количестве. И Конгдон подтвердила свои слова, выпустив коллекцию украшений, выращенных из смеси клеток разных живых существ. [6].

На планете живет более 7 миллиардов человек, количество природных ресурсов стремительно сокращается. Чтобы избежать экологической катастрофы, нужно уже сейчас задуматься об использовании современных технологий для улучшения качества существования человечества. Дизайнер-модельер должен понимать степень значимости инноваций, изучать творчество современных специалистов, использующих нанотехнологии в своих проектах, выявлять направления развития новых технологий. Только владея наиболее полной информацией о существующих разработках, можно создавать новое в дизайне.

Список использованных источников:

1. Будникова О.В., Диева О.Н., «Экологические тенденции в дизайне костюма» // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Техника и технологии. 2014. № 2. С. 60-69.

2. Васильева, Т.С., «Влияние новых технологий на формообразование в дизайне одежды на примере светодизайна костюма», автореф. дисс. канд. искусств.:17.00.06 / Татьяна Сергеевна Васильева. – М., 2011. – с. 38: ил. – Библиогр. с. 32-35.

3. Гришаева Г. А., «Роль инновационных технологий в дизайне костюма.»// Российский государственный профессионально-педагогический университет. <http://sci-article.ru/stat.php?i=1448993312>

4. Диева О.Н. «К проблеме формоустойчивости одежды из войлочных полотен» // Вопросы современных технических наук. 2016. С. 104-106.

5. Диева О.Н., «Техническая эстетика и инновации в проектировании одежды.» Юго-Западный государственный университет, Курск, 2016г. <http://izron.ru/articles/osnovnye-problemy-gumanitarnykh-nauk-sbornik-nauchnykh-trudov-po-itogam-mezhdunarodnoy-nauchno-prakt/seksiya-6-tekhnicheskaya-estetika-i-dizayn-spetsialnost-17-00-06/tekhnicheskaya-estetika-i-innovatsii-v-proektirovanii-odezhdy/>

6. Матяшова Е. С., науч. рук. Л.В. Таланова. «Инновационные технологии в современном дизайне костюма.» // Белгородский государственный институт искусств и культуры, 2017. <https://elibrary.ru/item.asp?id=29948129>

7. Рукавишникова А. С., Соприкина Т. Н., Евсеева А. А. «Применение светоизлучающих материалов в современном дизайне сценических костюмов» // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 2. – С. 231–235.

© Возмилова А.А., Петушкова Г.И., 2019

УДК 7.01

Вольтер А.Г., Коржановская Л.Г. **ПРОБЛЕМЫ ЭКЗИСТЕНЦИАЛИЗМА В ГРАВЮРАХ ЭДВАРДА ХОППЕРА**

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

Экзистенциализм как самостоятельное философское течение возникает в 20-30-х годах прошлого века. Он рассматривал острые проблемы европейского общества того времени, такие как смерть, страх, страдание, отчаяние, отчуждение, беспокойство, абсурдность мира и существования человека. По сути, экзистенциализм выразил общее мироощущение, культурные травмы общества начала XX века.

Анализируя работы художника Эдварда Хоппера, в частности его гравюры (рис. 1-3), появившиеся на свет в 1920-1921 гг. можно сделать вывод о его тонком чувствовании экзистенциальных проблем человека.

Основной темой его работ стало одиночество индивида в мире. В большинстве его работ мы видим одиноко застывшие фигуры неизвестных людей, их четкие геометрические формы воплощают ощущение отчужденности, драматизма и тотального одиночества. На рис. 1 изображены два человека, между ними не происходит никакого диалога, хоть они и находятся в одном помещении. Возникает ощущение их замкнутости в себе.



Рисунок 1 – «House Tops», Э. Хоппер, 1921

Данная тема глубоко раскрыта в философии экзистенциализма. Многие мыслители рассуждали об одиночестве и предложили свои варианты ответов на этот важный вопрос. На наш взгляд, наиболее точно сформулировал проблему Жан-Поль Сартр. Он полагал, что одиночество - фундаментальный способ бытия человека, а не отрицательное его переживание. Философ считал, что «мы обречены быть свободными, и наша свобода, возможно, является единственным, от чего мы не в состоянии отказаться» [1, с. 518]. И в этой свободе мы оказываемся одинокими, и разделить данное одиночество нельзя. Свобода приобретает оттенок роковой неизбежности. Приходит ответственность за себя и свой выбор. Всегда решать за себя – быть абсолютно одиноким.

Еще одно направление, в котором работает Эдвард Хоппер – архитектура одиночества. На большинстве его работ представлены архитектурные сооружения. Можно сказать, что город стал для него основным героем произведений. На рис. 2 и рис. 3. изображены городские пейзажи. В чем же тут одиночество? Оно в пустоте пространства, игре со светом и в окнах. На некоторых картинах даже создается ощущение, что людей нет, есть только безжизненное городское или сельское пространство. Хоппер, без сомнения, достиг совершенства в раскрытии темы тотального одиночества.



Рисунок 2 – «Night Shadows», Э. Хоппер, 1921 г.

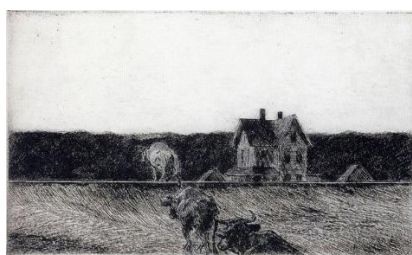


Рисунок 3 – «American Landscape», Э. Хоппер, 1920 г.

Вторая проблематика картин Хоппера – абсурд. Конечно, абсурд существовал и до становления данного понятия в экзистенциализме, но французские философы внесли значительный вклад в анализ проблемы.

Эммануэль Мунье, например, считал, что «абсурд – это разрыв между духом, который испытывает желание, и миром, который не оправдывает возлагавшихся на него надежд» [2, с. 238]. Похожую точку зрения высказывал и Альбер Камю. Анализируя переживания и чувства, характеризующие бытие человека, он пришел к выводу, что фундаментальным может быть только вопрос о смысле существования личности. Стремясь разобраться в жизненных целях, человек обращается за помощью к миру, но мир не дает подсказок и предзнаменований, он молчит. По мнению философа, возможны только два выхода из констатации абсурда. Только бунт придает цену жизни. Жить – значит пробуждать к жизни абсурд и смотреть на него в упор. В чем же состоит абсурд в работах Эдварда Хоппера?

При первом взгляде на его работы наблюдатель не увидит ровным счетом ничего, но за его простыми, почти манекенными персонажами скрывается оцепенелое, напряженное бездействие, пауза в жизни. Абсурдная составляющая заключается в состоянии утраты смысла человеческого существования, это связано с отрешением личности не столько от общества и его исторической составляющей, сколько от себя самой.

Эдварду Хопперу удалось выразить в своих картинах абсурдность жизни и тревожность человеческой личности в огромном и холодном мире.

Список использованных источников:

1. Сартр Ж.-П. Бытие и ничто. Опыт феноменологической онтологии/ Ж.П. Сартр. - М.: АСТ, 2015.- 518 с.

2. Мунье Э. Надежда отчаявшихся: Мальро. Камю. Сартр. Бернанос / Пер. С фр. И примеч. И. С. Вдовиной. – М.: Искусство, 1995. – 238 с

© Вольтер А.Г., Коржановская Л.Г., 2019

УДК 711.6

Вохлачев П.Е., Спектор Г.З., Рузова Е.И. КЛЮЧЕВЫЕ АСПЕКТЫ РЕНОВАЦИИ ПРИБРЕЖНЫХ ГОРОДСКИХ ТЕРРИТОРИЙ

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

Современная урбанистика выделяет ряд проблем, к числу которых относится экологические, связанные, в частности, с дефицитом городских территорий. Мировой опыт решения этих проблем демонстрирует примеры реновации промышленных территорий, утративших в настоящее время экономическую актуальность.

Историческая обусловленность расположения многих городов в прибрежных зонах, наличие набережных и портовых территорий определяют перспективность расширения социокультурных городских пространств с помощью реновации этих территорий. И в данном контексте можно говорить, об определенном экономическом, социальном и экологическом ресурсе этих пространств в городской инфраструктуре.

В России проблема реновации связана с необходимостью обновления, реорганизации архитектурно-производственного наследия Советского периода истории развития нашей страны. Это и огромные территории промышленных предприятий, утративших свой экономический потенциал в эпоху глобализации, а также прибрежные городские территории, портовые зоны, потерявшие актуальность в качестве транспортных узлов, набережные-променады, зоны городских пляжей. Мировая практика ориентирует реновационные мероприятия, основанные на комплексном подходе, на создание многофункциональных рекреационных пространств для организации досуга горожан.

Исследование выявило ряд общих проблем прибрежных городских территорий: с одной стороны – утрата исторических традиций; потеря природного и ландшафтного разнообразия прибрежных полос и акваторий; недоступность и заброшенное состояние прибрежных территорий; неразвитость территориальных и функциональных ресурсов. С другой стороны – недооценка современных возможностей для привлечения акваторий к городской жизни; недостаточное количество общественных мест, рекреационных пространств для отдыха, туризма, физической культуры и спорта, образования, творческих индустрий; отсутствие стратегий и инновационных методов комплексного преобразования и развития прибрежных территорий в рамках градостроительства, а также расширение транспортной инфраструктуры (рис. 1).

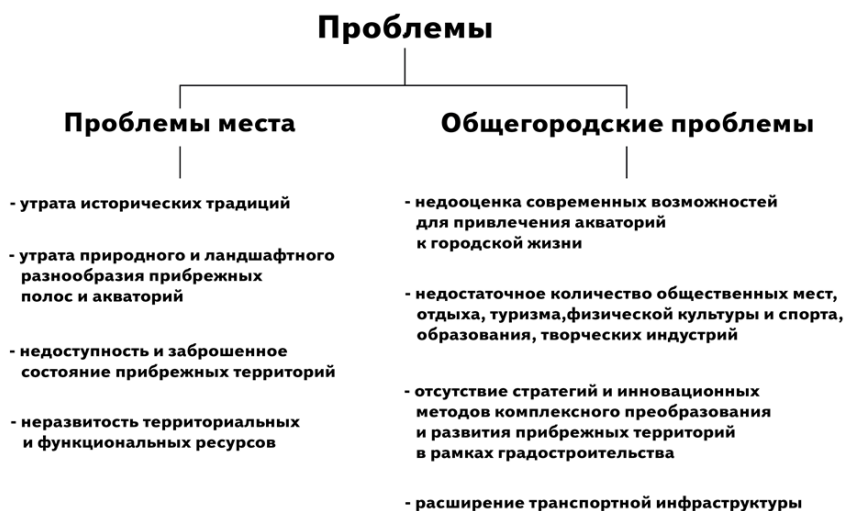


Рисунок 1 – Проблемы прибрежных городских территорий.

В ходе исследования выяснилось, что проектные мероприятия по реновации прибрежных городских территорий необходимо проводить с учетом факторов, к которым можно отнести:

- их расположение в градостроительной структуре города;
- влияние сформированной городской архитектурной среды;
- экологические и географические особенности территорий;
- сложившуюся транспортную ситуацию;
- пешеходные и транспортные связи с другими рекреационными пространствами города;
- объединение с социальными и культурными точками;
- общественный запрос.

Основываясь на этих положениях, комплексный подход к реновации прибрежных городских территорий должен опираться на экологический и семиотический подход к принципам и методам проектирования. Теория дизайна выделяет ряд основных принципов формирования городских прибрежных территорий:

- принцип гуманизации пространственной среды;
 - принцип биопозитивности;
 - принцип эстетической гармонизации;
 - принцип инвестиционной привлекательности;
 - принцип экологической устойчивости;
 - принцип паритетности искусственных и природных компонентов;
 - создание единого водно-зеленого каркаса;
 - архитектурно-планировочное решение пространства [1, с. 20];
- Рассмотрим их подробнее.

Процесс гуманизации пространственной среды обычно рассматривается как ее совершенствование с целью достижения физического, психологического и духовного комфорта человека в искусственной и природной среде [3, с. 130]. Трансформация социально-экономических условий приводит к изменению роли и места человека в современном мире. Постоянно меняющееся многообразие социокультурных потребностей различных групп населения становится главным фактором формирования новых общественных объектов [4, с. 408]. Все это определяет дальнейшие векторы развития в проектировании прибрежных городских территорий. Необходимо создание рекреационных зон в береговой полосе, включающих зоны тихого отдыха; детские зоны; спортивные зоны; пункты общественного питания; пляжные зоны; зоны причалов для водного транспорта; зоны массовых мероприятий.

Все это способствует удовлетворению различных потребностей социальных групп населения, а также экономическому, социальному и культурному оживлению территорий набережных.

Принцип биопозитивности, определяющий приоритетность природного каркаса при заполнении прибрежных городских территорий,

отвечает за максимальное включение природных компонентов в структуру прибрежного обновления городских пространств, бережное отношение к существующим природным ресурсам, главным образом, выбор компонентов природы для целей экологического обновления и создания новых городских пространств. Примерами такого подхода могут служить Ballast Point Park (Сидней, Австралия); Парк-музей современного искусства (Сиэтл, США). В них задействованы природные ресурсы региона для реновации данной территории, а также использовано обильное озеленение характерными для данной местности растениями. Таким образом, достигнуто минимальное антропогенное вмешательство в сложившуюся экологическую ситуацию места.

Повышение энергоэффективности зданий и сооружений в границах береговой линии, использование альтернативных источников энергии и систем экономичного освещения, в том числе, и повышение уровня естественного освещения за счет света, рассеянного внутренними поверхностями здания (Эспланада Солнца, Барселона, Испания), в которой пространство устроено таким образом, что в течение всего дня инсоляционный показатель места максимально высок, благодаря географическому расположению пространства, небольшой периметральной застройке, а так же светлым фасадам, отражающим свет на территорию самой эспланады. Это отвечает принципу биопозитивности и способствует внедрению в теорию архитектуры и дизайна понятий «зеленой пластики зданий» (greenarchitecture) [2, с. 13] и эко-строительства.

Эстетический принцип гармонизации основан на улучшении воспринимаемого визуального качества прибрежной среды с целью достижения композиционного единства зданий, зеленых насаждений, визуальной ориентации, малых архитектурных форм и др. Использование этого принципа позволяет обеспечить историческую преемственность и сохранение «духа места», то есть сохранение исторических архитектурных, природных и социальных характеристик места. Эти понятия легли в основу проекта прибрежного парка в Мальме (DaniaPark, Мальме, Швеция), в котором территория была реконструирована таким образом, что сохранила и подчеркнула исторически сложившийся дух фортификационного сооружения, не добавив в дизайн новых, чуждых для этого места, смыслов.

Принцип инвестиционной привлекательности определяется наиболее эффективным и рациональным использованием прибрежных ресурсов, которые предусматривают привлечение инвестиций для изменения качества прилегающих территорий с целью обеспечения их окупаемости.

Принцип экологической устойчивости направлен на создание условий для качественного развития города, поддержание экологической обстановки прибрежных территорий, восстановление исторических

особенностей «фасада» города и поддержание экологического равновесия. Снижение потенциальных источников экологической напряженности (промышленных предприятий и транспорта) в структуре прибрежных городских территорий определяет приоритетное направление реновации.

Гуманистический подход основан на реализации мероприятий по снижению негативного воздействия на биосферу. Снижение антропогенного воздействия на природу и человека напрямую связано с улучшением экологического состояния прибрежных городских территорий.

Проблему гуманизации прибрежных городских территорий можно обозначить как аспект, связанный с кризисом в отношениях человека с окружающей средой. «Концепция устойчивого развития» [5] городов, основанная на включении элементов природы в городской ландшафт при его визуальном и функциональном преобразовании, является наиболее актуальной в мировой практике реновации городского пространства [3, с. 130]. Ландшафтное благоустройство является эффективным средством решения проблем реновации прибрежных городских территорий, что способствует повышению уровня комфорта горожан. В данном контексте можно выделить следующие приемы решения проектных задач: структурирование линейных прибрежных систем; создание визуальных разделительных барьеров; акцентирование парадных зон; масштабирование среды; построение преобразуемого природного каркаса (деревья, кустарники, почвопокровные растения).

К числу современных средств гуманизации прибрежных городских территорий можно отнести использование природных материалов (натуральный камень, дерево), что способствует восприятию архитектурной среды как продолжения природного. Можно выделить ряд прогрессивных примеров мировой практики архитектурно-ландшафтной организации городских береговых линий. Показательна практика формирования прибрежных территорий в европейских городах (Анхор Парк, Мальмё, Швеция; Юго-восточный прибрежный парк, Барселона, Испания; Порт Тель-Авив, Израиль; Площадь Гранд Канал, Дублин, Ирландия), где натуральные материалы используются в отделке поверхностей откосов набережных, берегоукрепительных сооружений, находящихся в тесном визуальном и тактильном контакте с человеком.

Развитие прибрежных городских территорий неразрывно связано с экологической безопасностью города. Качество функциональной организации пространств крупных городов пока еще не в полной мере отвечает современным требованиям экологической безопасности, комфорта и эстетической привлекательности в условиях взаимного влияния городской среды и природного ландшафта [6, с. 224].

Эти аспекты актуальны для развития российских городов, имеющих прибрежные зоны, так как они основаны на опыте западных специалистов,

имеют ряд исследований и потребительский опыт. Формирование единого водно-зеленого каркаса города как основного средства обеспечения гуманизации и экологического равновесия городской среды, сохранение и создание значимых природных зон в структуре береговых линий, выполнение рекреационных, экологических и оздоровительных функций определяют направление усилий по комплексному подходу к реновации прибрежных городских территорий.

Список использованных источников:

1. Литвинов, Д. В. - Градоэкологические принципы развития прибрежных зон (на примере крупных городов Поволжья) - издательство: " LAP Lambert Academic Publishing" 2012 г. - с. 20
2. Орешко, А. Н. - Гуманизация архитектурной среды – издательство Архитектон. – 2010 г.- с. 13
3. Dovey, K. - Becoming places: urbanism/architecture/identity/power - издательство Taylor and Francis, 2010 г. – с. 130-138
4. Forman, R. - Urban regions: ecology and planning beyond the city - издательство Cambridge University Press, 2008 г.- с. 408
5. Jones, C. - Dimensions of the Sustainable City - издательство Springer, 2009 г.
6. Marshall, R. - Waterfronts in post-industrial cities - издательство Spon Press, 2001 г. – с. 224

© **Вохлачев П.Е., Спектор Г.З., Рузова Е.И., 2019**

УДК 74.01/.09

Гаврилова Т.В., Соловьёва Е.Е., Шпак А.Е. **ВЛИЯНИЕ ЦВЕТА НА РАЗРАБОТКУ ДИЗАЙНА САЙТА**
Марийский государственный университет

Одним из направлений психологии поведения является психология цвета, которая раскрывает секреты влияния различных цветов на наше восприятие и действия. Цвет обладает сильным влиянием на человеческие эмоции, установки. В мозге происходит сложный процесс, который начинается со считывания цвета глазами и в итоге вызывает колебания настроения, эмоций. Все больше исследований доказывают, что цвет зачастую играет определяющую роль в принятии решения. В данной статье предлагается рассмотреть роль цвета в веб-дизайне.

В настоящее время одной из составляющих создания сайта является внешний вид сервиса, то есть веб дизайн. Львиную долю в этом занимает цветовая гамма.

Психологи давно установили, что разные цвета вызывают определенные ассоциации у каждого человека. Более того, играет роль не только цвет, но и способ его использования (к примеру, для фона или панели навигации, четкий цвет или переливания).

Цвет – одна из составляющих каждого бренда. Потому его необходимо подбирать тщательно. С одной стороны, важно следовать тенденциям, но в тот же момент нельзя влезть в мейнстрим, потеряв уникальность.

Использование цветов и их сочетаний в коммерческих и бизнес-целях основывается на теории цвета или психологическом и эмоциональном восприятии цвета человеком. Грамотное цветовое оформление гораздо больше, чем просто украшение. Именно цветовое решение в дизайне страниц способно сыграть решающую роль в достижении поставленных перед Интернет-ресурсом целей путем коррекции восприятия пользователями веб-страниц.

Цветовая гамма значительно влияет на репутацию бренда. В первую очередь это связано именно с определенными шаблонами. Каждый цвет имеет статичную ассоциацию. Например, яркие тёплые цвета (красный, оранжевый, жёлтый) наполняют человека энергией, пробуждают его, а холодные тёмные оттенки (зелёный, голубой, фиолетовый), наоборот, расслабляют и успокаивают.

Рассмотрим несколько примеров употребления базовых цветов в веб-дизайне.

Красный. Красный цвет ассоциируется с властью, важностью, молодостью. Например, красный цвет очень подходит сайту No Way NSA, цель которого – предупреждать о предполагаемых угрозах (рис. 1).

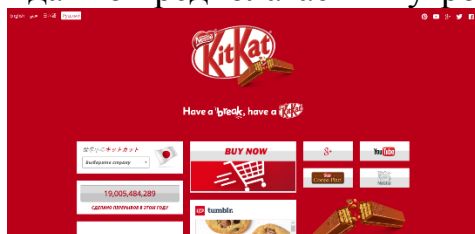


Рисунок 1 – дизайн сайта No Way NSA

Использовать много красного цвета в топе страницы – это решение, для тех, кто хочет привлечь внимание к важной информации в сообщении. В то же время люди стремятся побыстрее покинуть «опасную зону» красного цвета и скроллят вниз. А это, в свою очередь, позволяет показать пользователю больше контента.

Оранжевый. Оранжевый способен вызывать целый спектр разносторонних эмоций таких как дружелюбие. Кроме того, оранжевый помогает создать ощущение движения и энергии. Например, он отлично смотрится на сайте компании Fanta, стилизованного под мультипликацию, который наводит на мысли о молодости и движении. Цвет ассоциируется с творчеством, при этом сохраняется ощущение знакомого бренда.

Зелёный. Зелёный цвет – это мост между тёплыми и холодными оттенками, хотя больше склоняется к холодным. Это значит, что зелёный обладает расслабляющим действием синего цвета, но также имеет и часть энергичности от жёлтого. В результате этого он создаёт очень

сбалансированную и стабильную атмосферу. Более тёмные оттенки зелёного создают впечатление богатства и изобилия, как на сайте Сбербанк (рис. 2).

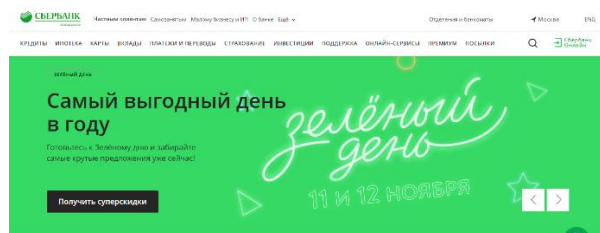


Рисунок 2 – Дизайн сайта Сбербанк

Синий. Эмоции и ассоциации этому цвету соответствуют спокойствие, безопасность, открытость (более светлые оттенки), надёжность (более тёмные оттенки). Влияние синего сильно зависит от оттенка. Все оттенки синего универсальны в плане расслабления и безопасности, но светлые тона ассоциируются с дружелюбием, а тёмные – с печалью.

Социальные сети вроде Вконтакте и Facebook используют более лёгкие и средние оттенки синего, а корпоративные сайты предпочитают более тёмные оттенки силы и надёжности (рис. 3).

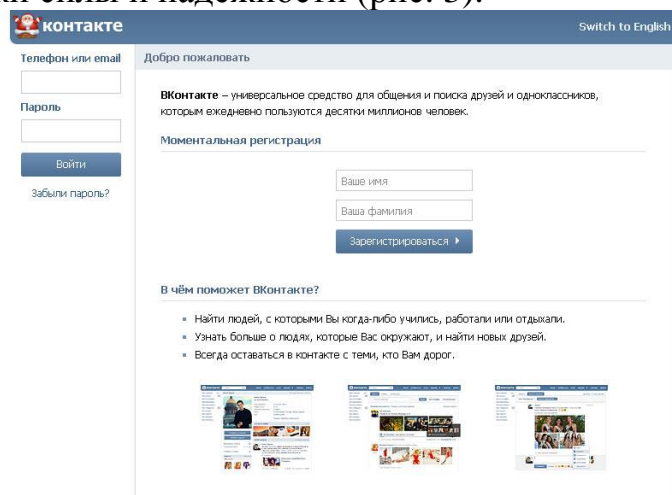


Рисунок 3 – Дизайн сайта Вконтакте

Цветовые тренды в веб-дизайне будут построены на духовной стороне пользователя. Главная зацепка – достижение спокойствия, которого так не хватает ввиду нынешних темпов жизни. Потому за основу стоит брать те цвета, которые символизируют умиротворение, тишину. Они окажут свое влияние на клиента, заставив его остаться на сайте.

Если использовать цвет в правильном направлении, в нужное время, для нужной аудитории, и для правильной цели, можно добиться очень высоких результатов. Чем больше свободы цветовой гаммы в дизайне продукта, тем больше он привлечет внимание пользователей.

Список использованных источников:

1. Nestle.KitKat: сайт .– URL: <https://www.kitkat.com/ru/> (Дата обращения 28.10.2019)

2. Вконтакте: сайт .– URL:<https://vk.com/> (Дата обращения 28.10.2019)

3. ПАО Сбербанк: сайт .– URL:<https://www.sberbank.ru/ru/person> (Дата обращения 28.10.2019)

© Гаврилова Т.В., Соловьёва Е.Е., Шпак А.Е., 2019

УДК 77:76

Гаврилова Э. ЦВЕТОВЫЕ АССОЦИАЦИИ И ЭМОЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТ В РУКАХ ДИЗАЙНЕРА

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

«Цвет – это такой психологический феномен, который возникает лишь в глазах наблюдателя» Марк Фэйрчайлд.

Каждый цвет – больше, чем цвет, он несёт в себе много информации.

Восприятие цвета – это сложный процесс, обусловленный не только физиологическими, но и психологическими факторами. В отличие от физических, их нельзя точно зафиксировать или измерить, однако они воздействуют на нервную систему, меняют настроение и эмоции, влияя не только на органы зрения, но и на другие органы чувств – осязание, слух, вкус, обоняние. Аспекты воздействия цвета могут быть изучены по трём направлениям:

1. Чувственно-оптическому (импрессивному), рассматривая иллюзии или оптические явления, вызываемые цветом и изменяющие внешний вид предметов.

2. Психическому (экспрессивному), где рассматриваются и описываются чувства и переживания, которые человек может испытывать под влиянием того или иного цвета. Это влияние очень тесно связано с оптическими свойствами цвета.

3. Интеллектуально-символическому (конструктивному), когда символика цвета опирается на объективные особенности психики, на всевозможные ассоциации [2, с. 36].

За долгое развитие человеческого зрения, психологическое воздействие цвета совершенствовалось от элементарного цветоощущения до высоко развитого чувства цвета современного человека.

В психологии под чувством цвета понимается сложное, обогащённое восприятие цвета, когда возникают определённые образы, а также связанные с ними воспоминания, эмоции и психические состояния, то есть появляются ассоциации, связанные с цветом. Суть теории цвета именно в ощущениях, которые создают разные оттенки.

Эмоциональные ассоциации могут быть позитивными, негативными или нейтральными. Цвет может успокоить и взволновать, радовать и

печалить. Им можно лечить, вызвать чувства голода и холода, лёгкости и тяжести.

В результате многочисленных исследований в области психологии искусства и цвета таких специалистов, как Р. Арнхейма, Г. Цойгнера, Г. Фриллинга, К. Ауэра, была составлена таблица цветовых ассоциаций, описывающая эмоциональное и психологическое влияние, которое оказывает на людей каждый цвет. Ассоциации здесь делятся на природные и эмоциональные.

Таблица – Цветовые ассоциации

Цвет	Ассоциации природные	Ассоциации эмоциональные
Красный	огонь, кровь, мак, вино	гнев, стыд, активность, радость, любовь, энергия
Оранжевый	пламя, осень, апельсин	веселье, наслаждение, бодрость, крик
Жёлтый	солнце, свет, лимон, подсолнух, пустыня	оптимизм, радость, возвышенность
Зелёный	природа, весна, трава, дерево, болото	надежда, спокойствие, уверенность, тоска
Голубой	небо, прохлада, воздух, лёд, электричество	спокойствие, нежность, мечта, неустойчивость
Синий	вода, холод, море	покой, стабильность, вера, печаль
Фиолетовый	космос, сирень, фиалки	достоинство, мрачность, таинственность
Белый	молоко, дневной свет	чистота, романтизм, невинность, благородство
Серый	пепел, пыль, серебро	грусть, пассивность, будничность, скука
Чёрный	вселенная, ночь, уголь, бездна	таинственность, смерть, независимость, трагизм

Конечно, сила и характер воздействия одного цвета на разных людей неодинакова. Они зависят от многих как объективных факторов: собственных качеств цвета, площади, фактурности цветной поверхности, местоположения в пространстве, так и субъективных: настроения, характера, восприимчивости человека. Однако многочисленные исследования показывают, что одни и те же цвета и сочетания цветов вызывают у большинства людей близкие психофизиологические реакции. Многие из них объясняются объективными физическими и физиологическими закономерностями.

Следуя данным таблицы, закономерности цветового восприятия основаны на природных ассоциациях. Природа всегда была источником цветовых переживаний, являясь как бы элементарным эталоном цветообразования. Не мало влияния оказал и обыденный опыт человека, который дополняется мифологическими, религиозными и эстетическими воззрениями. При оценке того или иного воздействия цвета нельзя не учитывать роль и социокультурных факторов: традиционных

представлений народа о каком-либо цвете, психоэмоциональные состояния, обусловленные возрастом, социальный статус и многих других.

Решение цветовых проблем, конечно, должно базироваться на знании и осмыслении огромного опыта, накопленного человечеством в этой области. Воздействие отдельных цветов и их оттенков были протестированы ещё в XIX, после чего использовались более целенаправленно: в дизайне одежды, кинопроизводстве, на телевидении, в журналах и фотографиях, и, конечно же, в рекламе.

Особенности восприятия цвета, основанные на ассоциациях, должны учитываться при проектировании любого объекта дизайн-графики.

Цвет действительно очень важная и неотъемлемая часть дизайна. Зная особенности каждого цвета можно сформировать желанный образ, вызвать конкретные, определённые ассоциации и эмоции.

Цвет в дизайне – вещь не менее субъективная. Что вызывает сильные эмоции у одних, не находит отклика у других. Подобранные цвета могут как привлечь внимание к изображению, так и оттолкнуть от него. А иногда, даже самые незначительные изменения оттенка или насыщенности цвета приводят к появлению совсем иных, порой противоположных чувств. Цвет – мощная сила в руках дизайнера. Он притягивает взгляд, рождает эмоции и передаёт смысл, побуждает к действиям и вдохновляет. Многочисленные исследования в области маркетинга показали, что 90% поспешных решений по покупке тех или иных товаров люди делают, основываясь только на цветах. Так что эффективное и грамотное использование цветов играет большую роль в дизайне. Все же, выработка различных цветовых комбинаций – не простая задача. В хорошем дизайне цвета всегда подобраны под его цель и аудиторию. Именно эти два параметра должны служить руководством в выборе палитры цветов.

Верное использование такого весомого элемента в дизайне, задающего стиль и настроение, позволяет добиться главного: привлечения внимания клиента, появления у него заинтересованности и всплеска эмоций.

Список использованных источников:

1. Арнхейм Р. Искусство и визуальное восприятие. Архитектура-С, - М, 2012.

2. Серов Н.В. Эстетика цвета. Методологические аспекты хроматизма. - СПб, ФПБ - ТОО «БИОНТ», 1997. - 64 с.

3. Фрилинг Г., Ауэр К. Человек - цвет - пространство: Прикладная цветопсихология. - М, 1973. -141 с.

4. Цойгнер Г. Учение о цвете (популярный очерк). Сокращенный перевод с немецкого Э.Н. Зеликиной. Научный редактор Г.Г. Борис. -М, Издательство литературы по строительству (Стройиздат), 1971. -154 с.

© Гаврилова Э., 2019

УДК 7.045

Гладков В.В., Макарова Т.Л. СИМВОЛИКА НИТИ В СОВРЕМЕННОМ ДИЗАЙНЕ КОСТЮМА

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

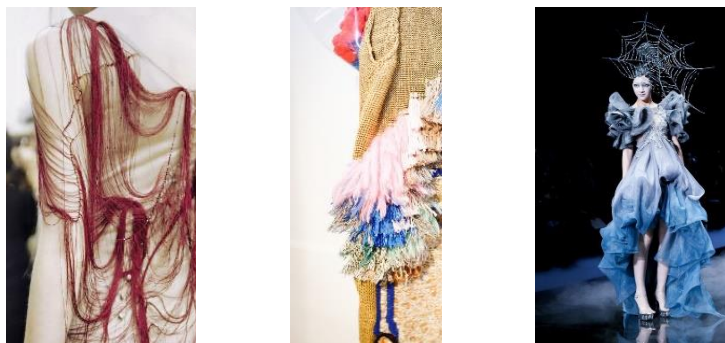
Обозначенная в заглавии статьи тема специфична как для сфер дизайна и модного костюма, так и в целом для обзорного анализа культурной среды. Нельзя проигнорировать тот факт, что за последние годы возрос интерес к символике нити в кинематографе, телевидении и иных областях художественной деятельности. Например, в 2016 году бьет рекорды кассовых сборов японский анимационный фильм «Твое имя», сюжет которого фактически основан на интерпретации легенды о красной нити. Согласно ей, существует невидимая связь между двумя людьми, которым суждено встретиться. В этот же год шведская студия Coldwood Interactive выпускает компьютерную игру, главным героем которой выступает клубок красных ниток Ярни (от англ. Yarn – «пряжа»). А в 2019 году студия Пиксар начинает серию короткометражных мультфильмов «Spark Shorts» с истории о персонаже по имени Пулр, визуально представленном как клубок розовых ниток.

Изучению символа нити с позиций антропологии, этнографии, культурологии уделяли внимание Нам Е.В. [1], Тихонов С.С. [2], Ширяева Н.С. [3], Именхоева И.Н. [4]

В данной статье все же не ставится задача обширного исследования источников возникновения семантики символа нити, но примеры уже сформировавшихся вариантов толкования будут представлены в сочетании с образцами костюмов. В качестве же главного тезиса выступает утверждение об актуальности использования в современном модном костюме нитей как декоративного элемента, имеющего богатое семантическое содержание.

Нити в современном дизайне костюма встречаются во множестве интерпретаций. Диапазон стилистических направлений, для которых они органичны, крайне широк и включает в себя этнику, панк, кантри, бохо и т.д. Такая особенность неслучайна, и предположительно восходит к семантической сути нити, заключающейся в ее толковании как символа связи неба и земли, реального мира и потустороннего, духовности и телесности [1]. Соответственно, будучи символом взаимосвязанности элементов целого (мира) нить существует в разных проявлениях и может одновременно выступать маркером как аристократизма, так и деконструктивизма, утонченности и китча, простоты и авангардности. Рис. 1 показывает несколько примеров семантических трактовок, которые могут возникнуть в ансамблях с задействованием символики нити.

Ряд характеристик позволяет включить нить в группу символов, схожих по эстетическому и смысловому содержанию. Обобщенно нить сопоставляется с веревкой, шнуром, цепочкой, цепью, волосами, струной. Несмотря на определенные различия, эти символы могут исполнять аналогичные семантические роли. Уместно даже прочтение нити как символа-архетипа, до которого условно упрощаются цепи, веревки, ленты и т.д.



а

б

в

Рисунок 1 – Примеры, демонстрирующие семантический диапазон: а – нить как символ крови, раны, Yiqing Yin, 2013; б – нити в качестве антропоморфного мотива, Leutton Postle, 2012; в – «паучья нить», символизирующая хрупкость и фатальность человеческого существования [5], Mao Geping, 2016, Alice Auana, 2013

Отмечена вариативность методов декорирования костюма нитями. Несмотря на специфичность элемента, способы интегрирования нити в костюм разнообразны и не ограничиваются поверхностной декоративной отделкой. Нити могут быть основным модулем, из которого состоит всё изделие, а могут задействоваться лишь фрагментарно как акцент.

По рис. 1 сделан вывод, что, несмотря на мощную и содержательную «родную» семантику, нити в контексте костюма обладают определенной нейтральностью и могут поддерживать различные коннотации. Например, читаться драматично и напряженно в коллекции Yiqing Yin или, наоборот, забавно и иронично в коллекции Leutton Postle. Данное свойство способствует возрастанию актуальности нитей как декоративного элемента, поскольку обеспечивает свободу интерпретации.

Помимо формы и содержания, безусловно, важной составляющей также является цвет. Зачастую группы символов обладают условной колористической традицией. Например, морские или небесные мотивы сочетаются с оттенками синего и голубого, а религиозная символика подается при помощи светлой, «выбеленной» палитры. Относительно нити можно выявить лишь одну характерную колористическую единицу – красный цвет. Вероятно, это связано с ранее упомянутой легендой о красной нити или отражением интуитивного понимания, что все тело человека пронизано сетью красных нитей, кровеносной системой.

Многочисленны варианты цветовых решений, которые могут быть применены к нити как декоративному элементу, в разной степени заполняющему площадь костюма [6-8]. Сочетание всех вышеописанных элементов дает вереницу уникальных образов, возникающих в пространстве использования символики нити. Подбор ряда образов предложен на рис. 2.



Рисунок 2 – Подборка образов с использованием символики нити: а – образ бабочки, Alexander McQueen, 2018/19; б – образ волка, Gareth Pugh, 2013; в – образ природной стихии (воды), Fashion East, 2018/19; г – образ лесной целительницы, Teatro Latea, 2013.

Также отдельное поле интереса представляет модная фотография с задействованием символики нити. Широко распространена художественная портретная съемка, перед которой нередко ставится задача достижения лаконичного образа при эффектном макияже или причёске. Для этого стилисты стараются найти яркие и выразительные элементы, которые, в свою очередь, не перетягивали бы на себя всё внимание, а только подчеркивали бы создаваемый образ. Одним из решений является в целом «гладкий», равномерный стайлинг, но с тонкой ниткой или веревкой, обмотанной вокруг головы. Создается ощущение пут, сквозь которые пробиваются красота модели и живописность макияжа. Примеры модных фотографий представлены на рис. 3.

Проведенное исследование показало, что символика нити на сегодняшний день является актуальной в современном дизайне костюма, а также в модной художественной фотографии. Были выявлены следующие тенденции и особенности использования символа нити.

Нить может адаптироваться почти под любой образ и поддерживать его. Среди примеров обнаруживаются образы природных стихий, зверей, абстрактных понятий.



Рисунок 3 – Примеры актуальных модных фотографий с использованием символики нити: а – Рианна для Dazed Magazine, осень 2017; б – фотограф Akif Nakan Celebi; в – MUA Karla Powell, 2018; г – фотограф Ryubun Yamashita, 2016

Наиболее характерной для символики нити является ахроматическая палитра. Тем не менее, встречаются и яркие, насыщенные, порой кричащие оттенки: красный, розовый, желтый.

Диапазон семантических коннотаций символики нити разнообразен. Нити гармонично сочетаются с рядом других символов, например, с бионическими мотивами.

Чаще всего в модной фотографии символика нити появляется в портретной съемке.

Список использованных источников:

1. Нам Е.В. Нить, связывающая миры (к проблеме воплощения идеи всеобщей связи в мифоритуальной традиции сибирского шаманизма [Текст] – Вестник археологии, антропологии и этнографии, 2014. – №3 (26). – 9 с.

2. Тихонов С.С. Узлы на веревках как один из «универсальных» феноменов культуры в этнолого-археологических исследованиях // Вестник Омского университета. Серия «Исторические науки – 2016. – № 3(11). – С. 105 – 115.

3. Ширяева Н.С. Символика «прядения» (завивания) в вятской (русской) обрядовой традиции [Текст] – Вестник Челябинского государственного университета– 2014. – № 25. – 98 с.

4. Именхоева И.Н. Мифологема одиночества в восточной литературе // Вестник бурятского государственного университета. – 2012. – С. 89 – 92

5. Паутина – Энциклопедия знаков и символов URL: <http://www.symbolarium.ru/index.php/Паутина>

6. Макарова Т.Л., Макаров С.Л. Анализ символа "звезда" в дизайне современного костюма и актуализация базы данных и компьютерной программы. – Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. – № 3. – 2018. С. 132 – 135.

7. Макарова Т.Л., Макаров С.Л. Символ "ромб" в дизайне современного костюма: использование результатов исследования в базе данных и компьютерной программе. – Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. – № 6. – 2018. С. 242 – 245.

8. Полозок М.А., Макарова Т.Л., Макаров С.Л. Готические образы и символы в дизайне современного костюма - М.: РИО РГУ им. А.Н. Косыгина, 2017. - 258 с.

© Гладков В.В., Макарова Т.Л., 2019

УДК 687.1

Глебова Т.Г., Хмелевская А.Г., Гусева М.А. **РАЗРАБОТКА КОЛЛЕКЦИИ ВЕЧЕРНИХ ПЛАТЬЕВ С ЭФФЕКТОМ ВИЗУАЛЬНОЙ КОРРЕКЦИИ НЕТИПОВОЙ ОСАНКИ**

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

Одежда, как модный продукт, призвана удовлетворять социальные и эстетические потребности владельца. Пространственная форма швейного изделия проявляется комплексно в системе «человек-одежда». С помощью силуэта изделия, правильного кроя и декоративного оформления швейных изделий можно не только исключить проявление дефектов посадки, вызванных нетиповым телосложением и осанкой [1], но и скрыть негармоничные пропорции фигуры. Успешным признано применение эффекта зрительных иллюзий в одежде для корректировки недостатков осанки, когда визуальная коррекция проявляется в искажении плоскостной и пространственной геометрии фигур при восприятии.

Для систематизации знаний по визуальной коррекции одеждой недостатков телосложения и осанки нетиповых фигур, проведен анализ научной литературы, посвященной описанию оптико-геометрических иллюзий [2]. По результатам исследования систематизированы оптико-геометрические зрительные иллюзии и составлена классификация приемов, с помощью которых возможно увеличить или уменьшить объемы отдельных участков тела для визуальной коррекции недостатков телосложения и осанки (рис. 1).

Визуальная коррекция одеждой недостатков фигуры особенно важна при проектировании вечерних платьев, когда с помощью зрительных иллюзий достигается художественная выразительность и эстетическое совершенство изделия. Исследовательская работа по применению зрительных иллюзий для коррекции нетиповой осанки реализована в разработке модельного ряда платьев. Коллекция платьев единого базового силуэта (приталенный), формой «песочные часы». В качестве обобщенного – символического образа для создания коллекции, взята тема моря. Море –

постоянные динамичные силы, непрерывное движение, постоянная смена образов, символ бесконечности. Для передачи динамики, присущей морской стихии, использованы следующие приемы в крое: диагональные линии; асимметрия; ритм. В изделиях использованы плавные, изогнутые линии, легкие драпировки, создающие эффект волн. С помощью декора и вышивки переданы отблески солнца на воде.

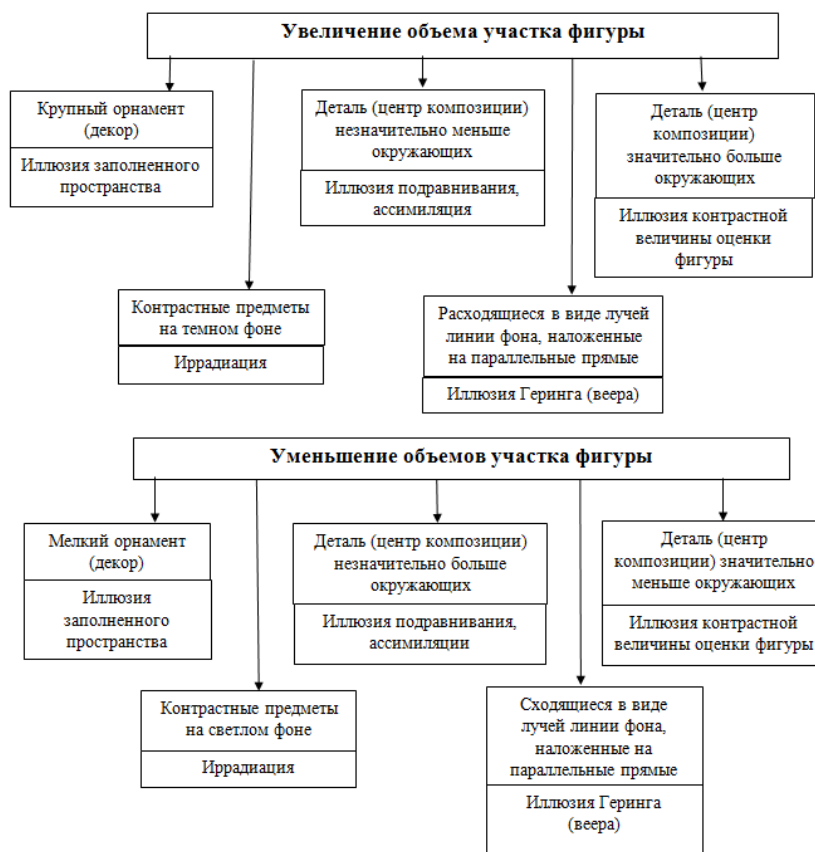


Рисунок 1 – Классификация опико-геометрических зрительных эффектов, используемых для визуальной коррекции недостатков телосложения и осанки

Для колористического решения коллекции выбраны различные оттенки синего цвета светлых и темных тонов (рис. 2). Основные приемы конструктивного моделирования, используемые в работе над коллекцией – это проектирование мягких и фиксированных драпировок [3], различных по конфигурации членений (рис. 2б-г). Пластика формы достигнута плавностью контуров деталей изделий, развитие формы происходит от более мелких деталей кроя и декора к большим объемам. Используются асимметричные и симметричные драпировки с ритмичными складками, но при этом сохраняется общий силуэт.



Рисунок 2 – Коллекция вечерних платьев с эффектом визуальной коррекции нетиповой осанки: а – творческий источник, б, в, г – модели платьев коллекции

В коллекции вечерних платьев выбранные приемы моделирования взаимосвязаны, гармоничны и сочетаемы между собой, образуют единую композицию [4]. Визуальная коррекция недостатков нормально-лордической (Н/Л) и лордотической (Л) осанок реализована в моделях платьев №1 и №2 динамикой форм и декором. Форма спины у фигур с осанками лордотического типа характеризуется наличием избыточного поясничного лордоза. Для восстановления равновесия у женских фигур такого типа верхняя часть туловища отклонена назад, а угол наклона таза к вертикали увеличен [5]. Для визуальной коррекции нетиповой лордотической осанки в моделях платьев композиционный центр перемещен на деталь спинки. В модели платья №1 деталь спинки разделена на шесть парных частей, с горизонтальными членениями (рис. 2б, рис. 3а). Верхние детали стана спинки скруглены к среднему шву, а нижние детали стана спинки выполнены с фигурными краями в виде спирали наружу. Такое композиционное решение (иллюзия заполненного пространства) визуально корректирует форму спины с поясничным лордозом (Л). Композиционно-конструктивное решение спинки в виде спирали для модели №2 (рис. 2в, рис. 3б) найдено муляжным методом [6]. Композиционный центр модели №3 – декоративная драпированная деталь спинки (рис. 2г, рис. 3в), предназначенная корректировать недостатки кифотического (К) типа осанки, характеризующегося округлой формой спины на уровне грудного отдела и уплощением формы позвоночного столба [7]. Крупная драпированная деталь (иллюзия контрастной величины оценки фигуры) позволяет визуально уменьшить излишнюю округлость кифотической спины.

Таким образом, разработанная классификация оптико-геометрических зрительных иллюзий применима для целей проектирования одежды с эффектом визуальной коррекции нетиповой осанки женской фигуры.

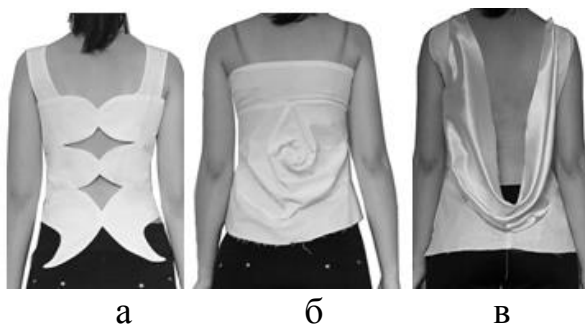


Рисунок 3 – Модельные особенности проектируемых изделий, визуально корректирующие недостатки осанки

Список использованных источников:

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

2. Хмелевская А.Г. Разработка коллекции вечерних платьев на нетиповые индивидуальные фигуры. Магистерская диссертация...М.: ФГБОУ ВПО МГУДТ, 2015. 166 с.

3. Бутко Т.В., Гусева М.А., Андреева Е.Г. Анализ моделей одежды. Определение параметров конструктивного моделирования: Учебное пособие. 2-е изд. испр. и доп. – М.: РГУ им. А.Н. Косыгина, 2018. - 88 с.

4. Бутко Т.В., Гусева М.А., Андреева Е.Г. Композиционно-конструктивный анализ моделей одежды промышленных и дизайнерских коллекций: Учебное пособие. – М.: РГУ им. А.Н. Косыгина, 2018 - 92 с.

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

6. Чижова Н.В., Гусева М.А., Гетманцева В.В., Петросова И.А., Андреева Е.Г. Выполнение макета в материале. Муляжное проектирование.: Учебное пособие. – М.: ФГБОУ ВО РГУ им. А.Н.Косыгина, 2019. 81 с.

7. Глебова Т.Г., Хмелевская А.Г., Рогожина Ю.В. Дизайнерские приемы визуальной коррекции недостатков осанки кифотического типа // В Сборнике материалов В Сборнике материалов Всероссийской научно-практической конференции «ДИСК-2018». Ч.1. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н.Косыгина», 2018. С. 17-21.

© Глебова Т.Г., Хмелевская А.Г., Гусева М.А., 2019

УДК 67.06

Глушкова Т.В., Руппель И.С., Руппель Т.С. ОДЕЖДА ДЛЯ КУКОЛ КАК ОТРАЖЕНИЕ ИСКУССТВА КОСТЮМА

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

Мир кукол удивительно многообразный. С помощью куклы-игрушки ребенок открывает для себя окружающую действительность и постигает накопленный жизненный опыт взрослых. Куклы стали художественными объектами и предметами коллекционирования, являются элементами народных праздников и фестивалей, сувенирной продукцией и талисманами. Отдельную группу составляют театральные куклы, куклы-герои кино и мультипликации [1, с. 5]. Сформировалась роль куклы как отдельное направление в продвижении модных коллекций одежды и популяризации известных личностей (актёров, спортсменов, политиков). Многие марки брендовой одежды выпускают коллекции кукол, например, Chanel, Christian Dior, Gucci, Dolce&Gabbana. Куклы являются своеобразным отражением общественной жизни, в том числе художественных и технических достижений в создании костюма. Не случайно в настоящее время, с его процессами глобализации во всех сферах человеческой деятельности, производство кукол, как и других игрушек, в основном сосредоточено в Китае. Куклы-игрушки зачастую одеты в примитивную одежду, отражающую уличный кич.

Авторами проведено исследование творческого наследия В.М. Зайцева, разработана коллекция и изготовлен образец одежды для куклы по мотивам его творчества. Работа выполнена с целью популяризации личности классика российского дизайна костюма и создания эстетически выверенной коллекции одежды для кукол. В ходе исследования выбраны три узнаваемых элемента знаменитых коллекций кутюрье: стеганные фуфайки, кумачовые ситцы и Павлово-Посадские платки.

В марте 2018 г. Вячеслав Михайлович Зайцев – известный всему миру российский кутюрье, президент Московского Дома Моды, член Союза художников РФ, заслуженный деятель искусств РФ, кавалер Ордена «За заслуги перед отечеством», профессор, почётный гражданин городов Иваново и Париж, отпраздновал своё восьмидесятилетие и представил юбилейную коллекцию на 36 Российской Неделе Моды. Первая коллекция Вячеслава Михайловича состояла из стеганых ситцевых телогреек (фуфаек), юбок из Павлово-Посадских платков и валенок, тоже цветных. С этой коллекцией Зайцев оказался очень популярен за границей, тогда впервые в мире заговорили о русском дизайнере одежды. Юбилейная коллекция тоже включает модели с яркими узорными Павлово-Посадскими мотивами, шерстяные пальто и душегреи, пышные многослойные юбки. Вячеслав Михайлович смело работает с традиционными и инновационными материалами, цветом и орнаментом,

разнообразием конструкторских и технологических решений. Творческое кредо кутюрье уходит истоками в глубокое знание русского народного костюма и мировой материальной этники.

Ситец (в первоисточнике на санскрите «ситрас» пёстрый) – это набивная хлопчатобумажная ткань полотняного переплетения с поверхностной плотностью 80-100 г/м², известная в нашей стране с 18 века и первоначально завозимая из Индии. В 19 веке промышленное производство тканей налажено в России, где своеобразным символом времени стали кумачовые ситцы с набойкой на фоне яркого красного цвета. В кумачовых ситцах изображали букеты из ярких цветов, листьев и ягод, корзины с фруктами, гирлянды из цветов и винограда, а также мотивы «боба», «огурца» [2, с. 65]. Русские кумачи выглядели эффектно и величественно. Сейчас самыми известными являются ивановские ситцы, которые выпускают предприятия г. Иванова, и прилегающих к нему местностей: Шуи, Кохмы, Тейкова. Правда, современный ассортимент утратил былое величие, ивановские ситцы сделались нарицательными для пестрых, недорогих и простонародных тканей, а название ситец даже не включено в стандарт на хлопчатобумажные ткани.

Слово фуфайка в русском языке уходит корнями ещё к татаро-монгольскому периоду, в дословном переводе это «теплая одежда», которую носили как исподнее, но спустя какое-то время она стала верхней одеждой, выполняющей роль куртки. Фуфайки шились из ситца с ватным наполнителем, простегивались снизу-вверх параллельными линиями. В современной профессиональной терминологии (по ГОСТ 17037) фуфайка – это трикотажная плечевая одежда, покрывающая туловище частично или полностью, надеваемая на корсетные изделия или непосредственно на тело. Таким образом, понимание термина в значительной степени отличается в профессиональной среде и в быту. Сегодня в первоизданном виде фуфайка уже не выпускается. Появляются всё более технологичные и удобные в носке материалы верха, и наполнители. Стеганая телогрейка трансформировалась в куртку, но до сих пор известные модельеры возвращаются к этому образу, дополняя его авторскими элементами. Елена Пелевина, Владимир Овечкин, Наташа Дригант, Егор Зайцев одевают модели для подиума в ватники, как дань забытой и такой привычной когда-то одежде.

Первые упоминания о Павлово-Посадской фабрике по изготовлению платков с авторским печатным рисунком относятся к 1795 году. Роскошная роза, переливающаяся всевозможными цветами радуги, стала символом Павлово-Посадского платка. А сложившийся стиль – от крупного рисунка по краям к мелкому в центре, с броскими цветами по углам – и сегодня является визитной карточкой фабрики. Число тонов в рисунке от 10 до 18, но может достигать до 30. Считается, что секрет

популярности Павлово-Посадского платка состоит в том, что он прекрасно отражает особенности национального эстетического чувства россиян.

В ходе работы в лаборатории материаловедения кафедры ТКШИ НТИ (филиала) РГУ им. А.Н. Косыгина проведены исследования и подобраны образцы хлопчатобумажных ситцев и Павлово-Посадских платков. Разработана эскизная коллекция и изготовлен комплект одежды для куклы по мотивам творчества В.М. Зайцева. В качестве модели использована отечественная фешн-кукла, форма которой разработана в ОАО «Всероссийский научно-исследовательский институт изделий для детей» (ВНИИД), г. Сергиев Посад Московской области. В создании образа использована стеганая душегрея из современного аналога знаменитого кумачового ситца с набивным рисунком «огурцы», платок с цветочным орнаментом и «валенки» в духе Вячеслава Зайцева (рис. 1).



Рисунок 1 – Комплект одежды для куклы по мотивам творчества В.М. Зайцева

Исследование творчества знаменитого российского кутюрье Вячеслава Михайловича Зайцева позволило установить, что народный костюм служит неисчерпаемым источником идей для создателя современной одежды, привносит неповторимый колорит в коллекции моделей, а самого дизайнера обогащает духовно, повышает его культуру. Современный костюм при этом получается эмоционально выразительным, обладает своеобразным колоритом и приемами декорирования, развивает эстетическое чувство потребителя, а будучи отраженным в одежде для кукол – делает это с самого раннего возраста.

Список использованных источников:

1. Дайн Г.Л. Русская игрушка. Альбом. - М.: Советская Россия, 1987. - 195 с.
2. Соловьев В.Л., Болдырева М.Д. Ивановские ситцы. - М.: Легпромбытиздат, 1987. - 224 с.

© Глушкова Т.В., Руппель И.С., Руппель Т.С., 2019

УДК 74

Гончар О.С., Денисов Д.А. АКТУАЛЬНОСТЬ И ГЛУБИНА ИССЛЕДОВАНИЙ ДИЗАЙН-МЫШЛЕНИЯ В ДОСТУПНОЙ ЛИТЕРАТУРЕ

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

Дизайн-мышление является одним из востребованных универсальных методов, применимых не только в сфере дизайн-проектирования, но и давно закрепившем за собой авторитет в работе менеджеров и других профессий, абсолютно не связанных с дизайном.

Целью данной статьи является проведения обзора имеющейся литературы по тематике дизайн-мышления.

Впервые идея дизайн-мышления была озвучена в 1969 г., а уже в 90-х г. стала официальной доктриной компании IDEO. Дизайн-мышление (ДМ) – это инструмент решения задач, результат которого ориентирован на потребности человека.

Несмотря на популярность метода, найти книги, посвященные ДМ сложно. Метод дизайн-мышления в основном освещается в сфере маркетинга. Издание, наиболее подробно описывающее суть, к сожалению, не переиздается и существует лишь на английском языке, что создает дополнительные проблемы восприятия информации.

В книге Джонса Дж.К. «Методы проектирования», известный специалист достаточно подробно освещает проектный анализ, методы которого носят универсальный характер и могут применяться в сферах, абсолютно не связанных с дизайном. Основное положение данной книги – проектирование как обучение. Каждый из предложенных автором методов является ступенью для создания новых проектов, помогает перейти, в последствии от незнания, с чего начать, к точному плану действий и пониманию конечного результата. Весьма часто, процесс проектирования заканчивается мыслью: если бы с самого начала были известны все «подводные камни», то конечный продукт был бы спроектирован иначе. Основным назначением методов проектирования является избежание «позднего понимания». «Важнейшим пунктом моего доклада является то, – говорил Джонс в 1978 г., – что для изобретения чего-либо нового и для его использования нужно изменить не только чье-либо (или свое) окружение, но и самого себя и способ своего восприятия и, возможно, слегка изменить и саму реальную действительность». Эта книга послужит хорошим введением в системотехнические методы проектирования. Следующее издание освещает использование метода дизайн-мышления в бизнесе, автором книги является Тим Браун – CEO компании IDEO. «Дизайн-мышление в бизнесе» ориентировано на людей, для которых слово «дизайн» вышло за рамки узконаправленной деятельности и стало

частью окружающей жизни. Данная книга заслуживает внимания потому, что у создателя за время работы в компании накопился большой опыт взаимодействия с проектами различных уровней и теперь он рассказывает об этом посредством данной книги. К сожалению, есть несколько минусов: нет четкого деления глав и тексту не хватает упорядоченности. Основные правила мышления описаны размыто, что создает диссонанс в моменте четкого разбора и прописывания схемы действий.

Книга Жанны Лидтки и Тима Огилви рассказывает о том, как применить принципы генерации идей, используемые дизайнерами для бизнеса. Авторы объясняют связь между дизайн-мышлением и прибыльным ростом, описывают системные процедуры, дополнив их простыми шаблонами для управления проектами, и дают десять инструментов для объединения дизайнерского и традиционного делового подходов. Дизайн-мышление больше не абстрактная идея, а инструмент, который можно использовать в практике повседневно. В книге авторы рассказывают о людях, которые использовали данный метод на практике и не разочаровались, так же раскрываются техники, инструменты и психологические установки, помогающие дизайнерам воплощать свои идеи.

Книга «Придумай. Сделай. Сломай. Повтори», созданная преподавателями кафедры дизайна из Университета Сиднея, предлагает набор из 60 техник и приемов, которые можно применить для любых инновационных проектов. Это пособие ориентировано на всех, кто заинтересован в изучении ДМ, каждый метод описан понятным языком и в дополнении имеет практические упражнения, готовые шаблоны и инструменты для проектирования. Авторы считают, что ключ к инновациям заключается в скорости процессов и отказа от создания идеального и единственного варианта.

Дональд Норман – основатель одной из ведущих компаний в области дизайна Nielsen Norman Group, бывший вице-президент Apple, профессор информатики Северо-Западного университета, создал пособие «Дизайн привычных вещей». В книге освещаются принципы эффективного дизайна, особое внимание автор уделяет процессу создания дизайна, ориентированного на человека, раскрывает эмоциональную сферу и ее роль в дизайне объясняет, как создавать дизайн и учитывать затраты и конкуренцию. Книга ориентирована в основном на дизайнеров, но также будет понятна тем, кто интересуется данной сферой.

Обзор литературы показал, что книг по тематике дизайн-мышления, к сожалению, мало, а существующие издания не в полной мере раскрывают основной смысл этого метода. В данном случае решением проблемы малого объема доступной литературы будет являться перевод и переиздание существующих книг с некоторыми доработками, а также написание и публикация более четких и структурированных монографий.

Список использованных источников:

1. Браун Т. «Дизайн-мышление в бизнесе», – Москва 2018 – 256 с.
2. Герберт С. «Наука об искусственном», – Москва. 2004 – 144 с.
3. Джонс Дж.К. «Методы проектирования», – Москва. 1986 – 326 с.
4. Донни Эбенштейн. «Сила эмпатии», – МИФ. 2014 – 288 с.
5. Лидтка К. и Огилви Т. «Думай как дизайнер. Дизайн-мышление для менеджеров», – Москва. 2017 – 205 с.
6. Мартин Томич. «Придумай. Сделай. Сломай. Повтори. Настольная книга приемов и методов дизайн-мышления», – 2019 – 208 с.
7. Роуи П. «Дизайн мышление», – США 1991 – 240 с.
8. «Virtual crash course» от d.school Стэнфордского университета. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dschool.stanford.edu/resources/a-virtual-crash-course-in-design-thinking>
9. «Дизайн-мышление. Рабочие материалы». Лаборатория Wonderfull. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lab-w.com/tools>
10. «Дизайн-мышление». Оксана Мороз на «ПостНауке». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://postnauka.ru/video/73144>

© Гончар О.С., Денисов Д.А., 2019

УДК 745, 77.04

Горшунова А.В., Дергилёва Е.Н. **ПРОЕКТИРОВАНИЕ ФОТОКОМПОЗИЦИЙ НА ТЕМУ ЭКОЛОГИИ**

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

Экология – это наука о связях, поддерживающих устойчивость жизни в окружающей среде [4, с. 3]. Задача экологии – найти решения по сохранению гармонии в природе, защитить окружающий мир от пагубного воздействия.

В современном мире остро стоит вопрос защиты окружающей среды от загрязнения. Для исследования я выделила актуальную на сегодняшний день проблему пластика. Человек ежедневно использует пластиковые изделия в огромных количествах, подвергая опасности не только себя (интоксикация, вызванная неправильным использованием пластиковой посуды и тары, происходит годами, нанося существенный вред здоровью), но и всё живое на планете.

Отказаться от пластика на 100% невозможно: многие сферы требуют применения полимерных материалов. Как же утилизировать пластик? При его сжигании в атмосферу выделяются токсичные вещества – такой способ утилизации недопустим. Единственный выход – вторичная переработка пластика. Но на данный момент процесс переработки не налажен должным образом, и мы продолжаем загрязнять планету неразлагаемым пластиком. Однако, в быту вполне можно найти альтернативы, сократив массовое

потребление пластиковых изделий. Но как привлечь внимание общественности к данной проблеме?

Один из наиболее эффективных способов изменить модель общественного поведения и привлечь внимание к проблемам социума – социальная реклама. Социальная реклама – это инструмент решения социальной проблемы на уровне представлений/отношения и поведения через коммуникации [1, с. 9]. А одним из важнейших выразительных средств социальной рекламы является фотография, благодаря возможности визуально наиболее достоверно донести мысль автора до зрителя. Среди огромного числа плакатов и проектов на тему пластикового потребления, можно выделить работы, производящие наибольший эффект благодаря использованию фотографии. Как же раскрыть проблему пластикового потребления через фотографию?

Трудно не обратить внимание на рекламную кампанию Greenpeace Canada. Серия плакатов, направленных на борьбу с одноразовым пластиком, представляет собой метонимию – пользуясь пластиковой трубочкой для напитков, человек в последствии подвергает опасности морских животных, в чьих пищеводах обнаруживают эти самые трубочки.

Наводит на размышления и рекламная кампания по борьбе с пластиком от World Wide Found for Nature India (WWF India). Фотограф Deepak Malhotra заключает животных в пластиковые бутылки, скрученные наподобие песочных часов, подчёркивая тем самым немаловажную роль времени в этих взаимоотношениях.

Шокирующий эффект производит серия снимков Криса Джордана под лозунгом «Пластик убивает птиц». Фотограф обнаруживает на острове Мидуэй множество мёртвых птиц, в чьих желудках скапливается мелкий пластик, принимаемый ими за пищу.

Многие фотографы создают целые фотопроекты на экологические темы. В серии fashion-снимков «Plastic free» от творческого фотодуэта JUSO, авторы раскрывают экологическую проблему с помощью необычной подачи костюмов, аксессуаров и фона, в которых используются бутылки, плёнка и прочий пластик.

Интересной подачей отличается и проект Марии Никитиной «Пластмассовая жизнь». Серия из 7 снимков повторяет сюжеты полотен всемирно известных художников с использованием атрибутов экологического загрязнения – пакеты, пластик и т.д.

Не менее интересен проект, направленный на борьбу с загрязнением водоёмов, «Русалки против мусора», фотографа Бена Фона, запечатлевшего фантастических существ в объятиях тысяч пластмассовых бутылок. Композиционное и цветовое решение серии фотографий Фона приковывают взгляд, работая на замысел проекта.

Довольно пронзительным можно считать проект студии 100% ART «Реквием по еде» или «Try to digest it». Рассказывая о вреде

микропластика, содержащегося в еде, авторы проекта превращают гастрономическую съёмку в модную, гиперболизируя содержание пластика в пище: на блюдах – пластмассовые бургеры, роллы и т.д. Визуальный эффект подкрепляется подписями с шокирующими фактами о микропластике.

Все вышеупомянутые плакаты и проекты достоверно и искусно доносят до зрителя заложенный в них смысл. Как же достичь нужного эффекта восприятия в проектировании фотографии на экологическую тему?

Бесспорно, главное в проектировании фотокomпозиции экологической направленности – подача идеи. Оригинальность и актуальность подачи являются залогом успеха. Но при этом необходимо уловить тонкую грань между замысловатостью и доступностью понимания идеи. «Бить в лоб», как и вкладывать слишком скрытый смысл, то, что может сделать плакат скучным или непонятным.

Разнообразные приёмы смыслообразования дают широкий простор для творчества [3, с. 296]. К способам визуализации можно отнести: синонимию, метафору, метонимию, антонимию, гиперболизацию, гротеск, символизацию, аллегория, стилизацию, метаморфозы зрительных образов, формализм, серийность, логографику, абсурдизацию и синтез [2, с. 243]. Реклама Greenpeace, например, использует метонимию, призывает не высасывать жизнь из океанов, а на плакатах мы видим морских животных с трубочками в клювах и ртах. Метафора фигурирует в рекламе WWF (бутылка в форме песочных часов) и в проекте «Русалки против мусора» (море превращается в море бутылок). Мария Никитина оперирует гротеском, сочетая в своём проекте прошлое и настоящее, реальность и художественные образы. А студия 100% ART использует сразу несколько приёмом – это и гротеск (сочетание food- и fashion-съёмки, обложки модного журнала и социального плаката, комичности и ужаса), и гипербола (микропластик гиперболизируется до полностью пластиковой еды).

Стоит отметить, что вышеупомянутые плакаты и проекты основываются не на одной лишь идее – все изобразительные средства фотографии работают на замысел автора. Как правило, фотограф для выражения идеи оперирует такими средствами как композиция, перспектива, свет, цвет, текст и многое другое.

Композиция кадра должна акцентировать внимание на главном объекте, ни в коем случае не допуская перегруженности. В проектировании плаката оправдано расположение объекта съёмки в центре кадра, что в художественной фотографии считается дурным тоном. Минималистичность и центрированность композиции наблюдаются в рекламных плакатах WWF и фотографиях Криса Джордана.

Но даже если композиция кадра сложная, в ход идут цвет и свет, как, например, в работах Вонга (русалки не теряются в море пластика, благодаря цветовому акценту) и в некоторых фотографиях проекта «Plastic free» (девушка выделяется на фоне бутылок, а где-то наоборот акцент на белых пакетах, а модель сливается с красным фоном, как бы исчезая). Дуэт JUSO экспериментирует и с перспективой – окутывающий модель полиэтилен тянется за пределы кадра прямо на зрителя, создавая эффект присутствия.

Особое внимание цвету уделяется в проекте «Реквием по еде». Черно-белую гамму, создающую ощущение стерильности и равнодушия, разбавляют яркие краски пластиковой пищи и макияжа моделей, что сразу же определяет главных героев проекта.

Так как фотокomпозиции на экологическую тему в основном используются в плакатах и рекламе, содержащиеся в них шрифтовые сообщения играют важную роль. Надпись должна быть ёмкой и значимой, полностью соответствовать изображению, но не должна брать слишком много внимания на себя.

Вдохновляясь исследуемыми проектами, я разрабатываю собственный проект – серию социальных плакатов экологической направленности, призванных обратить внимание людей на проблему пластика и огромные масштабы его потребления.

Проект называется «7 смертных грехов современности», так как освещает 7 наиболее «опасных» пластиковых предметов, получивших наибольшее распространение в повседневном обиходе и наносящих серьёзный вред экологии после попадания в окружающую среду. «Смертными грехами» являются полиэтиленовые пакеты, пластиковые бутылки, крышки от них, пластиковые трубочки, одноразовая посуда, одноразовые пластиковые контейнеры и пластиковые крышки от одноразовых стаканчиков для кофе. Каждый из плакатов посвящён одному пластиковому предмету. Плакаты демонстрируют страдания утопающих в пластике людей и содержат достоверные факты о пагубном влиянии на экологию каждого из предметов. В совокупности 7 плакатов складываются в рисунок черепа – символ смерти, как наглядное напоминание о последствиях, которые может повлечь за собой невнимание к проблеме пластикового потребления.

Итак, фотография – один из важнейших инструментов социального плаката, в том числе плаката экологической направленности. С помощью фотографии можно максимально достоверно донести до зрителей информацию, способную повлиять на модель поведения общества. Этим пользуются многие крупные природоохранные организации и фотографы, создавая фотопроекты и плакаты на экологическую тему.

Особенностями проектирования фотографии для экологического плаката являются следующие изобразительные средства: приёмы

смыслообразования (подача идеи должна быть оригинальной и интересной, но доступной к пониманию), композиция (выделение главного объекта кадра, отсутствие нагромождения), цвет и свет (гармоничность, соответствие замыслу, акцентирование), текст (ёмкий, пронзительный, соответствующий изображению).

Список использованных источников:

1. Гладких Н.Ю., Вайнер В.Л. Оценка эффективности социальной рекламы, методическое пособие. - М. : Издательство Олега Пахмутова, 2018.

2. Гузенко П.А. Рисунок в графическом дизайне современной отечественной печатной рекламы. Монография. - М., 2009.

3. Стор И.Н. Смыслообразование в графическом дизайне. Метаморфозы зрительных образов. Монография. - М.: МГТУ им. А.Н. Косыгина, 2003.

4. Чернова Н.М., Былова А.М. Общая экология. - М.: Дрофа, 2004.

© Горшунова А.В., Дергилёва Е.Н., 2019

УДК 745. 677; 7.049

Грибакина Е.С., Морозова Е.В., Кузнецова А.Н. АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ДЕКОРАТИВНЫХ РИСУНКОВ В КУПАЛЬНОМ КОСТЮМЕ 1950-1990 гг.

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

С развитием культуры потребления общество предъявляет все новые требования компаниям-производителям продукции. Это касается и всего спектра изделий текстильной промышленности. Купальник занимает в нем не последнее место. Это связано не только с возрастанием числа людей, желающих проводить свой досуг на морских курортах, но и с расширением его функций от просто купальной принадлежности до вечернего одежды у бассейна или берега моря. Потребитель ищет интересные, необычные решения купальников, дизайн которых бы выделил его из окружения и подчеркнул индивидуальности. Поэтому вопрос поиска выразительного декорирования купального костюма сейчас актуален как никогда.

На современном этапе брендам, работающим в индустрии пляжного и активного отдыха, приходится решать вопросы необычного дизайна и выразительного декорирования купальников не только с целью привлечения клиентов к данной продукции, но и для самоидентификации себя среди множества производителей-конкурентов. При этом орнаменту придается самое большое значение, так как он, как ничто другое, работает на выразительность изделия. Но создание необычных, уникальных дизайнов невозможно без авторского подхода. При создании современных рисунков для оформления купального костюма необходимо учитывать уже

существующие варианты орнаментальных. Однако до настоящего момента анализа существующих орнаментальных решений купальников XX века не проводилось.

Рассматривая историю развития орнаментального оформления купальников отмечено активное появление рисунков в купальном костюме начинается во второй половине XX века. Именно с 50-х годов XX века начинает развиваться мода на яркие, неординарно декорированные купальники. Прежде чем раскрыть тенденции развития оформления этого ассортимента в середине XX века, необходимо отметить, что развитие художественной культуры в первой половине XX века в Западной Европе определялось, во-первых, тенденциями, возникшими в конце предшествовавшего периода и, во-вторых, бурными событиями и процессами XX века: войнами, революциями, прогрессом науки и техники, научно-технической революцией, формированием нового мирового порядка и т.д. А одной из важнейших особенностей развития художественной культуры в это время становится многонаправленность, т.е. отсутствие единственного господствующего стиля в искусстве. Другая существенная черта – резкое повышение доступности искусства для самых широких слоёв населения, интенсивное развитие на этой основе так называемой массовой культуры. В искусстве в этот период возникает и существует множество направлений и стилей. Поэтому данное исследование охватывает период 1950-1960-х годов изучения декорирования купальных костюмов.

Для проведения данного исследования были определены 2 периода, 50-е и 60-е годы XX века. В ходе исследования выявлены основные тенденции в развитии орнаментального оформления выбранного ассортимента.

Послевоенные годы характерны всеобщим интересом и поиском нового языка в искусстве, которое бы заменило предшествующий стиль реализма, дало толчок к новому осмыслению красоты в целом и вкуса в частности. То, что помогло бы обществу преодолеть ужасы Второй мировой войны, адаптировало его к новым реалиям. Современные художники искали способы и пути к дистанцированию от искусства прошлых лет, но вместе с тем преследовали идеи возврата к нормальному творческому состоянию.

50-е годы XX века ознаменовали ряд самобытных тенденций в купальном костюме: 1) абстрактные принты; 2) орнаменты в виде полосы с разной степенью проработки и детализации; 3) разнообразная клетка; 4) живописные цветочные мотивы; 5) живописные пятновые мотивы.

Открывающие новые возможности для выражения собственных мыслей и чувств, знаменитые художники-абстракционисты отказались от привычных техник, перестав копировать действительность. Они считали, что это искусство приучает человека к философскому образу жизни.

Живописцы искали новый язык, чтобы выразить переполнявшие их эмоции, и нашли его в красочных пятнах и чистых линиях, которые воздействуют не на разум, а на душу.

В рисунках для пляжного отдыха можно проследить стилевые и композиционные решения абстрактного экспрессионизма: условные брызги, мазки, пятна, росчерки, кляксы, нетривиальные цветовые сочетания. Здесь мы видим не орнамент в привычном нам понимании, а скорее текстуру поверхности. Эта текстура дает возможность дизайнерам наиболее полно сконцентрироваться на силуэте и форме купального костюма.

На смену нежным, хрупким флоральным композициям приходят крупные раппорты растительного орнамента, созданные под влиянием также абстрактного экспрессионизма. Изображения варьируются от условно реалистичных до практически беспредметных. Цветы очень условны и в них сложно угадывается первоисточник. Цветы максимально стилизованы и упрощены, их характерной особенностью являлось включение разнообразных художественных приемов в мотивы (акварельных растеков, приемов энкаустики, пастозной масляной краски и пр.).

60-е годы XX столетия – одно из самых ярких и революционных десятилетий. Этот период подарил миру прекрасных художников и музыкантов. По словам Джима Хеймана (Jim Heimann) «Шестидесятые были переходным периодом, в котором творческая революция боролась с посредственностью» (1, с. 24-25). Активный толчок к развитию культуры этого периода дала современная молодежь, выросшая и сформировавшаяся благодаря послевоенному демографическому росту. Здесь царил дух свободы и надежды.

60-е годы XX века привнесли свои тенденции в пляжную моду. Основными, наиболее яркими для этого десятилетия были: 1) цветочные мотивы с линейной проработкой; 2) цветочные уплощенные мотивы; 3) орнаменты с выраженной психоделической темой; 4) орнаменты в стиле Эмилио Пуччи (Emilio Pucci); 5) геометрические орнаменты.

В цветочных орнаментах купальников этого периода заметно влияние и интерес к искусству арт-нуво и арт-деко. Основными приемами были плавные, струящиеся линии, цветовые градации и контуры одинаковой толщины, которые отделяли разные плоскости друг от друга. Цветочные орнаменты не воспроизводят цветы с реалистической точностью, а наоборот стилизуют их, превращая в цветы фантазии. Узорам присуща условность и часто в изображаемых цветах сложно определить прообраз цветка.

Во второй половине 60-х годов возникает новая яркая, необычная и выразительная тема, которую впоследствии назвали «психоделическая революция». Орнаментам с психоделической темой характерно

абстрактность и динамичность удивительных завораживающих узоров. Цветные пятна, изгибы, дуги, небольшие плоскости создают впечатления калейдоскопа. Часто в них угадываются сюжеты: цветочные, космические и пр. Водоворот цветов и калейдоскопические узоры, часто вызывающих головокружение, присутствовали в оформлении купальников.

Дом моды Эмилио Пуччи разработал красочные абстрактные орнаменты с динамическими переходами форм одна в другую через тонкую черную обводку, которые стали фирменным знаком этого бренда.

Для купальников 60-х годов характерны круги, квадраты, ромбы, зигзаги. Дизайнеры работают с предельно простыми геометрическими мотивами, залитыми локальными цветами.

В этот период в культуре охарактеризовались становлением постиндустриальной высокопроизводительной промышленностью; минимализм модернизма и поиск новых идей в пространственных видах творчества; эпоха стилей диско, с его красочностью и броскостью, панка и прогрессивного рока; вторая волна развития направления феминизма и пр. Все это способствовало поиску и развитию новых решений в тенденциях одежды, в том числе и купального костюма.

Изменения в орнаментальном решении в купальном костюме происходили постепенно и были тесно связаны с научно-технических достижениями, эволюционными процессами в искусстве и социально-экономической сфере. Каждый из вышеописанных периодов внес существенные изменения в орнаментальное оформление купальников. Появлялись новые темы для декорирования, а существующие «обыгрывались» с другого ракурса и приобретали иное прочтение. Художники искали новые темы для вдохновения, обращаясь порой к самым неожиданным и нестандартным темам для решения декоративных задач в оформлении купального костюма.

Проведенное исследование раскрывает все многообразие орнаментального оформления купальников второй половины XX столетия, выделены основные его направления. Это позволит осуществлять проектирование рисунков на качественно новом уровне.

Список использованных источников:

1. А.В. Щербакова, Е.В. Морозова, «Проектирование текстильного рисунка 50-60-х годов XX века (зарубежный и отечественный опыт)». М.: ФГБОУ ВО «МГУДТ», 2016. – 293 с.

2. Емельянович И.И., Бесчастнов Н.П. «Печатный рисунок на ткани (Проблемы графической организации)». – М.: Легпромбытиздат, 1990. – 224 с.

3. Jim Heimann. All American Ads 60s. – Taschen, 2003. – 960 p.

4. <https://arts-dnevnik.ru/paul-kllee/>

5. <https://kulturologia.ru/blogs/170818/40120/>

© Грибакина Е.С., Морозова Е.В., Кузнецова А.Н., 2019

УДК 687.124

Гришина Н.И. СКАНДИНАВСКИЙ ОРНАМЕНТ В ДИЗАЙНЕ РОЖДЕСТВЕНСКИХ СВИТЕРОВ: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

В настоящее время орнаменты широко применяются во многих видах одежды от курток и шапок до домашнего текстиля. Скандинавские орнаменты, включающие мотивы на основе норвежских звезд, оленей, геометрических форм, ассоциируются с зимним периодом и являются распространенной рождественской одеждой во многих странах.

Исторически период расцвета древнескандинавского орнамента приходится на IX-XII вв. «Орнаментальное искусство викингов отличается невероятная энергетика линий, гротеск, фантастичность образов, асимметричность и пышность композиций. Суровая природа служила источником для скандинавских художников. Наиболее часто встречались образы грозно оскалившегося льва, хищной птицы с нацеленными на добычу когтями, изрыгающего пламя дракона и т.п. Мифические чудовища с устрашающим оскалом, хвостами, превращающимися в пологи, встречаются как во французских, ирландских и немецких манускриптах, так и в миниатюрах Древнего Новгорода и Пскова. Общность аллегорического языка, видимо, была характерна для всех северных территорий» [1, с. 5].



Рисунок 1 – Серебряный кубок из Йеллинга с переплетающимися существами

В орнаментике преобладают переплетающиеся мотивы различных фантастических существ (рис. 1) и растительный орнамент с пальмообразными листьями – символ Мирового древа Иггдрасиля. Так же, в древнескандинавской орнаментике широко распространен символ воды. Закручивающиеся в спираль волны красуются как на лезвиях боевых топоров, так и на различных предметах обихода.

«Орнаменты строились по принципу симметрии, но всегда подчинялись форме предмета, что способствовало относительно свободному расположению отдельных элементов на поверхности. Плетеные узоры подразумевали симметрию, но строились хаотично. Орнаментальный завиток начинался в одной точке и по ходу развития превращался в сложную структуру с причудливыми изгибами, постепенно заполняя все свободное пространство. Наряду с крупными растительными

завитками мастера всегда помещали меньшие по размеру самостоятельные композиции. Таким образом, орнамент представлял собой сплошную клубящуюся массу, состоящую из главной темы и ее многочисленных вариаций» [1, с. 5].

Как видно из образа современных скандинавских свитеров, которые так же зачастую называют «норвежскими» или «рождественскими» (рис. 2), их орнаментика сильно отличается от древнего искусства викингов. На смену фантастическим переплетающимся мотивам пришел расположенный строгими рядами геометрический орнамент с восьмиконечными снежинками и оленями.



Рисунок 2 – Типичный современный скандинавский свитер-пуловер с оленями и орнаментом selbugose бренда bonprix

Знаменитая восьмиконечная снежинка, известная также как «роза Сэльбу» (Selbugose) появилась в одноименной деревушке, расположенной на берегу озера Сэльбу (Selbusjø) в Норвегии в 1857 году. Автором этого широко используемого и по сей день орнамента является Марит Гульдсетбруа Эмстад (род. в 1841 г.). Именно она в возрасте шестнадцати лет связала три пары варежек с новым узором в форме восьмиконечной снежинки. Получив широкое распространение «роза Сэльбу» стала неотъемлемой частью праздничного народного костюма в окрестностях Сэльбу.

Первый магазин черно-белых варежек Сэльбу открыл Фредрик Бирх в 1860 г. А крупное производство в целях их экспорта началось ближе к 1890-м годам. В 1934 году образовался Хусфлид Сэльбу (Ассоциация торговцев и ремесленников), позже ставшая фирмой Selbugarn. К этому времени, помимо известной «розы Сэльбу» (или как ее еще стали называть «норвежской звезды»), на варежках, чулках и свитерах появилось множество других геометрических орнаментов таких, как олени, человечки, собачки и др. Современная Selbu Home Industry и по сей день выпускает традиционные черно-белые варежки под маркой «Original Selbu».

Немалый вклад в формирование современного образа «северных» свитеров вложила норвежский дизайнер Унн Сойланд Дэйл (Unn Søiland Dale), известная своим Мариус-свитером (Marius sweater), придуманным в 1953 году. Унн Сойланд впервые стала использовать для свитера шерсть, окрашенную в яркие, контрастные цвета. Помимо этого, Мариус-свитер имеет характерный лишь ему узор с чередующимися крестиками и

ромбами (рис. 3) и расцветку норвежского флага (синий, красный и белый в разном соотношении). Свитер Унн Сойланд назвали Мариусом в честь Мариуса Эриксона – норвежского летчика, лыжника и актера, который прорекламирал новый свитер в 1954 г. в фильме «Troll I Ord». Сейчас фирма «Мариус» так же выпускает свои знаменитые шерстяные свитера и множество другой продукции, украшенной все тем же узором.



Рисунок 3 – Схема Мариус-свитера, слева – старинная норвежская схема, справа – схема Унн Сойланд

Скандинавские свитера приобрели популярность в основном благодаря выходу в свет мюзикла американского режиссера Брюса Хамберстоуна «Серенада солнечной долины» 1941 г. («Sun Valley Serenade»), где главный герой носил норвежский свитер с оленями. В России же скандинавские свитера получили популярность намного позже, в период 80-х годов, когда усилилось влияние западных культур. Норвежские схемы узоров можно было найти лишь в журналах по рукоделию, в то время как советский рынок выпускал свитера-пародия с изображением серпа и молота или дымящихся труб заводов. В то время как в США эти свитера уже потеряли популярность, и их зачастую дарили друг другу в шутку. Однако это послужило началом новой традиции, и ежегодно с 2002 года в третью пятницу декабря проводятся конкурсы на самый ужасный рождественский свитер (Ugly Sweater Day).

Самым известным на сегодняшний день брендом, выпускающим свитера и другую шерстяную продукцию премиум класса, является норвежский «Dale of Norway», который использует не только традиционные орнаменты, но и, вернувшись к древним истокам, помещает на свитера выющиеся мотивы, используемые викингами.

Список использованных источников:

1. Ивановская В.И. Скандинавские орнаменты/ В.И. Ивановская. – М.: В. Шевчук, 2008. – 191 с.
2. Susanne Pagoldh Nordic Knitting: Thirty-One Patterns in the Scandinavian Tradition/ Pagoldh Susanne. – Swedish.: Interweave Press Inc, 1991. – 120 p.

© Гришина Н.И., 2019

УДК 004.9

Гуляева Е.В., Лукина Е.С. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРОИЗВОДСТВЕ МЕБЕЛИ

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

Современную жизнь общества невозможно представить без использования компьютерных технологий и достижений. Если ранее «умные машины» использовались в основном для работы, то сейчас, благодаря интернету, им подчинены практически все стороны человеческой жизни – профессиональная деятельность, учеба, общение, отдых и прочее. Несомненные достоинства компьютерных технологий заключаются в том, что с помощью специальных компьютерных программ, возможно максимально оптимизировать рабочий процесс и улучшить производительность труда.

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

В сфере промышленного дизайна, участие компьютерных технологий не менее важно, как и в других отраслях дизайна. Промышленный дизайн – это деятельность, которая включает в себе синтез искусства, технологий и элементов маркетинга.

Учитывая высокую тенденцию развития информационных технологий в современном мире и их внедрение в различные сферы деятельности, повышается количество организаций, связанных с торговлей и оказания различного рода услуг. Не составляет исключения и мебельная отрасль, нуждающаяся в постоянном повышении эффективности деятельности в борьбе за конкурентоспособность.

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

Существует большое множество компьютерных программ по 3D-моделированию. Одна из наиболее современных и удобных программ для проектирования в промышленном дизайне это Fusion 360. Во Fusion 360 все модели создаются с помощью набора инструментов, позволяющих выполнять как простые, так и сложные многоэтапные операции, ориентированных на создание сложных форм и подготовку к производству на станках с ЧПУ. Любое изделие, будь оно единичное или для массового потребления, начинается с этапа эскизирования. Здесь представлен алгоритм проектирования мебели от зарождения идеи до готового промышленного образца.

1. Составление технического задания. Создание технического задания выступает одним из первых и чрезвычайно важных этапов большинства проектов. Четкое и правильно составленное техзадание (ТЗ) позволяет внести ясность в отношения заказчика и исполнителя, сформулировать требования к характеристикам будущего объекта, а также становится основанием для проверки выполненной работы.

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

3. Поиск своего решения в эскизах. Созданием эскизов занимаются представители многих профессий, в которых задействованы креативность и конструирование. Даже Леонардо да Винчи делал эскизы своих изобретений, прежде чем начать создавать их. Независимо от того насколько вы талантливы, невозможно перейти от простой идеи в вашей голове к её непосредственной реализации без продумывания всех деталей. Делать эскиз идеи до её реализации – необходимо каждому дизайнеру, менеджеру проекта, разработчику и вообще всем.

4. Поиск окончательной формы с помощью макетирования. Само слово «макет» происходит от французского – набросок и означает пространственное изображение чего-либо, обычно в уменьшенных размерах. Макет позволяет добиться более глубокого понимания будущего изделия, так как предстает уже не в плоском варианте, а в трёхмерной среде. На макете проверяются основные пропорции, масштаб деталей, возможные зрительные искажения.

5. Построение трёхмерной модели в программе Fusion 360. Основная задача 3D-моделирования заключается в том, чтобы дать наиболее полное представление о несуществующем на данный момент объекте, создание которого планируется в ближайшем будущем. 3D-модель помогает создать представление о необходимых материалах, размерах и прочих характеристиках будущего объекта. А в случае с производством мебели,

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

6. Прототипирование, технологическое проектирование в системе Fusion 360: возможности САМ-модуля. Для того, чтобы подготовить объект в программе к распилу на станке с ЧПУ, необходимо в меню Change Workspace ленты выбрать пункт САМ. Рабочее поле служит для представления детали, заготовки, траекторий инструмента и результатов технологического проектирования. В среде САМ Fusion 360 реализованы практически все возможные условия обработки на станках ЧПУ. Здесь предусмотрена широкая палитра разнообразных стратегий для токарных, двух и трехмерных операций, а также сверления отверстий.

7. Работа с выпиленными деталями. Распил деталей на станке с ЧПУ гарантирует точность резки, глубины отверстий и пр., но избежать неровностей, грубого края среза не получится. Детали проходят дополнительный процесс шлифовки с помощью шлифовальной машины. Она удаляет дефекты, делая поверхность готовой к финальной обработке (например, нанесению краски).

8. Покраска всех деталей. Покраска осуществляется с помощью пистолета распылителя. Отдельной позицией идет пистолет, а отдельной компрессор, из которого и поступает воздух в краскопульт. Давление в таких изделиях большое, что позволяет качественно работать с самыми разными поверхностями. С таким пистолетом очень удобно работать своими руками за счет того, что тут краска выдается под средним давлением. А это означает что напыл тут не очень короткий, и не слишком широкий. То есть можно работать как со стандартными поверхностями, так и с труднодоступными участками.

9. Сборка деталей в один объект. Зависит от того, для чего предназначена мебель и от ее вида. Обычно мебельное производство упаковывает все детали одного объекта в предназначенную для него тару и отправляет в магазин или на склад. При транспортировании мебель должна быть упакована либо в разовую, либо многооборотную тару, обеспечивающие сохранность мебели от повреждений и загрязнений.

Список использованных источников:

1. Колчин, А.Ф. Управление жизненным циклом продукции [Текст] / А.Ф. Колчин, М.В. Овсянников, А.Ф. Стрекалов, С.В. Сумароков. - М. : Анахарсис, 2002. - 304 с.

2. Бунаков, П.Ю. Автоматизация проектирования корпусной мебели: основы, инструменты, практика [Текст] / П.Ю. Бунаков, А.В. Стариков. - М.: ДМК Пресс, 2009. - 864 с.

3. Брыкин, А.С. Сквозная информационная поддержка позаказного промышленного производства корпусной мебели [Текст] / А.С. Брыкин, А.В. Стариков // Лесотехнический журнал. - 2013. - № 3 (11). - С. 76-82.

© Гуляева Е.В., Лукина Е.С., 2019

УДК 7.05

Гусова Д.Т., Гарбар Н.В. ИНЖИНИРИНГ В ДИЗАЙНЕ ОДЕЖДЫ. ОДЕЖДА БУДУЩЕГО: КАК СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ МЕНЯЮТ МОДУ

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

Современный дизайн одежды и инновационные технологии в наши дни непосредственно связаны друг с другом. Сейчас производство одежды, следуя в ногу со временем, направленно на развитие экономики, новых технологий. Дизайн непрерывно развивается, вбирая в себя все инновации, тренды.

Актуальность данной темы обосновывается постоянно растущим спросом на продукцию, которая смогла бы персонализировать образ человека, его стиль. Поэтому сейчас творцы модной индустрии всё чаще находятся в поиске идей для создания новых форм, методов конструирования и моделирования изделий, тканей, материалов, которые могли бы обладать инновационными свойствами.

Термин «умная одежда» появился в модной индустрии относительно недавно. «Умная» одежда обладает фантастическими свойствами: меняет цвет от температуры, отражает наше настроение и самочувствие, передает эмоции, способно зарядить любые гаджеты. Это одежда нового поколения. Для её создания дизайнеры используют высокотехнологичные ткани и нетрадиционные материалы: силикон, поливинилхлорид, оптоволокно, полимеры, и в целом безграничная фантазия дизайнеров совместно с новыми технологиями способны перевернуть модную индустрию. Многие ведущие дизайнеры, такие как: Хуссейн Чалаян, Сьюзан Лии, Мари Катранзой, Ирис Ван Херпен уже активно используют в моделировании своих коллекций все чудеса прогресса.

Сейчас дизайнеры пытаются довести до идеала свои изобретения. Разрабатывают новые методы и приёмы, улучшают характеристики электронных блоков, устройств, делают соединения микрогаджетов и костюма более безопасными

По мнению Нэнси и Бенджамина, будущее одежды – это её компьютеризация. Сейчас, помимо защитной и эстетической, одежда выполняет огромное количество функций: коммуникативную – способная делиться настроением, эмоциями; физиологическую – следит за состоянием здоровья; природную – следит за состоянием окружающей среды. В ближайшем будущем одежда сможет трансформироваться в зависимости ситуации, места, времени, температуры. В этом году модные дома представили большое количество коллекций одежды, в которых использовались современные технологии, покорившие модные подиумы: металлическое напыление, ткань с перфорацией в виде геометрических

фигур, бесшовный трикотаж, 3D-принты, наноткани с полиамидными волокнами, одежда со светодиодами и др.

Таким образом мы видим, что, благодаря одежде, человек может существовать в различных средах и условиях жизнедеятельности. Это необходимо для комфортного существования в современном мире. Инновационная одежда является результатом взаимодействия множества экономико-технологических, культурных сфер: сферы легкой промышленности, медицины, дизайна и проектирования костюма, культуры [2, с. 67].

Новые технологии также означают экономию затрат ручного труда, времени за счёт автоматизации и стандартизации производства.

Современный дизайн, с одной стороны, предлагает сегодня одежду, обувь и аксессуары, наделенные свойствами, расширяющими функциональность, технические характеристики и экологическую составляющую изделий, с другой стороны, как мы выяснили, стимулирует рост и развитие самих инноваций, как включая в сферу своих интересов использование уже существующих технологий, так и экспериментируя с уже известными [4, с. 23]. Создание «умных» тканей, используемых в производстве одежды, гарантирует принципиально более высокий уровень комфорта и свободы, производство специальной высокофункциональной одежды с использованием «встроенного» спецоборудования (микрочипов, проводов и т.п.), создание необходимой для этого изоляции, облегчение веса, изменение конструкции и пакета материалов изделия; повышение безусловных свойств, огнестойкости, экологичности, прочности, износостойчивости изделий, использование нановолокна и др. [3, с. 65, 87]. А также выпуск одежды, улучшающей физическое состояние и самочувствие человека. Бренды все активнее работают над концепцией «умной» одежды, которая в будущем могла бы значительно облегчить нам жизнь. Например, бренд Levi's совместно с Google придумал куртку, одним прикосновением к которой вы можете управлять своим смартфоном. Итальянская марка Hi-Fun выпускает перчатки с выведенными на кончики указательного и большого пальцев динамиками и микрофоном. Компания Dress Cote продает шапки Hatsonic со встроенными наушниками – слушать музыку в такой куда удобнее, чем через обычный девайс. Бренд Arrow выпустил рубашку, которая в одно касание отправляет бизнес-контакты и данные профиля LinkedIn владельца, а заодно может запустить на смартфоне любимый трек. В ассортименте Ralph Lauren есть рубашка PoloTech, которая помогает следить за здоровьем, отмечая частоту пульса, глубину и ровность дыхания, и другие параметры.

Новый материал Outlast впервые был обнародован американской компанией Outlast Technologies. Изначально материал создавался как ткань для военной одежды, потому что обладал отличной терморегуляцией.

Благодаря парафиновым микрокапсулам ткань прекрасно реагировала на тепло и холод. Парафин плавился при нагревании, поглощая тепло. При охлаждении парафин в капсулах затвердевает и отдаёт поглощённую тепловую энергию. Таким образом, одежда сама поддерживает тепловой баланс.

Термохромные и фотохромные ткани – ещё одно инновационное изобретение в сфере дизайна. Они способны менять свой цвет в зависимости от температуры и количества солнечного света.

О применении 3D-печати в создании одежды говорят не первый год, но пока адаптируемых к жизни примеров не так много. Использование 3D-принтеров для разработки прототипов моделей одежды и аксессуаров – давно используемая в индустрии практика. Но если говорить о реальных предметах гардероба, то преуспевают здесь бренды, специализирующиеся на украшениях и мелких аксессуарах: например, Pira + Bella, XYZ Bags, выпускающий футуристичные сумки, лондонское арт-сообщество Modla, на сайте которого можно купить забавные кепки, часовой бренд Panerai, представивший часы с напечатанным на 3D-принтере корпусом, и другие. Активнее других в этом направлении экспериментируют спортивные бренды: в конце 2018 года Adidas планирует запустить в продажу долгожданную модель Futurecraft 4D, а буквально несколько дней назад китайская компания Peak Sport представила кроссовки с полностью напечатанной на 3D-принтере подошвой. Подобные разработки также ведут Nike, Reebok и Under Armour. Что касается повседневной одежды, здесь больше всего преуспела, пожалуй, бостонская марка Ministry of Supply – в 2016 году она представила первый трикотажный пиджак, полностью напечатанный с помощью технологии 3D Robotic Knitting без единого шва. Русских дизайнеров, решающихся на подобные инициативы, не так много – первым был бренд Make Ya'Show, основанный Снежаной Гросс. Да и то созданные на 3D-принтере элементы служили лишь дополнительным декором, нежели основным материалом. В целом применение 3D-печати для создания полноценной одежды – довольно отдаленная перспектива: неизвестно, как скоро ученые смогут создать материалы, имитирующие текстиль или кожу и способные выдавать нечто, не напоминающее костюмы из научно-фантастических фильмов. Но исследования в этой области не прекращаются. Поэтому в ближайшем будущем стоит ожидать максимального прорыва в данной инновационной теме. С каждым годом легкая промышленность набирает обороты в развитии новых технологий. Производство сверхновых тканей позволяет создавать футуристическую, яркую и эмоциональную одежду. С другой стороны, изобретение «умных материалов» даёт возможность превратить одежду в центр управления собственным комфортом.

Список использованных источников:

1. Добровольская Т.А. Инновационно-образовательные технологии при подготовке специалистов в области индустрии моды // в сборнике: Информационные технологии в управлении, автоматизации и мехатронике Сборник научных трудов Международной научно-технической конференции. Ответственный редактор А.А. Горохов. 2017. С. 169-172.
2. Козлова Т.В. Художественное проектирование костюма. Издательство: Легкая и пищевая промышленность, 1982.
3. Кричевский Г.Е. Химическая технология текстильных материалов. 3 т., М.: МГУ. 2001. 298 с.
4. Мелая Т.Г. Инновационные технологии в современном дизайне костюма // Фундаментальные исследования. – 2015. – № 2-18. – С. 3935-3939

© Гусова Д.Т., Гарбар Н.В., 2019

УДК 391+677.027.4

Данилина С.А., Третьякова А.Е. СИМВОЛИКА ЦВЕТА В КУЛЬТУРЕ ПЛЕМЕН АМЕРИКАНСКИХ ИНДЕЙЦЕВ

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

Смысловые значения цвета и формы тесно взаимосвязаны, и это очень хорошо прослеживается на примере исследования этноса самобытных народов, живущих в единении с природой. Авторами работы рассматривалась проблема значения цвета и его функции на примере культуры индейских племен. Сравнивались особенности восприятия цвета в различных племенах и выявлялись общие закономерности цветовой палитры, основываясь на исторических данных. Можно предположить, возможность применения индивидуальностей цветовых различий и символизма индейской культуры на практике в области использования цвета как инструмента в деятельности современного урбанистического человека.

Так или иначе, цветовое восприятие не может быть однообразным, каждый цвет имеет отличную интерпретацию, в зависимости от индивидуальных особенностей восприятия индивидуума. Восприятие цвета человеком современного глобального общества, в частности представителя европейской культуры, значительно отличается от восприятия человеком из закрытых групп, не подвергшихся влиянию извне.

У таких народов образовалась своеобразная культура воинов и охотников, и религия их основана на вере в связь духов с природой. С проявлением искреннего уважения к Духу и поддержания боевых качеств

воинов практиковались многочисленные ритуалы со смешением техник, что передавалось из поколения в поколение [1-3].

Причины применения индейцами окраски были разнообразными:

боевая раскраска использовалась для психологического подавления врагов племени или показать свою решимость и готовность к войне;

достижения опытных воинов часто отображались с помощью символической и боевой раскраски на теле и лице, через вещи обихода и одежду, а также с использованием изображений их предков и духовных наставников;

нанесение краски имело функцию камуфляжа, во время боевых действий и охоты, дабы придать эффект неожиданности и скрытности;

ритуальное значение – определенные узоры и рисунки для мероприятий племени, таких, как церемонии и ритуальные танцы. Нанесенная краска могла служить и визуальным сообщением, к примеру, о трауре или победе над врагом, особенных заслугах воина.

Художественное украшение-раскраска в декоративных целях, в основном, не имела гендерного различия и использовалась как мужчинами, так и женщинами.

Имело место и ментальная подготовка воина, которая помогала воину настроиться на предстоящее сражение, поверить в свою силу и непобедимость.

Краски могли обладать эффектом исцеления, излечения духа и тела. Наносились на тело, в том числе, в качестве защиты от солнца, ветра и насекомых. Особенно часто применялась красная охра, которой было в избытке, отсюда появился термин «краснокожие» по отношению к коренному населению Американских континентов.

Красители и пигменты разного цвета для нанесения окраски и символов индейские племена изготавливали из доступных природных материалов. Краска, в основном, состояла из природного измельченного пигмента, в частности:

красный – красные глины, содержащие оксиды железа, ягоды, корни, кора и свёкла;

черный – обычно использовался уголь, дикий виноград, кора и пепел с различных деревьев и кустарников;

белый – белые каолиновые глины, молотый гипс, известняк, морские раковины;

желтый – цветы и ягоды, кора, некоторые растения, желтое вещество, добытое из внутренних органов буйвола;

синий – оксиды, порошкообразный азурит и ляпис, семена подсолнечника, также утиный навоз, голубая глина, ягоды и цветы;

зеленый – мох и водоросли;

розовый – сок одного из видов древесной лозы;

оранжевый – кустарник аннато;

фиолетовый – черника и гибискус.

Красочный пигмент разбавляли связующим или жидкостью, в качестве которого применяли: кровь, слюна или моча, яичный желток и жир. Затем краску высушивали и сохраняли в виде порошка, в особых мешочках из кожи оленя и носили с собой.

Краску на тело наносили либо самостоятельно, либо при привлечении помощи шамана, что также добавляло силы ритуалу. Сначала тело обрабатывалось животным жиром, позже втиралась в кожу краска, пальцами, костями животных или травами. Боевая раскраска использовалась и на мордах лошадей, варьируясь по значению [4, с. 51].

Племен американских индейцев было настолько много, что можно обобщить лишь самые распространенные значения цветов для раскраски.

Красный цвет символизировал кровь, насилие и войну, энергию победы. Он способствовал активации собственной силы воина, настраивал на будущий успех в сражении. Красные молнии обозначали мощь и скорость. Красная молния наносилась в качестве талисмана. Молния, как и зигзагообразный символ связаны с обозначением Громовой Птицы, духом-покровителем воина. В быту обозначал веру, красоту и счастье. В. Тэрнер прослеживает связь между значением красной и белой краски в охоте: «...кровь, пролитая на охоте или возливаемая на могилах и в святилищах предков охотника, представляется как «хорошая» кровь и обычно ассоциируется с символикой белого цвета. Большинство ритуалов охотничьего культа характеризуется сочетанием красной символики с белой» [5, с. 79].

Черный цвет наносился на лицо для подготовки к боевым действиям. Цвет считался живым и мог указывать на могущество воина, проявившего свои качества в битве, мог обозначать еще и победу, если наносился на лицо воинами, возвратившимися с победой. «Черных духов призывают для расправы с врагом» [5, с. 86]. Символ черной руки, нанесенный на лицо или тело, означал успех в рукопашном бою, знак направляет энергию человеческой жизни в руку ее владельцу.

Синий цвет – в боевом значении это сильный символ уверенности. Он также представлял мудрость, опыт, интуицию, сам по себе, как природный цвет, связан с небом, реками, водной стихией.

Не использовался из-за своего значения магической тайны и скрытности фиолетовый цвет.

Четыре цвета – красный, черный, белый и желтый в культуре индейцев связаны в Жизненном Круге.

Анализ исторических источников и современных доступных научных материалов позволяет сделать вывод об информационном посыле цвета в культуре и провести параллели. Существует связь между цветом и мифологической составляющей, влияющей на быт индейцев. Цвет как символ является неотъемлемой составляющей их культуры.

Значение цвета может иметь интерпретацию и в современном обществе и применяться человеком в процессе изменения окружающей его среды, будь то создание предметов художественного содержания или текстиля.

В современном обществе на уровне всеохватывающей глобализации возникает потребность в создании стиля, приближающего человека к природе, заставляющего его задуматься о своих корнях, о сохранности окружающего мира, о гармонии взаимосуществования в мире природы. Дизайнерские приемы в оформлении художественных изделий позволяют обеспечить визуальный ряд композиций, воздействующий на мышление и осознание бытия. На рис. 1 показан тотем, который может быть позаимствован из миропонимания американскими индейцами.



Рисунок 1 – Тотем Громовой Птицы

Список использованных источников:

1. электронный ресурс: <http://fototelegraf.ru/95431-indejcy-plemeni-ashaninka.html> (дата обращения 15.10.2019)
2. электронный ресурс: https://www.indiansworld.org/indian_people_shp6.html#.XPb1g5CnA6E (дата обращения 18.10.2019)
3. электронный ресурс: <https://studfiles.net/preview/4112280/page:95/> (дата обращения 18.10.2019)
4. Шпаковский В.Ф. Индейцы. – М.: Балтийская книжная компания, 2018
5. Тэрнер В. Символ и ритуал. – М.: Наука, 1983

© Данилина С.А., Третьякова А.Е., 2019

УДК 745

Дембицкая А.С. ДРЕВНЯЯ ГЕОМЕТРИЯ ФОРМ В ТЕКСТИЛЬНОМ ОРНАМЕНТЕ

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

Все большую популярность получает тема использования в художественном текстиле элементов древних орнаментов.

Орнамент – это одна из самых древних и устойчивых форм существования искусства. Первые предпосылки появления орнамента

появились еще в период палеолита. И представляли собой по-разному расположенные линии, выбитые на камне. Эти линии организовывались в структуру, которые имели ритмическое чередование. Это позволяет отнести их к орнаментам геометрического типа.

Геометрические орнаменты – самые древние среди созданных человеком орнаментальных форм. Предпосылки геометрического орнамента появились ещё до возникновения изделий ткачества, керамики, архитектурных построек. В этих орнаментах то, что на сегодняшний день кажется абстрактным, имело конкретное значение для древнего человека.

Основой геометрического орнамента является строгая последовательность и упорядоченность в использовании одних и тех же элементов. Чаще всего орнаментальные композиции, содержащие геометрические элементы, создаются по законам симметрии. Однако встречаются и более сложные варианты орнаментальных геометрических композиций, в которых орнаментальные схемы дополняются растительными, тератологическими (звериными), гротескными сюжетами. Как правило, геометрические мотивы повторялись или чередовались, образуя непрерывный ритмический ряд единообразных сегментов.

Важной основой изучения геометрического орнамента является не только выявление структуры и композиционных особенностей, но и раскрытие семантического толкования отдельных его составляющих символов.

Древние геометрические орнаменты состояли из знакомых нам геометрических фигур: ромб, треугольник, круг, прямоугольник и др. Но одним из самых древних, наполненных смыслом и повсеместно использованных орнаментов, относящихся к геометрическому виду является ромбонеандровый (ромбический), существующий более двух тысяч лет и известный еще с эпохи палеолита.

Орнамент с мотивом «ромб» судя по многим исследованиям можно считать не только структурообразующим, создающим не только образ, но и принцип схематичного построения раппорта. Ромбический геометрический орнамент, появляется в многообразии у разных народов мира. Ромбовидный узор в качестве татуировки на теле во время празднеств или жертвоприношений, эта ритуальная операция производилась с помощью печатков – пендеров с ромбообразующим или ромбическим мотивом в виде многочисленного оттиска мотива на коже. Благодаря исследованиям палеонтолога В.И. Бибиковой было доказано что ромбический меандр и серии параллельно идущих заигзаговых линий – сознательное воспроизведение первобытными художниками на теле человека и предметах быта узора мамонтовой кости [1]. Также она определила, что маленькие ромбики, дентина на срезах стыков в зависимости от угла среза в большие, тоже ромбические или

зигзагообразные системы. Подобные системы дали толчок для творчества применения множества ромбеандрового узора.

Раскопки древних стоянок человека доказывают, что такой узор покрывал женские глиняные статуэтки от неолита до бронзового века, а от энеолита до гальшата помещался на жертвенниках и ритуальной посуде.

В европейских культурах ромбеандровый орнамент использовался также как символ плодородия. Например, знак «засеянного поля» – ромб с крючками или точками часто встречающийся в русской вышивке и ткачестве, является одной из ярких черт развития мотива.

Ещё существует теория, что название этого символа происходит от названия реки с крутой излучиной, находившейся в древности на территории Греции (ныне Большой Мендерес в Турции). Варианты использования этого орнамента начинаются от простейшего изгиба, который является усложнённой формой изгиба, до сложной композиции, которая похожа на квадратную спираль. Даже учитывая примитивное миропонимание древних людей, ромбическо-ковровый орнамент получил большое развитие, а также разнообразие, опирающиеся на три основные формы мотива: ковровый меандр, ромб и часть коврового меандра.

Появление первого текстиля неразрывно связано с историей человечества. Первой одеждой древнего человека, которая была создана в эпоху верхнего палеолита, были шкуры зверей и листья, стебли растений. С появлением одежды древние геометрические мотивы перешли на текстиль.

По сути, покрытие тела татуировками некоторые ученые считают прообразом орнаментированной одежды.

По предположению исследователей именно пояс является первоосновой одежды, появился 30-35 тыс. лет назад. Первые пояса можно увидеть на женских палеолитических статуэтках. Около 20 тыс. лет назад были созданы первые костяные иголки, таким образом появилась первая одежда, шитая сухожильными нитями. На реке Ангаре в Сибири была найдена, созданная из бивня мамонта статуэтка, которая была одета в облегаяющий костюм (кокон), узоры на котором имитировали мех. В эпоху мезолита и неолита появляется новый предмет одежды – подобие современных шорт, украшенных бахромой, украшения и головные уборы из перьев.

В период последней стадии каменного века – неолита происходит усложнение форм одежды и повышение качества ее изготовления.

Первыми текстильными техниками являются – витьё и плетение. Исходя из исследований Комаровой С.В. и Лысенко О.В., плетение и витьё можно считать наиболее архаичными формами преобразования природного материала, которые послужили истоком самой идеи ткачества. На уровне взаимодействия природы и культуры они отражают две принципиально различные стратегии моделирования объектов: витьё

(вращение, как вертикальная динамическая структура) – мышление в природе, внутреннее развитие объекта; плетение (горизонтальная статическая структура) – мышление в культуре, внешнее развитие объекта [2].

Первые фрагменты тканей в период от 6500 до 3400 гг. до нашей эры были найдены в Турции. Появление первых примитивных ткацких станков относят к этому же периоду. На первом этапе нити, которые использовались для создания ткани, привязывались к горизонтальным ветвям деревьев, а внизу прикреплялись к стволам поваленных деревьев или зажимались булыжниками.

Первым растением, волокна которого стали использовать для изготовления тканей, была крапива. Из нее создавали посредством ткачества грубую материю, плели прочные рыболовные веревки, канаты. Примерно в это же время, вместе с крапивой, стали использовать лен. Льняные волокна, которые получают из стеблей растения, которое так же называется лен в результате специальной обработки. Льняная нить особо прочная и отличается красивым серебристым цветом. Слово «лен» находится в близком родстве с латинским словом «линия», что значит «нитка». В период 3-1 тыс. лет до нашей эры лен был самым используемым текстильным волокном.

Первая одежда была украшена разными вертикальными и горизонтальными линиями, ромбеандровым орнаментом по схемам, отработанным еще во времена неолита. В неолите можно найти истоки множества орнаментальных мотивов, сохранившихся в текстиле вплоть до конца XIX – начала XX века [3].

В современном дизайне используются древние орнаменты, изображающие шкуру древних животных с геометрическими элементами.

Современное проектирование геометрического текстильного орнамента – малоизученная тема, охватывающая сотни разновидностей текстильных композиций. Эти композиции образуют сложные геометрические системы, требующие дальнейшего изучения.

Список использованных источников:

1. Библикова В.И. О происхождении мезинского палеолитического орнамента // Советская археология, 1965, № 3, с. 3-8.
2. Буткевич Л.М. Орнамент как процесс (Специфика художественной образности. Генезис. Стадии существования). – М., МГТУ. 2000. – 359 с.
3. Бесчастнов Н.П. Художественный язык орнамента: [учебное пособие для студентов художественных вузов]. – М.: Гуманитр. изд. центр ВЛАДОС, 2010. – 335 с.

© Дембицкая А.С., 2019

УДК 747

Демченко И.А., Сапрыкина М.Н. ПЛАКАТ: ВЧЕРА, СЕГОДНЯ, ЗАВТРА

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

Искусство плаката было и по сей день остается одной из наиболее актуальных массовых форм изобразительного искусства. Интерес к плакату не перестает расти, даже несмотря на появление более современных средств массовой агитации. Плакат – это не просто реклама, но и художественное произведение, вначале графики, а позже – фотографии. Он отражает тенденции моды, веяния в искусстве, политическую и социальную ситуацию, добиваясь этим больших результатов.

Плакат – это разновидность прикладной печатной графики, которая содержит в наглядно-компактном виде информацию в форме броского изображения с кратким пояснительным текстом и выполняется в агитационных, рекламных, информационных, учебных и других целях. Плакат нацелен на решение конкретных социальных задач и играет важную роль в выражении духа времени. Как показывает практика, с помощью правильно выполненных плакатов можно получить желаемый результат: повысить продажи, изменить или создать образ бренда, привлечь внимание общества к определенному кругу проблем.

Выдающийся французский художник-постимпрессионист Анри де Тулуз-Лотрек общался со своей зрительской аудиторией посредством плакатов и иллюстраций. Его работы демонстрируют зрителям многие сферы жизни парижан XIX века: от культуры и до политики. Художник в своих произведениях изображал популярные места Франции, такие как Мулен Руж, рассказывая этим о ночных развлечениях Парижа.

Лотрек известен своим неповторимым стилем – броским, основанным на внезапности: на неожиданных сопоставлениях обобщенных плоских форм, изящных и грубых силуэтов. Резкие и контрастные соотношения масштабов, ритмический рисунок, необычная композиция, экспрессивные и четкие контуры сочетались с остротой цветовых сочетаний, привлекая внимание зрителя и очаровывая необычностью и оригинальностью.

А. де Тулуз-Лотрек внес большой вклад в становление жанра афиши, его творчество было высоко оценено его современниками [6]. За всю свою карьеру он создал более 30 плакатов, в которых наиболее сильно отразился его уникальный художественный талант. Именно Анри де Тулуз-Лотрек первым показал обществу, что плакат – это отдельная часть изобразительного искусства, которая появляется на стыке с рекламой.

Созданные им афиши и по сегодняшний день считаются эталонами в своей сфере.

Стиль ар-нуво, изображенный в работах А. Мухи содержал множество парадоксов для своего времени, однако сложно найти произведения более изящные и завораживающие воображение. Это становится особенно важной характеристикой при создании рекламных плакатов конца XIX века.

В центр сюжетов своих афиш Муха ставил идеализированный женский образ: округлые линии, формы, близкие к природным, отсутствие острых углов – эти черты, типичные для стиля ар-нуво оставляли неизгладимое впечатление у зрителя. Образ женщины сам по себе использовался в рекламе впервые в то время, но практика показала, какого успеха достиг этот опыт, использующийся и в наши дни специалистами в сфере рекламы. В произведениях Мухи сложно практически невозможно увидеть хоть небольшой намек на приторность. Возможно, здесь свою роль сыграло то обстоятельство, что эстетика чешского художника формировалась под влиянием средневековых сюжетов и кельтской мифологии. Это, с одной стороны, внесло разнообразие символики в его творения, и, с другой стороны, способствовало орнаментальному усложнению многих плакатов [7].

Воплощение революционных идей рекламы в 20-х годах 20-го века продемонстрировал союз двух «реклам-конструкторов» – известных творцов конструктивизма – художника Александра Родченко и поэта Владимира Маяковского. Маяковский предложил Родченко придумывать стихотворные подписи к плакатам, выполненным художником. За короткое время совместной деятельности с 1923 по 1925 год ими было создано множество оригинальных рекламных плакатов.

Конструктивисты разработали особые приемы усиления визуального воздействия: неожиданные ракурсы, динамика, выраженная через сдвинутые оси, наклонные вертикали и горизонталы, использование простых ярких цветов без полутонов, плоские заливки одной краской, контрасты красного и черного, черного и белого. Этот формальный язык привлекал внимание, убеждал аудиторию [8].

Плакатная графика с момента своего появления привлекала художников, стремящихся к сильной и выразительной форме. Многие выдающиеся мастера искусства, работая с плакатной формой, оставили свой яркий след не только в истории живописи, но и в истории плаката. Развитию плакатной формы, популярности плаката, увеличению его тиражей служило не только развитие визуального языка, но и активное использование прогрессивных способов печати [3]. В настоящее время развитие плакатного искусства не стоит на месте. В современном дизайне плакат воспринимается как «сведённое в чёткую визуальную формулу сообщение, предназначенное современнику для выводов и конкретных

действий» [5]. На данный момент плакат сохраняет свою коммуникативную функцию, сосуществует рядом с рекламой и графикой в виртуальной среде, находится под влиянием средств массовой информации, служит отражению духа времени.

Для того, чтобы плакат оставался эффективным, мастера плакатной формы ищут и используют новые методы привлечения внимания, основанные на знании тонких психологических механизмов восприятия информации и требующие от зрителя интеллектуальной работы [3]. Сегодня, в эпоху информационных технологий, современный человек нуждается в новом плакате. Это должен быть плакат не только, имеющий яркий цвет, совершенную пространственную композицию, но и удовлетворяющий духовные потребности, а также развивающий интеллектуальные способности. Зритель обходит вниманием плакаты, в которых используются старые, ставшие уже обычными методы привлечения внимания, – плакаты, имеющие эмоциональное воздействие, но быстро забываемые, и больше обращает внимание на плакаты, в которых использован метод интеллектуальной визуализации содержания [3].

Изучение художественно-коммуникативных особенностей, свойственных плакату, является актуальным, так как именно коммуникация является сферой, которой исследователи предсказывают бурное развитие в ближайшем будущем – эффективность коммуникации будет влиять на течение общественных отношений и их совершенствование.

Список использованных источников:

1. Плакатное искусство. URL: <https://www.skachatreferat.ru/referaty/%D0%9F%D0%BB%D0%B0%D0%BA%D0%B0%D1%82%D0%BD%D0%BE%D0%B5-%D0%98%D1%81%D0%BA%D1%83%D1%81%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE/84843480.html>
2. Искусство тиражной графики. URL: <http://www.artprojekt.ru/history/xx/038.html>
3. Художественно-коммуникативные особенности современного плаката: новейшие концепции и тенденции развития в зарубежной практике. URL: <https://www.dissercat.com/content/khudozhestvenno-kommunikativnye-osobennosti-sovremennogo-plakata-noveishie-kontseptsii-i-ten>
4. Национальные традиции в развитии рекламного плаката. URL: <https://works.doklad.ru/view/HlspWDQNxXk.html>
5. Плакат. URL: <https://ru.m.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%BB%D0%B0%D0%BA%D0%B0%D1%82>

6. Анри де Тулуз-Лотрек. URL: <https://ngasanova.livejournal.com/95266.html>

7. Творчество А. Мухи как образец плакатной живописи 19 в. URL: http://www.advertiser-school.ru/sciense-article-advertising/alfons_mucha.html

© Демченко И.А., Сапрыкина М.Н., 2019

УДК [658.512.2:76]:504

Демьянова М.В. ОТРАЖЕНИЕ ПРОБЛЕМ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО КРИЗИСА СРЕДСТВАМИ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА

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

Сегодня, в эпоху обострения экологического кризиса, все большей популярностью пользуется экодизайн. Опираясь на исследования классиков дизайна К. Кантора и В.Л. Глазычева, можно с уверенностью утверждать, что успешная работа дизайнера невозможна вне культуры своего времени, культуры, которая становится все более экологической [1].

Когда мы затрагиваем проблему экологии, говоря о сфере дизайна, первое, на что обращаем внимание – это промышленный или средовой дизайн – дизайн, связанный с проектированием материальных вещей. И мы даже не задумываемся о графическом дизайне. Однако масштабный скачок вперед в борьбе с экологическим кризисом возможен только на основе изменения сознания общества. И что, как ни графический дизайн, в нашу информационную эпоху, имеет наибольшее воздействие на человека. Именно он, окружая нас практически везде, формирует визуально-коммуникативную среду, в которой социализируется человек. Поэтому на фоне нарастающих экологических проблем графический дизайн играет решающую роль в формировании «зеленого» сознания общества. Визуальная эко-коммуникация становится трендом нашего времени.

Какие же направления эко-коммуникации можно выделить в графическом дизайне?

Пожалуй, самое распространенное направление – это эко-реклама, социальный проект, пропагандирующий базовые экологические ценности. Имея широкий охват (газеты, журналы, рекламные баннеры, компьютерные сети и т.д.), социальная реклама обладает огромной силой воздействия на человека. Основной вид эко-рекламы в графическом дизайне – это социально-направленный плакат. Именно визуальное сообщение наиболее мощно влияет на эмоциональную составляющую общественной среды. Воздействие информационного плаката на поведение человека осуществляется с помощью лексических, грамматических, стилистических средств. Это дает возможность графическому дизайнеру использовать различные шрифты, выразительные цветовые сочетания и другие невербальные средства.

Чтобы привлечь широкую аудиторию и оказать наибольшее воздействие на сознание человека, рекламный плакат стремится отличаться четкостью, ясностью восприятия. Социальная реклама должна быть интересной, броской, выразительной, поскольку среди огромного объема «графического мусора» человек не должен обойти вниманием социально значимый объект визуальной среды. Дизайнер должен уметь быстро и кратко выразить свою главную мысль, поэтому в его профессиональных навыках важно владение скетчингом. Специалист должен уметь передавать фактуру травы, воды, земли и т.д., чтобы наиболее выразительно показывать контраст живого природного мира и мертвой урбанизированной среды.

Примером такого мастерства может служить серия эко-плакатов графического дизайнера Рустама Усманова. Минимализм, обобщенная графика, использование двух контрастных цветовых тонов: жёлтый и черный, гармоничное сочетание силуэтных форм и правильно подобранных шрифтов – все это привлекает интерес. Данная серия плакатов призвана обратить наше внимание на «мусорную» проблему, и, может быть, изменить наше сознание с эгоистического на экологическое.

На сегодняшний день ярким лидером производства эко-рекламы является «WWF» (Всемирный фонд дикой природы). Невозможно пройти мимо их плакатов и не остановить свое внимание на оригинальных визуальных решениях. Графическая часть эко-рекламы фонда «WWF» уникальна. Плакаты отличаются особой креативностью: совмещение несовместимого, изображение нереального, использование странных причудливых образов. Дизайнеры часто используют мрачные мотивы, не боясь изобразить кровь, смерть, грязь. Главная задача – не создать красивую картинку, а всеми невербальными средствами выразить глубокую мысль в системе сложных ярких визуальных образов. Такие смелые творческие решения не оставляют людей равнодушными, и надолго остаются в их памяти, заставляя задуматься о происходящем в природе.

Следующее весьма интересное направление в экодизайне – «чистая» реклама. Это новое направление, набирающее популярность с высокой скоростью. Часто данную рекламу называют эко-рекламой, однако это не совсем так. Если главная функция эко-рекламы – воздействие на общество, формирование «зелёного» мышления, то главная цель «чистой» рекламы – это использование натуральных материалов, а влияние на экологическое сознание потребителя выступает как побочный эффект. «Чистая» графическая коммуникация не только оказывает минимальное воздействие на природу, но и имеет экономическую выгоду, так как используются экологически чистые материалы: песок, камни, вода, трава [2]. Задача дизайнера в данном направлении – создать максимально простой, но в то же время информативный и выразительный рекламный визуал, а также

разработать концепцию: где, как и на каком эко-материале будет воспроизводиться данная реклама.

Так рекламная кампания Лондонского океанариума нанесла объявления прямо на асфальт с помощью морской воды, текст читался за счет большой концентрации солей. Другой пример – логотип Volkswagen Polo, размещенный в Великобритании зимой на скамейках. Он был продавлен в толстом слое снега. А в Москве недалеко от взлетно-посадочной полосы Домодедово бренд Martini создал рекламную картину в поле на траве, что отлично было видно с высоты птичьего полета [2]. Такие инновации в рекламной индустрии не только сохраняют окружающую среду, но и привлекают огромное внимание, не остаются незамеченными в СМИ, тем самым продвигая идеи заботы о природе.

Несомненно, интерес к «чистой» рекламе с каждым годом растет и привлекает все больше крупных заказчиков. Однако подобное направление рекламы не получает массового распространения из-за своей недолговечности. Но, возможно, реклама и не должна быть долговечна, она может постоянно меняться, развиваться, создавая меньше «графического шума и мусора» на улицах города.

Еще одно из самых интересных и современных направлений в графическом экодизайне – «зелёные» граффити. Идея данного направления заключается в том, что для нанесения граффити используется мох, эмульсия которого распыляется на тенистой и влажной стороне стены. После нанесения мох на стене продолжает расти, создавая задуманное дизайнером изображение. Такой нестандартный подход к графическому оформлению не наносит вред окружающей среде и, конечно, вызывает любопытство аудитории [3].

Следующее направление графической эко-коммуникации – упаковка. Являясь рекламным носителем, упаковка отражает особенности товара, раскрывает основные принципы компании, производящей товар. Если продаваемый продукт экологически чистый, дизайнеру следует всеми средствами показать натуральность товара в дизайне упаковки. Следует использовать зелёные цвета, изображения растений, наносить ярлыки «natural», «eco», информировать о применении экологических материалов. Такой «зеленый» дизайн оказывает положительное воздействие как на заказчика, так и на потребителя, способствует эффективной продаже товара и подсознательно влияет на экологическое мышление людей [4].

Также в разработке упаковки продукта экологическая компетентность дизайнера заключается в том, чтобы использовать эко-материал как основу упаковки. Однако зачастую выбор материала зависит от технического задания, от заказчика. Значит, дизайнер должен, насколько это возможно, пытаться какими-либо визуальными решениями убеждать заказчика в использовании «чистых» материалов.

Проведя исследование различных направлений графического экодизайна, нужно отметить, что экодизайн – это не только создание дизайнерского продукта из экологически чистых материалов, а еще и пропаганда идей защиты окружающей среды. Проявление экологического мышления, как в дизайне рекламы, так и в дизайне упаковки с каждым годом пользуется все большей популярностью. Вероятнее всего, в будущем широкое распространение получит тенденция «чистой» рекламы, поскольку, на фоне все большей загрязняемости городов «графическим мусором», такая реклама будет привлекать широкую аудиторию как заказчиков, так и потребителей.

Таким образом, овладение специалистом в процессе дизайн-обучения такими качествами, как целостное мировоззрение, экологическая культура, «зеленое» сознание личности – значимая, востребованная временем задача педагогики высшей школы [5]. В современных условиях глобального загрязнения окружающей среды экологическая компетентность специалиста – одна из важнейших компетентностей. Ведь графический дизайн, имея огромное влияние на современное общество, может стать катализатором положительных изменений в экологической ситуации.

Список использованных источников:

1. Глазачева А.О., Перфилова О.Е. Экологический дизайн: инструменты и критерии проектирования глобального социокультурного пространства. Научный журнал «Социально-экологические технологии». - Издательство: МПГУ, 2012. – 27-37с.

2. Clean advertising – «чистая» реклама. PromoAtlas. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://promoatlas.ru/clean-advertising-chistaya-reklama/>

3. Зеленое граффити в массы! [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.priroda.su/item/510>

4. Кузнецова А.С. Вопросы экологии средствами графического дизайна. Экология в фирменном стиле. Международный форум «Культура и экология – основы устойчивого развития России. От «зеленого» университета к зеленой экономике» – Издательство: г.Екатеринбург. УрФУ, 2016. – 74-75с.

5. Глазычева А.Е. Аксиологические ориентиры формирования экологической компетентности будущего дизайнера. Вестник Российской Академии образования. 2009. №3. 126-129с.

© Демьянова М.В., 2019

УДК 677.027.5;7.05

Джаборова Ш.Р., Яминзода З.А., Чешкова А.В. ДИЗАЙН ИКАТОВ И РАЗВИТИЕ ТЕХНОЛОГИЙ ИХ ИМИТАЦИИ

Технологический университет Таджикистана

Ивановский государственный химико-технологический университет

Наступление техномира на природные и культурные ценности, и в частности кризис «Интернационального стиля» в дизайне текстиля обусловили возросший интерес к культурным традициям, как отражению этнокультурного своеобразия материального мира. Одной из рефлексией этих процессов стало активное внедрение орнаментов разных культур в современный промышленный дизайн тканей. Сегодня дизайн абровых тканей-икатов, являясь этнокультурно идентичным, органично встраивается в процесс общекультурного развития, не теряя национального своеобразия и способствуя развитию текстильного бизнеса [1-3].

Начиная с архаичных шелковых абровых тканей до настоящего времени дизайн трансформируется и подстраивается под технические и технологические новшества. Наряду с классической технологией узлового крашения основ тканей конце XIX века и начале XX века возникают имитационные техники печатания кубовыми и оксиазокрасителями на хлопковых тканях, с 1960 годов – прямыми и активными, а с 1980 годов – активными красителями и пигментами на вискозно-штапельных и смесовых тканях. Сегодня уникальные возможности цифровой печати позволяют восстановить раритетные орнаменты и осуществить печатание безрапортных орнаментов дисперсными и активными чернилами по тканям различной фактуры.

История шелковых тканей-икатов начинается с древних городов Центральной Азии северного Шелкового пути. Основное производство располагалось в Бухаре, Самарканде и Ферганской долине. Технология заключается в резервировании основных нитей путем обвязывания до крашения и ткачества, поэтому готовый узор на ткани имел расплывчатые стрелчатые разводы с нечетким радужным контуром (рис. 1). Этот эффект создавал особый ритм и фактуру полушелкового бухарского и кокандского бархата, прозрачных полотняных тканей «калгай», полосатых абровых тканей «калами» и парадных «бекасабовы» [4, 5]. Технология икатов применялась кроме Средней и Юго-Восточной Азии также в Индии, Китае и Японии (кацури), Южной Америке (Мексике, Бразилии, Боливии). В XVIII веке появляется европейская интерпретация технологии «шине», когда вместо крашения производилась набивка рисунка на основу ткани перед началом ткачества.



Рисунок 1 – Шелковые ткани с орнаментом исполненным в технике иката, XIX в., Производство фабрики Худжандатлас (г. Ходжент Республика Таджикистан). Нити основы окрашены ручным способом кислотными красителями. Ширина ткани 63 см.

Производство икатов в Таджикистане достигло расцвета в начале XIX века. В 1871 году в Худжанде насчитывалось 23 красильных фабрик изготавливавших шелковые ткани, а в 1906 году – уже 230 шелкоткацких заведений и не менее 4500 мастерских. Технология создания тканей была ручной, трудоемкой и многостадийной [4-7]. В первой половине XIX века из-за конкуренции ручного производства Центральной Азии с европейским машинным, имитированные набивные ткани вытеснили с рынков икаты из шелка и хлопка. Объемный рынок составили хлопчатобумажные набивные подкладочные ткани, импортируемые из России. Первым русским купцом в 1829-1830 гг., экспортировавшим ткани с фабрики Гучкова в Москве в Среднюю Азию, был А. Кодорбеев, а позднее ими стали в 1844 г. И.Ф. Баранов и П.С. Зубов с фабрик Иваново-Вознесенска Владимирской губернии и шуйский купец А. Болотов. Упрощение технологии путем прямой печати по отбеленной ткани позволило им сделать имитационные ткани дешевле базовых и английских и поэтому прочно обосновать рынок Средней Азии с 1830 вплоть до 1914-х годов. (рис. 2). Умение опережать и формировать художественные вкусы горожан, а также следовать тенденциям мировой моды позволило фабрикантам Иваново-Вознесенска обеспечить крупный сбыт русскому текстилю в восточных странах [1].

Анализ коллекции ивановских набивных тканей 1910-1912 гг. позволяет отметить, что в орнаменте сочетаются 4-6-ти цветные мотивы. Ширина тканей незначительно превышала архаичные икаты и составляла от 40 до 60 см. Разнообразие оттенков бардового, охры, индиго, розового достигалось купюрованием (разбавлением печатной краски), полутона и имитация шелкового грифа за счет использования вальных штрихов, точек, насечек. Кроме тканей полотняного переплетения (ситцев, бязей и облегченной марлевки) вырабатывались также набивные белоземельные и грунтовые жаккардовые ткани сложной фактуры. Традиционный рисунок, в частности, таджикских тканей перерабатывался, менялся колорит с учетом новейших красителей и технологических возможностей печатного оборудования [1]. Использовались преимущественно «холодные» оксиазокрасители, которые создавали насыщенные цвета фона от

бардового, кирпично-оранжевого, густо-розового до цвета морской волны. Технология заключалась в предварительном окрашивании отбеленной ткани азосоставляющей с последующей печатью грунта и орнамента различными диазосоставляющими. Прочный краситель образовывался непосредственно в структуре ткани и фиксировался на стадии запаривания и сушки. Кубовые красители, так называемая «каша», обеспечивали получение мелких площадей орнамента от голубого, шоколадно-коричневого, охры, фисташкового, травянисто-зеленого до фиолетового цвета (рис. 2). Орнамент сарпинка, астарчит, алоча, «чамандагул», «кичик» диаметром не более 5-6 см, усложнялся, поэтому ткани выглядели визуально богаче. Однако в сравнении с натуральными икатами они теряли уникальную шероховатость и плотность.



Рисунок 2 – Хлопчатобумажная набивная ткань Гарелинской мануфактуры (1910 г.), Иваново-Вознесенск (по альбомам из коллекции Чешковой А.В.). Прямая грунтовая печать на многовальных печатных машинах.

В советские 60-70-е года XX века стиль имитационных тканей определялся не только новыми эстетическими требованиями и изобретениями графического дизайна, но и техническими усовершенствованиями, позволившими увеличить ширину ткани до 80 см. Появились крупнорепортные орнаментальные композиции с цветностью не более шести. С 1980-х годов кроме хлопчатобумажных тканей вырабатывались также вискозно-хлопковые плательные ткани (рис. 3). Нами уставлено, что, используя в своих орнаментах аутентичные мотивы среднеазиатских икатов ивановцы приносят свой колорит, меняется масштаб. Композиция становится более свободной с отказом от строгой вертикальности построения мотивов, а переливчатость трансформируется условно-натуралистичную и стилизованную абстрактную форму геометрических форм. В современных композициях превалирует принцип «цитат» старинных узоров с превращением в игру графических цветных пятен. В тематическом отношении композиции становятся многосоставными, а орнамент акцентирует архитектуру тканей, оперируя схематизированными стилизованными узорами.

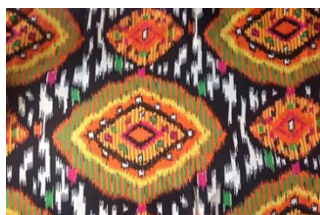


Рисунок 3 – Набивная вискозно-штапельная ткань ХБК им. Ф. Самойлова (ныне ОАО «Самойловский текстиль» г. Иваново). Прямая печать активными красителями на печатных машинах с гравированными валами

В рамках проекта воссоздания старинных тканей на кафедре ХТВМ ФГБОУ ИГХТУ совместно с Технологическим университетом Таджикистана проводятся научно-исследовательские и практические работы по разработке современных тканей данного стелевого направления с цифровой доподготовкой изображения и прямой печатью на машинах с сетчатыми шаблонами, а также на текстильном промышленном плоттере. Создание полномастшабных цифровых версий с разработкой раппортного векторного построения орнамента и рентабельных технологий их печатания для современного промышленного оборудования шелковых (Худжандатлас) и хлопчатобумажных отделочных производств РФ позволит более масштабно раскрыть возможности интерпретации оригинальных исторических орнаментов.

Список использованных источников:

1. Химические технологии в дизайне текстиля [монография]/ под ред. проф. А.В.Чешковой; ФГБОУ ВПО «Иван.гос.хим.-технол.ун-т.–Иваново, 2013.-312 с.

2. Umesh Charan Patnaik, Aswini Kumar Mishra, 1997. Handloom industry in action. 1997. M.D. Publications Pvt. Ltd. С.128.

3. Ходжиева Н.К.,Чешкова А.В Преломление дизайна икатов и ивановском текстиле. VII Межд. научн-практ. конф., сб. статей «Проблемы дизайн проектирования». КГТУ, Казань. 2016. С 227-229.

4. Иброхимов М.Ф. Шелководство и текстильная обработка шелка в Центральной Азии в IX-X вв. Технол. текст. пром. Серия Изв. вузов. – Иваново, 2013. № 1. С. 113-114.

5. Хакимова Н.А. Из истории шелкоткачества худжанда XIX-XXвеков. Ученые записки Худжандского государственного университета им. академика Б. Гафурова. 2012. С.28-32.

© Джаборова Ш.Р., Яминзода З.А., Чешкова А.В., 2019

УДК 76.03/.09

Добрецова Н.А., Куртова К.Г. ИНФОГРАФИКА КАК СРЕДСТВО ВИЗУАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

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

В 1911 году Артур Брисбэйн, редактор газеты Time, оценил информационное значение картинок, переделав знакомую всем поговорку «Лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать» в рекомендацию для коллег: используйте изображение, оно стоит тысячи слов. Данное выражение прекрасно подходит в качестве девиза для актуального направления в современной культуре – «инфографики». Инфографика – это эффективный способ, который позволяет визуализировать данные и информацию понятным образом с помощью визуальных образов.

Человек 90% информации воспринимает каждый день с помощью органов зрения. В наше время просто необходимо получать новые знания. Но оценивать и запоминать новые суждения и факты не всегда просто. Поэтому важно, чтобы люди правильно и легко запоминали объёмы информации с помощью ассоциаций и знакомых фигур или правильно расположенной композиции. Хотя инфографика и не новое изобретение, но это интересное средство, которое оказывает большое влияние на современную коммуникацию. Она активно используется в различных областях – начиная от значков на дверях в аэропорту, заканчивая журналистикой, наукой и образованием.

Данное исследование заключается в том, чтобы выяснить, насколько трудный путь прошла инфографика прежде чем стать важной частью дизайна и графики.

Революцию в области представления данных сделал Уильям Плейфэр, имя которого вернул истории самый авторитетный из современных специалистов по графике Эдвард Тафти. Он обнаружил, что Плейфэр почти двести лет назад предложил все основные типы используемых сегодня статистических диаграмм. Среди них диаграммы-линии (графики), диаграммы-области, столбчатые и линейные диаграммы (гистограммы), круговые (секторные) диаграммы, радиальные (сетчатые) диаграммы и картограммы [5].

Использование иллюстраций в серьёзной интеллектуальной литературе на рубеже XVIII века считалось детским подходом. Но Плейфэра это не остановило.

В 1801 году Уильям Плейфэр опубликовал «Статический Бrevиарий» – книгу, посвященную экономическим и демографическим данным европейских государств. В этой работе, содержащей первую круговую диаграмму, Плейфэр аргументирует ценность использования графических элементов: «Создание визуального образа для наших глаз при

сохранении всех пропорций и размеров – это наиболее оптимальный и читабельный способ выражения определенной идеи» [1]. На данной секторной диаграмме изображены доли земельных участков Турецкой империи, которые расположены в Азии, Африке и Европе тех времен. Этот рисунок считают первой круговой диаграммой, где в виде круга представлена идея о целом, а для различия секторов использовался цвет.

Или же наиболее древняя столбчатая диаграмма появилась в книге Уильяма Плейфэра «Коммерческий и политический атлас» (Лондон, 1786). В ней демонстрируются показатели импорта и экспорта Шотландии в семнадцать стран в 1781 г.

Секторная диаграмма, как и другие инновации Плейфэра, обрела широкое распространение не сразу. И в дальнейшем началась полемика насчет круговых диаграмм, в которой проявлялись слабые и сильные стороны данного способа визуализации данных.

Первые негативные выпады в сторону круговых диаграмм начались более 100 лет назад. В 1914 году Виллард Бринтон, инженер и сторонник визуализации, опубликовал работу под названием «Графические методы». Её принято считать первой книгой о правильной визуализации данных для широкой аудитории. В самой первой главе, описывая «составные элементы», автор объясняет, что круг с секторами далеко не оптимальная форма, поскольку она и близко не обладает такой же выразительностью, как и столбиковые диаграммы. Поэтому недостатком секторного представления является невозможность размещения частей так, чтобы можно было их легко сравнить или просуммировать.

Основной и наиболее мощный удар по секторным диаграммам пришелся на 1980-е годы, благодаря усилиям статистика Уильяма Кливленда. Он является автором новаторской книги «Элементы графических данных», в результате которой визуализация данных обрела научную основу.

В эксперименте Кливленда задачей восприятия гистограммы было определение позиции на шкале, а при просмотре круговых диаграмм – угол сегмента. Учеными было обнаружено, что гипотез насчет высоты столбцов гистограммы в 1,96 раз точнее, чем суждения, касающиеся угла.

Ни один человек не потратил больше времени на поиск аргументов в пользу диаграмм, чем психолог Ян Спенс. Он активно защищает этот осуждаемый многими визуальный элемент в своей книге «Возникновение и использование статистических диаграмм».

Спенс утверждает, что исследования восприятия «пирожковых» диаграмм плохо проработаны, поэтому считает работу Кливленда ошибочной. В ней испытуемых просят сравнить размеры отдельных сегментов круга, а не оценить величину сегмента по отношению к целой фигуре. По мнению Яна Спенса, круговые диаграммы используются чаще для второй цели.

Другие считают, что секторная диаграмма может быть полезной, когда она используется редко и в эстетических целях [2].

Если рассматривать с научной точки зрения, инфографика – нестандартная форма графического и коммуникационного дизайна, способная представить объемный пласт информации в наглядном виде и отобразить тенденцию изменения статистических фактов или показателей во времени и пространстве. Воспринимать инфографику стоит как изображение, передающее важный смысл исключительно с помощью графики и визуальных приёмов, без использования сухих текстов, которые сложно представить в голове, сразу же оценить или запомнить [3].

Инфографика как средство визуальной коммуникации будет становиться все более актуальной, акцентируя внимание на самом главном. Изображения делают информацию более привлекательной и убедительной. Поэтому одной из самых популярных форм распространения идей при помощи визуальных образов останется инфографика.

Список использованных источников:

1. «Краткая история визуализация данных» - 2017 [Электронный источник] – URL: <https://tableau.pro/datavizhistory>

2. «Почему вам лучше перестать использовать круговые диаграммы (или нет)?» - 27-11-2015 [Электронный источник] - URL: <https://lpgenerator.ru/blog/2015/11/27/pochemu-vam-luchshe-perestat-ispolzovat-krugovye-diagrammy-ili-net/>

3. «Что такое инфографика: примеры использования и основные виды» - 2018 [Электронный источник] – URL: <https://infografics.ru/all/chto-takoe-infografika/>

4. «Создание инфографики и её актуальность» - 02-02-2015 [Электронный источник] – URL: <http://makeyourphoto.ru/sozdanie-infografiki-aktualnost/>

5. «Уильям Плейфэр, изобретатель диаграмм» Кулакова Инна – 2016 [Электронный источник] – URL: <https://multiurok.ru/files/uil-iam-plieifier-izobrietatiel-diaghramm.html>

© Добрецова Н.А., Куртова К.Г., 2019

УДК 7

Долинская О.В., Сапрыкина М.Н. **ДОБРЫЙ ДИЗАЙН ДЕТЯМ ДАРИТ СКАЗКУ**

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

Болезнь – страшно. Лечиться порой – тоже. Особенно если вокруг тебя серые стены, пугающие медицинские инструменты, унылая казенная обстановка. Как быть? Делать больницы красивыми – во всех смыслах!

Цель данного исследования – определить и показать влияние искусства в больницах, продемонстрировать его необходимость детям и родителям, посмотреть отношение врачей на жизнь внутри арт-объекта.

Во времена Советского Союза при строительстве детских больниц никто не думал о том, каким должен быть их интерьер. Внутренние помещения больницы вгоняли в тоску и даже пугали, а потому ни один ребенок не любил их посещать.

Дети не могут подолгу сидеть на одном месте, им постоянно хочется что-то рассматривать, получать новую информацию, а потому при обустройстве современных клиник дизайнеры часто используют настенную роспись с большим количеством деталей. Попадая в яркое помещение, ребенок проявляет интерес, ко всему, что его окружает. Рассматривание изображений увлекает его, и ожидание в очередях перестанет быть утомительным.

Чтобы ребенок не боялся и с удовольствием шел в больницу, при ее обустройстве необходимо разработать успокаивающий, дружелюбный интерьер, чтобы каждый малыш смог почувствовать себя в безопасности. Создание атмосферы радости и добра – это все к чему должны стремиться дизайнеры, которым поручили оформление детской больницы.

Я считаю, что сегодня мальчики и девочки, которые столкнулись с серьезной болезнью, не должны чувствовать страха во время лечения. Что может в этом помочь? На данный вопрос я попыталась найти ответ в ходе своего исследования. Оказывается, все дело в понятии «помогающее пространство». Оно заключается в искусстве, в правильном использовании красок и фантазии и призвано уменьшить медицинский стресс и боль.

Графические рисунки испокон веков украшали жилище человека. Рисунки на стенах уже давно стали искусством, доступным каждому. Они придают облику интерьера неповторимые черты. Это простой и экономный способ разнообразить интерьер помещения, где стены оживляют, украшают и придают неповторимый уют.

Портреты, изображения животных, сюжетные линии из известных мультфильмов однозначно станут главными достопримечательностями любого интерьера, в том числе и больницы.

Больным всегда страшно, одиноко и грустно в больнице. Такое настроение влияет на их выздоровление. Специалисты выяснили: создание комфортной атмосферы помогает нейтрализовать негативный эффект у 80% детей. Если ребят окружают яркие рисунки на потолке, полу, мебели и дверях, то им становится легче проходить болезненные процедуры [5].

Помогающее пространство – это не только рисунки на стенах, но и специальные медицинские аппараты, УЗИ, МРТ, которые превращают в космические аппараты, чтобы детям не было страшно, а становилось, наоборот, интересно. Они способствуют улучшению настроения малышей.

Все прекрасно знают, что отвести ребенка сдать анализы или пройти обследование может быть невероятно трудно. К счастью, в больнице в Нью-Йорке хорошо знали об этом и решил, что их юные пациенты должны расслабиться и чувствовать себя как дома. Обычно зловеще выглядящий аппарат МРТ был полностью переделан в некое подобие пиратского корабля.

Очень важно правильно подобрать краски, следует использовать краски, которые будут способствовать созданию спокойной атмосферы. Цвета, которые могут вызывать раздражение или агрессию, нельзя использовать. Все психологи акцентируют внимание, что к выбору цвета для отделки всегда следует подходить очень ответственно, так как разные краски оказывают разное влияние на психологическое здоровье.

Интересной идеей является нанесение рисунка на пол. Это может быть совсем простой рисунок, к примеру, полосы или листики. С такими изображениями ребенок сможет даже поиграть, передвигаясь исключительно по таким картинкам. Также, можно оформить помещения и в виде паспарту, которые можно сделать своими руками. В белую рамку из дерева, пластика или картона можно поместить черно-белые картины любимых животных, героев мультфильмов, или умильные и вызывающие улыбку детские рисунки. Оригинальная графика в интерьере у окружающих вызовет не меньший восторг, чем подлинник великого художника.

В данном исследовании, я хотела показать необходимость использовать искусство везде, особенно там, где оно способно продлить, или даже вернуть жизнь! Искусство – творит чудеса! Стены помогают выздороветь! Меня вдохновили лондонская больница, Нью-Йоркская детская больница, японская больница и другие примеры «радостных» больницы.

Особо меня удивила больница London Royal Children's Hospital, место, где стены способны лечить, больница, где стены с яркими и уникальными рисунками. Британский арт-коллектив Vital Arts – организация, которая поставила своей целью привнести искусство в больницы Великобритании – превратил Королевскую детскую больницу Лондона в визуальный праздник для детей. Стены были расписаны яркими красками, вдохнувшими жизнь в ранее мрачное заведение. Как сказали сами художники, если хоть один ребенок улыбнулся, глядя на эти стены, проект удался [2].

Я считаю, что это и есть одна из главных целей для искусства сегодня. Мы должны стремиться к тому, чтобы люди вокруг нас, глядя на наше творение могли улыбаться, могли меняться, вдохновляться и радоваться.

Сегодня в России уже можно встретить больницы – «сказки». Да, к сожалению, их не так много, но ведь это не предел, нам есть к чему

стремиться. На окраине Москвы стоит детская больница, похожая на волшебный городок с разноцветными строениями – федеральный центр гематологии, онкологии и иммунологии имени Дмитрия Рогачева. Даже случайные посетители свидетельствуют: в центре Димы Рогачева спокойно и мило, ничто не давит на психику, тут хочется расслабиться – что удивляет, так как врачи и пациенты сражаются в этих стенах с беспощадным врагом – раком [6].

Еще один пример «помогающего пространства» в России. В 2014 году художница Марина Звягинцева и еще 16 современных художников изменили интерьер трехэтажной поликлиники в детской Морозовской больнице. Проект назвали «Арт-прививкой». Куратор «Арт-прививки» Марина Звягинцева поясняет, что задача художников, пришедших в поликлинику Морозовки, была не только поговорить на языке современного искусства с детьми, но и зацепить их, отвлечь [6].

Архитектор Айна Гершман, президент благотворительного фонда по развитию детских учреждений «Ключ от детской», тоже уверена: в окружении новых больничных стен и ярких красок маленькие пациенты и взрослые врачи начинают вести себя по-другому. Фонд «Ключ от детской», созданный в 2014 году, помогает развитию и благоустройству детских домов, больниц, интернатов. Сотрудники фонда модернизируют и украшают детские игровые комнаты, зоны ожидания, требующие ремонта помещения, где дети проводят много времени. К разработке проектов привлекаются необходимые специалисты: архитекторы, дизайнеры, психологи, педагоги [6].

В заключении, хотелось бы отметить, что современных детей мало чем удивишь. Чтобы они стали смотреть на то, что ты им предлагаешь, это должно быть необычным. Но при этом – понятным. Поликлиники и больницы, в которой ребенок может встретить разнообразные арт-объекты, осмыслить их и себя рядом с ними, сфотографироваться рядом с ними на память, становятся достопримечательностью. Место, которое ассоциируется с болью, приобретает другой смысл. Ребенок перестает воспринимать себя здесь как на враждебной территории, начинает чувствовать себя комфортно – добиться этого и есть, по моему мнению, главная задача каждого творческого человека, художника и дизайнера.

Я считаю, что красота важна не только для пациентов больниц – жители домов престарелых и интернатов всех видов и родов тоже нуждаются в уюте и успокаивающей обстановке. Они живут тут годами – и должны чувствовать себя как дома. Иначе все учреждения социальной направленности рискуют превратиться в тюрьму [7].

Исходя из этого, можно сделать один важный, но и правдивый вывод: искусство нужно всем и везде!

В ходе данного исследования, я убедилась, что графика в интерьере способна превратить серый облик дома в живописное арт-пространство,

украшенное яркими красками и рисунками с интересными сюжетами. Мы способны нести искусство, так давайте нести его туда, где оно творит чудо!

Список использованных источников:

1. «Психология цвета. Влияние цвета на психику ребенка» Коркуть Н. Л., 2015
2. «9 удивительных детских больниц с необычными интерьерами, в которых детям дарят сказку» - [Электронный источник] – URL: <https://novate.ru/blogs/100315/30351/>
3. «Роль цвета в жизни ребенка» Шеховцова Л. Д., Прокофьева И. В., Маркова Р. И., Резванцева В. Н., Шишаева Е. В., 2017
4. «Дизайн и культура» - В.Пигулевский – Гуманитарный центр Харьков, 2014
5. «Добрый дизайн, или какой должна быть детская больница» - [Электронный источник] – URL: <https://kulturologia.ru/news/5279/>
6. «Почему в детских больницах должны быть рисунки на стенах», журнал «Домашний очаг», 22 февраля 2019 - [Электронный источник] – URL: <https://www.goodhouse.ru/health/zdorovye/clon-i-ego-druzya/>
7. «Красота в больнице: когда стены помогают выздороветь» Наталья Волкова, Дмитрий Петров, 2016 - [Электронный источник] – URL: https://www.miloserdie.ru/special/krasota_bolniz/
8. «Графика в интерьере: 75 способов создания оригинального арт-пространства у себя дома», 2017 - [Электронный источник] – URL: <https://odomah.org/1307329884907636985/grafika-v-interere-75-sposobov-sozdaniya-originalnogo-art-prostranstva-u-sebya-doma/>

© Долинская О.В., Сапрыкина М.Н., 2019

Авторский указатель

А

Абдуллина А.А., 8
Авдеева Д.Д., 12
Аднорал А.А., 15
Алексеев В.О., 18
Алексеева Н.В., 21
Ангелич Т.Ф., 23
Андреева П.В., 26
Андрусова Д.Е., 29
Анисимова А.А., 35
Артемьева И.К., 37
Асланян Д.Л., 44
Асцатурян К.С., 49
Атаманова А.Е., 52

Б

Бабанова А.К., 55
Баглай Н.О., 59
Барина А.А., 63
Барышев Н.И., 66
Барышникова В.В., 68, 73
Береснева В.Л., 77, 80
Бесчастнов П.Н., 113
Бетоева Е.А., 83
Бибаева Л.В., 88
Брагина П.С., 91
Бралгин Е.Ю., 94
Будилова А.В., 98, 102
Бурова Ю.А., 105
Бусыгина А.А., 107
Бутко Т.В., 23

В

Вагнер В.В., 109
Вадеева М.О., 122
Ваниева О.В., 120
Вараксина Л.А., 113
Вдовенко А.О., 117
Видякина А.Ю., 120
Виноградова Д.Е., 122
Владимирова Е.Л., 125
Возьмилова А.А., 127
Вольтер А.Г., 131
Вохлачев П.Е., 133

Г

Гаврилова Т.В., 138
Гаврилова Э., 141
Гарбар Н.В., 171
Гладков В.В., 144

Глебова Т.Г., 148
Глушкова Т.В., 152
Голубчикова А.В., 66
Гончар О.С., 155
Горшунова А.В., 157
Грибакина Е.С., 161
Гришина Н.И., 165
Громова М.В., 49
Гуляева Е.В., 168
Гусева М.А., 148
Гусова Д.Т., 171

Д

Данилина С.А., 174
Дембицкая А.С., 177
Дембич Н.Д., 8
Демченко И.А., 181
Демьянова М.В., 184
Денисов Д.А., 155
Дергилёва Е.Н., 157
Джаборова Ш.Р., 188
Добрецова Н.А., 192
Долинская О.В., 194
Домовцева Н.В., 77

Ж

Жуковская А.Н., 91

З

Заболотская Е.А., 63
Заева-Бурдонская Е.А., 83

К

Казакова Н.Ю., 8
Катасонова О.С., 94
Ковалева О.В., 55, 88
Ковтун А.В., 37
Коковина М.В., 91
Коржановская Л.Г., 131
Коржов Е.Г., 66
Корнеев А.А., 107
Кузнецова А.Н., 52, 161
Курилина Н.С., 98
Кургова К.Г., 192

Л

Лукина Е.С., 168

М

Макарова Т.Л., 144
Морозова Е.В., 52, 161

Н

Никонов В.В., 18, 21

П

Пегушкова Г.И., 127
Плетюхина Н.С., 102
Пыркова М.В., 35

Р

Рузова Е.И., 133
Руппель И.С., 152
Руппель Т.С., 152

С

Сапрыкина М.Н., 181, 194
Соловьёва Е.Е., 138
Сорокотягина Е.Н., 44, 102
Спектор Г.З., 83, 133

Т

Тимохович А.Н., 59
Третьякова А.Е., 174

Ф

Федоров М.В., 80

Х

Хмелевская А.Г., 148

Ч

Чешкова А.В., 188
Чулкова Э.Н., 120

Ш

Шпак А.Е., 138

Я

Яминзода З.А., 188

Научное издание

Всероссийская научно-практическая конференция

«ДИСК-2019»

Часть 1

В авторской редакции

Издательство не несет ответственности за опубликованные материалы.

Все материалы отображают персональную позицию авторов.

Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов.

Усл.печ.л. _____ Тираж 30 экз. Заказ № _____

Редакционно-издательский отдел РГУ им. А.Н. Косыгина

115035, Москва, ул. Садовническая, 33, стр.1

тел./ факс: (495) 955-35-88

e-mail: riomgudt@mail.ru

Отпечатано в РИО РГУ им. А.Н. Косыгина