

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ им. А.Н. КОСЫГИНА
(ТЕХНОЛОГИИ. ДИЗАЙН. ИСКУССТВО)»

ТЕЗИСЫ ДОКЛАДОВ

**72-ой ВНУТРИВУЗОВСКОЙ НАУЧНОЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ
«МОЛОДЫЕ УЧЕНЫЕ – ИННОВАЦИОННОМУ РАЗВИТИЮ ОБЩЕСТВА
(МИР-2020)», посвященной Юбилейному году в
РГУ им. А.Н. Косыгина**

ЧАСТЬ 1

МОСКВА - 2020

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
им. А.Н. КОСЫГИНА
(ТЕХНОЛОГИИ. ДИЗАЙН. ИСКУССТВО)»**

**ТЕЗИСЫ ДОКЛАДОВ
72-ой ВНУТРИВУЗОВСКОЙ
НАУЧНОЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ
«МОЛОДЫЕ УЧЕНЫЕ –
ИННОВАЦИОННОМУ РАЗВИТИЮ ОБЩЕСТВА
(МИР-2020)»,
посвященной Юбилейному году в РГУ им. А.Н. Косыгина**

Часть 1

МОСКВА - 2020

УДК 378:001:891
ББК 74.58:72
В60

Тезисы докладов 72-ой Внутривузовской научной студенческой конференции «Молодые ученые – инновационному развитию общества (МИР-2020)», посвященной юбилейному году в РГУ им. А.Н. Косыгина. Часть 1, 2020 г. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2020. – 226 с.

В сборник включены тезисы докладов, выполненных в рамках 72-ой Внутривузовской научной студенческой конференции «Молодые ученые – инновационному развитию общества (МИР-2020)», посвященной юбилейному году в РГУ им. А.Н. Косыгина на кафедрах института Дизайна, института Искусств, 16-20 марта 2020 г.

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.

Редакционная коллегия

Кашеев О.В., проректор по научной работе; Оленева О.С., доцент; Гуторова Н.В., начальник ОНИР; Федоров М.В., старший преподаватель, Андросова И.В., преподаватель

Научное издание

Печатается в авторской редакции

ISBN 978-5-87055-931-5

© Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», 2020
© Коллектив авторов, 2020

РОЛЬ АНИМИРОВАННОЙ ТИПОГРАФИКИ В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ 21 ВЕКА

Александрова Т.В., гр. МАГ-Д-719

Научный руководитель: проф. Пушкарёв А.Г.

Кафедра Графического дизайна и визуальных коммуникаций

В современном мире, с появлением новых информационных технологий и всеобщей компьютеризации, основным направлением развития типографики является ее широкое применение в графическом дизайне. В настоящее время типографика – это не просто размещение текста и организация печати. Эффективный текст является ключом к мощному дизайну. Форма, начертание, цвет и местоположение слова на листе или экране – это наиболее яркая и точная иллюстрация заложенного в него смысла.

Сегодня, вместо использования статических изображений или всего текста, дизайнеры используют функциональную анимацию, которая способна захватить внимание зрителя быстрее и надолго остаться в его памяти. Намечается тенденция всеобщей интерактивности. Развиваются новые формы типографики – кинетическая и интерактивная. Данная область шрифтового дизайна обладает наибольшим проектным потенциалом.

Моушн-дизайн (анимационный дизайн) – это графика, которая постоянно движется. Она применяется для анимирования логотипов; создания информационных видеороликов и тьюториалов; рекламных роликов бренда или продукта; телевизионных промо и даже названий фильмов.

При анимации текста графический дизайнер должен учитывать: целевую аудиторию; как и где пользователь будет читать информацию; скорость типографской анимации; удобочитаемость, цвет, текстуру шрифта; наложение текста с другими элементами; виды кинетической типографики.

На основании вышеизложенного, можно сказать, что анимированная типографика становится понятным и унифицированным языком общения между людьми. Благодаря появлению новых достижений в технике и телекоммуникационных технологиях, в анимации типографики регулярно возникают новые тренды.

КАЛЛИГРАФИЯ КАК ЭЛЕМЕНТ СОВРЕМЕННОГО ГРАФИЧЕСКОГО ОФОРМЛЕНИЯ

Базикова Б., гр. ВМАГ-Д-719

Научный руководитель: доц. Орлова Е.Ю.

Кафедра Графического дизайна и визуальных коммуникаций

На протяжении всей истории развития культуры, каллиграфия ассимилировалась в искусстве, литературе и архитектуре, имея при этом тесную взаимосвязь с определенным культурным направлением и отрезком исторического вектора. Сегодня отмечается повышенный интерес к каллиграфии не только в области изобразительного искусства, но и в областях и сферах дизайна, как графического, так и средового.

Отсутствие методологии и актуальных способов применения каллиграфии как элемента визуального оформления пространства, является причиной стихийного и неравномерного графического оформления городской среды. Активное развитие урбанистики, направлений дизайна городских пространств и уличных искусств, формируют каллиграфию как часть визуальных коммуникаций в пространстве.

Период новейшего времени условно разделен на следующие этапы: 1) первая половина XX века – период угасания интереса к использованию каллиграфии, возникновение шрифтовых систем; 2) вторая половина XX века – возрождение в котором формируются современные направления искусства тесно связанные с использованием каллиграфии. Период XX века стал одним из важных периодов формирования каллиграфии как части отдельного направления в дизайне.

В работе проведен исторический анализ каллиграфии и систематизация сведений применения каллиграфии, с целью в дальнейшем решить проблему комфортного и функционального использования каллиграфии в среде в контексте графического дизайна через формирование методологии применения каллиграфии. Введение периодизации развития каллиграфии наглядно указывает на активное использование рукописных шрифтов в графическом дизайне в последнее столетие, раскрывающихся в граффити, калиграффити, каллиграфуризме, других направления искусства.

В качестве выводов, приведенных в работе после исторического анализа, а также систематизации сведений о каллиграфии как элемента графического оформления описывается формирование не только художественной функции каллиграфии, но и информационной, навигационной, а также расширение и актуальность ее роли в городском пространстве на сегодняшний день.

ПРИНЦИПЫ ГРАФИЧЕСКОГО ОФОРМЛЕНИЯ ФЕСТИВАЛЕЙ НАРОДНОГО ТВОРЧЕСТВА

Воробьева В.Н., гр. ДГ-116

Научный руководитель: преп. Панкратов А.С.

Кафедра Графического дизайна и визуальных коммуникаций

Работа посвящена анализу основных принципов графического оформления фестивалей народного творчества Республики Алтай и Алтайского края. Цель работы заключается в обобщении принципов графического оформления фестиваля народного творчества «Родники Алтая» с последующей апробацией на примере оформления рекламной продукции и элементов айдентики фестиваля.

Широкий диапазон мероприятий данной направленности свидетельствует о высокой востребованности и необходимости их развития. Представителям региональной власти для сохранения и развития народной самобытности региона необходимо поддерживать актуальность мероприятий, всячески поощряя нововведения, связанные с улучшением качества всех аспектов фестивалей, как технических, так и визуально-коммуникативных. Добиться этого возможно путем качественного графического оформления данных мероприятий. Задачи данной работы: проанализировать популярные фестивали Республики Алтай и Алтайского края на предмет их графического оформления; сформулировать принципы графического оформления фестиваля народного творчества.

В ходе анализа графических комплексов фестивалей «Великий Алтай», «День России на Бирюзовой Катуни», «Родники Алтая», удалось выявить, что орнаментальное решение в качестве элемента товарного знака или логотипа, является не только преимущественно-желательным, но и может входить в один из трендов в оформлении фестивалей народного творчества. Обращение к старым системам идентификации укрепляет новый образ проекта в глазах посетителя фестиваля. При создании элементов фирменного стиля и всей атрибутики фестиваля, желательно придерживаться сложившихся культурных традиций.

Детальный анализ позволил сформулировать следующие принципы для логотипа:

1. Соединения традиций с современными трендами. В данном случае традиции в типографике – отсылка к руническим шрифтам и письменности древних славян. Данный шрифт соединился с орнаментом для лучшей ассоциативно-коммуникативной связи зрителя с художественным и культурным наследием Алтайского Края.

2. Использование традиционных материалов. Апробация полученных принципов на примере логотипа позволила разработать фирменный стиль в рамках выполненной работы.

АНАЛИЗ БРЕНДОВ НАУЧНЫХ ВЫСТАВОК

Гончар О.С., гр. ВМАГ-Д-719

Научный руководитель: доц. Денисов Д.А.

Кафедра Графического дизайна и визуальных коммуникаций

Научные выставки служат своеобразным индикатором развития конкретной области. Они могут быть различной тематики и затрагивать любую область науки. Брендирование научных выставок является важным элементом или знаком отличия. Бренд – это совокупность названия и других символов, а также их всевозможные комбинации, используемые для идентификации продукта или услуг, и «обещание», которое дается потребителю.

Научных выставок проводится в разы меньше в сравнении с образовательными, в меру своей специализации данные выставки имеют ограниченный круг посетителей, а также лишь малая часть выставок имеет брендирование. Создание бренда научных выставок может привлечь большее число потенциальных посетителей.

Целью исследования является анализ брендов и изучение индустрии научных выставок. Основные задачи исследования: рассмотреть влияние брендирования выставки на ее посещаемость и успешность; выяснить какие задачи стоят перед дизайнерами при брендировании научных выставок. Основные элементы, выявленные при анализе: однотипная цветовая гамма; отсутствие дополнительной, подробной информации; преобладание комбинированных логотипов; простые названия, редко используются аббревиатуры.

В результате проведенного анализа были выявлены основные проблемы и пробелы в брендировании научных выставок. Полученные результаты позволят в будущем создать удобный инструмент способный помочь дизайнеру в брендировании выставок.

ОСОБЕННОСТИ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА НАСТОЛЬНЫХ ИГР

Горячева А.А., гр. ВМАГ-Д-719

Научный руководитель: доц. Денисов Д.А.

Кафедра Графического дизайна и визуальных коммуникаций

Настольные игры все больше завоевывают внимание взрослых и детей. Помимо логических и стратегических игр, которые учат мыслить и развивают пространственное мышление, есть игры на биологические, исторические и географические темы, где легко усваиваются новые знания, а еще это способ отдохнуть и насладиться живым общением.

Выявление особенностей графического дизайна настольных игр поможет дизайнеру в дальнейшем создавать качественный продукт и его элементы: упаковку, игровое поле, карты, инструкцию и т.д.

В связи с популярностью настольных игр некоторые производители начинают некачественно подходить к созданию продукта: злоупотребляют графическими элементами и эффектами, пренебрегают важной информацией для процесса игры. Происходит это по разным причинам: экономный и некомпетентный заказчик, непрофессиональные графические дизайнеры и т.п. Таким образом визуально загрязняется прилавок настольной индустрии.

В создании настольной игры важно заложить прочный фундамент. Для этого нужно придумать увлекательную механику, интересную для целевой аудитории. Достаточно качественной задумки для того, чтобы создать хит и хорошо на этом заработать. После понадобится помощь графического дизайнера, который воплотит идею в реальность: создаст шрифт, цвета, знаки, изображения и другие графические элементы с целью вызвать интерес у потребителя. С помощью графического дизайна рассказывают, рекламируют, обучают людей новому, а также передают сообщение потребителю посредством визуального языка.

В работе проанализирован рынок на примере популярных настольных игр. На его основе выявлены особенности графического дизайна на которые должен быть сделан упор при проектировании: читабельность, ясность данных, минимум отвлекающей информации, графические элементы, передача цвета, формат поля и карточек, оформление инструкции, чтобы процесс игры был увлекателен и не вызывал дискомфорта.

«ЧИСТАЯ» РЕКЛАМА КАК НОВОЕ НАПРАВЛЕНИЕ В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ

Демьянова М.В., гр. ДГ-218

Научный руководитель: доц. Манцевич А.Ю.

Кафедра Графического дизайна и визуальных коммуникаций

Сегодня, в эпоху обострения экологического кризиса, все большей популярностью пользуется экодизайн. Новое актуальное направление в экодизайне – «чистая» реклама. В Европе набирает обороты деятельность рекламных агентств, занимающихся «чистой» визуальной коммуникацией. В России же, хотя интерес к новому тренду привлекает крупных заказчиков, подобное направление не получает массового распространения. Вероятнее всего, это связано с недолговечностью такой графической коммуникации. Но, возможно, реклама и не должна быть долговечна, что создавало бы меньше «графического шума и мусора» на улицах городов.

«Чистая» реклама – современное направление графического дизайна, в котором при создании визуальных сообщений используются только экологически чистые материалы (песок, камни, вода, трава). Её цель – привлечь внимание, оказав минимальное воздействие на природу, а также повлиять на экологическое сознание потребителя, сформировав у него экомышление. Графическая коммуникация несет и экономическую выгоду, так как не используются дорогие искусственные материалы. В данном направлении можно выделить следующие виды:

clean advertising (изображение наносят на поверхность при помощи воды и пара);

sea tagging (рекламу наносят на асфальт с помощью морской воды);

snow tagging (рекламные сообщения продавливают на снегу);

sand brand (песчаная реклама);

logrow (реклама на траве, на полях).

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 с помощью каких экоматериалов будут воссозданы графические коммуникации.

Интерес к экорекламе с каждым годом увеличивается. Причина очевидна – необычный подход к рекламным сообщениям не только сохраняет окружающую среду, но и привлекает внимание, моментально становится информационным поводом, гарантируя рекламодателям дополнительный интерес со стороны потребителей и СМИ. Это уже оценили такие гиганты мировой товарной индустрии, как Volkswagen, Innocent, Puma, Adidas, Smart, ING, Lipton, Mazila. «Чистая» реклама становится трендом в графическом дизайне.

АЙДЕНТИКА ЗНАКОВЫХ СОБЫТИЙ ГОРОДСКОЙ ВИЗУАЛЬНОЙ СРЕДЫ

Загоруйко М.В., гр. МАГ-Д-719

Научный руководитель: проф. Пушкарев А.Г.

Кафедра Графического дизайна и визуальных коммуникаций

Организация любого знакового городского мероприятия, будь то торжественные праздники, спортивные состязания, памятные дни и даты, является не простой задачей. Необходимо, чтобы событие произвело яркое впечатление и надолго осталось в памяти горожан. Каждая деталь, в этом процессе, должна быть хорошо продумана и выполнена.

Немаловажная роль в решение этого вопроса отводится айдентике – графическим формам и принципам построения визуальной коммуникации значимого мероприятия.

На основании этого были рассмотрены основные составляющие компоненты, которые необходимо грамотно использовать при создании элементов «айдентики». Это – шрифт, цвет и форма. Выбранный шрифт это не просто надпись, а дизайнерское решение, которое характеризует продукт. С каждым оттенком цвета люди неосознанно проводят определенные ассоциации. Правильно подобранная геометрия формы усиливает впечатления визуального восприятия стиля.

Однако этого недостаточно для создания единого зрительного образа в сознании потребителя. Для достижения максимального эффекта нужна единая система вербальной идентификации. Проектируемая система должна быть целостной и лаконичной. В противном случае может произойти обратный эффект, который негативным образом отразится не только на проведение самого мероприятия, но и оставит неприятные воспоминания о данном событии.

В результате исследования установлено, что при создании айдентики знаковых событий кроме правильного подбора шрифта, цвета и формы необходимо:

- учитывать отличительные особенности конкретной городской среды;
- проанализировать целевую аудиторию мероприятия;
- создать дизайн-концепцию продукта с учетом городских традиций и ценностей.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ШРИФТОВ

Кожухова Е.В., гр. МАГ-Д-719

Научный руководитель: проф. Пушкарёв А.Г.

Кафедра Графического дизайна и визуальных коммуникаций

Была проанализирована последовательность технических изменений создания шрифта от XV века и до наших дней. Шрифт – это всегда технология. Со временем меняется инструмент, с помощью которого мы воспроизводим знаки.

Иоганн Гутенберг в XV веке напечатал первую книгу при помощи наборного шрифта. Цель книгопечатанья поначалу не имела напрямую связь с дизайном, а заключалась в экономии времени. Гутенберг видел будущее типографики в ускоренном копировании формата и стиля монастырских рукописей. Это было время ручного изготовления шрифта.

Далее следовало время механического изготовления шрифта – XIX век. Рисунок шрифта делает один человек, а изготавливает его другой.

С появлением цифровой среды и персональных компьютеров, у человека появилась потребность в выборе шрифтов для оформления своего сообщения. В 1999 году появился новый, инновационный формат – Open

Туре («open» от англ. – открытый, общедоступный). Он работает на разных платформах и операционных системах.

Сначала выбор шрифтов был не так велик, но потом появились шрифтовые магазины с тысячами разных гарнитур. Создать свою библиотеку шрифтов стало просто, но управляться с ней и выбирать шрифт, подходящий для своей работы, стало гораздо сложнее.

В конце 2016 года была представлена технология вариативных шрифтов. Технология позволяет хранить все вариации в одном файле, что удобно хранить и передавать, и экономит место в компьютере. Технология позволяет сделать выбор начертания автоматическим.

Дизайнерам открыты старые и современные технологии и возможности, некоторые из которых уже крепко вжились в нашу жизнь, а некоторые еще не так широко используются. Технологии всегда эволюционируют, а типографика развивается.

ОСОБЕННОСТИ ИНТЕРАКТИВНОЙ ИНФОГРАФИКИ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ

Краснопевцева К.С., гр. МАГ-Д-719

Научный руководитель: доц. Орлова Е.Ю.

Кафедра Графического дизайна и визуальных коммуникаций

В докладе обозначены основные особенности нового метода визуализации данных – интерактивной инфографики (ИИ). Выявление и анализ таких особенностей (в сравнении со статичной информационной графикой) необходимы для эффективного ее применения.

В работе выделены следующие особенности ИИ по сравнению со статичной инфографикой. Во-первых, ИИ предполагает взаимодействие пользователя и возможности управления им информацией. Согласно выводам немецкого исследователя В. Вебера, такое взаимодействие может быть низкого (можно ориентироваться в информации и выбирать контент при этом сохраняя содержимое инфографики без изменен), среднего (доступны инструменты управления, которые позволяют незначительно изменять и сравнивать информацию) и высокого уровней (существует возможность изучать инфографику и взаимодействовать с информацией путем ввода, фильтрации или поиска данных). Также он выделяет три модели деятельности пользователя в пространстве инфографики: линейную (пользователь следует строго по пути, разработанному автором); нелинейную (путь изучения выбирается пользователем с помощью инструментов навигации: фильтра, поля ввода, исключения данных); линейно-нелинейную (автор предопределяет путь изучения, а пользователь имеет возможность контролировать объем информации).

Во-вторых, ИИ может включать в себя не только такие средства представления информации, как изображения и текст, но также и видео, анимацию, звук, что направлено на еще большее вовлечение пользователя во взаимодействие с информацией.

В-третьих, для создания ИИ необходимо не только использование графических редакторов, но и программирование. Добавление интерактивности инфографики в цифровой среде происходит посредством применения технологий HTML5, CSS3 и JavaScript.

В-четвертых, для создания качественной ИИ необходимо понимание основ пользовательского опыта (UX).

Таким образом, ИИ в отличие от статичной инфографики обладает интерактивностью, которая может быть разного уровня, возможностью определения поведения пользователя, имеет, как правило, более сложную структуру, требует программирования и понимания основ UX для своего создания.

ОСОБЕННОСТИ СОЗДАНИЯ АЙДЕНТИКИ ДЛЯ ГАЛЕРЕЙ СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА

Лебедева И.И., гр. ВМАГ-Д-719

Научный руководитель: проф. Пушкарев А.Г.

Кафедра Графического дизайна и визуальных коммуникаций

Была проанализирована специфика существующих вариантов айдентики для галерей современного искусства, определены этапы работы над дизайн-проектом и определены методологические проблемы дизайн-проектирования в этой области дизайнерской деятельности. На основе данного анализа были выявлены основные проблемы, которые встают перед дизайнерами при работе над созданием айдентики для галерей современного искусства.

Первая проблема – необходимость соответствовать интересам целевой аудитории. Требуется определить точно на какую целевую аудиторию рассчитан проект и какие идейные, эстетические идеалы ей соответствуют. Без решения этой задачи невозможно вызвать интерес у предполагаемой публики, а это главное, ибо подобные организации не производят материальных ценностей, которые имеют возможность «саморекламы», имея утилитарное применение и выходя далеко за пределы «места действия». В данном рассматриваемом случае аудитория привязывается к месту.

Вторая проблема – это работа с заказчиком. Заказчиком как правило является либо административное лицо государственного управленческого аппарата, либо бизнесмен-предприниматель. Убедить заказчика в правильности выбранной концепции важная задача. Ибо от результата этого

взаимодействия зависит не только коммерческий успех галереи, но и интерес аудитории к культурно-историческому наследию, и в итоге приводит к духовному обогащению общества

Третья проблема – соответствие месту расположения самой галереи. Часто – это особенная архитектура здания или это архитектурно-исторический памятник. Как пример – исторический памятник архитектуры Склады Рейнеке и расположенная там галерея современного искусства РОСИЗО (г. Саратов).

Четвертая проблема – создание конкурентоспособности при большом выборе музеев и галерей как современного, так и классического искусства.

В работе над созданием айдентики для галерей современного искусства дизайнеру следует учитывать специфику самого понятия «Современное искусство» и совмещение почти несовместимых задач – коммерческого успеха и духовно-интеллектуального воспитания.

ТЕРРИТОРИАЛЬНАЯ АЙДЕНТИКА: АСПЕКТЫ, ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ

Маслов М.М.

Научный руководитель: доц. Козырева Л.К.

Кафедра Графического дизайна и визуальных коммуникаций

Была проанализирована территориальная айдентика и визуальные атрибуты российских и зарубежных территориальных брендов, практические подходы к их созданию, теоретическая база по теме. В процессе исследования нами были намечены основные проблемы, в связи с которыми программы территориального брендинга в постсоветском пространстве разрабатываются на низком уровне, и как следствие, терпят неудачу.

Первая проблема – попытки территориальных менеджеров решить вопрос продвижения территории минимальными финансовыми и интеллектуальными затратами. В Европе и США для брендинга территорий создаётся междисциплинарная «команда проекта», включающая дизайнеров, маркетологов, специалистов по рекламе и связям с общественностью, представителей сферы туризма и гостеприимства, экономистов и политологов. В СССР и постсоветском пространстве брендинг территории ограничивается, как правило, только логотипом, выбранным непрофессиональным жюри на конкурсе. Команда проекта либо не создаётся вообще, либо создаётся только формально, айдентика «навязывается сверху» населению.

Вторая проблема – некритическое копирование зарубежных образцов территориальной айдентики, без учёта конкурентных преимуществ собственной территории, её природно-климатических, исторических и иных

особенностей, которые необходимо акцентировать. Копируется подход к созданию графической идентичности другой территории, находящейся в совершенно ином социально-культурном, экономическом и географическом контексте.

Третья проблема – относительное новшество исследуемого вопроса в искусствоведении. Отечественный понятийный аппарат в данной области не соответствует стоящим задачам, нуждается в пересмотре и дополнении. Сложившаяся ситуация стимулирует пересмотр понятийного аппарата, тщательный анализ существующих терминов, оценку их смысла и необходимости, а также дополнение терминологии территориальной айдентики как аспекта дизайна и искусствоведения.

В результате проведенного исследования можно сделать вывод, что территориальная айдентика является мощным инструментом продвижения территории, а также улучшения и коррекции её имиджа. В то же время подходы к её созданию, научная терминология нуждаются в пересмотре и более глубоком изучении.

ТРЕНДЫ В ДИЗАЙНЕ POS-МАТЕРИАЛОВ

Резниченко А.А., гр. МАГ-Д-719

Научный руководитель: доц. Козырева Л.К.

Кафедра Графического дизайна и визуальных коммуникаций

POS-материалы (с английского языка – point of sales materials) – материалы, способствующие продвижению бренда или товара на месте продаж, как можно более выгодно выделяя и наиболее эффектно привлекая внимание покупателей, с целью стимуляции спроса. Прежде всего этого эффекта удастся достичь благодаря оригинальным дизайнерским решениям, что было выявлено в результате проведенного исследования и в ходе анализа опроса покупателей – он-лайн опрос 150 человек от 6 февраля.

Мировая тенденция на повсеместную экологичность является важным трендом для POS-материалов на разных уровнях их создания и использования. Для компаний-производителей получение эко-сертификатов – уже не просто имиджевая составляющая, а необходимость. Эко-подход также применяется не только на производстве POSM, но и является частью концепции. В связи с проблемами экологии такой подход привлекает большую аудиторию и имеет дополнительное маркетинговое преимущество. приходит на бытовой уровень. Так, магазины внедряют экологичное оборудование для утилизации пластика, параллельно рекламируя продукцию и стимулируя покупки и заботу об экологии скидками.

В период пресыщения рынка POSM огромного визуального разнообразия, наиболее эффективными являются игровые, интерактивные

POSM, привлекающие покупателей возможностью взаимодействия. POSM, выделяющиеся не только эстетичным дизайном, но и элементами игры обладают большей покупательной способностью.

Тренд на технологичность. Связь дизайна и технологий четко прослеживается в POSM. Рациональность в дизайне POS-материалов объясняется тем, что расчет идет не только на wow-эффект – технологичные POSM призваны не просто привлечь внимание к бренду, а удовлетворить потребность покупателя или бренда, например, умные кассы без кассира, закрывающие потребность экспресс-покупки, или POSM с использованием wi-fi-ловушки, улавливающей сигналы с мобильных устройств и посылающей рекламу на эти устройства.

ФОТОПРОЕКТ НА ТЕМУ «АРХИТЕКТУРНЫЕ ПАМЯТНИКИ РУССКОГО АВАНГАРДА»: КОНЦЕПЦИЯ, ТЕХНОЛОГИЯ. К 100-летию ВХУТЕМАСа

Филенко Ц.С., гр. ИКФ-117

Научный руководитель: проф. Пушкарёв А.Г.

Кафедра Графического дизайна и визуальных коммуникаций

Архитектура первого десятилетия после Октябрьской революции должна была отвечать вызовам нового времени. Наиболее ярко эти тенденции отразились в зданиях рабочих клубов и т.н. «опытных домов переходного типа» – прежде русским архитекторам никогда не заказывали общественных зданий, предназначенных для организации как политических, так и культурных мероприятий, и домов нового быта. Динамичный характер эпохи выражался в принципиально в новых архитектурных решениях.

Отличительными чертами конструктивизма мастеров «ВХУТЕМАСа» в архитектуре стало практически полное отсутствие декоративных элементов и особая гармония между формой и функциональностью.

Архитектура конструктивизма нашла свое отражение в фотографиях Александра Родченко, Бориса Игнатович, Аркадия Шайхет и других фотографов, работавших в 20-30-е годы двадцатого столетия.

В задачи визуального исследования архитектурных памятников авангарда средствами фотографии входило:

изучить принципы фотосъемки мастеров фотографии 20-30-х годов;

отразить современное состояние памятников;

передать средствами фотографии образное содержание авангардной архитектуры;

использовать возможности современных средств редактирования цифровой фотографии для выявления образного звучания современной визуальной формы.

За основу исследовательской работы были взяты два архитектурных объекта в стиле конструктивизма: Дом Культуры имени Зуева (арх. И. Голосов, 1929 г.); Дом Наркомфина (арх. М. Гинзбург, 1930 г.).

В результате изучения архитектуры были отмечены следующие особенности: ассиметрично расположенные правильные геометрические формы; большие поверхности окон; контраст стекла и бетона; ленточные окна; первый этаж частично поднят на колоннах.

В процессе исследования были отсняты серии фотографий упомянутых выше памятников. Одна серия, посвященная Дому Культуры имени Зуева, была отредактирована в черно-белом цвете, другая – Дом Наркомфина – с минимальным включением хроматических цветов, что отражает минималистскую эстетику конструктивизма. Серия из трех фотографий была представлена на выставке «Мастера и ученики» во Дворце пионеров на Воробьевых горах в марте 2020 года и была отмечена дипломом 1-й степени.

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИЯ СПЕЦИАЛЬНЫХ СЕРИЙНЫХ ИЗДАНИЙ

Финогенова С.А., гр. ВМАГ-Д-719

Научный руководитель: проф. Пушкарёв А.Г.

Кафедра Графического дизайна и визуальных коммуникаций

Дизайн-проектирование специальных печатных серийных изданий до сих пор было недостаточно исследовано. Серийность издания предполагает «жизнь книг» на несколько лет вперед. В результате анализа концепций оформления подобных изданий отечественными и зарубежными дизайнерами были выявлены следующие аспекты и рекомендации:

дизайн обложки должен создавать внешний вид или бренд, который легко идентифицирует все будущие книги как часть одной серии. Серия обложек книг, объединенных единым графическим стилем, привлекательна и дает понять потенциальным читателям, что они идут вместе;

для серийных изданий необходима обложка, с которой можно «жить годами в будущем», и не терять преемственность. Для этого необходимо выработать общую концепцию серийного издания. Какие объединяющие элементы можно перенести из первой книги во вторую и далее?

на этапе планирования проекта необходимо определить, какой элемент должен быть наиболее заметным – название серии, название книги или имя автора. Хотя обложка книги может показаться наиболее важной частью дизайна, на самом деле это только самая заметная часть анатомии

книги. Большинство людей расставляют книги на полке «шипами» наружу. Они могут быть довольно узкими, но красиво оформленный «позвоночник книги» может сделать серию книг достойным элементом гостиной или офисного декора;

необходимо выработать графику, шрифт, цветовое решение, стилистически соответствующее общему содержанию дальнейших изданий. Кроме внешнего и внутреннего дизайна изданий в наш цифровой век важно рассчитать заранее возможность выпуска не только традиционных (бумажных) книг, но также их электронных версий.

Источником исследования послужили серийные издания, оформленные дизайнерами Кардон Уэбб и Пол Сапе, (P. Sahre, Cardon Webb), издания EPIC, Аванта +, Пинакотека.

Как у каждого человека у книги есть свой личный стиль, который делает их легко заметными, у каждой книги должны быть свои уникальные особенности, чтобы библиофилы могли быстро их узнать. Серийность предполагает максимально точный «прогноз» дизайна оформления на несколько лет вперед и отличительные особенности, которые смогли бы стать в дальнейшем узнаваемым брендом.

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ БРЕНДИРОВАНИЯ МЕДИАКАНАЛА

Хосроева О.Т., гр. МАГ-Д-719

Научный руководитель: проф. Сидоренко В.Ф.

Кафедра Графического дизайна и визуальных коммуникаций

Понятие и сущность медиаканала раскрывают определения данной категории различными источниками. Большинство из них сводятся к тому, что медиаканал – это однотипные, с точки зрения способов передачи информации, средства распространения рекламы, предполагают определенный тип их восприятия аудиторией. Классический маркетинг также предлагает рассматривать медиаканал как средство распространения рекламы.

На современном этапе медиаканал как категория и явление вышел за рамки рекламы, и охватывает значительно больший информационный диапазон, играет качественно иную роль в современном коммуникационном пространстве. К основным видам медиаканалов принято относить радио, телевидение, прессу, рекламную полиграфию, интернет. Практически, медиаканалы являются основным способом и инструментом передачи информации, как целевой аудитории, так и широкой общественности. Специалистами, все разнообразие медиаканалов условно делится на следующие категории – средства массовой информации, интерактивные и контролируемые медиа, коммуникации «face-to-face».

Разработка бренда каналов коммуникации является одной из ключевых задач при разработке стратегии медиаканала. Удачно выбранный образ повышает его узнаваемость конкурентоспособность, формирует благосклонность и доверие аудитории. В свою очередь, специфика детской аудитории требует особого внимания к вопросам подачи информации, ее содержания, вовлечения в медиа-среду.

Качественный образовательно-развлекательный детский телеконтент требует должного оформления в противовес низкопробной анимационной продукции, заполнившей медиа-рынок. Бренд должен привлекать по содержанию и эстетическим характеристикам, быть конкурентоспособным и уникальным.

МЕТОДИКА ДИЗАЙН-МЫШЛЕНИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ОТСТРОЙКИ КОМПАНИИ

Чернов П.М., гр. МАГ-Д-719

Научный руководитель: доц. Козырева Л.К.

Кафедра Графического дизайна и визуальных коммуникаций

В век продаж и коммерции очень важно иметь отстройку своего бизнеса, услуги или продукта от конкурентов. Продукт, не имеющий уникальных предложений или выделяющийся на рынке сервиса, просто не выживет в условиях конкуренции. Предприниматели и владельцы продуктов ищут отстройку от конкурентов различными способами. Однако многие не учитывают такой инструмент, как дизайн-мышление.

На вид методика дизайн-мышления не выглядит сложно, она включает в себя: эмпатию, фокусировку, генерацию идей, прототип, тестирование, возможен повтор всего цикла до доведения задумки до идеала. Ключевой особенностью методики является творческий подход к поиску решений. Однако дизайн-мышление не обходится без аналитики. Для проведения сессии дизайн-мышления происходит сбор информация о целевой аудитории: проводится интервью и опрос, выстраивается общий портрет клиентов, выявляются их ключевые потребности. На основе собранных данных с учетом трендов рынка и особенностей продукта происходит формирование идеи, которая в будущем может перейти в отстройку бизнеса продукта или услуги.

Таким образом, дизайн-мышление идеально подходит для выявления отстройки бизнеса, продукта или услуги. Связано это с тем, что данная методика объединяет в себе синтез потребностей целевой аудитории, тренды рынка и особенности продукта. Дополнительным фактором успеха является объединение аналитики и творчества. К тому же полученные задумки проходят тесты и проверяются на точно определённой ранее целевой аудитории, что дополняет успех результата.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЧАЙНОЙ УПАКОВКИ: РОССИЯ И КИТАЙ

Чжан Фэн, гр. МАГ-Д-719

Научный руководитель: проф. Сидоренко В.Ф.

Кафедра графического дизайна и визуальных коммуникаций

Я из Китая – Родины чая, – учусь в России более года. Мною было обнаружено, что россияне любят пить чай. «Русский» чай часто сравнивают с китайским. Из-за различий в чайной культуре, разрыв между китайской и российской упаковкой велик. Было принято решение провести сравнительный анализ чайной упаковки этих двух стран по следующим признакам:

1. Цветовая гамма: выбор цвета упаковки российского чая во многом определяется составом внутренних чайных листьев. По наблюдениям, это в основном черный или зеленый. Например, черная упаковка – «черный чай», а зеленая упаковка – «зеленый чай». Есть также несколько вариантов цветных чайных листьев – в основном, так называемой «фруктовый чай». Тем не менее, выбор цвета китайской упаковки более монотонный: преобладает красный или зеленый цвет и нет как такового типа чая.

2. Моделирование: российская чайная упаковка, часто квадратная или прямоугольная, но внутри имеется отдельный чайный пакетик, который значительно повышает эффективность чаепития. Мало подарочных коробок разной формы, таких как железные банки или треугольные коробки. В Китае же существует много видов упаковки чая. Чай расфасовывают в деревянные коробки, железные банки, глиняные горшки, а некоторые – в тканые сумочки. Несмотря на то, что существует такое разнообразие, внутренняя упаковка, состоит из насыпного чая, который нелегко пить, но это оптимальный вариант для хранения, т.к. китайская чайная внутренняя упаковка использует композитную пленочную основу.

3. Графика: декоративные изображения упаковки российского чая часто основаны на изображении оригинальных чайных листьях. Например, в упаковке «фруктового чая» в качестве основного украшения используются фрукты, в то время как в зеленом и черном чае используются изображения натуральных деревьев или самого чая. Некоторые подарочные коробки добавляют некоторые линии или цвета, чтобы модернизировать их упаковку. Декоративная графика на упаковках китайского чая в основном основана на традиционной китайской каллиграфии или живописи тушью, с темой происхождения чая в качестве темы рисунка, углубления пропаганды происхождения и продвижения традиционной китайской культуры.

Полученные данные я планирую применить для создания более новой и уникальной упаковки чая, которая будет уникальной и востребованной в двух странах.

БИБЛЕЙСКИЕ СЮЖЕТЫ В ЖИВОПИСИ ВЛАДИМИРА ДАВИДОВИЧА БАРАНОВА-РОССИНЕ

Кузнецова Е.А., Мальченко К.В., гр. ДП-119
Научный руководитель: доц. Угарова Е.М.
Кафедра Декоративной живописи и графики

Религия на протяжении веков является неотъемлемой частью жизни человека. Именно в библейских сюжетах люди находят нравственные ориентиры, ответы на вопросы мироздания и отражают их в искусстве. Религиозные мотивы отображаются в работах русско-французского художника авангардиста Владимира Давидовича Баранова-Россине, творившего в первой половине 20 века. Главным направлением в его живописи был орфизм – течение, подразумевавшее под собой передачу музыкального звучания через цветовой спектр и сочетание форм и линий. Именно в этом стиле написаны две работы Владимира Давидовича: «Апокалипсис» (1913 г.) и «Адам и Ева» (1910 г.).

Апокалипсис – это книга Нового завета, где описывается пророчество конца света. Одним из эпизодов, к которому чаще всего обращаются художники разных эпох, является 6 глава священного писания. Этот сюжет изображает и Баранов-Россине в своей работе «Апокалипсис». Картина абстрактная, художник уходит от канонов и с помощью обобщённых образов всадников Апокалипсиса, орнаментальности и яркой цветовой гаммы стремится вызвать сильную эмоцию у зрителя и показать музыкальное звучание живописного полотна. Такой подход, по мнению современных учёных, наиболее ярко воспринимается человеком, затрагивая определённые нейроны в его мозговой системе. В подтверждение этой теории можно сравнить работу Баранова-Россине с картиной «Смерть на бледном коне» (1817 г.) неоклассициста Бэнджамина Уэста. Художник, изображая тот же фрагмент священного писания, создает образы всадников, соответствующие их описанию в книге, использует приглушённую цветовую гамму. Это не вызывает сильных эмоций у человека, что снижает интерес к увиденному, передаёт лишь содержание изображенного фрагмента.

Адам и Ева – первые люди, сотворённые Богом. Эти персонажи библии, изображенные на картине «Адам и Ева» Баранова-Россине, представляют собой единое целое с фоном. Вместе с богатой цветовой гаммой и динамичностью это заставляет зрителя искать человеческие образы, вызывает сильный отклик в сознании, в отличие от «Адама и Евы»

Альбрехта Дюрера и Лукаса Кранаха. На их работах герои реалистичны и каноничны, что не способствует поступлению сильного сигнала нейронам.

Таким образом, несмотря на абстрактность и уход от библейских канонов работы Баранова-Россине оказывают более сильное влияние на людей, чем классические произведения.

ПОРТРЕТНОЕ ИСКУССТВО: ОБЩИЕ ЧЕРТЫ И РАЗЛИЧИЯ В ИСТОРИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ

Мугалашвили А.А., Баженова А.А., гр. ДГ-218

Научный руководитель: доц. Котова Н.В.

Кафедра Декоративной живописи и графики

Портретом является изображение или описание какого-либо человека либо группы людей, существующих или существовавших в реальной действительности. Традиционные портреты обычно изображают сидящего с головой и плечами, половинной длины или всего тела. Сам смысл портрета в том, чтобы передать индивидуальную жизнь человека, индивидуальную форму его бытия. Лицо, руки и атрибутика создают существенную часть образной характеристики модели.

В древних средиземноморских цивилизациях жанр существовал в виде скульптурного изображения, фресок. Реалистическое направление окончательно утвердилось в римском скульптурном портрете. Чуть позже, во времена Византийской и Западно-Римской империи мастера изображают свои модели обобщенно и спиритуализированно, вдобавок, происходит значительный регресс технического мастерства, из-за чего портреты различных императоров практически не различаются. В следующее тысячелетие Европа не дает качественных образцов портрета. Средневековый художник, ограниченный строгими церковными канонами, натуралистический портрет встречается очень редко. Переломом в портретном искусстве, которое снова вышло на видные позиции, наступил в эпоху Ренессанса. Модель всё чаще выступала не на условном, ирреальном фоне, как это было в искусстве Средневековья, а в единстве с реалистически трактованными интерьером или пейзажем. В XVII веке высшие достижения в жанре портрета были созданы наследниками нидерландской живописи. Происходит глубокая демократизация портрета. Художники изображают людей, представляющие самые различные социальные слои общества, национальные и возрастные группы. Позже, в XVII-XVIII веках, достижения реалистического портрета предаются забвению. Заказчик – как аристократ, так и буржуа требует от художника безоговорочной лести. С приходом классицизма в XIX веке портрет теряет пышность и слащавость работ XVIII века и становится более строгим и холодным. Импрессионизм же, возникший в последней трети XIX века,

привел к отказу от максимального правдоподобия. В конце века выходит стиль модерн, который придает портрету лаконичную заостренность. В XX веке портрет переживает упадок. На почве модернизма возникают произведения, номинально считающиеся портретом, но лишенные его специфики. Они подчеркнуто уходят от реального облика модели, сводят её изображение к условной, отвлечённой схеме. Так, сопоставление временные отрезки и приведение их индивидуальных черт позволяет выявить переменчивость изобразительного искусства в человеческой жизни и то, как визуальная составляющая портретов передает характер своей эпохи.

ГРАФИКА И ЖИВОПИСЬ ДЕТЕЙ

Мошиашвили В.И., гр. ДС-118

Научный руководитель: Сапрыкина М.Н.

Кафедра Декоративной живописи и графики

Рисование для детей – это способ самовыражения без слов, рассказ о переживаниях, которые еще сложно осознать. Рисование связано с важнейшими психологическими функциями ребенка – восприятием, моторной координацией, речью и мышлением. Оно развивает эти функции и соотносит их между собой, помогая ребенку упорядочить представления о мире. Среди обычных детских рисунков, можно разглядеть гениальные работы. Именно таким талантом обладали Коля Дмитриев и Надя Рушева. Они не единственные дети, поразившие своими способностями, но их творческий путь и жизнь достойны внимания.

О Коле Дмитриеве говорят, как о падающей звезде в небе, которая, ярко вспыхнув, сразу сгорает. Так и жизнь 15-летнего подростка оборвалась трагической смертью, но и за этот короткий срок мальчик сумел оставить неопиcуемый след в искусстве. Коля родился в Москве в 1933 году, в семье художников по текстилю. Те работы, которые сохранились до наших дней, удивляют передачей характера, игрой со светом и тенью, легкостью линии, чувством композиции и цвета. Летом 1948 года, которое стало последним в его жизни, Коля написал около 150 рисунков и акварелей. Тридцать персональных выставок, проведенных за последние семьдесят лет после его трагической гибели, в очередной раз доказывают, что талант непобедим.

Надя Рушева родилась 31 января 1952 года в Монголии. Девочка с детства проявляла способности к рисованию. Ее рисунки покорили сердца людей на разных континентах – их отправляли на выставки в Италию и США, а первая публикация в журнале случилась, когда Наде было всего 11 лет. Нельзя не отметить множество иллюстраций к произведениям русских классиков. Надя рисовала героев романа так, как чувствовала, так, как понимала эти сложные произведения. Ее желание и талант не иссыхал. Но жизнь девочки оборвалась утром 6 марта 1969 года из-за кровоизлияния в

мозг. На сегодняшний день уже прошло более 160 выставок её работ в разных странах. Ее знают во всем мире и уважают не просто как талантливую девочку, а как заслуженного советского художника-графика.

Можно сделать вывод, что очень важно привить любовь к рисованию с детства, потому что, это дает возможность ребенку выражать свои эмоции, и проявлять талант, возможно, такой, каким обладали юные художники: Коля Дмитриев и Надя Рушева.

ПРОБЛЕМАТИКА МУЛЬТФИЛЬМОВ

Ступова Е.В., гр. ДС-118

Научный руководитель: преп. Сапрыкина М.Н.

Кафедра Декоративной живописи и графики

Мультфильм – это фильм, созданный путём склейки рисованных или отдельно отснятых кадров между собой в определённом порядке. Как правило, анимационные работы создаются для детей, однако часто режиссёры и аниматоры вкладывают в мультфильмы отнюдь недетский смысл, который сложно распознать с первого просмотра даже взрослому человеку. Я хочу попытаться найти и понять смысл, вложенный авторами мультипликационных фильмов на примере двух совершенно разных произведений: «Ёжик в тумане» и «Медведь-липовая нога» (1990 г.).

«Медведь-липовая нога» – это мультфильм со сложным подтекстом. Название отсылает нас к детской сказке про животное, но содержание анимационной работы имеет отнюдь недетский смысл. Автор отсылает нас к старым временам, когда люди ещё поклонялись тотемным животным. Медведь ассоциировался у древних славян с силой и мощью, считалось, что если съесть кусок животного или забрать его часть, то человек станет успешен и удачлив. В этой анимационной работе дед и баба забрали у медведя его ногу, чтобы приманить удачу, и спрятали в кувшине с молоком. Медведь зол и рыщет в поисках своей ноги. Бабка и дед решают задобрить медведя и попробовать пришить лапу обратно, ничего не выходит. Медведь должен убить их, так как они его обидели. В это время в люльке начинает плакать дитя, и медведь идёт успокаивать ребёнка вместо того, чтобы мстить (его заботливое отношение к малышу показывает, что он не только хищник, но ещё и защитник, мудрый и справедливый).

«Ёжик в тумане» – классический пример детского мультфильма. Ёжик идёт на встречу с медвежонком, но происходит что-то странное и наползает туман (аллегория на жизненный путь человека, когда мы теряем ориентиры и пытаемся найти себя). Ёж пугается буквально всего, что увидит на своём пути, однако в скором времени он обретает умиротворение. В конце ёжик приходит к другу и становится как раньше. Но это не так: мировоззрение

ёжика поменялось. Он видит жизнь иначе, а медведь остался со старыми жизненными убеждениями.

Хотя эти мультфильмы имеют совершенно разный смысл и не похожи между собой, обе анимационные работы имеют сложный смысловой подтекст, рассчитанный отнюдь не на детскую аудиторию.

ДОБРЫЙ ДИЗАЙН – ЭТО ДЕТСКАЯ СКАЗКА!

Долинская О.В., гр. ДГ-219

Научный руководитель: преп. Сапрыкина М.Н.

Кафедра Декоративной живописи и графики

Искусство имеет огромное влияние в больницах, поэтому искусство необходимо детям и родителям. Врачи подтверждают влияние искусства, т.к. создание комфортной атмосферы помогает нейтрализовать негативный эффект у 80% детей. Дети не могут подолгу сидеть на одном месте, им постоянно хочется что-то рассматривать, получать новую информацию, а потому, при обустройстве современных клиник используют росписи с большим количеством деталей.

Помогающее пространство заключается в искусстве, в правильном использовании красок и фантазии и призвано уменьшить стресс и боль. Помогающее пространство – это не только рисунки на стенах и полах, но и специальные медицинские аппараты, УЗИ, МРТ, которые превращают в космические аппараты, чтобы детям было интересно.

Наказуемость использования стены для искусства зависит от наличия у исполнителя разрешения собственника (владельца) имущества и от содержания рисунков и/или надписей. Интересной идеей является нанесение рисунка на пол, территория, которая также способна творить чудеса в детских больницах.

Очень важно правильно подобрать краски, следует использовать краски, которые будут способствовать созданию спокойной атмосферы, так как разные краски оказывают разное влияние на психологическое здоровье.

Деятельность проектов по расписыванию больничных стен вдохновила людей со всей России, и теперь в Смоленской области, Брянске, Самаре, на Урале волонтеры тоже принимают активное участие.

Место, которое ассоциируется с болью, должно приобрести другой смысл, 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, иначе все учреждения социальной направленности рискуют превратиться в тюрьму. Мы способны нести искусство, так давайте нести его туда, где оно творит чудо! Искусство – творит чудеса!

РОЛЬ ПРОМЫШЛЕННОЙ ГРАФИКИ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Савичева А.В., гр. ДП-119

Научный руководитель: доц. Провкина В.В.

Кафедра Декоративной живописи и графики

В современном мире промышленная графика стала неотъемлемой частью нашей жизни. Реклама, брошюры, фирменные знаки окружают нас каждый день. Продукцию одной фирмы от другой мы различаем по логотипу и упаковке. Чтобы понять, почему промышленная графика играет такую важную роль необходимо выявить предпосылки к ее зарождению, а также проследить путь ее становления, как самостоятельной отрасли.

Оценивая состояние современных художественных бюро, занимающихся изготовлением товаров промышленной графики, можно будет предугадать дальнейшее развитие этой отрасли, оценить качество современного состояния рекламы.

На примере рекламной продукции можно проанализировать, как тот или иной товар преподносился в разные временные рамки, какие техники и приемы использовались при изготовлении рекламы, а также почему промышленная графика неразрывно связана с психологией.

Возникновение графики многие исследователи относят еще к древним временам, когда ремесленники ставили клеймо на своих изделиях. Первые вариации клейма встречаются на китайском фарфоре, на глиняных кувшинах Древней Греции и Рима, относящихся примерно к XIII столетию. Сейчас же на продукцию как-либо фирмы наносится отличительный знак или же логотип, чтобы возможно было избежать подделывания авторской продукции с целью махинаций.

В конце XIX века начали появляться союзы профессиональных художников, которые специализировались на рекламе, оформлении упаковок и т.д. Именно этот период можно отнести к окончательному формированию промышленной графики как отрасли.

Подводя итоги, можно сказать, что в современном мире предметы промышленной графики окружают нас повсюду, от грамотно оформленной рекламы и подачи товара зависит его дальнейшая судьба на рынке. Пройдя длинный путь становления как отрасли на сегодняшний день ни одну компанию нельзя представить без логотипа или рекламной кампании. Весь наш мир состоит из брендов и торговых знаков, которые когда-то создавались художниками-графиками.

ЕДИНСТВО МЕДИА И ДИЗАЙНА В СОВРЕМЕННОМ ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Покореева А.Н., гр. ДП-119

Научный руководитель: доц. Провкина В.В.
Кафедра Декоративной живописи и графики

Новые медиа – совокупность технологических средств и приёмов коммуникации, служащих для передачи конкретному потребителю информационного сообщения в виде текста, музыки, изображений. С развитием компьютерной техники появляется все больше подобных онлайн-платформ, и, следовательно, возникает необходимость в создании в создании гармоничной и эффективной визуально-коммуникативной среды. Эту задачу решает коммуникативный дизайн, который, с психологической точки зрения, является методом сознательного формирования образов, приводящим к возникновению положительных или отрицательных чувств. Таким образом, форма, в которой будет преподнесена информация, непосредственно влияет на ее восприятие.

В свою очередь, медиа также непосредственно воздействуют на формирование и развитие дизайна, являясь его основой, главной структурной единицей. Коммуникативный дизайн синтезирует в единую систему такие компоненты, как копирайтинг, рекламу, визуальный дизайн, иллюстрацию, печатные процессы, информационные объекты в городской среде, анимацию, брендинг, аудио, телевидение, интернет.

Главная задача коммуникационного дизайна – четкое структурирование, упрощение информации с целью ее максимально быстрого восприятия. Грамотное применение семиотики в дизайне позволяет решить ее наилучшим образом, а также способствует достижению гармонии вербальной и визуальной составляющих.

Современный дизайн представлен во всех областях жизни человека. Следовательно, синтез медиа в дизайне вносит инновационный вклад в развитие социально-экономической и культурной сфер жизни, способствуя созданию визуального ландшафта современности.

ФОРМИРОВАНИЕ СТИЛЯ В СОВРЕМЕННОМ ИНТЕРЬЕРЕ

Бурлакова В.В., гр. ДС-119
Научный руководитель: доц. Провкина В.В.
Кафедра Декоративной живописи и графики

Стиль интерьера – это совокупность характерных признаков, отличающих разные направления в отделке, оформлении, меблировке и декорировании помещений.

Еще 10-15 лет назад люди старались придать роскошь своему дому, квартире или же офисным пространствам, используя для этого классические стили оформления интерьера. У каждого направления существует своя основа: избыточный декор, витые лестницы и плавные формы – если это

барокко; в рококо обилие изящных орнаментов, картин, панно и зеркал в причудливых рамах; резные деревянные элементы, витражные окна, бронзовая или кованая фурнитура присуще готике; наличие пилястр, колонн и многообразие мрамора свойственно древнеримскому стилю; классицизм характеризуется редким камнем, ценными породами дерева, атласом, бархатом, шелком. Избрание данных стилей завязано на стремлении показать свою основательность, достоинство, вкус и респектабельность.

Однако, прогресс не стоит на месте. В мире происходит активное создание новых материалов и технологий, что непосредственно влияет на формообразования стиля. Также активно меняются потребности людей. На данный момент в оформлении интерьера приоритетом является функциональность, комфорт и лаконичность. Именно эти качества доминируют в формировании современных стилей. Неоклассицизм – сдержанная классика и осовременивание прошлого. Благородная цветовая гамма, использование деревянного паркета и неброской лепнины. Минимализм – точность композиции, практичность, и лапидарность обстановки. Нейтральная цветовая палитра и незамысловатая геометрическая мебель. Эко-стиль – единение с природой. Теплая гамма от белого до коричневого, многообразие дерева и обязательный декор из живых растений. Скандинавский стиль – естественность и легкость. Преимущественные цвета в оформлении: белый, бежевый и песочный. Желательны большие окна и дверные проемы, а также натуральные отделочные материалы. Хай-тек – «сложная простота». Четкие и строгие формы скрывают за собой встроенную технику и места хранения, основная гамма: белый, серый, черный, а в материалах должны присутствовать стекло, металл, бетон и пластик. Лофт – любимый стиль творческих людей. Большие открытые помещения, высокие потолки, необработанные поверхности, видимые коммуникации и небрежность оформления, серая цветовая гамма, материалы: кирпич и бетон, большое количество мягкой мебели для сидения.

Потребности диктуют стиль, а стиль, как основополагающая часть дизайна, диктует пропорции и правила сочетания элементов в интерьере.

ВЛИЯНИЕ ТВОРЧЕСТВА А.В. КУПРИНА НА СТАНОВЛЕНИЕ ЖИВОПИСНЫХ ТРАДИЦИЙ РГУ им. А.Н. КОСЫГИНА

Демьянова М.В., гр. ДГ-218

Научный руководитель: ст. преп. Задворная С.Т.

Кафедра Декоративной живописи и графики

Создание ВХУТЕМАС в 1920 году сыграло огромную роль в формировании нового стиля, в становлении первой отечественной школы

дизайн-образования. Совершенствование образовательного процесса идет непрерывно уже на протяжении 100 лет, так как знания передаются из рук в руки – от ВХУТЕМАС к институтам-преемникам, в том числе Текстильному институту (ныне РГУ им. А.Н. Косыгина).

Во ВХУТЕМАСе важнейшие дисциплины «Рисунок» и «Живопись» были основаны не на академическом методе, а на творческом подходе, который базировался на композиционно-творческих поисках. Рассматривая сохранившиеся работы студентов, можно отметить их высокий уровень. Студентами руководил цвет советского художественного авангарда, среди которых были педагоги, продолжившие преподавать после распада ВХУТЕМАСа в Московском текстильном институте – такие, как А.В. Куприн, В.А. Фаворский, А.А. Дейнека и др. Первым заведующим кафедрой рисунка и живописи с 1937 года был Александр Васильевич Куприн. Он занимался разработкой живописного метода, систематизирующего опыт современных ему художественных течений и прикладного декоративного искусства. Он уходил от трёхмерности в декоративность, что было характерно для многих художников «Бубнового валета», членом которого был и Куприн. Однако главное достижение тех лет – это формирование эффективных методик обучения живописи, в которых цвет изучается в неразрывной связи с реальной формой.

Декоративные тенденции способствовали формированию и развитию курса декоративной живописи в РГУ им. Косыгина. В этом курсе отчетливо прослеживаются авангардные методы: введение чёрного и цветных контуров, композиционное распределение цветовых пятен, их ритм, размер, сложность цвета – это то, что Куприн и его единомышленники использовали в своих картинах и прививали ученикам.

Таким образом, творческая программа, разрабатываемая Куприным и современными ему педагогами, оказала и до сих пор оказывает влияние на развитие живописных традиций университета. Сегодня можно с уверенностью утверждать, что работы студентов РГУ им. А.Н. Косыгина отличаются особой культурой цвета, сочностью и сложностью цветовых пятен – это достигнуто благодаря длинному пути развития живописных принципов, на которые повлияли одухотворенные новыми идеями художники-педагоги XX века такие, как А.В. Куприн.

АВАНГАРД 20-30-х годов И АГИТАЦИОННЫЙ ТЕКСТИЛЬ

Кирсанова П.Д., Прокошева М.М., гр. ДП-118
Научный руководитель: ст. преп. Задворная С.Т.
Кафедра Декоративной живописи и графики

РГУ им. А. Н. Косыгина в этом году празднует свое столетие, в связи с этим мы решили узнать и рассказать о том, с чего начинался наш университет.

Текстильный университет зародился на базе Государственных свободных художественных мастерских, которые в свою очередь в 1920 году объединились во ВХУТЕМАС. Мастерские продолжали традиции Строгановского училища, на первых порах текстильный университет имел три направления: ткацкое, вышивальное и набивное. Прогрессивность факультета заключалась в том, что изготовление текстиля переходило на машинный уровень. Помимо практики ручного ремесленного изготовления ткани в университете имелись факультеты, которые специализировались на машинном производстве и работе на фабричном оборудовании. Это в свою очередь говорило о том, что текстильный университет был заинтересован, чтобы подготовить студентов, которые бы в равной степени владели как ручным ремеслом, так и умели работать с быстроразвивающимися технологиями

Варвара Степанова – одна из главных производственниц агиттекстиля – ввела функциональный подход к проектированию одежды в текстильном университете. Форма и назначение должны быть напрямую связаны с рисунком, нанесенным на изделие.

Агитация имела важное значение в 20-е годы 20 века в СССР. Оно было обусловлено необходимостью доказать, что новое лучше старого, что индустриализация неизбежна. Это привело к зарождению агитационного текстиля. Суть заключалась в том, чтобы отразить изменения, касавшиеся всех сфер жизни: в технологиях, спорте, армии, а самое важное – политическом строе.

В 30-е годы агиттекстиль подвергся критике, искусствовед А.А. Федоров-Давыдов написал, что художники «не пошли никуда дальше простой замены розы трактором». Агиттекстиль прекратил свое существование в 1933-1934 годах, после известного постановления ЦК ВКП(б) от 23 апреля 1932 года «О перестройке литературно-художественных организаций», в котором были подвергнуты несправедливой критике многие формы художественной практики и закрыты различные творческие объединения.

Тем не менее, эскизы для текстиля авангардных художников воплотили основные тенденции искусства своего времени. Их авторы парадоксальным образом вложили в них глубинные формообразующие

процессы начала XX века и наметили пути развития будущих направлений в искусстве.

Современные методики обучения прямо опираются на авангардные поиски таких педагогов как В. Степанова, Л. Попова и др. В том числе и живописная школа текстильного университета.

ИСТОРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ДРЕВНЕЙ ЖИВОПИСИ

Алиева К.М., гр. ДГ-119

Научный руководитель: ст. преп. Буланова А.Е.

Кафедра Декоративной живописи и графики

Долгие годы современная цивилизация не имела представлений о каких-либо объектах древней живописи. Пещерная живопись являлась объектом большого интереса со стороны ученых мира с момента её открытия в XIX веке. Первые находки были сделаны в Испании, однако впоследствии наскальные рисунки были открыты в разных уголках мира, от Европы и Африки до Малайзии и Австралии, а также в Северной и Южной Америке. Наскальные рисунки являются источником ценной информации для множества научных дисциплин, связанных с изучением древности – от антропологии до зоологии. Присутствие наскальных рисунков является не просто признаком стоянки первобытных людей, но и существования у данного первобытного сообщества культуры, а возраст рисунков и изображенные на них сюжеты позволяют ученым узнать о состоянии мира и жизни первобытных сообществ на момент их создания.

В некоторых случаях наскальная живопись является практически единственным источником, из которого можно узнать подробности о древней истории местности, например, благодаря пещерной живописи, найденной на территории Северной Африки, ныне занимаемой пустыней Сахара, известно, что во времена палеолита и неолита её экосистема сильно отличалась от современной и была достаточно богатой. Она также помогла определить примерное время опустынивания Сахары и появления в Северной Африке новых видов, таких как верблюды. Принято различать одноцветные, или монохромные, и многоцветные, или полихромные изображения. Развиваясь со временем, к XII тысячелетию до н.э. пещерная живопись стала выполняться с учётом объёма, перспективы, цвета и пропорции фигур, учитывала движение. Позднее пещерная живопись стала более стилизованной. Ввиду древности наскальных рисунков, достоверных свидетельств о причинах создания и значении пещерной живописи не сохранилось. Современные исследователи имеют ряд гипотез относительно их значения; единого мнения относительно предназначения и смыслов, которые вкладывали в свои работы древние художники, наука выработать не смогла. Анри Брейль предполагал, что наскальные рисунки служили

частью ритуалов «охотничьей магии» и должны были, по представлениям первобытных людей, приносить удачу охоте.

РАЗРАБОТКА ИННОВАЦИОННОЙ ТЕХНОЛОГИИ ДИЗАЙНА ЖЕНСКОЙ ОДЕЖДЫ ДЛЯ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Гусарова А., гр. ВМАГ-Д-118

Научный руководитель: проф. Коробцева Н.А.

Кафедра Дизайна костюма

На сегодняшний момент дизайн одежды тесно связан с промышленным прогрессом. Это проявляется в желании дизайнеров создать новые уникальные вещи, помогающие идти современному потребителю в ногу со временем, без вреда окружающей среде. С развитием nano технологий появляется возможность придумывать новейшие формы костюма, применять модернизированные способы моделирования и проектирования для производства совершенной продукции, которая будет иметь большой спрос у потребителей. За рубежом уже появляются всевозможные экоткани, ткани, которые можно выращивать, а также одежда, способная контролировать состояние здоровья человека. В связи с этим необходимо уделить должное внимание формированию новых технологий в приоритетных секторах экономики нашей страны, в особенности в текстильной промышленности. Чтобы преодолеть отставание в данной области необходимо финансирование со стороны государства и сосредоточение сил в сфере производства отечественной текстильной продукции.

Цель работы: разработка инновационной технологии дизайна женской одежды для современного предприятия. Для достижения цели необходимо решить ряд задач, а именно провести анализ отдельных характеристик современного состояния рынка текстильной промышленности; изучить творчество передовых дизайнеров, которые используют инновационные технологии; проанализировать работу современного предприятия в России; предложить коллекцию актуальных моделей женской одежды; разработать авторский принта на ткан; создать коллекцию на предприятии с внедрением инновационных технологий.

Научная новизна работы заключена в применении современных технологий в разработке коллекции одежды.

ПРОЕКТ «МАЛЕВИЧ-119»: МОДУЛЬНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ В ДИЗАЙНЕ КОСТЮМА

Айрапетян М.К., гр. ДК-119

Научный руководитель: доц. Смирнова Л.П.

Кафедра Дизайна костюма

В этом юбилейном году для университета мы решили обратиться к творчеству одного из ярких представителей русского авангарда, Казимира Малевича. Он работал не только в жанре живописи, графики, прикладного искусства, но и был инициатором необычных архитектурных идей, а также создателем супрематизма. Основы супрематизма Малевич описал в работе «От кубизма к супрематизму. Новый живописный реализм». В нем он провозглашал переход «к беспредметному творчеству» и подчеркивал господство цвета над остальными аспектами живописи. По мнению Малевича, мастер должен был не копировать натуру, а создавать собственные художественные миры. За основу Малевич брал три фигуры – квадрат, крест и круг и строил все последующие супрематические работы; выделял три стадии – черную, цветную и белую.

Используя вышеперечисленные принципы, мы сделали акцент на цвете, линиях и их взаимодействии друг с другом. Первым этапом стала разработка универсального модуля и создание общей базы идей. За основу был взят линиарный силуэт фигуры спортсмена с одноимённого произведения Малевича, который каждый из авторов нашей творческой команды заполнил линией, кругами и сочетанием линии и круга. Таким образом, у нас получилось 54 модуля, плюс добавились три основные фигуры супрематизма: квадрат, крест и круг. Вторым этапом стала работа в заданном геометрическом пространстве квадрата, размер квадрата может изменяться в зависимости от поставленной задачи. Цветовая гамма была ограничена черным, белым и красным цветом. В результате работы у коллектива появилась яркая коллекция платков, которая может дополняться на основе разработанных модулей.

Имя нашему коллективному проекту мы дали malevich119, по названию нашей группы. В социальной сети Instagram по можно увидеть все стадии проекта и результат, который был продемонстрирован на выставках и конференциях. Следующим этапом стала разработка эскизов коллекции одежды.

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ИЗГОТОВЛЕНИЯ СВАДЕБНЫХ ПЛАТЬЕВ

Асланян Д.Л., гр. ДК-116

Научный руководитель: доц. Сорокотягина Е.Н.

Кафедра Дизайна костюма

Создание свадебного платья, как и любой новой модели, начинается с исследований. Дизайнеры исследуют модные тенденции, чтобы учесть их в своих новейших коллекциях. Как только выявлены тренды, следующим шагом станет подбор команды талантливых дизайнеров. Они часто используют методику «мозгового штурма и генерируют десятки идей. Затем эскизы обсуждаются и сужаются до самых многообещающих силуэтов и образов. После того, как эскизы выбраны, приобретаются образцы тканей.

Чтобы воплотить эскиз в жизнь, создается макет изделия. Часто команда делает до пяти макетов, чтобы создать подходящий. Необходимые ручные работы или украшения добавляются в самом конце. Последняя часть этого шага – это создание окончательного лекала, утверждение макета и итогового образца из необходимой ткани.

В процессе производства лекало воспроизводится во всех размерах, в которых будет предлагаться платье. Далее, образцы отправляются в салоны и бутики в окончательном диапазоне размеров. Именно тогда будущая невеста выбирает свое свадебное платье, приобретает размер, который больше всего ей подходит, и затем начинает процесс изменения ее нового платья, чтобы дополнить ее уникальную форму – подгонка. Это самая личная часть создания свадебного платья. Большинство женщин говорят, что испытывают смесь дрожания и полного безмятежности на финальной примерке.

После тяжелого дня необходимо почистить свое платье, завернуть его в бескислотную бумагу или муслиновую ткань и поместить в контейнер с нейтральным рН для лучшей сохранности.

РОЛЬ АКСЕССУАРОВ В МУЖСКОМ КОСТЮМЕ

Жавгурян Я.Г., гр. ДК-118

Научный руководитель: доц. Грязева И.В.

Кафедра Дизайна костюма

Мужские аксессуары привлекают все большее внимание стилистов и дизайнеров, и их ассортимент расширяется с каждым годом. Рождаются новые идеи, материалы и способы изготовления модных деталей.

Существует мнение, что мужские аксессуары должны быть самой дорогой вещью в костюме, т.к. именно они в большей степени влияют на то, как мужчину воспринимают окружающие.

Мужские аксессуары имеют свою давнюю историю. Молодые люди дворянского происхождения всегда имел при себе трость, модную табакерку, вышитый бумажник, шляпу и шейный платок.

Необычным для нашего времени мужским аксессуаром являлся корсет, который не только поддерживал поясницу во время пребывания в седле, но и делал фигуру более стройной и подтянутой.

Значительной статьей расхода молодого человека «из общества» служили шляпы. Существовали негласные правила о том, как нужно держать шляпу, пользоваться табакеркой, завязывать галстук.

Интересна история возникновения и развития очков, использование которых долгое время считались не приличным в обществе.

Высокий статус владельца подчеркивали драгоценные карманные часы. Многие образцы мужских часов того времени являлись произведением ювелирного искусства и стоили целое состояние.

Со временем, роль аксессуара, как дополнения к светскому костюму, изменилась. Однако в мужском костюме они продолжают подчеркивать статус своего владельца. Достаточно упомянуть красный галстук Lacroix, или часы Blancpain – и человек уже не нуждается в представлении своего положения в обществе.

Ассортимент и внешний вид мужских аксессуаров постоянно меняется. Однако можно выделить самые актуальные среди них. К ним можно отнести кожаный бумажник, наручные часы, солнцезащитные очки, ремень и др.

Многие известные компании занимаются выпуском модных аксессуаров для мужчин. Это и элитные дорогие брендовые модели, и изделия, рассчитанные на среднестатистического потребителя.

В современном гардеробе аксессуары стали полноценной составляющей формирования образа современного костюма. Благодаря правильному подбору аксессуарного ряда можно, имея только базовый гардероб, создать большое количество образов в разной стилистике.

СОЗДАНИЕ ИННОВАЦИОННОГО ИЗДЕЛИЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ БЕЗНИТОЧНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Самохвалова Э.А., гр.ДК-118, Мореева Т.К., гр.ДГ-218

Научный руководитель: доц. Вадеева М.О.

Кафедра Дизайна костюма

В этом учебном году мы впервые столкнулись с необходимостью быстрого принятия решения по поводу создания модели одежды и

воплощения дизайнерского замысла в материал в ограниченное время. В одиночку такую задачу решить было невозможно, поэтому мы решили работать командой. Первым этапом выполнения работы стал анализ характеристик предложенной ткани, обдумывание и зарисовка на бумаге подходящей для нее модели. Затем коллективно был выбран оптимальный вариант и создан рабочий эскиз будущего изделия, уже готовый к выполнению. Следующим этапом была разработка лекал, по которым позже раскроили ткань. Затем часть команды приступила к изготовлению будущей модели, в то время как другая занималась подготовкой презентации проекта. По замыслу организаторов конкурса, модель должна была собираться по безниточной технологии. Когда детали изделия были собраны, и оно было полностью готово к демонстрации, мы сделали мини-фотосессию и добавили кадры к слайдам презентации. Команда удачно продемонстрировала и защитила проект, который в итоге получил 3 место на конкурсе в рамках выставки «Текстильлегпром».

Таким образом, мы получили уникальное изделие, которое не только отвечает тенденциям моды, но и имеет ряд практических функций – оно универсально, защищает от влаги и ветра, безопасно в темное время суток, удобно в носке и хранении. Эта демисезонная куртка подходит как мужчинам, так и женщинам, как для легкой прогулки, так и для занятий спортом на улице при разных погодных условиях. В будущем мы хотели бы продолжить модельный ряд и дополнить его влагозащитной фурнитурой, и изготовить его с использованием бесшовных технологий.

ОПЫТ РЕШЕНИЯ ПРОЕКТНОЙ ЗАДАЧИ В РАМКАХ ПРОФИЛЬНОЙ ВЫСТАВКИ «ТЕКСТИЛЬЛЕГПРОМ»

Демченко И.А., Дубровина В.В., гр.ДК-118
Научный руководитель: доц. Вадеева М.О.
Кафедра Дизайна костюма

«Текстильлегпром» – одна из важнейших корпоративных выставок, на которой можно получить не только профессиональную информацию, но и опыт командной работы в сфере создания дизайнерских объектов.

Целью работы нашей команды было сконструировать и разработать модель верхней одежды на весну 2020 года. Работа над проектом проходила в сотрудничестве с компанией «SportTex», которая предоставила нам материалы для работы. Девиз изделия «Ходим без сумок» был дан нашей команде представителем компании, с которой мы работали, и он определил направление нашей деятельности.

Сначала необходимо было провести небольшую предпроектное исследование, которое позволило нам понять, какими качествами должна обладать демисезонная верхняя одежда. Затем были разработаны эскизы, в

которых был сделан упор на модели унисекс с простым декором, но необычным кроем. Затем мы решили вопрос функциональности – нам была предоставлена непромокаемая ткань двух цветов, поэтому при создании эскизов мы ориентировались на данные материалы.

Так как основной проектной задачей было освободить человека от сумок, мы решили оснастить изделие большим количеством карманов, что стало основной идеей нашей разработки. В связи с переменчивой погодой весной, нами было решено спроектировать наше изделие собирающимся в нагрудный карман, превращающийся в поясную сумку для большего удобства.

Одной из важных частей проекта была разработка логотипа нашей команды. Так как компания предоставила нам водоотталкивающие ткани, за основу логотипа была взята рука, отталкивающая каплю воды. В дальнейшем логотип мы разместили на съемном кармане-сумке.

Нам, как небольшой команде молодых дизайнеров, было очень интересно и полезно в профессиональном плане решить, и как кажется, довольно успешно, заданную проектную задачу, исходя из ее видения и пользуясь знаниями и навыками, полученными в процессе обучения на кафедре дизайна костюма нашего университета.

ОДЕЖДА КАК АРТЕФАКТ: СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЙ КОД СЛАВЯНСКОЙ КУЛЬТУРЫ

Махиня Е.В.

Научный руководитель: проф. Коробцева Н.А.

Кафедра Дизайна костюма

Изменения парадигмы мышления, переход от системы Ньютона и Декарта к системе квантового восприятия пространства и жизни, повлекло смену не только потребления, но и смену самого восприятия мира. Вместе с тем происходят и значительные изменения в восприятии моды.

Основными приоритетами становятся чувства, а не материя. Искусство выступает источником переживаний и новых ощущений. Мода как неотъемлемая часть искусства, выходит на первый план. Одежда как артефакт приобретает все более специфичные функции, на первом месте отнюдь не функции безопасности и защиты, а социальные, имидже-логические и психологические функции.

Одежда, как внешняя оболочка носящего выбирается и одобряется индивидом все больше только тогда, когда соответствует потребностям личности носящего [сестры Сорины, 1997 г]. В настоящее время одежда служит имиджелогическим инструментом, позволяющим человеку реализовывать свои жизненные цели, строить карьеру и быть успешным по

судьбе. Не случайно, одежда может и должна прибавлять уверенность в себе, адекватно представлять человека в общении и социуме.

Одежда как артефакт (или как искусственно созданный продукт человеческой деятельности) является носителем социально-культурной информации.

Не смотря на то, что во второй половине 20 века приветствовали технологичную модель моды и потребления, она не смогла затмить гуманистических истоков профессии и сейчас есть прекрасная возможность показать новые формы восприятия одежды как средства коммуникации не только с внешним, но что особенно важно, с внутренним миром человека и выявить основные культурные коды для мотивации и исполнения желаний определенного человека, путем соединения с самым мощным источником энергии – его национальной культурой.

ТЕНДЕНЦИИ 90-х годов В СОВРЕМЕННОЙ МОДЕ

Самохвалова Э.А., гр. ДК-118

Научный руководитель: доц. Грязева И.В.

Кафедра Дизайна костюма

Современные дизайнеры постоянно обращаются к моде прошлых лет. Иногда они полностью копируют образы, словно возвращая нас в то время, но чаще в их коллекциях угадываются лишь «отголоски» прошедших лет.

Сегодня наблюдается настойчивый интерес к моде 90-х. Одной из главных особенностей этого времени является андрогинность в одежде. Сегодня все более отчетливо проявляется слияние женского и мужского в дизайне молодежной одежды.

Девяностые внесли в наш гардероб и укороченные эластичные брюки, получившие название «велосипедки». В 2019-2020 гг. они вернулись не только в привычном виде из лайкры и полиамида, но и джинсовые с различными принтами, а также появились модели брючного типа.

Начиная с 80-х годов, одним из самых востребованных принтов стал рисунок леопардового меха, а в 90-е годы на подиум вышли модели в платьях с рисунком под зебру и питона. В последних коллекциях дизайнеры вспомнили о анималистичном принте и стали использовать его как для повседневных костюмов и аксессуаров, так и для строгого делового костюма.

Появление в современном гардеробе максимально простых, лаконичных комбинаций серебристого или жемчужного оттенка – также заслуга ушедшего десятилетия. В бельевом стиле теперь не только платья, но и топы. Хотя вареные джинсы появились в 80-х, пика своей популярности они достигли именно в 90-е годы. В наши дни мода на них вернулась вновь, и известные бренды не упустили возможность вспомнить

тренд прошедших десятилетий. В 90-е поясные сумки стали популярны благодаря своей практичности. Сегодня поясные сумки стали альтернативой кросс-боди и заняли устойчивую позицию в нескольких стилевых направлениях. Повторяется также мода на узкие солнцезащитные очки.

Известно, что мода циклична. Дизайнеры часто обращаются к образам различных десятилетий, заимствуя наиболее интересные идеи прошедших лет. Интерес к моде 90-х в наши дни, возможно, объясняется схожестью самоощущения молодого поколения тех лет и современного потребителя, живущего в условиях нестабильности и реорганизации общества.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭЛЕМЕНТОВ ТРАДИЦИОННЫХ КОСТЮМОВ НАРОДОВ АЗИИ В СОВРЕМЕННОЙ МОДЕ

Чепкасова Д.Б., гр. ДК-116

Научный руководитель: доц. Сорокотягина Е.Н.

Кафедра Дизайна костюма

В современной молодежной моде всё большей популярностью пользуются азиатские мотивы и связанные с ними этнические тенденции. Изюминкой в определении всего азиатского стиля является сочетание несочетаемого. Здесь традиционные мотивы Востока не конфликтуют с современными тенденциями моды.

Сегодня, дизайнеры, создающие коллекции одежды, вряд ли уже чем-то могут удивить. Так многое уже было сделано и опробовано в одежде, что именно поэтому, модельеры сейчас так увлечены азиатским направлением, которое способно вдохновить на бесчисленное количество безумных идей и смелых решений в отношении цвета, формы, фактуры, принта, необычного, но не всегда функционального кроя, и деталей.

Культурное своеобразие азиатских стран не может остаться незамеченным. Каждая страна Азии по-своему особенна. Внимание уделяется не только конкретному стилю отдельно взятой страны Азии, но и всему азиатскому миру в целом. Однако, это вовсе не означает, что люди по всему миру начали надевать кимоно или сари.

Отсылка к национальным мотивам в одежде является первоосновой данного стиля, из-за этого в азиатском крое главенствует многослойность, минимализм, асимметричность и расклешенный силуэт. Главная особенность азиатской моды – желание обнажить ноги. Это связано с тем, что культура большинства стран Азии не позволяет оголять плечи и грудь. Их предпочтение таким вещам связано также с желанием «вытянуть» фигуру. Азиатки предпочитают вырезы горловины овальной или же круглой формы. Это является традиционным в азиатской моде. Одной из

особенностей азиатского стиля является бижутерия. Восточным женщинам нравится носить украшения из настоящего металла, жемчуга или дерева. Она отличается яркостью, массивностью.

Отличительной особенностью азиатского стиля является то, что его компоненты не претерпевают существенных изменений с течением времени. Это связано с глубокой приверженностью традициям народов указанного региона.

ВОЗДЕЙСТВИЕ СИМВОЛИЧЕСКИХ ОБРАЗОВ НА ИМПЛИЦИТНЫЕ УСТАНОВКИ РЕБЕНКА ПОСРЕДСТВОМ ВИЗУАЛЬНОГО ВОСПРИЯТИЯ ФОРМЫ, ЦВЕТА И ОТДЕЛКИ ОДЕЖДЫ

Будилова А.В., гр. ДК-116

Научный руководитель: доц. Сорокотягина Е.Н.

Кафедра Дизайна костюма

С каждым годом ученые наблюдают все большее ухудшение положения с детской усидчивостью. Те занятия и игры, которые так увлекали детей пять лет назад, теперь же не способны увлечь их и на 10 минут. С чем связана такая тенденция развития у детей психологической «сонливости» и как это связано с индустрией легкой промышленности?

Не секрет, что в настоящее время существует огромное количество информационных ресурсов, из которых дети получают какие-либо знания об окружающем мире, о том, как он устроен. Причем, знания, получаемые ребенком в школе – это всего лишь пятая часть всего информационного поля, которое на него воздействует. Что составляет остальную часть? По статистике самый распространенный ресурс, используемый детьми сейчас – это YouTube, в нем они проводят более 2 часов ежедневно. На втором месте Google и видеоигры, а ниже в рейтинге стоят социальные сети; на самом последнем месте – живое общение со сверстниками и с семьей.

Часто случается так, что родители не отслеживают качество контента, которое просматривается их детьми. В результате у ребенка формируются имплицитные установки, которые в дальнейшем влияют на принимаемые им решения в сложных ситуациях, на умение справляться со стрессом и на модель взаимоотношения с окружающими людьми.

Под некачественным контентом подразумевается огромное количество видеоигр со сценами насилия, у которых также есть и текстовое и звуковое сопровождение. К такого рода контенту относятся и современные мультфильмы с демонстрацией некорректных сцен взаимодействия персонажей, и ролики на YouTube и посты в соцсетях.

В конечном итоге производители решили вывести потребление контента на новый уровень, то есть по средствам детской одежды. Футболки

пестрят сценами из мультфильмов и видеоигр. Персонажи теперь не только на экране телефона, но и в буквальном смысле рядом с ребенком, на его одежде.

Возможности фильтрации детьми подобного рода информации, как существ с несформированной психикой, крайне низки, а уровень воздействия от сигналов насилия с экранов и детской одежды становится все выше и выше. Последствия воздействия этих сигналов будут сопровождать ребенка на протяжении всей его дальнейшей жизни.

РАЗВИТИЕ СКУЛЬПТУРНОЙ КОНЦЕПЦИИ В ДИЗАЙНЕ КОСТЮМА

Зеленова Ю.И.

Научный руководитель: проф. Коробцева Н.А.

Кафедра Дизайна костюма

С развитием новых технологий, в том числе 3D-печати, в современной моде появилось такое направление, как «Скульптурный дизайн костюма».

Скульптурный стиль зародился в дизайн-проектировании еще в 1950-е гг. в Италии, которая перехватила первенство по данному направлению у США. Феномен итальянского дизайна объясняли тем, что у него было «меньше традиций позади» после Второй мировой войны. Одним из важных этапов развития итальянского дизайна стал стиль фирмы «Оливетти». В 1970-х гг. дизайнер Марио Беллини, работающий в «Оливетти», использовал новую технологию – пластификат, благодаря которому удавалось создавать изделия без единого винта в стиле концептуального дизайна, например, машинка для кодирования «СМС-7-7004». «Скульптурная форма не проблема стиля, но проблема новых материалов» – отмечал М. Беллини. Новый материал становится активным фактором формообразования, происходит органичное слияние формы и функции, что по аналогии верно и для дизайна костюма.

Скульптурное направление в искусстве костюма появилось в начале XXI века. Часть таких коллекций – это коллекции Высокой моды, но в последнее время, дизайнеры стремятся создавать произведения искусства, которые можно носить. К примеру, дизайнер Хусейн Чалаян очень нетривиально работает с формой. Его знаменитая коллекция «Inertia» (2009 г.) сделана из силикона с ручной росписью. Ирис ван Херпен является представителем авангарда, и в своих изделиях сочетает ручную работу с цифровыми технологиями: использует 3D-печать и научные достижения. Стефани Ролланд – французский бренд, который отличается оригинальностью и сложностью кроя. В коллекции 2015 года представлены необычные воланы и оборки, создающие оригинальные формы, напоминающие скульптурные соцветия.

В настоящее время, множество научных открытий в сфере создания текстильных материалов и химической промышленности помогает дизайнерам развивать свою фантазию и воплощать самые смелые идеи в жизнь. Можно отметить, что развитие скульптурных концепций в дизайне одежды является ключевым фактором для всех современных дизайнеров. Поиск новых форм и способов их создания - тот важный вектор, который задает направление для дальнейшего развития моды.

ПОИСК АВТОРСКОГО СТИЛЯ В ДЕКОРАТИВНО-ПРИКЛАДНОМ ТВОРЧЕСТВЕ

Самсонова У.Г., гр. ДК-119

Научный руководитель: доц. Вадеева М.О.

Кафедра Дизайна костюма

Декоративно-прикладное искусство – это собирательный термин, объединяющий в себе два рода искусств, декоративное и прикладное, то есть изделия могут не только украшать (декорировать), но и выполнять определенные функции.

Моя цель – создание изделий в смешанной технике, так как они выглядят более одушевленными, будят самые разные эмоции у зрителя, и работа над ними даёт безграничную свободу творчества. Для решения этой задачи я изучила множество техник.

В своей работе я использую бисероплетение, вышивку лентами, полимерную глину, создаю цветы из фоамирана (мягкой замши) и из мягкого фарфора, а также множество других техник (вязание, ткачество, валяние, скрапбукинг и другие). Особое внимание я уделяю изготовлению кукол. При этом сначала за основу я брала выкройки Елены Войнатовской, позже лекала строила сама, а куклы из проволочных трансформировались в марионетки. Работы обогатились элементами сюжета, в контексте которого жили мои куклы-персонажи.

Пример – три куклы, вдохновлённые произведением Льюиса Кэрролла «Алиса в Стране чудес». Благодаря тому, что кисти рук и туфли-ботинки сделаны из полимерной глины, управлять марионеткой достаточно удобно. Один из лучших вариантов соединения различных техник и материалов, подобранных так, чтобы наиболее выразительно раскрыть авторскую идею – это кукла «Цукиёми». Выполнена она из стрейч-ткани. Имитируя перчатки, руки по локоть выполнены из полимерной глины, волосы – из шёлковых волокон для валяния, а каркас для платья – из флористической проволоки и фоамирана, но самое интересное для меня – это слёзки из прозрачного жидкого жемчуга.

Таким образом, изучив множество техник, я сейчас имею достаточно опыта для создания не только кукол, но и для применения этих

профессиональных навыков в выполнении авторских коллекций костюма в материале.

ИННОВАЦИОННЫЕ ПРИЁМЫ ДЕКОРИРОВАНИЯ АНСАМБЛЕЙ АКСЕССУАРОВ ИЗ НЕТРАДИЦИОННЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ СОВРЕМЕННОГО МОЛОДЕЖНОГО КОСТЮМА

Корявова М.В., гр. ДА-117

Научный руководитель: доц. Вернер Л.К.

Кафедра Дизайна костюма

Анализ современных тенденций моды на сезон весна-лето 2020 года в материалах для аксессуаров показывают, что в молодежной моде широко используются нетрадиционные материалы. На показах модных коллекций и на прилавках магазинов можно увидеть аксессуары, выполненные из трикотажа, ниток в плетении макраме, голографических материалов, прозрачных пленок и пластика разных видов.

ПВХ пленка – гибкая, но имеет свойство быстро восстанавливать форму после деформации. Также она обладает вязкостью и клейкостью: куски материала не нужно скалывать при соотрачивании, они легко склеиваются и разъединяются между собой. Для своей коллекции сумок я использовала прозрачную ПВХ пленку разной плотности (0,8 мм и 2 мкм). Лекала для аксессуаров создавались с учетом особенностей данного материала. Плотная пленка толщиной 0,8 мм на сгибе создает ребро жесткости, поэтому все изделия в коллекции могут быть сконструированы из цельного полотна с защипами. Также для придания нужного объема, к нему прикрепляются клинчики при помощи оплетки пластиковым шнуром.

В качестве декоративных элементов изделий коллекции были использованы платы от электроприборов и голографическая пленка-рассеиватель. Плата состоит из плотных материалов и элементов, плохо поддающихся деформации и обрезке, поэтому формообразование во многом шло от особенностей ее формы и рельефа. Из голографической пленки-рассеивателя был создан орнамент, встроженный между двумя слоями пленки. Кроме декоративной функции он ещё и укрепляет детали модели.

Фурнитура для сумок нейтральная по цвету, но перекликается по форме с элементами декора. Также в декоративных целях и для функциональности ручек сумки были использованы цепи белого металла.

Эскизный проект состоит из семи аксессуаров: 4 сумки и один ансамбль, состоящий из 3 сумок. Все аксессуары выполнены автором в материале.

АДАПТИРОВАНИЕ ПРИНЦИПОВ КРУЖЕВНОЙ СТРУКТУРЫ В АРХИТЕКТУРЕ УРБАНИСТИЧЕСКИХ ЗДАНИЙ

Зеленова Ю.И.

Научный руководитель: проф. Коробцева Н.А.

Кафедра Дизайна костюма

В настоящее время неоспорим тот факт, что мода и архитектура – это два взаимопроникающих и взаимодополняющих вида пространственных искусств, относящиеся к группе архитектурных искусств. основополагающим принципом в этой группе является формообразование.

Архитектура является главным показателем времени и также подчинена моде, но имеет более протяженную периодичность по причине длительных сроков строительства, и вследствие этого, в отличие от дизайна одежды, не подвержена сезонности моды. Во второй половине XX и XXI вв. городская архитектура не имеет общестилевой направленности, архитектурные строения носят индивидуальный характер, определяющий назначение здания. До XX века костюм следует за архитектурой, но с развитием модной индустрии и массовой моды костюм становится первостепенным объектом для поиска новых стилей, архитектура и мода больше не имеют прямой зависимости, но продолжают заимствовать детали, материалы, декор.

В первом десятилетии XXI в. в моду активно возвращаются кружева, и архитекторы не оставляют без внимания данный факт.

«Кружевную» архитектуру можно наблюдать еще в начале XV в. в Венеции (Дворец Дожей) и в Нормандии (готический Руанский собор XVI в.). Фасады и отделка этих зданий напоминают ажурную вышивку по полотну, что предвещает появление самого нитяного кружева в европейской моде. Современная урбанистическая архитектура: Библиотека в Бирмингеме (Великобритания, архитектор Франсин Хубен, 2013 г.); Музей цивилизаций Европы и Средиземноморья – первый национальный музей Франции, расположенный за пределами Парижа (Франция, Марсель, архитектор Руди Рициотти, 2013 г.); здание SAHMRI – фасад здания выполнен с использованием современных конструкций, имитирующих структуру стилизованных кружев (Woods Bagot architects, Австралия, 2014 г.).

Обращение дизайнеров к природе, использование ими природных деталей позволяет сделать вывод о том, что дизайн мегаполиса слишком упорядочен и геометричен. Монотонность и ахроматичность городских улиц приводит иногда к депрессивным состояниям, поэтому необходимо использование узорного декора и сложных деталей для выравнивания нагрузки на человеческое восприятие среды.

ОТЕЧЕСТВЕННАЯ АРХИТЕКТУРА XX ВЕКА КАК ИСТОЧНИК ВДОХНОВЕНИЯ В ДИЗАЙНЕ КОСТЮМА

Брагина П.С., гр. ДК-116

Научный руководитель: доц. Милютин Н.Н.

Кафедра Дизайна костюма

Создание формы в дизайне костюма связано с конструкцией вещи. Для концепции коллекции, где силуэт стоит на первом месте, архитектура – источник вдохновения и предмет исследования формы.

Геометрия и пространственное мышление – важные составляющие знаний дизайнера костюма. Как в дизайне костюма, так и в архитектуре создаются макеты в масштабе. Это позволяет понять, как одна форма согласуется с другой, как пересекаются объемы, найти необходимые пропорции, добавить симметрию или асимметрию.

Архитектура и дизайн костюм всегда питали друг друга новыми формами и элементами. Известный дизайнер Том Форд называет одежду и здания «оболочкой, в которой живет человек». Два таких разных, с первого взгляда, направления, как мода и архитектура, говорят на одном выразительном языке, использует одни и те же стилевые и технические средства.

К примеру, хитоны и фибулы Древней Греции с легкими драпировками, и благородные и гармоничные храмы – общие как по своему характеру, так и по пропорциональности отдельных частей. Костюмы эпохи рококо созвучны детализированности и игривости декора зданий. Современная мода также видит источник вдохновения и отражения идея в архитектуре прошлых и новых дней.

Для исследования явлений и веяний архитектуры XX века можно обратиться к Государственному музею архитектуры А.В. Щусева, главная идея которого была в создании места, где люди учились бы понимать красоту архитектуры, где посетители невольно воспринимали бы в графических и художественных произведениях великолепие рассыпающихся кругом архитектурных богатств. В 1920 году на Шабаловке Владимир Шухов приступил к строительству знаменитой радиобашни. Конструкция ее проста: прямые стальные стержни, пересекаясь, образуют сетку. Сетка держится на кольцевых основаниях башни. Такое архитектурный метод находит применение в дизайне костюма.

Идеи отечественных архитекторов 20 века соответствуют стремлению современной моды к простоте форм и методов их создания. Их проекты технологичны, композиционно выверены и ритмичны. Много интересного и неожиданно нового может почерпнуть дизайнер костюма, изучая архитектуру.

ПРОБЛЕМЫ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ КОРРЕКТНОСТИ В МОДНОМ БИЗНЕСЕ

Соловьева А.А., гр. ДК-118
Научный руководитель: доц. Грязева И.В.
Кафедра Дизайна костюма

Экологическое направление в дизайне поставило вопрос о месте и значении «природного фактора» в формировании среды обитания современного человека, показав плодотворность обращения к историческому опыту, сформировавшему уклад жизни в определённых природных условиях.

Проблема экологии в модном бизнесе решается разными путями. В том числе, все чаще поднимается проблема возникновения такого явления, как «быстрая мода». Под термином «быстрая мода» подразумевается доступная по цене одежда, соответствующая последним тенденциям мировой моды. При этом акцент делается на разработку актуальных и узнаваемых элементов костюма и аксессуаров для массового потребителя.

Ключевые факторы быстрой моды – маркетинг и реклама. Под воздействием средств «масс-медиа» потребности людей растут гораздо быстрее, особенно в мегаполисе. В качестве примеров наиболее узнаваемых «брендов», работающих в режиме «fast fashion» в России можно назвать такие марки как ZARA, Mango, Topshop, Benetton, Gap, INCITY, H&M. Эти фирмы обновляют свои коллекции, в среднем, два-раза в неделю, заимствуя модели с самых последних коллекций ведущих домов моды.

В противовес «быстрой моде», возникло движение «ъедленная мода», которое «обвиняет» производителей моделей «fast fashion» за низкое качество изделий и загрязнение окружающей среды. Наносимый природе вред включает в себя выброс токсичных или парниковых газов в атмосферу, а также загрязнение и разрушения мест обитания водных животных.

Анализ публикаций на затронутую тему показал, что с одной стороны «быстрая мода» – это доступная мода для всех, а с другой, кроме экологических проблем, такой подход к сбыту модной продукции отражается и на уровне моделей категории «высокая мода». Работы знаменитых дизайнеров уже не имеют большой ценности, потому что такой же предмет одежды или похожий аксессуар совсем скоро можно будет приобрести за небольшую цену в ближайшем торговом центре. Многие известные дизайнеры выпускают коллекции большего объема, чем раньше, что отражается на качестве именной продукции.

Таким образом, стимуляция постоянного желания следовать «свежим» цветам сезона и одеваться в соответствии с новейшими тенденциями моды приводит к формированию завышенных потребностей населения, а также создает ряд серьезных экологических и этических

проблем. В этой связи все больше дизайнеров поддерживают идею экологической безопасности продуктов дизайна.

НАРОДНАЯ ВЫШИВКА РОССИИ, БЕЛОРУССИИ, УКРАИНЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ МОДЫ

Спиридонова А.В.

Научный руководитель: проф. Коробцева Н.А.

Кафедра Дизайна костюма

Народное искусство является неотъемлемой частью жизни людей. Это важный, яркий пласт и неиссякаемый источник культуры, который влиял и продолжает влиять на все виды искусства: живопись, скульптуру, архитектуру, моду, дизайн. Оно представляет собой комплекс знаний, накопленных человеком за столетия и переданных в фольклоре, предметах декоративно-прикладного искусства.

У людей во все времена была потребность в декорировании элементов одежды и предметов. Орнамент является одним из видов «искусств» декорирования. Одни формы и мотивы в нем появляются, другие исчезают; традиционные элементы со временем получают новое осмысление и трактовку. Нами был собран материал и проведено исследование, в ходе которого выделены стилистические группы орнамента народных вышивок России, Украины и Белоруссии. Эти исследования подвели нас к тому, что сегодня в XXI веке орнамент народной вышивки, его «цитирование» или вариации в декорировании одежды, несет в себе больше эстетическую составляющую, нежели смысловую. В связи с этим происходит подмена и замена понятий, в том числе не поминание истинной этнической принадлежности. Вопрос о неразрывности культур (русской, украинской и белорусской), народов, поколений, восприятие современности через призму национальных традиций, выраженных в элементах культуры (одежда, искусство и др.) звучит сегодня остро и часто. Декорирование, крой народного костюма прошлых столетий задает вектор на чувство и понимание единства, комфорта, гармонии и добра, что в век больших скоростей важно для человека.

Вероятно обращение к своей культуре, в том числе у дизайнеров и модельеров – «корневой» истинной культуре – связано с тем, что при быстроте темпа жизни принимаются перманентные решения в создании чего-либо, которые эмоционально его не удовлетворяют, а только вводят в состояние нестабильности. Народное искусство – стержень вековых традиций – накопленных знаний, где нет ничего лишнего, все выверено, структурировано и понятно. Поэтому многие дизайнеры и дома моды обращаются к ярким красно-черным орнаментам, которые задают стиль, не

оскверняя его при этом, а давая ему вторую жизнь. Важно поддерживать тенденцию возрождения своей – народной культуры, не бояться узнавать ее, что делают молодые дизайнеры России, Украины и Белоруссии.

ПРИМЕНЕНИЕ ТЕХНОЛОГИИ 3D-ПЕЧАТИ В ПРОИЗВОДСТВЕ ИЗДЕЛИЙ ИЗ ПЛАСТМАСС

Гайнуллина А.Д., гр. ДП-119

Научный руководитель: преп. Куртова К.Г.

Кафедра Промышленного дизайна

Поиск новых технологий для совершенствования производства остается актуальной проблемой в наши дни. Человеку нужен качественный продукт, полученный быстро при минимальных затратах и отходах для окружающей среды. Наиболее эффективной технологией современности по праву является 3D-печать.

Аддитивные технологии, в частности 3D-печать, позволяют быстро и максимально точно строить сложные объекты из различных материалов, что позволяет применять их в таких областях промышленности, как машиностроение, медицина (протезирование), архитектура и космическая отрасль. Возможность повторного применения остатков материала и вышедших из строя или бракованных изделий делает технологию 3D-печати практически безвредной для окружающей среды.

В настоящее время 3D-принтеры разделяются на домашние, персональные, профессиональные и промышленные. Последние позволяют создавать по одной компьютерной модели бесконечное множество точных копий моделируемого объекта, что делает 3D-печать удобной для конвейерного производства.

Цель настоящей работы – изучить отдельные виды 3D-печати, возможности их применения в производстве изделий из пластмасс и перспективы их развития. Задачи: изучить отдельные виды технологий 3D-печати; определить сферы применения технологии 3D-печати в производстве изделий из пластика и перспективы их развития в различных отраслях.

Проведенные исследования позволяют сделать вывод, что 3D-печать обладает большим потенциалом и возможностями, внедрение технологий 3D-печати является перспективным, несмотря на различные риски, и придут на смену классическим технологиям механообработки, штамповки, литья. По результатам исследования было установлено, что используемые материалы и технологии 3D-печати обеспечивают технологическую возможность вторичной переработки сырья, а развитие производства оборудования для 3D-печати, снижение его стоимости будут

способствовать расширению областей применения технологий 3D-печати в процессах изготовления изделий из пластмасс.

ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ПРИЛОЖЕНИЯ ДЛЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ДИЗАЙНА

Пискурева Ю.Д., гр. ДП-119

Научный руководитель: преп. Куртова К.Г.

Кафедра Промышленного Дизайна

На сегодняшний день информационные технологии позволяют создавать визуальное оформление объекта с полной детализацией и идеальной точностью. Для промышленного дизайнера крайне важно работать с теми приложениями, которые способны в точности отразить задуманный проект. В связи с тем, что интернет переполнен большим количеством программ, множество из которых не в состоянии отвечать всем требованиям дизайнера, актуальность сохраняет определенный перечень приложений, способных создавать самые масштабные и сложные проекты.

На данный момент промышленного дизайнера интересует именно проектирование – как правило длительный всесторонний процесс от этапов подготовки технического задания до испытания опытных образцов, отвечающий требованиям, стиля, конструкции, технологии производства и логистики. Поэтому важно рассмотреть программы, соответствующие этим требованиям.

Цель настоящей работы: изучить лидеры программ по 3D-моделированию в отдельных категориях и направлениях проектирования, выделить основное программное обеспечение, способное в полной мере создать детализированное визуальное оформление продукта в 3D.

Проанализировав информацию по этой теме, можно выделить приложения, пользующихся большей популярностью у пользователей, например, Fusion, 3d max, SolidWorks, Blender и другие. Однако цена и возможности их значительно отличаются. Fusion – комплексный облачный CAD/CAE/CAM инструмент для промышленного дизайна и машиностроительного проектирования. Семейство Autodesk Alias – мощный софт для работы с поверхностями, но минусом является несовершенная параметризация. Программы Maya и 3ds Max подходят для моделирования и анимации. Необходимо отметить, что 3ds Max, Maya, LightWave, Cinema 4D и прочее ПО, использующиеся в киноиндустрии, дают очень качественную визуализацию художественных проектов, но не вполне удобны для проектирования, в целом, это крупные системы для медийных задач. Rhinoceros очень прост в использовании и популярен из-за своей дешевизны, однако, в сложном проектировании работает криво. CAD системы очень дорогие и сложные. Типичные представители – CATIA и

SolidWorks – позволяют проектировать все, вплоть до готового изделия в станке. Владение последней программой наиболее часто требуется в вакансиях на промышленного дизайнера, ее популярность в профессиональной среде до сих пор внушительна.

НОВЫЕ МЕДИА В ДИЗАЙНЕ

Лукина В.А., гр. ДП-119

Научный руководитель: преп. Куртова К.Г.

Кафедра Промышленного дизайна

Новые медиа могут существовать из параллельно и полноправно разрозненных носителей информации, которые теперь объединяются в один, например, текст, звук, статические и динамические изображения (видео и анимация). Актуальность данной темы в современном обществе сложно оспорить, так как медиа стали неотъемлемой частью нашей жизни. Они сокращают время доставки информации до читателя или зрителя и являются доступными для миллионов людей.

Цель данного исследования: проследить примеры современных медиа, выявить динамику и вектор их развития, изучить их виды и возможности синтеза.

Дизайн направлен на то, чтобы охватить все аспекты окружающей человека среды, что обусловлено промышленным производством. Информационная среда стала средством проектирования итогового изделия. В случае коммуникативной конструкции информационной среды фактически инструменты конструирования объединяются с самим объектом проектирования, то есть со средством реализации задачи с изделием. Таким образом, создается новая коммуникативная среда, дающая значимые отличия.

Произведение аналоговой среды больше не ограничивается пространством, как при печати, но имеет лимит во временном интервале (продолжительность записи, эфир). Полное производство цифровой среды не имеет таких ограничений, поскольку не существует в виде эфира или воспроизведения.

Новые медиа требуют от дизайнера понимания специфики проектирования «управляемых» электронных изделий, которые могут существовать в виде компьютерных приложений и сетевых ресурсов. Но с развитием программно-аппаратного обеспечения возростала потребность в профессионалах, которые могли бы создавать художественную организованную форму представленной информации вместе с техническими соображениями, отличными от материальной среды.

Для решения творческих графических задач необходимо развитие пространственного мышления. Реализация творческого задулись

происходит поэтапно, от двумерного изображения до пространственной модели и, наконец, до фотореалистической визуализации.

Таким образом, сегодня, когда поток новостей увеличивается в геометрической прогрессии и методы обработки, хранения и представления информации постоянно совершенствуются, дизайнер не может проходить как профессионал без использования компьютерных технологий в своей научной и образовательной практике.

ОРГАНИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН: БИОМОРФИЗМ

Коренкович В.М., гр. ДП-119

Научный руководитель: преп. Куртова К.Г.

Кафедра Промышленного дизайна

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

Ведущим пропагандистом биоморфизма был итальянский дизайнер Карло Моллино. Он экспериментировал над таким материалом, как дерево.

Природные материалы – приятные и создают уют. Актуальность их использования возрастает в условиях истощения ресурсов Земли. Поэтому сейчас, когда почти везде «каменные джунгли», огромные небоскребы, частичка природы в доме всегда улучшит психологическое состояние человека. Эта тема затрагивает такие вопросы, как зарождение природного дизайна, расцвет биоморфизма в 20 веке, и то, как дизайнеры смогли правильно применить в своих работах природные материалы и мотивы.

Целью данного исследования является изучение дизайнерских работ в стиле биоморфизма. Здесь важен творческий подход, способность восхищаться уникальными, элегантными природными формами или, наоборот, простыми, но в то же время тектоническими. Органический подход создает жизненное пространство. Он не ставит перед собой задачу создания абсолютно полной объемной композиции, выверенной во всех деталях и ракурсах. Самым значимым является не концептуальный характер идеи, не самоутверждение дизайнера, а создание максимально удобной, дружественной среды для человеческой жизни.

На данный момент популярными мотивами являются растительные: вытянутые плавные линии, асимметричные формы, бутоны, ростки, почки, природные: волнообразные линии; природные элементы, перетекающие

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

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ПРОМЫШЛЕННЫЕ ВЫСТАВКИ КАК СПОСОБ РАЗВИТИЯ ДИЗАЙНА

Савичева А.В., гр. ДП-119

Научный руководитель: преп. Куртова К.Г.

Кафедра Промышленного дизайна

Первые промышленные выставки прошли уже более 150 лет назад. С тех пор многое изменилось, на смену шкафам и комодам, использовавшимся ранее в качестве стендов, пришли современные витрины и площадки, возводимые на время, как под открытым небом, так и в выставочном здании. Радикально изменился стиль и внешний вид представляемых объектов. Расположение и внутреннее оснащение выставочных площадок стало более доступным, понятным и мобильным. Современный мир нельзя представить без подобных мероприятий, ведь их актуальность растет с каждым днем, пропорционально развитию технологий.

Нельзя не отметить влияние промышленных выставок на благоустройство городов, в которых они проводились. Появление конки – первого уличного рельсового транспорта – связано с проведением Политехнической выставки 1872 года. При проведении в Нижнем Новгороде Всероссийской выставки в 1896 году были сооружены две трамвайные линии. Тот факт, что власти шли на подобного рода мероприятия свидетельствует об огромном значении выставок.

Потребность в проведении международных промышленных выставок объясняется поиском новых, инновационных решений проблем в различных сферах жизни человека и представление результатов изысканий на суд общественности и профессионалов. Одной из главных задач государства является проведение различных программ поддержки для еще большего развития промышленности.

Целью современных промышленных выставок является предоставление возможности для открытия и развития новых технологий, продвижение товаров на рынок сбыта и помощь в решении экономических вопросов между странами участницами. А дальнейший прогресс, в проведении международных промышленных выставок, должен способствовать развитию дизайна, как отрасли деятельности, что приведет

к еще большему нарастанию производства промышленных товаров, направленных на массовое и ограниченное потребление.

Таким образом, цель данного исследования – проанализировать лучшие международные практики, проследить влияние международных промышленных выставок на формирование визуальной составляющей дизайна, рассмотреть взаимосвязь проведения выставок с повышением качества труда и развитием технологий.

ОСОБЕННОСТЬ ДИЗАЙНЕРСКОГО МЫШЛЕНИЯ

Прокошева М.М., гр. ДП-118

Научный руководитель: доц. Мыскова О.В.

Кафедра Промышленного дизайна

Дизайн-мышление – один из современных трендов, которые сегодня наблюдаются с разного рода сферах: от бизнеса и предпринимательства до PR и рекламы. О нем очень много говорят и всеми возможными способами пытаются внедрить как в профессиональную деятельность любого рода, так и в личные взаимоотношения. Что же такое дизайн-мышление? Почему оно так всех интересует? В чем его особенность?

Цель этой работы заключается в том, чтобы определить, в чем состоит суть дизайнерского мышления. Если мы попробуем найти ответ на этот вопрос в интернете, то обнаружим множество сайтов, рассказывающих методологию дизайн-мышления, состоящую из пяти этапов: эмпатия, фокусировка, генерация идей, прототип, тестирование. В разнообразных формулировках понятия дизайн-мышление главным образом выделяются фразы: «нестандартный» или «творческий подход». Именно благодаря такому подходу удается найти инновационные решения, которые не лежат на поверхности. Действительно ли дизайн-мышление заключается в соблюдении данных этапов?

Обратимся к основам теории и методологии проектирования в дизайне. Такие авторы как В.Ф. Рунге и В.В. Сеньковский, И.А. Розенсон в своей учебной литературе пишут, что «дизайнеру заказывают не мост, а переправу». В данной фразе есть две метафоры. Мост – метафора задачи, которая однозначно сформулирована и требует четкого и адекватного проектного ответа. Мост – это конкретный заказ и ничто иное. Переправа – метафора проблемы. Переправа формулирует содержание проблемы и дает максимально возможный расширенный спектр решения поставленной проблемы. Переправа может быть и канатной дорогой, и тарзанкой, и мостом. Узкая задача противопоставляется широкой проблеме.

Работа дизайнера заключается в решении проблем. Происходит проблематизация, т.е. расширение задачи до проблемы, расширение

смыслового контекста. Именно поэтому Петер Беренс говорил: «Меня интересуют только проблемы».

Исходя из этого, формируется два подхода к проектированию: инновационный и аналоговый. В первом случае дизайнер придумывает абсолютно новое решение, а во втором основывается на существующих решениях и лишь модернизирует их. Таким образом, для дизайнера более характерна логика инновационного подхода, логика проблематизирующего подхода. В ней заключается главная особенность дизайнерского мышления, которая позволяет находить нестандартные инновационные решения. Кроме этого, такое определение дизайн-мышления, дает нам возможность лучше понять суть дизайна в целом.

ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИЯ ПРЕДМЕТНОЙ СРЕДЫ И ЕГО ОСОБЕННОСТИ

Дегтярева В.А., гр. ДП-118

Научный руководитель: доц. Мыскова О.В.

Кафедра Промышленного дизайна

Предметно-пространственная среда – это внутреннее пространство любого помещения, будь то квартира, цех, магазин либо парк, который тоже имеет свое внутренне пространство. В современном мире возникла проблема в том, что предметная-пространственная среда, которая формируется в момент проектирования того или иного здания, парка, либо предмета, со временем очень сильно меняется, зачастую очень быстро. Что же такое предметно-пространственная среда? В чем её особенность? Целью работы дизайнера является выявить главные задачи дизайн-проектирования, понять какие бывают особенности, разъяснить что же такое предметно-пространственная среда.

Интерьер и предметы, которые нас окружают не всегда расположены в рамках окружающего нас пространства, помещения, комнаты или стола. Есть такое широкое понятие, как предметная среда. Это то, что мы видим каждый день на улицах города. Кругозор каждого человека охватывает пространство вокруг него, размещенные в пространстве предметы. Существует так называемая производственная среда, в которую входит множество станков, машин, абсолютно одинаковых и находящихся в непосредственно близко друг с другом. Предметный дизайн общественных и жилых помещений, будь то офис, квартира, магазин одежды или продуктов и так далее, дает нам очень широкие возможности для работы. Тут мы уже создаем предметно-пространственную среду, дизайн, подбираем предметы, подходящие по стилю и функциональности, комплектуем их.

Особенность предметно-пространственной среды заключается в очень активной связи этой самой среды и находящимися внутри среды людьми. Внутреннее пространство помещения создано для нормального обеспечения и функционирования жизнедеятельности человека.

Нельзя сказать, что наполнение предметами является принадлежностью лишь пространств, которым необходим интерьер. Очень важны всевозможные элементы благоустройства. Скамейки, остановки общественного транспорта, фонарные столбы, все это является элементами благоустройства предметно-пространственной среды. Но роль предметного наполнения в формировании внешней среды значительно меньше, чем в интерьере.

Предметно-пространственная среда жизнедеятельности человека, его мир предметов всегда рассматривается в той или иной среде, которая имеет свои характеристики, свои особенности. Предметы, окружающие человека, среда жизнедеятельности человека и пространство, которое его окружает, всегда связаны между собой практическим смыслом.

Исходя из всего вышесказанного, в своей работе дизайнер должен учитывать и прогнозировать не только сознательные и бессознательные ожидания адресата, но и его будущую активную осваивающую и преобразовательную деятельность в проектируемой среде.

Связь между формой предмета и формой пространства можно проследить как в жилом помещении, так и в помещении магазина, в городском парке. Таким образом, гармонично слаженная предметно-пространственная среда соединяет в себе несколько задач: создание предметов, подходящих друг другу, так называемого ансамбля (мебели, gobелена, пола, потолка, дверных ручек); осмысление самого пространства (квартиры, ванны, столярной мастерской, магазина).

РОЛЬ ВИРТУАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ В ДИЗАЙНЕ 21 ВЕКА

Колпакова М.Ю., гр. ДП-118

Научный руководитель: доц. Мыскова О.В.

Кафедра Промышленного дизайна

Дизайн – процесс создания новых инструментов, предметов, оборудования, формирование предметной среды. Дизайн является новым художественно-конструкторским видом профессиональной деятельности, возникшей в XX в. Цель его заключалась в создании целостной эстетической среды жизни человека. Проектирование предметов, в которых формообразование соответствует их назначению, функциональна, эргономична и красива. Дизайнер старается найти оптимальную форму для каждого элемента, разрабатывая его функциональность и актуальность.

Реальная вещь, как утверждал средневековый логик Дуне Скотт, содержит в себе свои качества виртуально, ведь все качества материальной вещи никогда не смогут проявиться в ней одновременно, однако они постоянно в ней присутствуют. Виртуальная реальность развивается параллельно нашему человеческому развитию и нашей цивилизации, что позволяет выдвигать современный дизайн на новую ступень. Процессы, происходящие в некой виртуальной среде, имеют место в нашем социуме, для дальнейшего его развития. Информационные технологии имеют возможность реализовать проекты в кратчайший срок и иметь информацию из разных точек мира. В связи с новыми технологиями актуальность виртуальной реальности возросла в десятки раз за последние 20 лет.

Широкое влияние виртуальной среды на современную социокультурную – онтологию – приводит к процессам разветвления феномена дизайна в виртуальной среде на множество направлений, а именно появлению новых дизайн-практик. Виртуальная реальность формирует новый вид цифровой культуры. Система взглядов, образованная благодаря цифровым и информационным технологиям и распространяемая взаимодействием дизайн-проекта, устремленная, как внутри виртуальной реальности, так и ее направленность в материальное пространство реального мира.

Виртуальная среда позволяет нам проникнуться в новые грани дизайна. Наиболее выраженным показателем дизайнерской деятельности является разработка различных интерфейсов, а также веб- и гейм-дизайн. Совокупность особенностей работы в дизайне уходит немного в сторону проектирования, то есть взаимодействия субъектов с информационными технологиями. Компьютерная техника во взаимодействии с дизайн-мышлением наполняют виртуальную среду новыми возможностями, которые в связи со своей актуальностью, внедряются в реальный мир.

Данное исследование показало, что автоматизация поможет разгрузить дизайн и сосредоточиться на более конкретных задачах. Искусственный интеллект, в первую очередь, повысит эффективность работы дизайнера. Поэтому в дизайне 21 века виртуальная реальность позволяет создавать проекты в кратчайшие сроки, а так же получить более качественный результат.

НАЗНАЧЕНИЕ ДИЗАЙНА В БУДУЩЕМ

Каменская А.С., гр. ДСА-119

Научный руководитель: ст. преп. Аккуратнова Г.А.

Кафедра Промышленного дизайна

Дизайн – это не только создание отдельных вещей для рынка, но и такая творческая деятельность, целью которой является формирование

гармоничной предметной среды в целом, наиболее полно удовлетворяющей материальные и духовные потребности человека. В целом, это то, что соединяет функциональность и эмоциональную эстетику.

Дизайнеры занимаются проектированием предметов, форма которых соответствует их предназначению. Задуманный предмет должен быть не только красивым и удобным, но и функциональным, экономичным и экологичным, особенно в наше время. Также рассматриваются и потребности человека как эстетические, так и утилитарные.

Цель данной работы: выявить назначение дизайна в будущем: применение новых технологий, материалов; определить, как изменилось мышление самих дизайнеров. Основные задачи: разобрать что такое дизайн; рассмотреть применение новых технологий и материалов на практике; провести анализ проектов дизайнеров с нестандартным подходом к решению задач.

ВЛИЯНИЕ АРХИТЕКТУРЫ 20-х годов НА СОВРЕМЕННУЮ АРХИТЕКТУРУ

Салмина Д.А., гр. ДСА-119

Научный руководитель: ст. преп. Аккуратнова Г.А.

Кафедра Промышленного дизайна

Что представляет собой современная архитектура? В эпоху информационных технологий и наступающей глобализации, смешения стилей и комбинаций зданий одного направления с проектами в совершенно противоположном в масштабе одной улицы сложно однозначно охарактеризовать облик современного города. Он многолик и в этом его особенность, но всё же можно выделить определенные черты. Среди них черты авангарда, ставшего популярным в начале XX века, и актуального даже сейчас. Но почему так произошло? Что заставляет архитекторов по всему миру обращаться к творениям Владимира Кринского, Николая Ладовского и Константина Мельникова? В каких зданиях современной Москвы можно увидеть наследие авангарда, и, причем тут роботизация и будущее?

Цель настоящей работы: проследить влияние архитектуры авангарда 20-х годов на современную архитектуру и узнать причину актуальность авангарда почти столетие спустя. Основные задачи: проследить исторический путь авангарда от зарождения в начале XX века до наших дней.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭКОЛОГИЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ В ПРОМЫШЛЕННОМ ДИЗАЙНЕ

Кислицына К.А., гр. ДП-119

Научный руководитель: преп. Куртова К.Г.

Кафедра Промышленного дизайна

Создание новых экологичных материалов является одним из самых важных вопросов нашего времени. С каждым днем уровень экологии падает и современным дизайнерам приходится все чаще об этом задумываться, т.к. их профессия тесно связана с утилизацией предметов.

К сожалению, экологическая безопасность относится к числу тех видов благ, которые начинают интересоваться только при их отсутствии. Внешний вид предмета в большинстве случаев вызывает гораздо больше интереса у покупателей, нежели его экологичность.

Проблема экологии в промышленном дизайне заключается в том, что затратив многочисленные усилия на создание эстетически красивого внешнего вида – можно обнаружить, что строительные материалы и технологии, далеко не так экологичны как хотелось бы. Поэтому в данной работе уделено внимание изучению экологичных материалов, которые помогут сделать дизайн не только красивым, но и полезным, а также безвредным для нашего будущего и будущего наших детей.

На сегодняшний день распространены несколько видов самых экологичных материалов. Бамбук славится быстротой своего роста. Его скорость в восемь раз больше, чем у лиственных пород. Этот источник древесины быстро возобновляется еще и за счет того, что при его вырубке растение не умирает. Его можно использовать для производства пола, столешниц, а также мебели и даже ковров. В пробковом покрытии нет ПВХ или формальдегидов. Для его производства собирают кору дерева, после чего растение не погибает и быстро восстанавливается. К тому же пробка обладает антибактериальными свойствами, поэтому ее хорошо использовать на кухне. Такой вид освещения, как светодиоды, потребляет минимальное количество энергии. По сравнению с другими видами лампочек, светодиодные дороже, но срок их службы может длиться около 20 лет. Новый вид красок значительно изменился, т.к. в них стало использоваться меньше вредных веществ. Появились даже краски без содержания органических летучих соединений. Поэтому при выборе краски следует внимательно читать состав.

Для изучения экологичных материалов в данной работе исследовано множество свойств разных видов сырья. В перспективе необходимо будет провести ряд экспериментов для создания нового материала.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ МАТЕРИАЛОВ В ДИЗАЙНЕ

Шилун В.В., гр. ДС-119

Научный руководитель: ст. преп. Аккуратнова Г.А.

Кафедра Промышленного Дизайна

В мире современных технологий и гаджетов невозможно представить жизнь без прогресса. Каждый день люди создают что-то новое и интересное. Инновационные технологии коснулись всех сфер жизни человека, в том числе и дизайна.

Дизайнеры 21 века поражают мир своими изобретениями. Всё больше стало появляться новых материалов, которые упрощают процесс производства и жизнь в целом. В современном мире их создают экспериментально, в результате чего получают ресурс с уникальными свойствами.

Цель настоящей работы: исследовать влияние инновационных материалов на жизнь человека и узнать, как они используются в различных современных разработках. Основные задачи: ознакомиться с инновационными материалами и их свойствами; понять эргономику современных материалов; рассмотреть некоторые технологичные дизайн-изобретения с использованием инновационных материалов.

ДИЗАЙН КАК СПОСОБ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ЧЕЛОВЕКА

Пискурева Ю.Д., гр. ДП-119

Научный руководитель: ст. преп. Аккуратнова Г.А.

Кафедра Промышленного Дизайна

На сегодняшний день маркетинг играет значимую роль в жизни нашего общества. Хотим мы этого или нет, но мы все являемся его неотъемлемой частью. Каждый день ведущие компании и корпорации мира борются за то, чтобы из широкого выбора ассортимента покупатель выбирал именно их продукт. И ради этого они готовы пойти на любые маркетинговые способы, важнейшее место в которых занимает непосредственно дизайн. Так как же лидеры мировых продаж с помощью дизайна и рекламы подсаживают на свой продукт потребителя?

Цель настоящей работы: рассмотреть чаще встречаемые способы, когда компании с помощью рекламы и дизайна подсаживают потребителя на свою продукцию. Основные задачи: разобрать что такое цветовая психология и как ее используют бренды; рассмотреть несколько конкретных маркетинговых способов психологического воздействия.

ВЛИЯНИЕ ФЕНОМЕНА ФИНСКОГО МОДЕРНИЗМА НА АРХИТЕКТУРУ И ДИЗАЙН

Семьянова А.Е., гр. ДП-119
Научный руководитель: преп. Куртова К.Г.
Кафедра Промышленного дизайна

Исследование феномена финского модернизма в архитектуре и дизайне, а также его влияние на эти области особенно актуально в рамках формирования основных характеристик качественного дизайн-объекта. С течением истории формировались определенные традиции в дизайне и архитектуре, которые стали мощной базой для развития современных тенденций. Одно из таких течений – финский модернизм, который был и остается бессмертным феноменом в мире искусства.

Актуальность данного исследования заключается в значимости проблемы влияния феномена финского модернизма на дизайн и архитектуру. До сих пор эта тема остается открытой и наряду с этим данное направление признается мощным прорывом в качественном развитии данных областей.

Целью данной работы является раскрытие феномена финского модернизма в архитектуре и дизайне, а также его влияния на развитие данных областей. Для реализации данной цели необходимо решить следующие задачи: исследовать основные этапы развития финского модернизма; рассмотреть работы дизайнеров и архитекторов, работающих в стилистике финского модернизма, и выявить на их основе специфику данного направления в архитектуре и дизайне; проанализировать влияние финского модернизма на формирование принципиально нового образца предметов дизайна и архитектурных проектов.

Еще в первых работах, выполненных в данной стилистике, прослеживается отказ от декоративности и широкое использование свободной композиции целого и частей, обусловленной функциональным значением, характерной живописной и динамичной расчлененностью объемов.

Итогом развития финского модернизма как одного из направлений в архитектуре и дизайне стало появление новой эстетики, базирующейся на трех основных принципах- простоты, минимализма и функциональности.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ SWOT-АНАЛИЗА В ПРОЕКТИРОВАНИИ ЦИФРОВОЙ РЕАБИЛИТАЦИОННОЙ ИГРУШКИ

Барышев Н.И., гр. МАГ-Д-019

Научные руководители: доц. Голубчикова А.В., доц. Коржов Е.Г.

Кафедра Промышленного дизайна

Ежегодно в России увеличивается количество детей с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ). Важной частью в их реабилитации является создание специальной развивающей среды с игровыми элементами. В настоящее время реабилитационные игрушки малочисленны и не охватывают весь спектр заболеваний. Поэтому разработка данных объектов является актуальной задачей.

При проектировании цифровой реабилитационной игрушки целесообразно использовать различные методы всестороннего анализа состояния вопроса: сравнительный анализ, дизайн-мышление, SWOT-анализ, SMART-методика и др.

В процессе проектирования важно на начальном этапе предусмотреть все факторы, в дальнейшем способствующие реализации проекта, а также учесть риски, которые могут привести его к невозможности воплощения. Поэтому при проектировании реабилитационной игрушки целесообразно использовать методологию SWOT-анализа, которая предполагает, во-первых, выявление внутренних сильных и слабых сторон разработки, а также внешних возможностей и угроз, и, во-вторых, установление связей между ними. К сильным сторонам относятся слабая конкурентность рынка; актуальность; создание нового продукта и наличие уровней обучения. К слабым сторонам проекта, которые могут повлиять на реализацию конечного продукта, можно отнести его высокую цену и неосведомленность людей в области реабилитационной игрушки. Помимо сильных и слабых сторон с помощью SWOT-анализа могут быть определены возможности и риски. К возможностям относятся следующие факторы: заинтересованность правительства в реабилитации детей с ОВЗ; отсутствие жесткого регламента в проектировании детских реабилитационных игрушек на данный момент; финансирование из государственного бюджета. Также рассматриваются возможные риски: отсутствие интереса со стороны реабилитационных центров; ограничение финансовых возможностей; рамки проектирования (ГОСТ и СанПиН).

Таким образом, использование SWOT-анализа в процессе проектирования позволит учесть все характеристики разработки и создать реабилитационную цифровую игрушку с наименьшим уровнем риска и готовую к реализации.

АНАЛИЗ КОНСТРУКЦИИ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ МЕХАНИЧЕСКИХ ПРОТЕЗОВ ВЕРХНИХ КОНЕЧНОСТЕЙ

Ковалева А.К., гр. МАГ-Д-019
Научный руководитель: доц. Коржов Е.Г.
Кафедра Промышленного дизайна

Отсутствие у взрослого человека или ребенка одной, или тем более двух, верхних конечностей приводит к потере способности выполнять различные трудовые функции. Для восстановления анатомических и функциональных недостатков с ампутацией или врожденной деформацией руки приходится использовать специальное адаптивное устройство – протез. Он должен восполнять не только внешний вид утраченной части руки, но и важнейшие ее действия – функции захвата, удержания и отпускания предмета. Основные виды протезов верхних конечностей подразделяются на косметические и функциональные. Функциональные по принципу работы и управления бывают механические тяговые и бионические. К отдельной категории можно отнести рабочие протезы, для выполнения определенного вида работы.

Активные (механические) протезы за счет механической тяги сжимают искусственную кисть, что позволяет удерживать различные предметы. Силу и скорость хвата контролирует простой и надежный механизм. На российском рынке такие протезы производят ряд компаний. Протез «Киби» включает механическую кисть, содержащую ладонь, искусственные пальцы, образованные шарнирно соединенными фалангами с каналами, через которые протянуты тяговые тросы, а т.н. «гильза» фиксируется на предплечье, обеспечивая удержание протеза и равномерно распределяет нагрузки. Протезы компании «МосПРОП» состоят из приёмной гильзы, изготовленной по индивидуальному слепку с культи инвалида, и несущей гильзы, служащей для соединения приемной с функциональным узлом. «Сколиолоджик» представляет адаптивные устройства с активным и пассивным хватом. Активный протез имеет гильзу, механическую кисть, ладонь, искусственные пальцы, пружины, шарниры и каналы для тросов.

Несмотря на всё разнообразие, существующие изделия до конца не удовлетворяют потребителей функциональностью и дизайном. Производство протезов в России по многим показателям отстает от западных аналогов. Поэтому разработка протеза, обеспечивающего максимальную функциональность, отвечающего основным требованиям, с интуитивной системой управления остается всё еще нерешенной задачей.

ПРОМЫШЛЕННЫЙ ДИЗАЙН В СЕРИАЛЕ «ЧЕРНОЕ ЗЕРКАЛО»

Ефанова М.А., гр. ДП-118

Научный руководитель: преп. Коурдакова А.М.

Кафедра Промышленного дизайна

Многие из нас задумываются как выглядит дизайн будущего, какой стиль будет преобладать, какие дизайнерские решения приглянутся людям будущего, какие технологии будут актуальны. Данная работа предлагает попробовать найти ответы на эти вопросы сквозь призму сериала «Черное зеркало». В мире, изображенном в одном из эпизодов «15 миллионов заслуг», множество объектов промышленного дизайна и интересных решений дизайна интерфейсов.

Автоматический дозатор зубной пасты или дверная ручка, не требующая дополнительного прикосновения к поверхности двери, довольно интуитивны в использовании и могут управлять жестом. Это перекликается с первым дизайном интерфейса приложения iBooks. Ещё одной тенденцией в сфере дизайна будущего является мебель, самостоятельно подстраивающаяся под особенности пользователя. Ярким примером из рассматриваемого эпизода можно назвать велосипедный тренажер. Технология измеряет биометрические параметры пользователя ещё до начала тренировки и регулируется в процессе использования. Отдельно стоит отметить торговый автомат, в котором главный герой покупает еду. Его дизайн подчеркивает иллюзорное противопоставление, постоянно появляющееся в серии, иллюстрирует раздвоенность мира на «настоящее» и «цифровое», «реальность» и «экран», но в то же время показывает их неоспоримую связь – цифровое яблоко становится реальным. И эта двусмысленность подтверждается первой же фразой: «Это почти единственная реальная вещь здесь, и та выращена в чашке Петри».

Таким образом, исследование показало, что промышленный дизайн будущего многофункционален, лаконичен, нацелен на удовлетворение потребности человека в комфорте.

СОВРЕМЕННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ В СВЕТОДИЗАЙНЕ: НОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В СФЕРЕ СВЕТОТЕХНИКИ

Лолаева В.В., гр. ДП-119

Научный руководитель: преп. Куртова К.Г.

Кафедра Промышленного дизайна

Свет является мощным инструментом, влияющим на восприятие пространства человеком, на его настроение и здоровье. В последние годы появились современные направления в сфере светодизайна, а также новые

технические приспособления, с помощью которых дизайнеры могут грамотно организовывать освещение в помещении, манипулируя пространством и сохраняя его красоту.

Цель данной работы – рассмотреть современные направления светодизайна и изучить новые тенденции в сфере светотехники. Основные задачи исследования: рассмотреть направления светодизайна, появившиеся в последние 10 лет и определить их преимущества в современном мире; выявить взаимодействие искусственного света со здоровьем человека; определить возможности «игры» света в помещении (визуальное увеличение и уменьшение пространства); рассмотреть новые продукты в сфере светотехники, технологии получения искусственного света; проанализировать значение новых технических возможностей, связанных с воспроизводством искусственного света в общественной среде.

Из современных тенденций можно отметить такие, как компактность (маленький размер светодиодного модуля), гибкость (создание гибких конструкций, способных менять форму), экологичность (любой предмет должен быть безопасен для человека и окружающей среды), нанотехнологии (возможность скрыть светодиоды от глаз человека), бионика (возвращение к природным формам), динамический свет (создание приборов прямого наблюдения), управление (возможность дистанционно управлять приборами, в том числе и световыми), интерактив (использование света как средство коммуникации и общения).

В заключении исследования сформулированы выводы на тему разработки современных продуктов и направлений в сфере светотехники и светодизайна.

СТОРИТЕЛЛИНГ И ЕГО ЗНАЧЕНИЕ В МУЛЬТИМЕДИЙНОЙ ПРЕЗЕНТАЦИИ

Ульянова В.В., гр. ВМАГ-Д-518
Научный руководитель: доц. Мыскова О.В.
Кафедра Промышленного дизайна

В современном мире мультимедийная презентация – уникальный инструмент для любой отрасли, где необходимо просто и понятно объяснить ту или иную информацию (например, урок в школе, лекции студентам, презентация проекта перед коллегами, представление нового продукта на международных выставках и прочее. Сторителлинг – важнейшая составляющая мультимедийной презентации.

Алексей Каптерев, автор книги «Мастерство презентации. Как создать презентации, которые могут изменить мир», преподаватель в Высшей школе бизнеса МГУ им. Ломоносова, утверждает, что главный секрет для создания правильной мультимедийной презентации – сторителлинг. Также

он дал простое и лаконичное определение: «Сторителлинг (от англ. «storytelling» дословно «сказительство») – тактика донесения представленной информации и фактов за счет вовлеченности аудитории и побуждения её к дальнейшим действиям. Именно от этого зависит: будет понята и успешна презентация или нет».

Джонатан Готтшалл, автор книги «Как сторителлинг сделал нас людьми» объясняет, что истории – это древнейший сторителлинг, основывающийся на нашем восприятии, выдумка, которая формирует то, во что мы верим, этические нормы поведения, мысли о будущем.

Кузовенкова Александра, студентка Челябинского Государственного Университета, в статье «Сторителлинг как новая медиатехнология» в журнале «Знак: проблемное поле медиаобразования» подробно рассматривает структуру и логику сторителлинга:

сообщение – основная тема или идея – это центральная идеологическая установка, которую после получения сообщения читатель или слушатель услышали и убедился в правоте данного высказывания;

персонаж – в истории всегда должен быть персонаж – главные герой, по поведению и поступкам которого будет складываться история. Герой не всегда должен быть человеком. Именно благодаря этому персонажу слушатель или читатель будет создавать параллели между поступками героя и своими собственными. История должна казаться похожей;

конфликт – в истории конфликт – движущая сила в истории. Самые основные критерии конфликта – перемены и страх. Человек всегда стремится к гармонии, поэтому через сторителлинг есть возможность просто и понятно объяснить слушателю или читателю на его личных восприятиях правильного и неправильного суть конфликта и пути его решения;

сюжет – повествование складывается из действий персонажа к решению возникшего конфликта. Обязательный критерий повествования – контрастное действия персонажа «от счастья к несчастью».

Из этого следует, что сторителлинг – важнейшая составляющая мультимедийной презентации, которая может рассказать слушателям или читателям много интересных и правдивых историй, благодаря которым они смогут найти ответы на внутренний конфликт приступят к действию.

АРТ-ОБЪЕКТЫ КАК СПОСОБ ФОРМИРОВАНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ

Черникова Е.В., гр. ВМАГ-Д-618

Научный руководитель: доц. Мыскова О.В.

Кафедра Промышленного дизайна

Сегодня и в изобразительном искусстве, и в дизайне всё чаще можно встретить термин «арт-объект», однако до сих пор среди искусствоведов, художников и дизайнеров нет единства в понимании, что же это за явление.

С практической точки зрения арт-объект является произведением изобразительного искусства, но вместе с тем арт-объектом могут быть и нерукотворные вещи. Объемно-пространственные композиции малых форм, мелкая пластика, скульптура, произведения декоративно-прикладного искусства, формальные вещи при определённых условиях являются не только произведениями искусства, но и арт-объектами.

Но в последнее время в проектировании арт-объектов часто можно услышать такой термин, как арт-дизайн. Арт-дизайн – это художественное конструирование с явным приоритетом эстетических функций произведения. Объекты арт-дизайна могут одновременно оказывать воздействие не только на предметно-пространственную, но и на социокультурную среду.

В.Ф. Рунге и В.В. Сеньковский арт-дизайн рассматривают преимущественно в рамках проблематики промышленного дизайна. Вместе с тем в предлагаемой ими характеристике промышленного арт-дизайна зафиксированы некоторые принципиально существенные признаки арт-дизайна в целом. К ним можно отнести, во-первых, основную целевую установку арт-дизайна, а именно направленность творчества дизайнера на «организацию художественных впечатлений»; во-вторых, «внутреннюю антитезу» утилитарной и образной функций дизайна, в которой выявляется доминанта художественной функции; в-третьих, проектирование эмоций, связывающее создание произведений арт-дизайна с рынком «эмоциональных покупок», т.е. выполняющее одну из функций социального заказа.

Считается, что арт-объект, применяемый в средовом дизайне, обладает следующими важными признаками: интегративностью, или вписанностью в конкретную среду; самодостаточностью, т.е. он сам по себе является произведением искусства. При этом имеет значение стиливая характеристика арт-объекта; функциональность.

Последнее свойство является важнейшей характеристикой при применении объекта в арт-дизайне. Он может являться местом отдыха, резервуаром для воды, источником света, носителем рекламы и т.д.

Например, биоморфный павильон-паук, созданный студентами-архитекторами Штутгартского университета является и арт-объектом, и частью удобного эргономичного дизайна. Он посвящен проблеме глобального потепления и уничтожения многих видов насекомых.

Объекты арт-дизайна не только украшают городское пространство или служат способом привлечения туристов, но и создают особую атмосферу – дух места, задают некий эмоциональный настрой. Это «проектирование эмоций», цели которого сближаются с задачами декоративного или даже изобразительного искусства, удаляясь от задач предметного творчества, промышленного и средового дизайна, архитектурного проектирования. Произведения арт-дизайна предназначены для массового зрителя, аттрактивны, эстетичны, при этом имеют тесную связь с современным искусством, что выделяет их на фоне классического искусства актуальностью и нацеленностью в будущее.

Особо следует подчеркнуть положительную перспективу использования возможностей арт-дизайна в образовательной системе (причем, всех уровней), где арт-дизайн может раскрыться как средство творческой реализации индивида, средство развития креативного мышления, воспитания вкуса, формирования ценностных ориентаций и т.д. Таким образом, арт-дизайн охватывает практически все сферы жизни людей и может в современных условиях являться одним из основных средств формирования экологической культуры окружающей среды.

МОДНАЯ ФОТОГРАФИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ: КОНТЕНТ И ОБРАЗ

Филенко С.С.

Научный руководитель: проф. Макарова Т.Л.

Кафедра Дизайна костюма

Аккаунты социальных сетей модных брендов, домов моды, недель моды активно развиваются и содержат фото- и видеоконтент, отражающий последние тенденции в мире моды. Fashion-фотографии, представленные в социальных сетях и на других ресурсах интернета, являются частью визуальной коммуникации, оказывают влияние на формирование образа жизни обычных людей, которые в явном виде не являются приверженцами модной индустрии. При подготовке контента для социальных сетей на первый план выходит диалектика элементов фотоизображений: форм и цветовой гаммы.

В ходе проведенного исследования были проанализированы аккаунты fashion-брендов GUCCI, VALENTINO, BERLUTI, BULGARI, FENDI, PRADA в социальной сети Instagram. Сделаны выводы об особенностях

ведения аккаунтов fashion-брендов, а также об особенностях фотоконтента обозначенных аккаунтов.

Во-первых, все аккаунты fashion-брендов были зарегистрированы в 2012-2013 годах, то есть с момента открытия социальной сети Instagram. Это означает, что fashion-бренды изначально понимали значение социальной сети как одного из основных каналов коммуникации с целевыми группами.

Во-вторых, аккаунты fashion-брендов развивались с точки зрения визуальной коммуникации и дизайна хаотично: в разные периоды времени в аккаунтах присутствует эклектичный по форме и содержанию контент. В последние годы фотоконтент в аккаунтах fashion-брендов становится более структурированным, не менее разнообразным, но более целостным: съемки с определенных ракурсов, в единой цветовой палитре, отражение фирменного стиля бренда.

Все элементы визуального контента обладают динамикой, могут быть скомбинированы в различные формы. Целая форма или формы отдельных элементов могут по-разному восприниматься представителями целевых групп, в зависимости от ряда индивидуальных (особенности восприятия, уровень образования), ситуативных (особенности ситуации, временной отрезок восприятия формы) и культурных факторов (культурные ценности и нормы общества и социальной группы, в которых происходила социализация личности).

ОБРАЗ И СИМВОЛ В ДИЗАЙНЕ ПЛАКАТА ЮЖНОЙ КОРЕИ

Погосян М.В., гр. МАГ-Д-418

Научный руководитель: проф. Макарова Т.Л.

Кафедра Дизайна костюма

Актуальность темы может быть сформулирована следующим образом: в настоящее время плакат является неотъемлемой частью маркетинговых коммуникаций любой организации. Актуальность темы очевидна, т.к. тема образа и символа в дизайне плаката Южной Кореи в научных работах не раскрыта в полной мере. Как и в рекламных образах в целом, так и в корейской графике плаката, в частности, есть информация, которую получает определенная целевая аудитория: все должно легко восприниматься зрителем.

Цель работы: анализ образа и символа в дизайне плаката Южной Кореи. Объект исследования: современные плакаты Южной Кореи (2010-2020 гг.). Предмет исследования: образ и символ в дизайне плаката Южной Кореи. Методы исследования: художественно-конструкторский анализ; сравнительно-исторический анализ; наблюдение, сравнение, эксперимент; системный подход; методы проектного и композиционного формотворчества для обработки данных; методы математической

статистики. Задачи исследования: рассмотреть корейскую письменность, традиционные и новые шрифты и приемы их использования в плакате Южной Кореи; проанализировать тенденции развития образов и символов в дизайне плаката Южной Кореи; разработать классификации образов и символов в дизайне плаката Южной Кореи; сформулировать принципы применения образов и символов в дизайне плаката Южной Кореи; разработать методические рекомендации для дизайнеров. Новизна работы: рассмотрена корейская письменность, традиционные и новые шрифты и приемы их использования в плакате Южной Кореи; выявлены тенденции развития образов и символов в дизайне плаката Южной Кореи; разработаны классификации образов и символов в дизайне плаката Южной Кореи, сформулированы принципы применения образов и символов в дизайне плаката Южной Кореи; разработаны методические рекомендации для дизайнеров; разработана серия плакатов в корейском стиле. Теоретическая значимость работы: выявлены тенденции развития и разработаны классификации образов и символов в дизайне плаката Южной Кореи. Практическая значимость работы: сформулированы принципы применения образов и символов в дизайне плаката Южной Кореи; разработаны методические рекомендации для дизайнеров; разработана серия плакатов в корейском стиле.

По итогам исследования было выявлено, как традиционная культура уживается с современными и быстроразвивающимися тенденциями в течение нескольких лет (2010-2020 гг.), какое влияние производит традиция и алфавит Южной Кореи на современную культуру дизайна плаката.

СИМВОЛ «КВАДРАТ» В ДИЗАЙНЕ КОСТЮМА

Лоскутникова П.А., гр. МАГ-Д-418

Научный руководитель: проф. Макарова Т.Л.

Кафедра Дизайна костюма

Квадрат – самый распространенный геометрический символ, который ассоциируется с равенством, прямоотой, порядком, справедливостью, истиной. Квадрат соответствует символике числа 4, так как соединяет четыре различных элемента: четыре стихии (элементарный аспект), четыре времени года (временной аспект), четыре стороны света (пространственный аспект), четыре основных класса (социальный аспект). Эти четверичные структуры задают основу порядка и стабильность мироздания, поэтому квадрат считается символом мироздания, а также одной из основных простых геометрических фигур. Поэтому квадрат, как и треугольник, и круг – всегда будет вызывать интерес и актуальность использования.

Цель работы: анализ актуальности использования символа «квадрата» в дизайне одежды. Квадрат известен еще на заре человеческой мысли и

осмысленной деятельности. Исследователи верят, что квадрат, подобно кресту, противопоставляет организованность и порядок хаосу вселенной, пытается подчинить себе природу. Таким образом, использование символа «квадрат» в дизайне одежды помогает придать костюму или образу четкую структуру, геометрию, упорядоченность. Квадрату свойственна стабильность, устойчивость, совершенство.

Квадрат часто используется в дизайне костюма: принты, различный декор, силуэт и форма. Квадрат равен клетке, поэтому можно считать, что все клетчатые ткани основаны на форме квадрата. Пропорциональность квадрата выигрышно смотрится на одежде, он самодостаточен, ему самому не нужна поддержка, он удачно сочетается с другим декором и другими фигурами. Символика квадрата уникальна, он является сосредоточением энергии, которой зачастую не хватает в коллекциях, чтобы произвести фурор на подиумах.

На данный момент в исследовании проанализированы литературные и визуальные источники; проведен комплексный анализ иконического материала за период 2008-2018 гг.; выявлены комплексные сочетания элементов у брендов концептуальной одежды, систематизированы данные, полученные в ходе комплексного исследования символа «квадрат».

ОБРАЗ КРУГА В СОВРЕМЕННОМ ДИЗАЙНЕ

Чайка С.С., гр. МАГ-Д-418

Научный руководитель: проф. Макарова Т.Л.

Кафедра Дизайна костюма

Простые геометрические фигуры составляют фундаментальную геометрию нашего мира. Мы обнаружили их через наблюдения за природой и используем для проектирования сложных конструкций и создания многоуровневых смысловых и визуальных структур. Пять базовых простых форм использовалась во все времена, в искусстве всех культур: круг, линия, треугольник, квадрат и спираль. Это универсальные формы, которые могут стать основой, в том числе, и логотипа.

Цель работы: анализ актуальных элементов и образов круга в современном дизайне. Круг символизирует бесконечность, совершенство и законченность. В дизайне круг является одной из самых часто используемых форм, так как способен передать огромное количество смыслов, важных для достижения определенных коммуникативных, социальных и коммерческих целей. С помощью образа и символики круга дизайнер способен очень точно донести смысл всего проекта, собранного из множества небольших дизайн-элементов, что очень важно, потому что цель логотипа и айдентики в целом – общаться с клиентом простейшим, но наиболее действенным из возможных способов.

Одной из основных функций круга является разграничение внутреннего и внешнего пространства, что также активно применяется в дизайне для разделения смысловых и визуальных блоков. Форма круга подразумевает некое количество или части, которые составляют одно целое. Круг как образ и символ эффективно представляет группы, такие как коллектив, глобальные организации и государственные учреждения.

На данный момент в исследовании проанализированы литературные и визуальные источники; проведен комплексный анализ иконического материала за период 2002-2018 гг.; выявлены комплексные сочетания элементов систематизированы данные, полученные в ходе комплексного исследования круга; разработаны методические рекомендации для графических дизайнеров и иллюстраторов как база, способная облегчить узнаваемость символики и образа в современном дизайне.

ОБРАЗ «РЫБЫ» В ДИЗАЙНЕ СОВРЕМЕННОГО КОСТЮМА: АКТУАЛЬНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ И СМЫСЛЫ

Лакизенко Е.Д., гр. МАГ-Д-418

Научный руководитель: проф. Макарова Т.Л.

Кафедра Дизайна костюма

Сказка влияет на становление личности человека в течение всей его жизни. Одним из самых древних символов по праву считается рыба. Символизм рыбы напрямую связан с водной стихией, соответственно и с символикой воды. Образ воды встречается во многих мифологиях и считается первоисточником сущего, источником вечной жизни и жизни в целом. Сила воды используется в ритуалах разных религий. Связь воды и рыбы отражена в ее символизме. Вода, будучи женским началом, делает рыбу атрибутом Великих богинь, символизирует плодородие, изобилие, чувственность и любовь, включая и негативные качества: алчность, тщеславие, также может быть эквивалентом нижнего мира. Именно символ «рыба» является монограммой Христа. Образ рыбы получил широкое распространение в русских народных сказках, легендах и мифах.

Вдохновением для дизайнеров ведущих домов моды зачастую является мифология и сказки со всех уголков мира. Обусловлено это, прежде всего, способностью людей творческих через призму своего мировосприятия перерабатывать существующие образы с целью создания новых. Многогранность «рыбы» не могла остаться незамеченной среди дизайнеров, именно поэтому, уже многие годы, данная символика остается популярной.

Цель работы: анализ актуальных элементов и смыслов образа «рыба» в современном дизайне костюма. На данный момент нами проанализированы литературные и визуальные источники; проведен

комплексный анализ иконического материала за период 2010-2020 гг.; выявлены комплексные сочетания элементов и основные цветовые гаммы, присущие образу «рыба»; систематизированы данные, полученные в ходе комплексного исследования «рыбы», как сказочной символики, так и образа в коллекциях ведущих домов моды; сформулированы принципы создания данного образа и разработаны методические рекомендации для дизайнеров костюма, стилистов и иллюстраторов, как база, способная облегчить узнаваемость символики и образа в современном дизайне.

АНАЛИЗ ОБРАЗА И СИМВОЛИКИ ЖЕНСКОЙ ОДЕЖДЫ БРЕНДОВ СКАНДИНАВСКИХ СТРАН

Николаева Е.Б., гр. МАГ-Д-418

Научные руководители: проф. Макарова Т.Л., доц. Грязева И.В.

Кафедра Дизайна костюма

В обществе становятся популярны идеи уникальности человека и гармонии с собой. С этими идеями часто ассоциируют скандинавский стиль и дизайн. В последние несколько лет на модном рынке приобретают актуальность небольшие бренды одежды, которые предлагают вещи более оригинальные, чем марки массмаркета. Небольшим брендам легче удовлетворить потребность человека в индивидуальном образе. После поиска и анализа научных работ, затрагивающих тематику образов и символики скандинавского дизайна женской одежды, можно прийти к выводу, что данная область научного знания еще мало описана и представлена, в основном, научными статьями.

Цель работы: исследование образа и символики женской одежды брендов скандинавских стран. В ходе исследования нами проведен анализ образа и символики брендов одежды: Henrik Vibskov, Baumund Pferdgarten, Ganni, Altewai, Saome, Back, Cheap Monday, Rodebjer, Bruuns Bazaar, by Malene Birger, Toteme и др. Эти бренды работают на рынке более четырех лет, выпускают сезонные коллекции.

В настоящее время разрабатываются принципы создания привлекательного для потребителя образа, классификации образов и символики женской одежды от скандинавских брендов. Полученные научные результаты будут важны для производства актуального ассортимента одежды для российского потребителя.

МОДНЫЙ АРХЕТИП В КОЛЛЕКЦИЯХ СОВРЕМЕННЫХ МОДЕЛЬЕРОВ: СМЫСЛОВАЯ ОРНАМЕНТИКА ПРИНТОВ

Северова Д.Л., гр. МАГ-Д-418

Научные руководители: проф. Макарова Т.Л., ст. преп. Курилина Н.С.
Кафедра Дизайна костюма

Архетипические образы часто отражаются в культуре в виде символов, используемых в живописи, религии, литературе и моде. При этом символы, характерные для разных культур, часто схожи между собой, так как они восходят к общим для всего человечества архетипам. Сегодня психологи, последователи К.Г. Юнга выделяют двенадцать ведущих архетипов.

Относительно недавно стал популярен метод подбора одежды и выстраивания коллекций на основе выявленного архетипа. Соответственно принты, используемые в коллекциях современных модельеров, и заключённые в них символы обладают смысловой составляющей, относящейся к определённому модному архетипу.

В процессе проведённого литературного обзора диссертаций не было найдено тем, касающихся принципов разработки дизайна принтов, основанных на понимании теории архетипов по К.Г. Юнгу. На данный момент в русскоязычной научной литературе мало внимания уделено изучению принципов создания молодёжной одежды в уличном стиле и, в частности, принтов для неё. Таким образом, данная работа является актуальной и затрагивает малоизученную тему.

Цель работы: анализ и формулирование принципов разработки принтов на молодёжную одежду, в т.ч. на основе теории архетипов К.Г. Юнга, выявление главенствующего модного архетипа.

При анализе иконолического материала были выделены параметры, по которым в модном образе может быть выявлен ведущий архетип:

- символика отдельных элементов изображения;
- наличие символики, относящейся к субкультуре; аллюзии на униформу определённых профессий;
- цветовая гамма, уровень контрастности цветов;
- характеристика форм, проявленность геометрии.

Таким образом, в исследовании были определены элементы орнаментики принтов; выявлены основные группы символов, используемых в принтах на молодёжной одежде за конкретный период времени, взаимосвязь определённых символов с субкультурой, доминирующие цветовые комбинации и ведущие геометрические формы.

ГРАФФИТИ КАК ТРЕНД В СОВРЕМЕННОМ ДИЗАЙНЕ РЕКЛАМЫ

Чвялев Р.Д., гр. ВМАГ-Р-218

Научный руководитель: проф. Макарова Т.Л.

Кафедра Дизайна костюма

В современных реалиях реклама и её отдельные образы являются важными культурными компонентами. Стрит-арт граффити – важный компонент в рекламе 21 века. Цель работы: исследование феномена образа стрит-арт граффити в современной рекламе. Рассмотрены особенности данного явления по годам, сделаны следующие выводы.

2014 г. Скрытая граффити-реклама – рекламный ход, где роспись объектов производится в фирменном стиле заказчика, но без нанесения коммерческой информации. Реклама компаний на частных мероприятиях. 2015 г. Привлечение внимания целевой аудитории брендов, за счет размещения интегрированной в городской пейзаж коммерческой рекламы.

2016 г.: популяризация социальной и арт-рекламы в крупных медиа и городской среде. Социальная арт-реклама повышает лояльность к брендам: часть её направлена на преобразование рекламных роликов, баннеров и городских объектов. Появление вирусной арт-рекламы в социальных сетях.

2017 г.: расцвет граффити и стрит-арт. Волна выставок и заинтересованность рекламных агентств в применении стилей в современной рекламе. Коллаборации брендов, сочетание образов и знаков молодежных направлений. Инвестирование в художников, граффитчиков, сотрудничество с международными рекламными агентствами. 2018 г.: использование граффити в рекламе спонсоров: Adidas, Coca-Cola, Visa, «Газпром» для ЧМ по футболу в городах России. Множество расписанных стен в Москве и Санкт-Петербурге. Присутствие элементов граффити в масштабных рекламных компаниях. 2019 г.: постановление о запрете нанесения надписей, изображений путём покраски, наклейки, росписи в технике «граффити» и иными способами на внешние поверхности нежилых зданий, строений, сооружений, многоквартирных домов в городе Москве и других городах. Запрет на рекламные граффити в публичных местах. Разрешение на размещение стрит-арт объектов и нанесение граффити после согласования в специализированных органах. Спад на спрос, ликвидация объектов искусства и рекламы со зданий столицы и других городов России. 2020 г.: восстановление и открытие площадок для проведения мероприятий с применением стрит-арт, граффити. Реклама молодежных брендов (одежды, продуктов питания, гаджетов и т.п.) в соответствии с тенденциями, образами стрит-арт граффити.

Таким образом, на данный момент разработан авторский проект, который можно внедрить в современную рекламную компанию для прироста аудитории.

РЕКЛАМНЫЕ ОБРАЗЫ ТОРГОВЫХ МАРОК И ПРОДУКТОВ В СЕРИАЛАХ ЮЖНОЙ КОРЕИ

Григорьева А.А., гр. ВМАГ-Р-218

Научные руководители: проф. Макарова Т.Л., доц. Еремия Т.В.

Кафедра Дизайна костюма

В настоящее время стремительно развивающихся технологий сложно представить мир без рекламы: производится огромное количество баннеров, объявлений в печатной продукции, видеороликов и т.д. Одним из распространенных видов современной рекламы является продакт-плейсмент, или реклама в фильмах и сериалах. Данный способ привлечения внимания к продукту или компании очень популярен во многих странах, например, в Южной Корее.

Среди современной молодежи появляется все больше фанатов корейского кинематографа и музыки. В интернет-пространстве и социальных сетях создаются форумы, группы и сообщества, посвященные знаменитостям страны «утренней свежести». Реклама Южной Кореи имеет свою специфику (эстетика, содержание).

Цель работы: анализ рекламных образов торговых марок и продуктов в сериалах Южной Кореи. Для достижения поставленной цели необходимо провести комплексный анализ рекламных образов торговых марок и продуктов в южнокорейских сериалах; систематизировать полученные данные; выявить тенденции изменения рекламных образов в сериалах Южной Кореи; разработать классификации рекламных образов в сериалах Южной Кореи; сформулировать принципы применения рекламных образов в разработке рекламы для сериалов Южной Кореи; разработать методические рекомендации для специалистов в области рекламы и связей с общественностью, дизайнеров, стилистов, разработчиков рекламных видеороликов.

На данный момент систематизирована информация по данному направлению; разработаны классификации рекламных образов в сериалах Южной Кореи; сформулированы принципы применения рекламных образов в продакт-плейсменте; сформированы методические рекомендации для специалистов в области рекламы и связей с общественностью, дизайнеров, стилистов, разработчиков рекламных видеороликов в сериалах Южной Кореи, разработаны классификации рекламных образов в сериалах Южной Кореи, предложены принципы применения рекламных образов в продакт-плейсменте, разработаны методические рекомендации для специалистов в области рекламы и связей с общественностью, дизайнеров, стилистов, разработчиков рекламных видеороликов в сериалах Южной Кореи.

ОБРАЗЫ ГЕРОЕВ КИНОВСЕЛЕННОЙ MARVEL В СОВРЕМЕННОЙ РЕКЛАМЕ

Данильченко А.А., гр. ВМАГ-Р-218
Научный руководитель: проф. Макарова Т.Л.
Кафедра Дизайна костюма

Фильмы кинокомпании «Marvel Studios» входят в список самых ожидаемых фильмов, это используют специалисты в современной рекламе. Создаются маркетинговые акции, основанные на популярной франшизе Marvel, а перед выпуском в прокат новых фильмов спрос на товары с героями кинематографической вселенной возрастает более, чем на 100%. Бренды не спят и радуют поклонников, запуская тематическое производство продукции.

В сегменте русскоязычной научной литературы вопрос использования героев фильмов в рекламе не изучен, что делает данную тему востребованной в нашей стране. В результате проведённого литературного обзора защищённых диссертаций и научных статей, по данной тематике не было найдено тем, касающихся принципов применения образов героев киновселенной Marvel в современной рекламе. Таким образом, тема является новой и актуальной.

Цель работы: анализ использования образов героев «Кинематографической вселенной Marvel» в современной рекламе.

Нами проведен исторический анализ развития «Кинематографической вселенной Marvel» в современной рекламе. На данный момент было обнаружено несколько видов контента и товаров с использованием образов героев фильмов:

упаковка товаров питания («Actimel», «Белая дача», «Святой источник»);

дизайн одежды («Avon», «Ostin»);

дизайн обуви («Valentino», «Nike»);

интерьер общественных заведений (бар «Неканон», кальянная «F-lounge Marvel»);

дизайн смартфонов («Oppo», «Samsung»);

маркетинговые акции («Пятерочка», «Кино»).

По итогам проведённого анализа собранных данных было выявлено, как бренды используют образы героев в современной рекламе в течение нескольких последних лет, и какое они оказывают влияние на потребителей.

ОРИГИНАЛЬНАЯ ИЗОБРАЗИТЕЛЬНАЯ СИМВОЛИКА СОВРЕМЕННОГО РЕКЛАМНОГО ОБРАЗА

Тёрина Е.О., гр. МАГ-Р-118

Научный руководитель: проф. Макарова Т.Л.

Кафедра Дизайна костюма

В настоящий момент стремительно развивается современный рынок визуальной рекламы: её образцы (рекламные ролики) распространяются по интернету: через специализированные сайты, социальные сети, видео-хостинги и так далее. Цель работы – анализ применения изобразительной символики в современном рекламном образе. Сделаны выводы по годам.

2014 г.: преобладает образ чистоты, позитивных эмоций. Герои роликов, представленных в этом году, наиболее разнообразны в своих действиях, однако их объединяют визуальные акценты, с помощью которых представитель аудитории может сосредоточиться на выражаемых чувствах, будь то нежность, веселье или уверенность.

2015 г.: реклама становится более разнообразной в передаче образов: становится всё больше тематических вариантов, каждый из которых требует своего уникального подхода, колорита. Герои роликов демонстрируют эмоции, необходимые для определённой ситуации. Однако чересчур яркое и динамичное изображение не наблюдается.

2016 г.: тенденция к использованию достаточно спокойных, размеренных образов. Для многих категорий товаров рекламный образ делает акцент на таких чувствах, как уют, сосредоточенность, ощущение гармонии, уверенность в настоящем, самодостаточность.

2017 г.: с точки зрения визуальной составляющей рекламные образы можно условно разделить на две половины – тёмные и светлые. В некоторых случаях для привлечения внимания и расстановки смысловых акцентов используется контрастная деталь определённого цвета. Чаще всего она имеет цвет бренда/логотипа.

2018 г.: реклама этого года является более яркой и разнообразной. Связано это с тем, что значительно увеличилось количество роликов с образом-авторитетом. К участию в съёмках привлекаются люди из актёрской, модной и блогерской сфер.

2019 г.: борьба за внимание потенциальной аудитории. Поэтому вид аудиовизуальной рекламы, её подача становятся иными.

Таким образом, по итогам анализа собранных данных выявлено: оригинальная изобразительная символика в рекламном образе непостоянна и находится в движении под воздействием изменений в социуме. Также на вид символики влияют современные технологии, позволяющие качественно усовершенствовать как символику, так и образ в целом.

АКТУАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В PR-ОРГАНИЗАЦИЙ: ОБРАЗЫ И СИМВОЛЫ

Архангельская А.М., гр. ВМАГ-Р-218
Научный руководитель: проф. Макарова Т.Л.
Кафедра Дизайн костюма

В условиях конкурентной среды видеоролик как инструмент PR-кампании универсален. Создание видеороликов для рекламы парфюмерной продукции – один из эффективных способов донести до целевой аудитории информацию о продукте. Цель работы: анализ рекламного образа в видеороликах для PR парфюмерных компаний. Сделаны выводы по годам.

2011: в рекламных роликах используются сексуальные, страстные и загадочные образы для женского парфюма. Для рекламы парного парфюма выбирают колоритные пары, стильно одетые, с сильным взглядом.

2012: роскошные, уверенные в себе женщины, стильные и дорого одетые мужчины. Огни большого города, дорогой автомобиль, часы, украшения. Все это привлекает взгляд. Появились постеры в черно-белом цвете. Также присутствуют яркие постеры.

2013: появляется больше постеров в черно-белом цвете. Также стоит отметить минимализм каждого рекламного постера. Например, реклама парфюма Armani и Carven не содержит лишнего: только модель, флакон и черно-белая цветовая палитра.

2014: наиболее простые и особо незапоминающиеся образы.

2015: появляются женщины в мужских костюмах, символизирующие силу, уверенность и независимость девушек. Больше простых рекламных постеров для мужского парфюма – ничего лишнего.

2016: для рекламы парфюма начинают использовать мифологические образы, а также больше черно-белых простых постеров. Бренд Montale, например, задействовал в своей рекламной кампании птиц, а именно попугаев на фоне ярких тропиков, отсылка к тропическим нотам аромата.

2017: ролики являются не самыми яркими, кроме Гуччи. Реклама отличается интересной цветовой гаммой и хорошей композицией.

2018: рекламные образы варьировались от слишком кукольных и соблазнительных до утонченных и чувственных.

Представляя новый парфюмерный продукт на рынок, компании приглашают известных актеров и моделей. Дорогая одежда, яркий макияж, чувственный, сильный взгляд – вот основные мотивы рекламного ролика. Сделан вывод о том, что в ролике лучше смотрится дорогая одежда, яркие платья на женщинах, костюм на мужчинах (и женщинах). Яркий макияж на моделях и актрисах делает образ ярким, притягательным, а грамотно подобранная цветовая гамма делает его еще более запоминающимся.

ОСОБЕННОСТИ СОЗДАНИЯ РЕКЛАМНОГО ОБРАЗА В СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ СТРАН АЗИИ: КИТАЙ, СИНГАПУР

Герасимова А.И., гр. ВМАГ-Р-218

Научный руководитель: проф. Макарова Т.Л.

Кафедра Дизайна костюма

Как правило, целью социальной рекламы является привлечение внимания широкой общественности к тому или иному вопросу, чаще всего социальная реклама указывает на определенные общественные явления: высокий уровень наркомании, низкий уровень рождаемости, отсутствие внимания к пожилым людям и т.д. КНР догоняет США на рынке рекламы.

Цель работы: выявить особенности создания рекламного образа в социальной рекламе стран Азии (Китай, Сингапур). Предмет исследования: рекламный образ в социальной рекламе стран Азии (Китай, Сингапур). Объект исследования: социальная реклама стран Азии (Китай, Сингапур). Методы исследования: контент-анализ, анкетирование; фокус-групповое исследование; глубинное интервью; иконический анализ, методы теории вероятностей и математической статистики (для обработки данных) и другие. Для достижения цели работы необходимо провести комплексный анализ рекламного образа в социальной рекламе стран Азии, в котором используются образы и символы; систематизировать полученные данные исследования, выявить тенденции изменения рекламного образа в социальной рекламе стран Азии; разработать классификации образов и символов в социальной рекламе стран Азии; сформулировать принципы применения образов и символов в социальной рекламе стран Азии; разработать методические рекомендации для специалистов в области рекламы. Новизна работы: систематизирована информация по данному направлению; выявлены тенденции изменения рекламного образа в социальной рекламе стран Азии; разработаны классификации образов и символов в социальной рекламе стран Азии (Китай, Сингапур); сформулированы принципы применения образов и символов в социальной рекламе стран Азии; сформированы методические рекомендации для специалистов в области рекламы. Теоретическая значимость работы: выявлены тенденции изменения рекламного образа в социальной рекламе стран Азии; разработаны классификации образов и символов в социальной рекламе стран Азии. Практическая значимость работы: предложены принципы использования образов и символов в социальной рекламе стран Азии; разработаны методические рекомендации для специалистов в области рекламы.

ОСОБЕННОСТИ ОБРАЗОВ И СИМВОЛИКИ PR-КАМПАНИЙ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Чудутова Е.Х., гр. ВМАГ-Р-218

Научные руководители: проф. Макарова Т.Л., доц. Еремия Т.В.

Кафедра Дизайна костюма

Кроме образов и символов, которые существовали всегда в особой роли (образы главы семейства, доблестных героев, символы солнца, звезды, круга, рукопожатий и т.д.), появляются новые. В основном, это происходит благодаря развитию той или иной отрасли, которая находит отражение в культуре. К примеру, герои комиксов вышли на большие экраны сравнительно недавно, всего пару десятков лет назад, а их образы в рекламе стали появляться все чаще и чаще как отражение вовлеченности брендов в массовую культуру (реклама Coca-Cola с Халком и Человеком-муравьем, Audi с Капитаном Марвел в главной роли). Рекламные кампании зачастую строятся на изображениях/упоминаниях героев, даже сами экранизации комиксов содержат много скрытой рекламы.

Некоторые образы проходят модернизацию, меняя свой традиционный вид на противоположный. Таким является женский образ. Некогда знаковый образ домохозяйки-хранительницы очага сейчас превратился в современную хозяйку дома, в других сферах жизни, в которой тоже «все на пределе»: она преуспевает в работе, отношениях и саморазвитии, а не только в приготовлении пирогов (рекламы бытовых товаров часто указывают нам на это). В связи с развитием феминистических тенденций широкое распространение и вовсе получил образ сильной и независимой дамы. Такая женщина пироги обычно покупает по дороге в офис или тренажерный зал, если вообще когда-нибудь их ест. Подобному образу посвящена нашумевшая реклама Nike с достаточно провокационными слоганами.

Если говорить о символах, что заняли свою нишу лишь недавно, необходимо упомянуть гаджеты, такие как смартфон, ноутбук, смарт-часы. Сейчас это символы связи, общения, контакта, а иногда и целой сферы жизни человека (Альфа Банк даже связывает свое мобильное приложение с отдельным женским образом, который относится к финансовой сфере жизни человека, внедряясь в его быт). Можно сказать, что тенденции современной рекламы и PR меняются каждый год тем или иным образом. Но вечное, по-настоящему близкое человечеству, из них не уйдет никогда.

ТЕНДЕНЦИИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕРАКТИВНОСТИ В СОВРЕМЕННОЙ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ

Мекеня К.М., гр. МАГ-Р-118

Научный руководитель: проф. Макарова Т.Л.

Кафедра Дизайна костюма

Для специалистов в области рекламы и связей с общественностью поиск альтернативных методов повышения эффективности некоммерческой рекламы становится первоочередной задачей. Наиболее современным и творческим решением существующей проблемы специалисты считают использование интерактивности. Интерактивность помогает рекламодателю создавать диалог с потребителем, определяя новую роль в коммуникации для каждой из сторон. Потребитель становится не просто зрителем рекламы, но и ее непосредственным участником, в некоторых случаях влияющим на исход событий. Увеличение времени контакта с рекламой, запечатление эмоциональных образов, формирование личного опыта и лучшая запоминаемость информации – преимущества использования интерактивности в современной социальной рекламе. Тема актуальна, но по данному вопросу мало научных исследований: в основном, это тексты от практиков в области рекламы и связей с общественностью.

Цель работы: анализ применения интерактивности в современной социальной рекламе. Нами проведен исторический анализ возникновения и становления социальной рекламы, рассмотрен отечественный и зарубежный опыт; выявлены три основных исторических периода, наиболее повлиявшие на социальное рекламирование. По итогам проведенного анализа были выявлены факторы, присущие становлению отечественной социальной рекламы:

1. Всплеск социальной рекламной деятельности зависел от кризисов, происходящих в стране. Военные действия, голод, эпидемии различных заболеваний – все это активизировало процессы социального информирования.

2. Главными субъектами инициирования социальной рекламы являлись государственные, а позже и общественные структуры.

3. Максимальный эффект информирования достигался, когда социальная реклама совмещалась с массовыми мероприятиями, а позже и со СМИ.

4. Форматы социальной рекламы были взаимосвязаны с определенным историческим периодом страны.

5. Информационная составляющая характеризовалась прежде всего идеологически, привлекала к проблемам социума, воспитанию определенных жизненных ценностей и норм поведения.

СОВРЕМЕННАЯ СИМВОЛИКА ЭМБИЕНТ-МЕДИА

Крюкова М.В., гр. ВМАГ-Р-218

Научный руководитель: проф. Макарова Т.Л.

Кафедра Дизайна костюма

Несмотря на то, что термин и практика «эмбиент-медиа» существует уже много лет, в последнее время эта область расширилась. Эксперты приводят этому несколько причин. Во-первых, стремительный рост телевизионных тарифов в сочетании с раздробленностью аудитории. Во-вторых, перенасыщение рекламных сообщений от обычных СМИ. У многих брендов наблюдается сокращение расходов на маркетинг.

Все это и привело к созданию эмбиент-медиа (ambient media), с помощью которого реклама удивляет потребителей, заставляя их периодически в нетривиальных местах. В результате проведённого литературного обзора защищённых диссертаций по данной тематике не найдено тем, касающихся современной символики эмбиент-медиа. Тема актуальна.

Цель работы: анализ современной символики в эмбиент-медиа за 2015-2019 гг. Сделаны выводы по годам:

2019 г. – креативный образ, яркие цвета, минимализм, проблема экологии, здоровья, тема феминизма, использование негативного пространства; мировые компании активно используют эмбиент-медиа в качестве рекламы (McDonalds, Nike, Red Bull, Netflix и др.).

2018 г. – проблемы экологии, призывы к действию, использование контраста в цветовом решении, использование прямых линий, геометрических фигур, использование простых шрифтов, использование неона, различных световых решений.

2017 г. – поднятие социальных проблем (домашнее насилие, сохранение природы, аварии на дорогах, благотворительность), использование геометрии, использование различных световых решений.

2016 г. – поднятие социальных проблем (поддержка детей и их матерей, вопрос женской красоты, конфликт в Сирии), использование креативных идей, символ радости и развлечений, используется мало текста, использование передовых технологий.

2015г. – поднятие социальных проблем (проблема донорства, проблема предохранения, проблема использования ремня безопасности), использование голографических технологий, необычные шрифты, использование громоздких конструкций, символ радости и развлечений.

Таким образом, по итогам анализа собранных данных выявлено, что в каждом периоде прослеживается тематика социальных проблем. О таких вопросах прекрасно заставляют задуматься яркие примеры эмбиент-медиа. Также часто используются яркие цвета. Они отлично обращают внимание

человека на объект. Используются передовые технологии и построение больших конструкций, для того чтобы удивить прохожего, т.е. адресата рекламного образа.

У. МОРРИС: ЛИНИЯ ФЛОРЫ

Шестак Я.М., гр.МАГ-Д-319

Научный руководитель: проф. Казакова Н.Ю.

Кафедра Промышленного дизайна

Одним из выдающихся мастеров орнамента был Уильям Моррис (1834-1896 гг.) – выдающийся деятель культуры и искусства XIX столетия, поэт, эскапист и изобретатель нового общества, чьи идеи актуальны и наше время. Моррис ознаменовал появление новой антагонистической идеи в противовес масштабной промышленной революции в Европе. Промышленный переворот привел к преобразованию не только промышленности, но и общества. Быстрый рост масштабов промышленного производства и дальнейшее расширение рыночных связей требовали совершенствования средств транспорта. К 1810 г. в Великобритании насчитывалось около 5 тыс. паровых машин. В первой четверти XIX в. начинают функционировать паровое сообщение и паровой железнодорожный транспорт. Развитие транспорта обеспечило мобильность населения, способствуя тем самым активному общению людей из разных районов страны.

В конце XIX в. формируется английское «Движение искусств и ремёсел», которое возглавил Уильям Моррис, предложивший практическое воплощение теории и творческих принципов дизайна, повлиявших на школы и направления дизайна XIX в. ренессансного украшения, тяготеющего к вычурным надуманным элементам. Пилястры, скульптуры, гирлянды и фризы, повторяющие древнегреческие и римские образцы, казались художнику аляпистыми и невозможными для использования в интерьерах современников. Инфернальность природных форм, встречающихся в греческих вазах, африканском текстиле, ацтекских узорах, наскальных рисунках, искусстве аборигенов – многомерность природных форм, мастерски воплощенная в многочисленных работах художника, начала использоваться для художественного оформления различных предметов. Однако со временем Моррис понял, что, несмотря на попытки создавать доступные вещи, его работы приобретает представители буржуазного слоя. И на сегодняшний день имя гения не предано забвению и множество художников, и дизайнеров мечтают обрести новое решение, оптимальное для нового лучшего мира, где свободные творцы создают будущее, вне коммерциалистского цинизма.

МИФЫ И ЛЕГЕНДЫ В ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ОБРАЗАХ: ВЛИЯНИЕ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ НА ПРОЕКТИРОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ АРТ-ОБЪЕКТОВ В КОНТЕКСТЕ ЭСТЕТИЧЕСКОЙ АКСИОЛОГИИ

Люткина А.С., гр. ВМАГ-Д-318

Научные руководители: доц. Зырина М.А., доц. Дембич Н.Д.

Кафедра Дизайна среды

Современные арт-объекты представляют собой результат взаимодействия различных базисов, связанных с историческими особенностями цивилизации, стилевым своеобразием художественной среды и спецификой сферы искусства.

Данное исследование связано с проектированием арт-объектов для городской среды и изучением влияния культурного наследия на их восприятие.

Точкой отсчета арт-объектного искусства, как отдельно выделившегося жанра, считают начало XX столетия с экспериментов художников-авангардистов. Выдающимся примером подобных экспериментов являются работы М. Дюшана, выставившего в художественном музее бытовые предметы, купленные им на рынке. Редимейды Дюшана выражали проблему осознания границы между предметом искусства и функциональной вещью. Таким образом, авангардное искусство значительно повлияло на эволюцию проектирования арт-объектов.

На сегодняшний день арт-объекты разнообразны по своему состоянию: кинетические, статичные, живые. Фигурные арт-объекты переносят нас в различные эпохи от древнего Египта и Античной Греции, через Средневековье и эпоху Возрождения до наших дней.

Вписанный в определённую среду объект обладает свойством интегративности, и становится значимым элементом дизайна, в котором функциональность и художественная значимость являются одинаково важными характеристиками. Арт-объект – важный смысловой акцент, доминирующий в создаваемом пространстве. Это самостоятельный элемент, являющийся сам по себе произведением искусства. Он востребован и в формировании городской среды, и в дизайне интерьера.

Технологии и ультрасовременные материалы открыли такие возможности, о которых в прежние эпохи художники не могли и мечтать. Искусство новейшего времени балансирует между беспредметностью и изобразительностью, открывая новые грани реальности.

АРТ-ОБЪЕКТЫ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ

Кириченко М.А., гр. ВМАГ-Д-318

Научный руководитель: доц. Зырина М.А., доц. Дембич Н.Д.

Кафедра Дизайна среды

Сегодня арт-объектом можно назвать многие предметы. Под такое понятие подойдет здание, картина, скульптура, предмет быта человека и прочие объекты. Обычно под арт-объектом понимается пространственное тело, какой-либо архитектурный образ, художественное решение того или иного объекта.

В данной работе были изучены городские арт-объекты, в которых отражены мифы и легенды местного населения. Исследована социокультурная роль таких арт-объектов.

Существует два вида арт-объектов:

1. Уже готовое изделие, которому предается некий смысл и, возможно, дополняется какими-либо деталями.

2. Объект, созданный «с нуля», то есть автор сам воспроизводит свою задумку. Это может быть любой полет фантазии художника.

Главная цель арт-объектов – это привлекать внимание окружающих, однако, они должны сочетаться с окружающей средой, особенно, если его создают для определённого городского или ландшафтного пространства.

Кроме этого, арт-объект должен содержать в себе общую идею/концепцию, отражая её в искажённом или минимизированном виде, либо уменьшая/увеличивая, утрируя существующий масштаб оригинала. Эту тенденцию можно проследить в разнообразии объектов арт-парка «Никола-Ленивец», расположенный в России, где объекты вписываются в окружающую среду или изменяют её под себя.

Для поиска идеи/концепции арт-объекта для городской среды автор может обратиться к истории, мифам или легендам данной местности. Возможно, именно на этом месте произошло какое-то историческое событие, отразившееся на городе в целом. Возможно, место связано с древними поселениями и верованиями. Местным жителям арт-объект будет напоминанием о каких-либо событиях, для гостей же он сможет стать неким музеем, рассказывающим интересную историю.

Арт-объект является одновременно элементом предметно-пространственной и социокультурной среды. Социокультурная роль заключается в сохранении исторической памяти, пробуждая гордость за прошлое своего народа, подчеркивая природные особенности региона.

СУПРЕМАТИЗМ В АРХИТЕКТОНАХ КАЗИМИРА МАЛЕВИЧА И ПРОУНАХ ЭЛЬ ЛИСИЦКОГО

Салмина Д.А., гр. ДСА-119

Научный руководитель: доц. Дембич Н.Д.

Кафедра Дизайна среды

XX век начался с ожидания перемен: привычные повозки заменяют экипажи, а свечи – лампочки Томаса Эдисона. Человек предчувствует будущие перемены, и это отражается в искусстве. На смену классическим стилям приходит авангард, включающий в себя абстракционизм, конструктивизм и супрематизм.

Цель исследования заключается в изучении архитекторов Казимира Малевича и проунов Эль Лисицкого как способов перехода супрематизма из живописи в архитектуру.

Основными чертами супрематизма являются комбинации простейших цветов, доминирование цвета над изобразительным смыслом, использование простейших геометрических фигур.

Малевич предпринял попытки вывести супрематизм в объемное пространство на примере архитекторов – абстрактных фигур, которые имели пространственную устойчивость и были централизованы по вертикали или горизонтали. Малевич рассматривал возможность создания супрематического ордера, основой которого стали простые геометрические формы, незамутненные плоскости, сдвиги объемов и их небывалые сочетания в пространстве. Нарботки объемного супрематизма Малевича помогли архитекторам по-новому оценить простые геометрические формы, лишённые декора.

Но не только Казимир Малевич пытался перенести супрематизм в архитектуру. Изначально Лисицкий был увлечен концепцией супрематизма, но скоро его стало больше интересовать не идейное наполнение, а практическое применение супрематистских идей. Так появились проуны Лисицкого – новая художественная система, которая соединила идею геометрической плоскости с объемом.

И хотя архитекторы Малевича были признаны неподходящими для строительства, их черты можно увидеть в главном здании МГУ (1953 год) и в облике современных небоскребов. Творчество Казимира Малевича и Эль Лисицкого, несомненно, повлияло не только на современников художников в 30-х годах XX века, но и развитие архитектуры нашего времени. Ведь до сих пор прогуливаясь по Москве, можно найти отголоски архитекторов Малевича и проунов Лисицкого.

ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДМЕТНО-ПРОСТРАНСТВЕННОЙ СРЕДЫ ДЛЯ КОРМОВОЙ БАЗЫ ГАУ «МОСКОВСКИЙ ЗООПАРК»

Марченко А.А., гр. МАГ-Д-818
Научный руководитель: доц. Дембич Н.Д.
Кафедра Дизайна среды

В настоящее время на территории РФ только начинает формироваться практика кормовых производственных комплексов. На данный момент Московскому зоопарку приходится закупать продукцию для своих нужд, а не производить ее самостоятельно. В целях решения этой проблемы впервые создается самостоятельная база производственного кормового комплекса Московского зоопарка. Под его развитие выделяется территория, в поселке Торфяной, Лотошинском районе Московской области России.

Основной целью данной работы является исследования зарубежных аналогов пространственной среды с целью создания производственного кормового комплекса для Московского зоопарка. Кроме того, приоритетными задачами являются сбор материала по теме, изучение материала, анализ аналогов, систематизация, разработка концепции. Разработка проекта по организации предметно-пространственной среды кормового производственного комплекса. Предметом данного исследования является организация функционально-технологической, планировочной структуры и предметно-пространственной среды комплексов.

Первоочередными задачами являются разработка типологической и стилистической основы для формирования среды кормового производственного комплекса, а также применение инновационных средств и технологий, новейших методов и материалов и т.д. Приоритетной целью является разработка проекта по организации предметно-пространственной среды кормового производственного комплекса, рассчитанного под реальное внедрение на территории поселка Торфяной, Лотошинском районе Московской области России.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ФОРМИРОВАНИИ АРТ-ОБЪЕКТОВ КАК ЗНАКОВ МЕСТА

Мирошниченко Е.С., гр. ВМАГ-Д-318
Научный руководитель: доц. Дембич Н.Д.
Кафедра Дизайна среды

На сегодняшний день становится все более популярным подходить к формированию арт-объектов современного искусства не только как к абстрактным, красивым и чистым формам, но и привносить в нее смысл.

Одним из таких решений, может быть, использование в арт-объектах изображений, таких как рисунок местности с птичьего полета, генеральных планов застройки, транспортных схем городов, и т.д.

Формирование подобных арт-объектов превращается в процесс проектирования. На всех стадиях создания требуется детальный анализ различных факторов, влияющих на формирование образа объекта. Предпроектные исследования такого рода проектов направлены на создание новых принципов и приемов формообразования в дизайне среды, и зачастую требуют конвергентного знания, а также глубокого изучения еще нереализованных, а только закладываемых к реализации объектов архитектурного и даже градостроительного уровней.

Для изучения поставленных задач были рассмотрены существующие объекты с данным конгломератом необычных инновационных средств. Таким примером может служить арт-объект, расположенный на набережной Роны в центре Лиона, спроектированный Виктором Оганером: застывшая в ажурной бронзе на поверхности набережной реки карта-схема бассейна водосбора всех рек региона с притоками, олицетворяет «портрет» местности, характерный именно для этой территории, а также делает акцент на значении речной сети для жизнедеятельности всех самых важных сфер жизни населения – от производства до отдыха.

Искусство должно быть доступно человеку и организовывать его искусственную среду, а, следовательно, само искусство должно проникать в среду человека и выделяться в новую часть искусства – информационно-насыщенную, понятную, познавательную и доступную.

В преодолении прежних представлений об эстетическом наполнении пешеходных и функциональных зон городского пространства заключается новый вектор развития, где уделяется внимание компонентам с новым художественным смыслом, приоритеты отдаются фрагментам пешеходных зон городской среды, выступающим своего рода визитными карточками города в виде арт-объектов.

АРТ-ОБЪЕКТЫ С ПРИМЕНЕНИЕМ ВИТРАЖА

Журавкова Н.А., гр. ВМАГ-Д-318

Научные руководители: доц. Зырина М.А., доц. Дембич Н.Д.

Кафедра Дизайна среды

Термин «арт-объект» не имеет точного определения в научной литературе. В настоящее время данный термин заменяет такие понятия, как «произведение современного искусства», «современная скульптура» и др. Арт-объекты находят применение не только в оформлении интерьеров, но и в городской среде, в архитектурных композициях. Сегодня в арт-объектах можно заметить вставки из цветного стекла (витраж).

Художественный витраж – это особый вид монументально-декоративного искусства. Витраж интересен сам по себе, но в сочетании с другими видами изобразительных искусств, особенно с архитектурой он становится еще более выразительным. В последнее время дизайнеры в своей работе все чаще применяют витражные элементы. Декоративные свойства стекла открывают широчайший спектр возможностей.

Произведением современного искусства с применением цветного стекла может послужить арт-объект под названием «Время жить в России». Он представляет собой сферическую конструкцию высотой три метра, выполненную в витражном стиле. Во внутреннем пространстве сферы представлены изображения символов России: Московский Кремль, Храм Христа Спасителя, Петергоф, Исаакиевский собор, главное здание МГУ имени Ломоносова, город Севастополь, гора Эльбрус и другие объекты. Вес конструкции составляет около 400 килограммов. Он был установлен в Парке Победы на Поклонной горе в день России 12 июня 2016 года. Смысловым центром арт-объекта, разработанного компанией «Галс-Девелопмент», является хештег #ВРЕМЯЖИТЬВРОССИИ. На данный момент этот арт-объект можно видеть только на просторах интернета.

Еще одним примером может послужить творчество Луизы Дарем. Луиза Дарем создаёт витражные скульптуры из дерева и цветного стекла прямо на пляже Шорехам, между морем и рекой. Её творения находятся в домах, больших и маленьких садах, где солнечный луч может проникнуть сквозь цветное стекло и выдать невероятные краски. Эти скульптуры могут выдерживать разные погодные условия.

Арт-объект с применением витража вносит изюминку в дизайн среды. Он является не главным, но и не второстепенным элементом экстерьерно-интерьерной среды. Он помогает передать стиль, образ, общую концепцию, заложенную в проекте, воплотить в жизнь задуманное дизайнером.

ГРАФИЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ПРИРОДНОЙ СРЕДЫ В ИЛЛЮСТРАЦИЯХ ОБРИ БЁРДСЛЕЯ

Теплова А.А., гр. ДС-119

Научный руководитель: доц. Дембич Н.Д.

Кафедра Дизайна среды

Обри Бёрдслей (1872-1898 гг.) – британский иллюстратор, художник-график, один из ярчайших представителей эпохи эстетизма и модерна конца 19 века. Свою популярность Бёрдслей приобретает в сравнительно раннем возрасте и не теряет её до сих пор. Интерес вызывают искусно проработанные гравюры-иллюстрации.

Целью исследования является выявление принципов изображения природной среды на гравюрах английского художника Обри Бёрдслея.

Раннему творчеству иллюстратора свойственны детальные графические работы: в них художник помимо черного и белого цветов применяет серые полутона: они придают гравюре больший реализм. Такая техника практикуется в гравюре «Аббат» (1895 г.) и в иллюстрациях к рыцарским сказаниям «Смерть Артура» (1893 г.). В данных гравюрах природная среда разнообразна: присутствуют проработанные растения, цветы, перспектива и многоплановость. Среда не контрастирует с персонажами, она сливается с ними.

После художник интересуется японской графикой: из-за этого увлечения гравюры становятся более обобщенными. Например, в иллюстрациях к «Саломее» О. Уайльда среда представлена в абстрактном виде: создается впечатление, что герои не привязаны к пространству, они буквально парят в воздухе.

В журнальной графике художник вновь возвращается к проработке дальнего плана: мы снова наблюдаем разнообразие растений и цветов, а также взаимодействие среды с главными героями.

В работах английского художника Одри Бёрдслея природная среда изображается полярно: на некоторых иллюстрациях среда проработана, используются полутона, наблюдается разнообразие растительно-цветочных орнаментов. В других – наоборот, изображение среды сводится к минимуму: градации серых полутонов отсутствуют, многоплановость и перспектива абстрактны. Однако стоит отметить, что на протяжении всего творческого пути художник не умалял значение среды: она всегда расставляла акцент в работе и взаимодействовала с персонажами

ПРЕДМЕТНО-ПРОСТРАНСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ИСТОРИЧЕСКИХ УСАДЕБ В УСЛОВИЯХ РЕКОНСТРУКЦИИ

Крохмаль А.С.

Научный руководитель: доц. Дембич Н.Д.

Кафедра Дизайна среды

Русская усадьба является одним из значимых элементов русской культуры. На сегодняшний день большое внимание уделяется ей как крупнейшей историко-культурной ценности, выраженной в предметах материальной культуры: архитектурных усадебных ансамблях, коллекциях предметов искусства, духовных ценностях дворянской, купеческой и прочих культур.

Сегодня в России большинство усадебных комплексов находится в аварийном или руинированном состоянии. Основные стратегии их сохранения predeterminedены государством. Но развитие данной отрасли приостанавливается отсутствием точного количества памятников усадебной культуры и статистических данных о них. Главной проблемой

восстановления усадебного наследия является выделение недостаточного количества денежных ресурсов.

На современном этапе развития усадьбы считаются частью культуры, формирующей национальную идентичность. История их изучения насчитывает 200 лет и носит не только описательный характер, но и теоретические и методологические аспекты.

В отечественной науке одной из основных тенденций является рассмотрение русской усадьбы как комплексного феномена. Его изучение затрагивает множество аспектов. Особое внимание уделяется актуализации усадебного наследия регионов. К сожалению, на сегодняшний день исследования, обобщающие опыт возрождения, сохранения и актуализации усадебных комплексов регионов, практически отсутствуют.

Крупнейшей концепцией теоретической части исследования считается «русская усадьба – модель мира», в которой усадьба раскрывается как микромодель Российской Империи с ее культурным и социально-экономическим взаимодействиями.

Таким образом, анализ существующих современных стратегий, направленных на актуализацию усадебного наследия, показал, что данная проблема решается на государственном и общественном уровнях. На это указывает культурная политика государства, основное внимание которой уделяется сохранению культурного наследия и развитию внутреннего и въездного туризма; а также деятельность общественных организаций, развернувших активную работу как на профессиональном уровне, так и популяризирующих свою деятельности в сети Интернет.

ПРИМЕНЕНИЕ ЖИВЫХ РАСТЕНИЙ В ЭКСПОДИЗАЙНЕ

Коженбаева К.В., гр. ДС-116

Научный руководитель: ст. преп. Полейко. К.В.

Кафедра Дизайна среды

Применение живой флоры в современных выставочных пространствах является одной из самых используемых решений в экспозиционном дизайне. Дизайнеры, занимающиеся созданием запоминающегося и эстетического образа для предметно-пространственной экспозиционной среды, чаще всего используют именно этот прием.

Живые растения – это способ, метод выражения и создания настроения, располагающей, приятной атмосферы, симпатии к месту. Их применение в выставочной среде прививает вкус к красоте и любви к природе. В экспозиционном дизайне растения чаще всего применяются в музейно-выставочных пространствах, в проектах, где важен посыл, идея, где создание образа будет демонстрировать совокупность присутствующих

элементов. Образ растений чаще всего поддерживается атмосферой: светом, цветом, музыкой, или самим пространством.

Эксподизайн не обязательно должен являться дорогостоящим проектом. Материалы и идеи можно найти в окружающей среде. Рассмотрев экспозиционные пространства с живыми растениями, следует отметить, что важную роль здесь играет продуманный индивидуальный подход, идея. Так как живые растения могут стать как преградой, так и источником вдохновения в формировании экспозиционной среды.

В заключении темы, хотелось бы отметить, что разнообразное применение растений в выставочной среде – это всегда интересно. Растения могут выступать, как и главной идеей инсталляции, так и второстепенной, быть связывающим или поддерживающим элементом. Тут важно понимать какой посыл несет задумка дизайнера. При этом необходимо также учитывать не только творческие порывы, но и финансовые, а также естественные, природные и временные возможности, практическое применение живых растений в эксподизайне.

РАЗВИТИЕ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ И ИСТОРИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ГОРОДА

Любимцева И.В., гр. МАГ-Д-318

Научный руководитель: доц. Зырина М.А.

Кафедра Дизайна среды

В настоящий момент непрерывное развитие городской среды стало неотъемлемой частью современности. Этот процесс происходит как в крупных, так и в малых городах, в том числе в России. Создание общественных пространств и развитие туризма помогает сделать городскую жизнь более интересной, а также может способствовать появлению новых рабочих мест и привлечению финансов. Историческое прошлое часто имеет немаловажное значение не только при проектировании новых зон, но и для создания цельного, индивидуального образа города.

Яркий пример – город Калининград, а также Калининградская область. По сути, эта территория – «лоскуток» России в окружении зарубежных стран. Такое исключительное положение, а также то обстоятельство, что

Цель работы – понять, как историческое прошлое влияет на культуру современного города. Задачи исследования: рассмотреть основные достопримечательности города, связанные с историей, а также выявить их особенности и то, какое влияние они оказывают на городскую жизнь.

Одна из главных достопримечательностей города – остров Канта, расположенный между двумя рукавами реки Преголя. В центре острова находится Кафедральный собор – историческое здание, разрушенное и

восстановленное в наши дни, внутри него построен орган – самый большой в России. Здесь проходит фестиваль органной музыки.

На острове также расположена могила Канта, благодаря чему он и получил своё название. Неподалёку построен комплекс «Рыбная деревня»: здания, внешне выдержанные в традиционном стиле, но возведённые относительно недавно (2006 год – начало строительства). Здесь расположились небольшие сувенирные магазины и кафе, а также искусственный маяк, с вершины которого открывается прекрасный вид на реку.

В целом, можно сказать, что город Калининград и Калининградская область обладают большим потенциалом для развития туризма и комфортны для местных жителей. На данном примере можно проследить, как прошлое города влияет на его настоящее и, возможно, будущее.

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ОРГАНИЗАЦИОННО-ФУНКЦИОНАЛЬНУЮ СТРУКТУРУ УЧРЕЖДЕНИЙ ДЛЯ ДЕТЕЙ-ИНВАЛИДОВ

Береснева Д.Н., гр. МАГ-Д-319
Научный руководитель: доц. Зырина М.А.
Кафедра Дизайна среды

Здания учреждений для детей-инвалидов находятся в постоянной зависимости от изменяющихся с течением времени требований общества и государства к лечению, обучению и воспитанию детей. Выявление факторов, влияющих на изменение данных требований, является актуальной задачей для дальнейшего проектирования.

Внешние факторы (социокультурный, общественно-правовой, социально-экономический) представляют собой средовую оболочку, в условиях которой формируются требования в направлении актуализации учебных и восстановительных процессов детей с ограниченными возможностями.

Социокультурный фактор определяет прогрессивное или регрессивное развитие учреждений, через процессы интеграции (включение в общество) и сегрегации (изъятие из общества) детей-инвалидов.

Общественно-правовой фактор заключается во влиянии внутригосударственных и общемировых правовых процессов на формирование инструментов развития и совершенствования среды для детей.

Социально-экономический фактор определяет социальную значимость и технико-экономическую эффективность современного строительства инклюзивных учреждений.

Внутренние факторы – медицинский и педагогический – определяют изменение требований к структуре зданий, а также к качественному насыщению архитектурных пространств.

Изучение медицинского фактора позволило определить основные характеристики особых детей, влияющих на формирование архитектурных пространств зданий и внешней среды, и адаптационные процессы, влияющие на организационно-функциональную структуру зданий.

Изучение педагогического фактора предполагает выявление двух типов пространств архитектурной среды (организованное и неорганизованное), формирование которых связано с пространственно-временными представлениями особого ребенка. Определены две стадии (компенсирующая и коррекционная) построения инклюзивного воспитания и обучения особого ребенка, включающие информацию о характеристиках групп (специальные и смешанные) и их наполняемости, согласно тем или иным нарушениям функций организма.

МИРОВОЙ ОПЫТ В ИСПОЛЬЗОВАНИИ РЕВИТАЛИЗАЦИИ ЗАБРОШЕННЫХ ТЕРРИТОРИЙ

Курбанмурадова А.Ч., гр. МАГ-Д-319

Научные руководители: доц. Зырина М.А., ст. преп. Круталевич С.Ю.

Кафедра Дизайна среды

Заброшенные территории – деструктивный ресурс городской ткани, приводящий к изменениям в архитектурно-планировочной структуре и нарушению функционирования слаженного механизма города.

Эффективным способом решения этой проблемы является ревитализация – комплексный процесс реорганизации, оживления городской среды и составляющих ее элементов: транспортного каркаса и городской застройки. Цель исследования – изучить градостроительные практики ревитализации заброшенных городских территорий. Обзор таких практик позволил выявить различные подходы. Они отличаются в разных странах и зависят от уровня социальной активности на этих территориях, влияния процесса деиндустриализации на общественно-экономическую ситуацию и степени отношения общества к сохранению архитектурных памятников.

В России находит решение подход top-down («сверху вниз»), предполагающий снос неиспользуемых объектов и строительство новых квадратных метров жилья с благоустройством прилегающей территории в едином стилевом решении. Такого рода ревитализацию или редевелопмент использовали при создании жилых кварталов «Символ» и «Зиларт» на месте бывших заводов «Серп и молот» и «ЗИЛ».

В практике США применяется подход bottom-up («снизу»). В фокусе внимания подхода – инициативы по временному использованию зданий и обустройству общественных пространств, например в городе Детройт.

Не исключен вариант ревитализации заброшенной зоны, при котором территория экологизируется, как в случае с парком Суперкилен в Дании. После демонтажа железнодорожных путей на их месте создали проект, в котором сочетается смесь архитектуры, ландшафтного дизайна и коллекции предметов уличной мебели.

Проведенный анализ позволит разработать рекомендации проектировщикам, которые можно использовать при выборе подходов к ревитализации заброшенных городских пространств.

ДИЗАЙНЕРСКИЕ СЦЕНАРИИ КОНВЕРСИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПРОСТРАНСТВА ГОРОДА

Чудин Э.А., гр. МАГ-Д-319

Научный руководитель: проф. Волкодаева И.Б.

Кафедра Дизайна среды

Превалирующее большинство проектных дизайнерских решений в формировании общественного городского пространства имеют весьма достаточный объём накопленного опыта. Весомая доля коснулась технических средств реализации проектов, инновационных толкований именитых представителей теории и практики развития городской агломерации, архитектуры, дизайна. В ходе развития и организации городских территорий все чаще появляются оригинальные решения и проектные концепции с последующей реализацией внесистемных подходов и принципов их формирования, что свидетельствует об актуальности направления.

В городской системе развитию сценария конверсии подчинены практически все средовые объекты. С точки зрения адаптивности многие из них отсекаются в процессе поиска приспособления под конкретные запросы общества. Иначе обстоит вопрос в подходе создания комплекса компонентов в проектировании дизайнерской среды. Общественное пространство как непрерывная экологичная среда нуждается в систематизации многих исследовательских направлений: способность к интеграции, стимуляции социальности, видоизменению в необходимую реорганизацию. В данном исследовании выделены следующие виды действий по реализации сценария конверсии: консервация, реставрация, регенерация, приспособление, реконструкция, строительство. Нежелательным является искажение исторического или стилистического образа в контексте ранее сформированной среды города.

Дальнейшими предпосылками в организации дизайнерской среды могут служить рекомендации, в том числе:

изучение историко-стилистической концепции городского пространства;

разработка креативных дизайнерских предложений;

разработка привлекательных концепций для привлечения инвесторов.

Подобным образом создаётся последовательность действий с целью обеспечения аутентичности средовых объектов городского пространства с последующей конверсией преобразования без утраты его ценностных характеристик.

ТЕНДЕНЦИИ БЛАГОУСТРОЙСТВА НАБЕРЕЖНЫХ В ГОРОДСКОЙ СРЕДЕ

Сафонов А.С., гр. МАГ-Д-319

Научные руководители: проф. Волкодаева И.Б., Мартемьянова Е.А.

Набережная – это открытое общественное пространство, комплексный линейный объект городской инфраструктуры. С одной стороны ее ограничивают ряды зданий и сооружений, заборы, откосы, озелененные и промышленные территории, с другой – береговая линия. Для набережных характерны следующие проблемы: неразвитая пешеходная инфраструктура; отсутствием дорожно-тропиночной сети; отсутствие организованных подходов или спусков к воде; затрудненный доступ к набережным из-за редких пешеходных переходов или неорганизованных подходов; однообразие рекреационных и досуговых возможностей; низкий уровень комфорта зон отдыха у воды, который выражается в нехватке мест для кратковременного отдыха и укрытий от непогоды.

Для разработки успешного проекта комплексного благоустройства набережной необходимо:

1. Развить дорожно-тропиночную сеть вдоль набережных и ограничить автомобильное движение. Инфраструктура должна обеспечивать безопасные пешеходные и велосипедные дорожки и минимизировать их пересечения с автомобильным движением.

2. Создать контакт с водой и обеспечить различной сезонной и постоянной рекреационной инфраструктурой.

3. Обеспечить беспрепятственный доступ к набережной для всех групп пользователей, минимизировать барьеры на пути и создавать новые связи с окружающей территорией.

4. Создать инфраструктуру, которой можно пользоваться в течение всего дня в любое время года: территория должна быть оборудована для спортивных, культурных, образовательных мероприятий. Важно предусмотреть пространство для точек торговли и общественного питания.

5. Обеспечить микроклиматический комфорт на набережных – установить защиту от ветра, осадков, прямых солнечных лучей.

6. Установить элементы хозяйственной инфраструктуры: общественные туалеты и мусоросборники в центральных зонах, урны – у мест отдыха, на основных транзитных территориях и рекреационных объектах.

ЦИКЛИЧНОСТЬ: СОВРЕМЕННОЕ ПРОЧТЕНИЕ СТИЛЯ В ДИЗАЙНЕ ОБЪЕКТОВ СРЕДЫ

Погосова Е.Г., гр.ДС-118

Научный руководитель: ст. преп. Домовцева Н.В.

Кафедра Дизайна среды

Что толкает нас в новых концепциях на «переиздание» полувековой давности, свершенной и оставившей след истории?

Цикличность (от греч. *cyklos* – круг) – бесконечность, повторяемость, закономерность, периодичность какого-либо явления. В дизайне – это повторяемость характерных концепций времени истории. Стиль (от греч. *stylos* – стержень) – единство выразительных форм и приемов.

Характер модных объектов современных стилистических форм в дизайне объектов среды, это логичное продолжение предшествующих этапов развития, напрямую зависящий от цикличности процесса. Процесса, продолжающего диктовать некие условия стилю архитектуры и внутреннему пространству в современном мире дизайна. Это распространяется на все сферы деятельности средового дизайна, в том числе текстиль и мебель.

Следуя принципу цикличности сегодня виток развития дизайна попал на стиль элегантности и функциональности – ар-деко, благодаря своей графичности и многочисленным вариациям, чистым линиям, стилизованным мотивам, строгой эстетике новых материалов. В свое время стиль стал чрезвычайно популярным, так как вобрал в себя элементы изобразительного искусства классической античности, Египта и культуры ацтеков. Художники, мастера по металлу, дереву и тканям создали уникальный мир, в котором геометрические узоры превратились в живые формы, используя язык изображений, метафор и символов.

Цель исследования: изучить и понять взаимосвязь ценностей, их достоинства и особенность художественного наследия стиля ар-деко сегодня. Основные задачи исследования: проанализировать историческую тенденцию цикличности направления; произвести анализ стиля; выявить набор средств и приемов (расшифровка форм, их характерные черты); «адаптировать» к нынешней реальности.

Таким образом, развития без предварительных знаний не существует. Процесс исследования достоинств, преобладания или «однообразия», формируемых элементов стиля, характер и его отличий от предыдущего, является стимулом для творчества, создания целесообразных современных проектов, образно-стилевых соответствий, композиционных и концептуальных решений в дизайне объектов среды данного цикла исторического развития.

ОСВЕЩЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПОМЕЩЕНИЙ

Крецу А.В., гр. ДС-116

Научный руководитель: ст. преп. Стрельцов А.В.

Кафедра Дизайна среды

Эффективность труда напрямую зависит от освещения. При использовании неправильного освещения качество труда и его производительность заметно понижаются. Чтобы производительность оставалась на высоком уровне необходимо создать оптимальные условия на предприятии и тщательно подойти к разработке освещения. Цель представленного исследования – выбор светильников и их систем для производственных помещений.

Основные требования освещенности производственных помещений представлены в СНиП 23-05-95 «Естественное и искусственное освещение». В это документа размещены требования для предприятий с разным видом деятельности. Освещённость рабочего пространства зависит от точности работы. Для получения естественного освещения, вызванного натуральным источником – солнечным светом, используют окна в фасадах здания, а также прозрачные конструкции кровли. При дефиците естественного освещения прибегают к использованию искусственных источников света.

Разделяют четыре вида искусственного освещения в промышленных помещениях: рабочее, аварийное, охранное, дежурное. Рабочее освещение обеспечивает освещенность во всех служебных и производственных помещениях. Аварийное освещение необходимо для быстрого нахождения путей эвакуации в чрезвычайных ситуациях. Охранное освещение обозначает границы территории в ночное время. Дежурное освещение – это минимальное освещение охраны в нерабочее темное время суток.

Существует три метода расчета параметров осветительной системы помещения: точечный метод, метод удельной мощности, метод коэффициента использования светового потока.

Искусственное освещение может обеспечиваться: лампами накаливания, галогенными лампами, газоразрядными и люминесцентными лампами, а также светодиодными лампами. Сегодня светодиодное освещение считается наиболее энергосберегающим и эффективным. От того

насколько правильно и качественно будет разработано освещение на промышленном предприятии напрямую зависит производительность работников предприятия. Именно поэтому необходимо руководствоваться знаниями санитарных норм и правил для конкретных производственных предприятий, а также серьезно подойти к выбору светильников, опираясь на особенности их характеристик.

ЦВЕТ В ПРОМЫШЛЕННОМ ИНТЕРЬЕРЕ

Мордвинова А.Д., гр. ДС1-16

Научный руководитель: ст. преподаватель Стрельцов А.В.

Кафедра Дизайна среды

Сегодня промышленный интерьер уходит от старых тенденций оформления пространства. На смену тёмных, часто весьма мрачных отделочных материалов приходят разнообразные цветовые решения, способствующие благоприятно влиять на работников. Использование светлых отделочных материалов, а также применение правильных цветовых сочетаний положительно влияют на физиологическое и психологическое состояние человека, тем самым увеличивая его производительность труда.

При разработке цветового решения промышленного интерьера основной задачей является подбор таких цветовых сочетаний, которые смогли бы облегчить функцию глаз. Задачей цветового оформления промышленного пространства является создание не только комфортной, но и безопасной среды для работников.

При разработке цветового решения рабочего места целью является акцентирование внимания на деталях и инструментах, но при этом важно снизить утомляемость глаз работающего. Это напрямую зависит от деталей, с которыми работают на конкретном предприятии. Если детали имеют ахроматические цвета, то поверхность рабочего пространства должна быть хроматической (сегодня наибольшее применение получил светло-зелёный цвет). И соответственно наоборот, если детали имеют хроматическую окраску, то рабочая поверхность обязательно должна быть ахроматической. Необходимо руководствоваться принципом контраста, но он не должен быть слишком сильным. Транспорт на промышленных предприятиях, находясь в движении, представляет определённую опасность, именно поэтому он должен выделяться. В качестве окраски транспортных средств используются яркие цвета или резкие цветовые сочетания (например, черно-желтые полосы). При этом транспортное средство может окрашиваться или полностью, или лишь отдельные его элементы.

Компенсировать цвета, в которые выкрашивают элементы архитектуры, также очень важны при разработке цветового решения пространства промышленного объекта. Это необходимо для выравнивания

возбуждения сетчатки глаза, что позволяет привести его работоспособность в норму.

В результате исследования были сформулированы основные принципы разработки цветового решения пространства промышленных предприятий.

СРАВНИТЕЛЬНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ АРХИТЕКТУРНОЙ КЕРАМИКИ

Морозова Д.А., гр. ВМАГ-Д-318

Научный руководитель: доц. Дрынкина И.П.

Кафедра Дизайна среды

На сегодняшний день достаточно актуальна тема с использованием различных отделочных материалов для вновь возводимых зданий. Уходя от стилистики хрущевских серых фасадов, создается современный строгий стиль, но, к сожалению, зачастую не преисполненный художественным мотивом.

Керамические изделия всегда были востребованы в любом хозяйстве благодаря своей доступности и неопровержимо прочным и износостойким качествам. Горная порода всего лишь под воздействием влаги и последующего обжига становилась прочным и надежным материалом, который даже спустя тысячи лет археологи находят на раскопках в более-менее приличном состоянии.

Углубляясь в строительную сферу, керамику можно классифицировать по производственно-отраслевому признаку:

архитектурно-строительная – это материалы, служащие для облицовки стен и полов как интерьера, так и экстерьера (кирпич, камень, плитка клинкер), кровельные (черепица);

архитектурно-художественная – это элементы керамических изделий, носящие исключительно декоративный характер (панно, вставки, рельефы, садово-парковая керамика).

Художественная архитектурная керамика является особой областью керамического производства, выделяющаяся от примитивных отделочных материалов тем, что к ней относится много декоративных элементов с использованием рельефов и росписи. В 60-х годах уже была тенденция ухода от простого функционализма к станковым формам, в которой принимали участие известные художники и архитекторы: П. Пикассо, Ф. Леже, А. Фужером, А. Гауди и другие.

По итогу было выявлено, что архитектурная керамика применима во многих аспектах строительства и соответствует ныне актуальным экологическим критериям.

ЖИВЫЕ РАСТЕНИЯ В ОБЩЕСТВЕННЫХ ИНТЕРЬЕРАХ

Мошиашвили В.И., гр. ДС-118

Научный руководитель: доц. Дрынкина И.П.

Кафедра Дизайна среды

Здоровье человека во многом зависит от качества воздуха. Растения же в свою очередь не только очищают его, но и влияют на эмоциональное состояние человека. Они помогают снизить стресс и усталость, а также повысить продуктивность.

Затрагивая тему общественных интерьеров, стоит выделить офисные помещения. Зачастую рабочие места расположены довольно плотно, что становится причиной снижения уровня кислорода в воздухе и, следовательно, падения уровня работоспособности. Эту и другие проблемы способно решить озеленение пространства.

В помещении растения выполняют следующую миссию: поглощают углекислый газ и вырабатывают кислород; притягивают пыль и вредные вещества, то есть работают как фильтры; помогают сохранить влажность воздуха; зонировать пространство; снимают стресс и выполняют декоративную функцию.

Наиболее подходящими растениями для офиса будут Монстера, Замиокулькас, Фиалки, Спатифиллум, Хлорофитум, Диффенбахия, Сизигиум, Фикус, Сансевиерия.

Отдельно стоит выделить те растения, которые можно располагать в кафе. В подобном помещении лучше отдать предпочтение комнатной пальме, Аглаонеме, Бегониям, Замиокулькасу и Бонсаю. Подбирая же растения для ресторана, не стоит ориентироваться на предложения для кафе. Выбранные цветы должны соответствовать концепции заведения, подчеркивать его имидж и стиль. Для этих целей отлично подойдет Диффенбахия, Монстера, Спатифиллум, Антуриум и Сингониум. С целью украшения ресторана можно использовать одно растение или создать зеленый оазис путем комбинации различных представителей флоры.

Следовательно, растения – это важный инструмент для достижения гармонии в интерьере, который позволяет подчеркивать функциональное назначение зон и изменять внутреннюю структуру пространства. Однако главным преимуществом живых растений является микроклимат, который они создают.

СОВРЕМЕННОЕ ОСВЕЩЕНИЕ ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ ЗОН В ЖИЛОМ ИНТЕРЬЕРЕ

Земляная М.В., гр. ДС-118

Научный руководитель: доц. Дрынкина И.П.

Кафедра Дизайна среды

Изучая основные правила освещения жилых пространств можно выделить три функциональных группы освещения: общее освещение, декоративное освещение, специальное освещение.

Существует взаимосвязь между организацией жилого пространства и его освещением. Эмоциональная взаимосвязь и взаимосвязь дизайна светового прибора и интерьера. Поэтому планируя пространство необходимо задумываться не только о функциональности помещения, но и о влиянии освещения на его восприятие людьми.

Популярные новинки в интерьерном освещении – это медные абажуры с блестящей или матовой поверхностью как у современных, так и у классических светильников; тенденция комбинации цветов в арматуре; контрастные провода. Ещё одна популярная тема – напольная лампа, светильники с силиконовыми абажурами. Стоит отметить и светильники в стиле лофт. Кроме того, в моде светильники, которые создают на стене или потолке некий узор. Еще один современный тренд – маленькие люстры вместо бра в спальне по бокам кровати. Светильники, которые мы называем арт-объектами. В них сочетаются функциональность и декор.

В связи с совершенствованием светодиодов и их доступностью у покупателей появилась возможность приобрести комплект необходимых элементов и самостоятельно собрать систему освещения.

Можно выделить следующие типы источников света:

1. Лампа накаливания – это простой, доступный по цене источник.
2. Галогенная лампа накаливания. Достоинства: небольшая стоимость, более длительный срок службы, по сравнению с обычной лампой накаливания.
3. Компактная люминесцентная лампа (энергосберегающая). Достоинства: срок службы до 12 раз больше, а энергосбережение в 5 раз, чем у лампы накаливания.
4. Светодиодная лампа. Её достоинства: длительный заявленный срок службы (до 50000 ч) и отличные показатели по энергосбережению.

СВЕТ, ФОРМА, ЦВЕТ, ФАКТУРА В ПРОЕКТИРОВАНИИ ТВОРЧЕСКИХ ШКОЛ

Мончинская А.О., гр. ДС-117

Научный руководитель: доц. Дрынкина И.П.

Кафедра Дизайна среды

В процессе формирования эстетической культуры учащихся важную роль играет грамотное проектирование интерьера, в котором будут творить юные деятели искусства. Дизайнер должен проектировать аудитории, которые не только смогут поддержать, но и развивать творческие способности детей. Основными элементами дизайна и средствами его реализации являются свет, цвет, форма и фактура.

Источник света может быть как естественным, так и искусственным; рекомендуется максимально использовать возможности естественного освещения в дневное время. Когда естественного света не хватает, дизайнеры проектируют искусственные источники света, которые подразделяются на лампы накаливания, люминесцентные, газоразрядные и появившиеся в последнее время светодиоды.

Цвет – важнейший элемент, определяющий настроение интерьера, который оказывает на человека физиологическое и психологическое воздействие. Цветовые гаммы интерьеров строятся на различных комбинациях цветовых тонов, световой плотности и цветовой насыщенности. Основные колористические схемы бывают монохромные, аналогичные, взаимодополняющие и ахроматические. С помощью цвета какие-то элементы помещения или его свойства можно либо усилить, либо ослабить.

Дизайнеры классифицируют формы и контуры по их соотносительности с элементарными геометрическими фигурами – квадратом, прямоугольником, кругом, овалом, треугольником и ромбом. Они стабильны и придают пространству устойчивость. Треугольники и ромбы более динамичны и обладают собственной направленностью. Наконец, криволинейные фигуры, круги и овалы придают интерьеру мягкость, разнообразие и динамику.

Качество поверхности любого объекта является одним из главных элементов в дизайнерском проектировании, поскольку оно воспринимается зрительно и на ощупь. Фактуру используют для создания ощущения разнообразия при единстве цвета. Среди фактур поверхности выделяют шероховатые и гладкие, твердые и мягкие, блестящие и матовые, прозрачные и непрозрачные.

ЖИЛАЯ СРЕДА НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ

Тетова Х.Х., гр. ДС-118

Научный руководитель: доц. Дрынкина И.П.

Кафедра Дизайна среды

Умный дом – это система автоматизации жилых помещений, включающая в себя контроль и управление светом, отоплением, вентиляцией и кондиционированием, безопасностью. Умный дом формируется в личном домашнем хозяйстве в отдельно взятой квартире: кофеварки, системы квартирного микроклимата, умные лампочки и автоматические двери. В России в это понятие обычно включают и мультирум – систему управления мультимедиа устройствами: телевизорами, проекторами, акустическими системами. На Западе разделение терминов «умный дом» и «мультирум» продиктовано рыночными условиями.

В современном мире «умный дом» набирает все большую популярность. Одним из самых известных домов с данной системой является поместье Билла Гейтса. Дом площадью 4500 кв. м., расположенный на берегу о. Вашингтон, полностью компьютеризирован, оснащен безупречной системой домашней автоматизации. Семь лет 310 человек занимались обустройством дома, причем 90 из них были высококлассными специалистами в сфере инновационных технологий, которые и помогли внедрить ультрасовременные системы из мира научной фантастики. Жилище создателя Microsoft включает в себя 12 комнат, 24 санузла, бассейн, кинотеатр, библиотеку, танцевальный зал, галерею. Через центральный компьютер осуществляются все процессы, связанные с электроэнергией, вентиляцией, очисткой и регенерацией воды, открытием или закрытием дверей, окон и т.д. В связи с повышенными требованиями к безопасности хозяина дома, система следит за посетителями с помощью сигналов из врученных им при входе микропередатчиков и осуществляет доступ только к местам, которые соответствуют запрограммированному маршруту.

В современном мире есть немало направлений, в которых человек может развиваться и реализоваться, поэтому все меньше времени остается на рутину и домашние дела, за которые постепенно начинает отвечать компьютер. Главное выбрать правильную сферу жизни, в которую и будет вложен столь драгоценный ресурс – время.

ДИЗАЙН УЧЕБНЫХ КЛАССОВ ДЛЯ АУТИСТОВ В СИСТЕМЕ ИНКЛЮЗИВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Чупырова В.С., гр. ВМАГ-Д-318

Научный руководитель: доц. Дрынкина И.П.

Кафедра Дизайна среды

Процесс инклюзии детей с аутизмом в общеобразовательную систему обучения может быть успешным и способствовать их психологическому и эмоциональному развитию, а также обеспечивать равный доступ к образованию аутистов с учетом разнообразия особых образовательных потребностей и индивидуальных возможностей. Внедрение детей с расстройством аутического спектра в образовательную среду на ранних этапах оказывает значительное влияние на их развитие, повышение уровня речевых и коммуникативных навыков, навыков социализации и интеллектуального уровня.

Одним из способов к адаптации инклюзивного образования является проектирование учебных комнат. Эффективный дизайн класса для учеников с аутизмом включает структуру, предсказуемость и постоянство. Такой дизайн облегчает переход от одной деятельности к другой, что помогает детям стать более независимыми.

Необходимо выделить некоторые функциональные зоны такие как, зону для перерыва или место, где можно успокоиться, зону для самостоятельной работы, для групповой работы в большой или маленькой группе, для работы за компьютером.

Цветовая гамма должна быть нейтральной и не превышать трёх различных цветов. Если слишком яркий или неприятный цвет стен, то его можно нейтрализовать, повесив на стену огнеупорное полотно в важных частях класса. Предпочтительным является приглушенный свет, лучше избегать слишком яркого, флуоресцентного освещения.

Дети с расстройством аутического спектра характеризуются специфическим видом расстройств речи и коммуникации, способностью и мотивацией к сотрудничеству, сенсорным восприятием. Ключевыми факторами в успешной инклюзии аутистов является современный дизайн учебных классов и выбор педагогических методов для их обучения.

МЯГКАЯ МЕБЕЛЬ В СОВРЕМЕННЫХ ИНТЕРЬЕРАХ

Юрова А.В., гр. ДС-118

Научный руководитель: доц. Дрынкина И.П.

Кафедра Дизайна среды

Дизайнеры не выделяют современный стиль в отдельное самостоятельное течение, он объединяет в себе черты минимализма, хай-тек, эклектики, арт-деко, фьюжн. Все эти стилистические направления в оформлении интерьеров, безусловно, имеют целый ряд своих отличительных особенностей, но их сплетает воедино стремление к простоте, легкости, прагматике и лаконичности.

Мягкая мебель в современном стиле призвана создать атмосферу функциональности и комфорта. Прагматичные современные интерьеры – это отличное решение для людей, отрицающих классику, обилие декора и пышные формы. Прямые линии, незатейливая и негабаритная мебель, много света, зеркал, стекла, металлических элементов и хромированных поверхностей – такими словами можно в общих чертах обрисовать современные жилища, которые могут иметь следующие характеристики:

1. Простота и лаконичность форм. «Хороший мастер всегда стремится избавиться от лишнего, наносного в своем искусстве». Так поступают и современные дизайнеры: форма не должна затмевать содержание, ведь все гениальное – просто.

2. Умеренный функционализм. Как отметил итальянский дизайнер и «отец минимализма» Джорджио Сапорити: «В хорошем дизайне функциональность всегда первична, независимо от форм. Но она не должна угнетать эмоции».

Мягкая мебель в современном стиле и ее цветовая палитра может быть разнообразной. В интерьере может легко вживаться мебель из дерева, пластика, стекла и металла, главное – ее конструктивное выполнение, функциональность и рациональное использование площади комнаты.

Отсутствие строгих рамок и канонов. Как сказал однажды Фердинанд Порше, «все началось с того, что я огляделся по сторонам и, не увидев автомобиля своей мечты, решил сконструировать его сам». Каждый дизайнер может выразить собственную идею своими способами, и в этом – главное преимущество современных интерьеров – в относительной, конечно, но – свободе.

Мода меняется, со временем функционализм сменяет обилие декора, однако стабильным остается заинтересованность людей в поиске новых свежих решений, интересных элементов дизайна и именно мягкая мебель может стать акцентом в становлении современного интерьера.

МЕНТАЛЬНЫЙ ИМИДЖ В ДИЗАЙНЕ ИНТЕРЬЕРА И ТАПИССЕРИИ НА БАЗЕ ТАКТИЛЬНЫХ ПРИЕМОВ

Нунех А.Ф., гр. МАГ-Д-818

Научный руководитель: проф. Уваров В.Д.

Кафедра Дизайна среды

Ментальный имидж человека – мировоззрение, принципы, этические установки, религиозные убеждения, социальные стереотипы. Он играет роль во многих когнитивных процессах, а также функциональную роль в обработке информации и приобретении навыков и способностей. Кроме того, он играет важную роль в творческих процессах искусства и дизайна. Интуитивно кажется, что психические процессы будут наиболее эффективными, когда внутренне генерируемые представления во многом напоминают восприятие, сформированное в ходе повседневного опыта. В таких условиях психические процессы могут полностью имитировать обработку информации во время реальных физических взаимодействий. Однако есть признаки того, что не вся сенсорная информация одинаково хорошо представлена в изображениях, что может повлиять на эти процессы. Поэтому мы исследуем роль различных сенсорных модальностей в ментальных образах. Организованное пространство обладает большой силой эмоционального воздействия. Оно может вызвать сложную гамму чувств, варьироваться в бесконечных пределах: от грандиозных, героических до камерных, интимных; от светлых, лучезарных до мерцающих, темных; от стремительных, динамичных до застывших, неподвижных. Большими пластическими возможностями обладает вариант применения таписсерии в виде свободно висящих в пространстве форм. Введение висячих покрытий, опрокинутых текстильных оболочек, имеющих, как правило, отрицательную кривизну, способствует композиционной динамике, воспринимается носителем нового имиджа, новых эмоциональных ценностей.

Развитие текстиля для интерьера обусловлено продолжающимся глобальным изменением предложения и конкуренции. Традиционные производители фактически концентрируют свое развитие на добавлении инновационных форм, функций и полезности. Текстиль и ткань – это не только материалы для одежды, они могут творить чудеса искусства, когда ими пользуются вдохновенные художники и дизайнеры. Для оформления интерьеров, характеризующихся простотой форм и геометрической ясностью членений, рассчитанных на практику индустриального строительства, мы предлагаем объемные текстильные формы, имеющие поверхности постоянной отрицательной кривизны, которые способны, на наш взгляд, создать новую морфологию пространства, новую

семиотическую структуру с символической глубиной смысла, а, следовательно, новый имидж.

МОЗАИКА В СТИЛЕВЫХ НАПРАВЛЕНИЯХ

Чезганова А.В., гр. МАГ-Д-318

Научный руководитель: доц. Дрынкина И.П.

Кафедра Дизайна среды

Мозаика – изображение или узор, выполненные из однородных или различных по материалу частиц (камень, смальта, керамическая плитка и пр.), один из основных видов монументально-декоративного искусства.

Если рассматривать исторические стили в дизайне интерьера, то широкое распространение мозаика получила в Египетском, Античном, Византийском, Марокканском стилях, а также в стилях Ренессанс, Ампири и Модерн.

В Античности значение мозаики было огромно. Ее наличие в доме как элемента убранства было повсеместным, а в зависимости от сложности рисунка определялся достаток и положение владельца. Мозаикой выкладывались стены и полы вилл, дворцов, термы. На панно изображали орнамент, мифологические сюжеты, сцены охоты, исторические композиции, портреты и т.д.

Возможности мозаики в художественном плане наиболее полно раскрыты в Византийском искусстве. Византийская мозаика в первую очередь представляла собой храмовые монументальные полотна, на которых изображались библейские сюжеты и святые. Ею выкладывали стены, потолки, ниши и купола.

В Марокканской архитектуре мозаика используется уже тысячи лет. Выкладываются разные орнаменты из геометрических форм. Изначально, данная мозаика использовалась для декорирования религиозных мест и богатых домов, особенно была популярна в бассейнах, хамамах, саунах и фонтанах.

В период Ренессанса появилась так называемая «флорентийская мозаика». Ею декорировались предметы мебели, стены и полы интерьеров равно как фасады зданий.

Стиль ампири опирался на период Античности и поэтому следовал древнеримским образцам. Мозаичные столешницы и напольная мозаика из мрамора и натурального камня является одной из отличительных черт данного стиля.

В эпоху модерна происходит расцвет прикладного искусства. На смену тяжелым и статичным формам приходят асимметричные и «природные» линии. Чаще всего мозаикой выкладывались стилизованные

растительные орнаменты и цветы. Декорировались фасады и интерьеры зданий, лестницы и пол.

ВЛИЯНИЕ ФОРМЫ И ЦВЕТА ПРЕДМЕТОВ ИНТЕРЬЕРА НА РЕАБИЛИТАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ ДЕТЕЙ С ДЦП

Попова А.И., гр. ДС-117

Научный руководитель: доц. Дрынкина И.П.

Кафедра Дизайна среды

Исследование посвящено выявлению общих приёмов проектирования реабилитационных центров для детей и подростков с ДЦП. Актуальность исследуемой проблемы обусловлена динамикой численности детей, подверженных этому заболеванию. Эта тенденция ведёт к неизбежной необходимости проектирования реабилитационных центров для этих детей, поскольку 100% из них нуждаются в постоянной реабилитации, чтобы быть способными к самостоятельности во взрослой жизни.

При поиске особенностей проектирования реабилитационных центров необходимо главным образом учитывать особенности реабилитации, которые влияют на состояние пациента. У людей с подобным диагнозом возникают трудности ориентации в пространстве. Поэтому в проектировании интерьера нельзя использовать бионические извилистые формы. В таких центрах желательно использовать вертикальные элементы оформления.

Вертикальные элементы способствуют ощущению положения тела в пространстве, а отражающие поверхности позволяют детям наблюдать за своими движениями, что является важным элементом коррекции движения тела.

Основное цветовое оформление должно состоять из сочетания светлых, постельных оттенков. В колористике стен можно использовать зеленые и желтые цвета, так как они не давят на психику и не провоцируют агрессивных реакций. Яркие цвета допускаются в игровых элементах интерьера и фасаде здания.

Чёткое разделение корпусов по цвету позволяет пациентам ориентироваться в пространстве и разделять места по функциональным зонам.

Основной свет в подобных центрах должен быть равномерно рассеянным. В коридорах допускается использование вертикальной подсветки для облегчения ориентирования в пространстве.

Большое количество открытых общих помещений помогает в социальной реабилитации пациентов.

ОРГАНИЗАЦИЯ ЖИЛОГО ПРОСТРАНСТВА С ПРИМЕНЕНИЕМ ТЕХНОЛОГИЙ «УМНЫЙ ДОМ»

Стенина А.А., гр. МАГ-Д-318

Научный руководитель: доц. Дрынкина И.П.

Кафедра Дизайна среды

Концепция «умного дома» кардинально меняет взгляды на принципы организации средового пространства в современной квартире или коттедже. «Умный дом» объединяет в единое целое домашний кинотеатр, цифровую систему видеонаблюдения, охранно-пожарную сигнализацию и контроль доступа, управление освещением и контроль климата, водоснабжения, газо- и электроснабжения.

Работу систем климат-контроля обеспечивают приточная вентиляция, кондиционеры, электрическое или водяное отопление, теплые полы, приводы открывания окон. Для управления применяют датчики, фиксирующие текущее состояние микроклимата в доме, а также средства управления – переключатели и панели.

Система «умного дома» позволяет управлять стереосистемой, домашним кинотеатром или звуком в разных комнатах, не сходя с места. Функция мультрум распределяет аудио- и видеосигнал, позволяя прослушивать источник сигнала (один или несколько) в независимых зонах (комнатах), управлять источником из любой зоны и регулировать громкость.

Освещение системы «умного дома» позволяет разумно и экономно управлять световыми ресурсами: яркостью освещения, управлять освещением по таймеру и времени суток, создавать эффект присутствия хозяев дома и световые сцены.

Системы безопасности предназначены обеспечить безопасность дома, защитить от любых чрезвычайных ситуаций. Сюда входят: защита от вторжения с помощью камер видеонаблюдения, автоматизации дверей, ворот, охранной сигнализации, предотвращение аварийных ситуаций.

В пределах российского рынка недвижимости спрос на квартиры, оснащенные системами домашней автоматизации, продолжает неуклонно расти. Эта тенденция сохраняется уже несколько лет подряд не только в России, но и во всем мире. Интеллектуальные системы позволяют повысить комфорт жильцов и инженерную безопасность здания, снизить энергопотребление на отопление, кондиционирование и освещение.

БИБЛИОТЕКА КАК ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЕ ПРОСТРАНСТВО: ЦЕНТР КУЛЬТУРЫ

Темирбиева Х.Ю., гр. МАГ-Д-318

Научный руководитель: доц. Дрынкина И.П.

Кафедра Дизайна среды

Термин «библиотечное пространство» пришел из области архитектуры и употребляется наравне с терминами «сценическое пространство», «музейное пространство». Этот термин приобретает «черты своеобразной метафоры, емко и образно отражающей новые подходы к организации обслуживания. Оно как бы визуально расширяется.

На первый план сегодня выходит проблема организации библиотечного пространства. Сегодняшняя библиотека призвана быть многоликой и разной: с «шумными» и «тихими» зонами, с открытыми пространствами и уединенными местами отдыха.

Результаты проведенного анализа позволяют сделать выводы, что современные архитектурные и дизайнерские решения всё более ориентируются на создание условий, позволяющих гибко чередовать различные виды культурно-познавательной деятельности в структуре одного объекта. При этом само понятие «библиотека» интерпретируется по-новому: как интеллектуальное пространство и центр культуры. Вместо весьма распространенного ранее приема организации библиотечного пространства в виде системы изолированных помещений всё чаще применяются подходы, которые дают возможность сочетать функции образования и развлечения в непрерывном, перетекающем пространстве, широко используя мультимедиа.

Теоретический анализ литературы показал, что проблема рассматривалась достаточно широко. В то же время целый ряд конкретных вопросов, связанных с изучением зонирования библиотек, остается мало разработанным в средовом дизайне. К этим вопросам можно, прежде всего, отнести российские библиотеки, которые нуждаются в модернизации и требуют глубокого анализа.

Таким образом, новейшие достижения в области информации – характерное проявление развивающегося общества. Под влиянием прогресса многие библиотеки, остававшиеся продолжительное время основными центрами образовательной активности населения, сегодня остро нуждаются в функциональной реорганизации. Становится всё более очевидным, что назрела необходимость рассмотреть и осмыслить происходящие в этой области процессы. Появление альтернативных носителей информации изменило представление не только о функции вновь возводимых архитектурных объектов, но и о подходах к их формообразованию.

КОРРЕЛЯЦИЯ ИСКУССТВА ТАПИССЕРИИ И АРХИТЕКТУРЫ В КОНТЕКСТЕ ФОРМИРОВАНИЯ ДИЗАЙНА СРЕДЫ

Козырь Е.П., гр. МАГ-Д-818
Научный руководитель: проф. Уваров В.Д.
Кафедра Дизайна среды

Исследовательская работа определила вопросы, разъясняющие сущность искусства таписсерии способы применения в контексте формирования дизайна среды – что может внести искусство таписсерии в корреляции с архитектурой. Как может проявляться архитектура во взаимодействии с искусством таписсерии? Что может внести в дизайн среды искусство таписсерии в корреляции с архитектурой?

Искусство таписсерии и архитектура могут быть дифференцированы по функциональному назначению. Архитектура направлена на создание материально организованной среды для жизни и деятельности человека. Искусство таписсерии в большей степени направлено на эмоционально-чувственное восприятие, основанное на концептуальной идее автора.

Ле Корбюзье, выразил идею переосмысления пространственного восприятия человека и окружающей среды, через концепт искусства таписсерии и функциональное наполнение архитектуры. Корбюзье считал, что мы должны пересмотреть наше отношение к пространству, раскрывая сложность взаимодействия видов искусства. Развивая эту мысль, возникает вопрос о необходимости исследования таписсерии в корреляции форм искусства и архитектуры внутри общества. Созданию инновационных форм работы с пространством могут способствовать современные художественные объекты – таписсерии, созданные для обогащения городской среды и просвещения общества.

Проведя данное исследование, нами было установлено:

появление новых художественных понятий и нового образно-смыслового языка, новых выразительных средств может внести искусство таписсерии в корреляции с архитектурой;

архитектура во взаимодействии с искусством таписсерии может внести новое осмысление и способы работы с дизайном среды;

искусство таписсерии в корреляции с архитектурой может влиять на процессы, происходящие в области культуры, может находить новые способы реализации художественных концепций, может способствовать созданию единого культурного поля для возникновения новых вопросов.

ТВОРЧЕСТВО РЕАЛЬНОЕ И ВООБРАЖАЕМОЕ В АРХИТЕКТУРНОМ ОБРАЗОВАНИИ

Овчинников Е.А., гр. МАГ-Д-318

Научный руководитель: ст. преп. Куликова Т.Ю.

Кафедра Дизайна среды

Из всех аспектов архитектуры больше всего мистифицирует сила архитекторов как «творцов», их очевидная способность изобретать, постигать и строить «из ничего» беспрецедентные смелые формы.

Для ученых сегодня общая идея творчества как способности «делать что-то новое из ничего». Они рассматриваются как искажающие понимание природы человеческого творчества, важнейшего когнитивного качества человека.

Наше собственное исследование креативного дизайна и роли прецедентов с использованием архивного материала исследовали наиболее значимого творца в истории и его изобретение треугольного бастиона, возможно, самое значительное нововведение в военной архитектуре – Леонардо Да Винчи.

Принимая во внимание, что такое исследование могло бы помочь улучшить способность студентов быть действительно творческими, то есть, подобно экспертам, систематически продолжать, анализировать контекст и ситуации, объекты и регионы, выявлять реальные ограничения и исследовать фактические потенциалы, исследовать альтернативы, вспоминать и добывать прецеденты и таким образом находить ответы на вопросы, на которые раньше не было ответов.

В отличие от этого нынешний культ творчества как элитного процесса в архитектуре препятствует реальному творчеству, обескураживая многих студентов архитектуры, чтобы они размышляли и рационально из-за страха, что они повредят их «творческий инстинкт».

То, что необходимо архитектурному образованию в современных условиях беспрецедентного, экологического и социально-экономического, экологического кризиса – это не раскрепощенная нарциссическая «свобода» от ограничений фальшивой новизны, а реальное творчество, овладение и охват экологической и человеческой реальностью через метод, знания и общественную ответственность.

АДАПТИВНЫЕ БИОМИМЕТИЧЕСКИЕ ФАСАДЫ: ПОВЫШЕНИЕ ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНОСТИ ОСТЕКЛЕННЫХ ЗДАНИЙ

Морозова А.П., гр. МАГ-Д-318

Научный руководитель: ст. преп. Куликова Т.Ю.

Кафедра Дизайна среды

Снижение энергетической нагрузки зданий имеет решающее значение для борьбы с глобальным потеплением и сохранения окружающей среды.

Для повышения энергоэффективности зданий в данной работе мы уделяем особое внимание проектированию адаптивных фасадов, которые контролируют теплопотери и обеспечивают доступ к дневному свету, непрерывно подчиняясь различным солнечным/климатическим условиям.

Биомимикрия (от греч. *bios* – жизнь и *mimesis* – подражание) – это наука, исследующая принципы жизни природы и заимствующая у неё наиболее интересные творческие решения для применения в самых различных областях науки и техники, использующая природные механизмы как образец для создания инновационных решений.

В архитектуре существует три уровня биомимикрии (организм, поведение и экосистема) служащие руководством для проектировщиков, которые хотят использовать биомимикрию для повышения производительности и устойчивости зданий.

В рамках исследования данной статьи изучены физические, физиологические и адаптационные свойства Кислицы орегонской, которая обладает уникальным свойством, которое позволяет растению перехватывать избыточный солнечный свет и выравнять его соответствующим образом, чтобы максимизировать полученный свет при его нехватке.

Имитируя природные свойства Кислицы орегонской описан модуль, который может изменять свою форму в зависимости от изменения солнечного положения.

Главные конструктивные достоинства фасада с данным модулем: а) фасад адаптивен и способен контролировать силу солнечного воздействия; б) фасад уменьшает рост солнечного тепла при этом не снижает визуальный комфорт пользователей.

МОБИЛЬНЫЙ ДОМ ДЛЯ ЛЮДЕЙ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ

Швигинева А.С., гр. МАГ-Д-318

Научный руководитель: ст. преп. Куликова Т.Ю.

Кафедра Дизайна среды

Изменения, произошедшие в последние десятилетия в гуманитарной сфере жизни российского общества, в числе прочего, выразились в усилении внимания к людям с ограниченными возможностями. Для этой социальной группы создается доступная среда, которая позволяет человеку с ограниченными возможностями жить полноценной жизнью обычного человека. Число людей с ограниченными возможностями увеличивается каждый год, в этой связи, в современных условиях необходимо обеспечить максимально адаптированные условия для комфортной жизнедеятельности таких людей.

Поэтому актуальность создания доступной среды для человека с ограниченными возможностями не исчезнет ещё долгое время.

Современные архитекторы предлагают несметное количество мобильных домов всевозможных размеров и модификаций. Но, только некоторые из них думают о людях с ограниченными возможностями. Так, одна архитектурная фирма разработала базовую модель мобильного дома, предназначенного для тех, кто может перемещаться только на коляске.

Архитекторы фирмы LineSync Architecture представили прототип мобильного домика, предназначенного для людей с ограниченными возможностями (The Wheel Pad). Приступая к разработке этого жилища, специалисты постарались ликвидировать максимум барьеров, с которыми инвалиды на колясках сталкиваются. Несмотря на крошечный размер домика (всего 18,5 квадратных метров), хозяин не чувствует себя дискомфортно. Благодаря широким окнам, создается иллюзия объемного пространства. The Wheel Pad имеет ряд особенностей, таких как двойные двери, которые могут раскрываться в обе стороны, подъемник, предназначенный для коляски, светильники, расположенные на низкой высоте. Чтобы сделать жизнь людей на колясках более комфортной, архитекторы консультировались с врачами, физиотерапевтами, медсестрами-сиделками. Дом установлен на прицепе. Это означает, что его можно ставить в любом месте, не предоставляя особого разрешения. Разработчики утверждают, что у их прототипа есть будущее. Его можно использовать для постоянного или временного проживания травмированных участников боевых действий, детей, пожилых людей и всех тех, кто по той или иной причине не может свободно перемещаться по дому.

МАЛЫЕ АРХИТЕКТУРНЫЕ ФОРМЫ В ГОРОДСКОЙ ЗАСТРОЙКЕ

Горячева Т.А., гр. МАГ-Д-318

Научный руководитель: ст. преп. Куликова Т.Ю.

Кафедра Дизайна среды

В проектировании городской застройки остро стоит вопрос создания комфортной и благоприятной среды для жизни человека. Городская среда и взаимодействие ее с человеком является одним из главных факторов формирования образа и репутации города во внешнем пространстве.

Зачастую, малые архитектурные формы играют роль связующего звена между искусственными сооружениями и их природным окружением. Они создают индивидуальность планировочной организации территории.

Малые архитектурные формы оказывают большое влияние на эмоциональное состояние человека, ведь они находятся в постоянном поле зрения, воздействуют на формирование эстетического вкуса, поэтому они должны отвечать всем требованиям современного художественного оформления, к которым можно отнести то, что декоративные элементы не должны быть ненавязчивыми и скучными, должны иметь пластичную форму и быть удобными для эксплуатации. Особую роль играют цвет и фактура материала.

При проектировании малых архитектурных форм, не стоит забывать о правилах, при соблюдении которых композиция будет максимально гармоничной и комфортной: соблюдение масштаба; компоненты, используемые в благоустройстве городской среды должны отвечать единому замыслу организации пространственной среды, учитывать природно-климатические условия и народные традиции.

При проектировании обязательно следует учитывать социальные требования человека, то есть принять во внимание потребности разных социально-демографических групп населения.

Решения должны обеспечивать экономически рациональное использование затрат ресурсов, труда, необходимых для достижения полезного результата.

По назначению малые архитектурные формы различаются МАФ для разграничения пространства; МАФ, предназначенные для обустройства мест отдыха; МАФ, обеспечивающие удобство использования территории.

Среда, которая окружает человека, в совокупности с элементами, составляющими пространство, оказывает мощное влияние на жизнедеятельность человека, а также на его психическое состояние.

ВАЛЬТЕР ГРОПИУС И ЕГО РОЛЬ В СТАНОВЛЕНИИ ДИЗАЙНА

Береснева Д.Н. гр. МАГ-Д-319

Научный руководитель: доц. Гурова Е.А.

Кафедра Дизайна среды

Вальтер Гропиус – дизайнер, строитель, проектировщик, законодатель нового стиля, автор нескольких книг и преподаватель архитектуры в Гарвардском университете. После обучения в архитектурном университете Гропиус приступил к работе в мастерской Петера Беренса, в которой он впервые познакомился с зарождавшимся в то время промышленным дизайном. С 1910 г. стал работать самостоятельно как архитектор. Первым значимым проектом В. Гропиуса, становится обувная фабрика «Фагус» (нем. «Fagus-Werke»). Где он стремился соотнести внешний облик и функциональное назначение здания.

В 1918 г. В. Гропиус становится во главе школы прикладного и изобразительного искусства в городе Веймар, а в 1919 г. он их объединяет, создавая «Государственный Баухауз».

Война значительно повлияла на теоретические взгляды архитектора и стала определяющей в становлении нового направления: «После такого выплеска жестокости всякий мыслящий человек чувствовал необходимость смены интеллектуальной позиции. И я именно тогда впервые осознал исключительную миссию архитекторов своего поколения».

Основой Баухауса является синтез ремесла и искусства. Основной идеей – идея устранения всего лишнего и ненужного. Основатели движения видели целью удовлетворение массовых потребностей населения и стремились сделать промышленные товары красивыми, доступными по цене и максимально удобными.

В своем стремлении к борьбе с дефицитом доступного социального жилья в послевоенный период Вальтер Гропиус работает над крупными жилищными проектами. Разрабатывает прием «строчной застройки», при которой стандартные корпуса домов располагаются параллельными рядами, а все квартиры в них поставлены в равные условия – обеспечены освещением, канализацией, вентиляцией и отоплением.

После эмиграции в США создал объединение молодых студентов «The Architects Collaborative, Inc.» (ТАС). Благодаря таланту и стремлениям команды, был построен целый ряд выдающихся зданий.

Идеи великого немецкого модерниста и его теоретические труды стали прочной базой для архитектуры модернизма во всем мире.

АРНЕ ЯКОБСЕН: КОМПЛЕКСНЫЙ ПОДХОД – УСПЕШНЫЙ ПРОЕКТ

Сафонов А.С., гр. МАГ-Д-319
Научный руководитель: доц. Гурова Е.А.
Кафедра Дизайна среды

Датский архитектор Арне Якобсен родился 11 февраля 1902 года. Наряду с Алваром Аалто он считается одним из самых ярких представителей скандинавского дизайна XX века.

Главным принципом в работе А. Якобсена был комплексный подход. Он не просто строил здания или создавал предметы, он занимался проектированием от начала и до конца, продумывал все детали – от фундамента и лестничных пролетов до каждого последнего элемента, с которым будет взаимодействовать пользователь. Будь то простая дверная ручка, к которой прикоснется постоялец отеля или обычная ложка, которой будет сервирован завтрак. Все должно было подчиняться общей концепции.

Он рассматривал свои постройки как единое целое, неделимое на разные составляющие, где автор отвечает за всё: от мелких деталей в декоре интерьера до материалов, которыми будет облицован фасад. Он подбирал мебель, светильники, текстиль, декор, придумывал отделку потолка и стен. Благодаря комплексному подходу в 1956-1960 гг. появился первый дизайнерский отель в мире – «SAS Royal Hotel» (сейчас он называется «Radisson Blu Royal Hotel»). Авторским в нём было буквально все: от самой архитектуры до каждой пепельницы. Реализация этого проекта подарила огромное количество культовых предметов, без которых сейчас невозможно представить мир дизайна. Специально для лобби были созданы кресла «Egg» и «Swan», разработан лаконичный светильник «AJ», чистая по своей форме серия столовых приборов, которую в настоящее время производит «Georg Jensen».

Благодаря своей натуре – доводить все до конца, проекты Арне Якобсена стали знаменитыми и фундаментальными в сфере дизайна и архитектуры. Его проекты были подчинены эргономичности и удобству использования, простоте без лишнего украшательства, а также неизменной тщательной проработке деталей. Он показал пример, что если каждый будет любить свое дело так, как любил он, то проекты творца станут легендарными. Его не мог остановить, ни объем работы, ни сложность, ни фантазия.

КРЕАТИВНЫЕ ПРОСТРАНСТВА В УЧЕБНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ КАК ФАКТОР УСПЕШНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

Хрусталева А.Д., гр. ДС-116
Научный руководитель: доц. Гурова Е.А.
Кафедра Дизайна среды

Каждое учебное заведение хочет выявить лучших учеников. И роль интерьера в образовательном процессе не следует недооценивать. Смелые архитектурные решения, нетривиальные интерьеры – такая обстановка способствует качественному обучению. Так что же делает пространство хорошим для совместной и творческой работы? Интерьеры креативных пространств решаются таким образом, чтобы положительно влиять на процессы и виды деятельности, происходящие в пространствах. С помощью колористических решений, предметного наполнения и решения планировочной структуры выделяются активные и тихие зоны, неформальные и деловые.

При проектировании креативных пространств важен комплексный подход к организации – создание деловой, образовательной и досуговой среды, обеспечивающей эффективную деятельность и объединяющей пространственные, технологические, технические и эмоциональные параметры.

Один из важнейших принципов организации пространства – свободная планировка, которая позволяет использовать помещение многофункционально. Его дополняет принцип гибкости, подразумевающий под собой трансформацию пространства в зависимости от вида деятельности. Не менее важный принцип при проектировании – сочетание открытых и приватных зон. Пространство должно подходить не только для открытых лекций и мастер-классов, но и для беседы узкого круга лиц. Следующий принцип, делающий обучение более качественным – сложность планировочной структуры. Пространства, которые возможно воспринимать с различных видовых точек, позволяет выразить учащимся свою индивидуальность.

Таким образом, университеты, школы и детские сады должны стать образовательной средой, стимулирующей творческое мышление обучающихся, средой, где студенты в свободной обстановке получают необходимые знания, обмениваясь в процессе обучения мнениями и своими достижениями.

РАЗВИТИЕ СТИЛЕВЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ БОЛИДИЗМА В ТВОРЧЕСТВЕ СТЕФАНО ДЖОВАННОНИ

Курбанмурадова А.Ч., гр. МАГ-Д-319
Научный руководитель: доц. Гурова Е.А.
Кафедра Дизайна среды

Цель исследования – выявление особенностей развития болидизма в творчестве Стефано Джованнони – итальянского архитектора, промышленного дизайнера и дизайнера интерьеров, одного из основоположников этого течения.

Движение болидизм родилось в 80-е годы XX в. и стало популярным во всех областях человеческой деятельности. В дизайне болидизм диктовал обтекаемые формы, круглые очертания предмета. Совместно с Гвидо Вентурини С. Джованнони основал студию «King Kong Production», в которой они вели исследования в области архитектуры, дизайна и моды.

В свои промышленные объекты он вкладывает концепцию гуманизации, создавая не просто инструменты, а «сущности» с эмоциональными качествами. Показателем качества для С. Джованнони выступает коммерческий успех проектов, который зависит от степени удовлетворения эмоциональных потребностей людей.

В болидизм он привносит элементы игры, веселья и незаурядности, создавая полноценных «персонажей» из привычных объектов домашней утвари и интерьера – для компании «Alessi» дизайнер разработал солонку и подставку для яиц в виде маленького существа с ложкой в руках, а также соковыжималку в форме человечка в конусообразной шляпе.

Перефразировав аксиому Луи Салливана «форма следует функции» (form follows function) в «форма следует веселью» (form follows fun) С. Джованнони указывает на формообразующую роль юмора в своих работах.

Еще одной стилистической особенностью Стефано Джованнони считается активное использование пластика, в том числе переработанного, для компании «Vondom» он спроектировал коллекцию стульев из пластикового мусора, найденного в океане.

Таким образом характерными чертами болидизма Стефано Джованнони являются аспекты гуманизации и анимизма, ненавязчивый юмор и новаторский подход в использовании материалов.

КОНЦЕПЦИЯ БЛАГОУСТРОЙСТВА ПОДЗЕМНЫХ ПЕРЕХОДОВ

Авдеева Д.Д., гр. ДСА-117

Научный руководитель: ст. преп. Разина Е.И.

Кафедра Дизайна среды

Данная проблема очень актуальна для России. В Москве этой проблеме начали уделять внимание, но не все подземные переходы имеют опрятный вид и достаточное освещение (в особенности ближе к окраине города). Многие из уже отреставрированных переходов быстро приходят в плохое состояние из-за вандализма и грязи.

За рубежом и в Москве есть уже благоустроенные переходы. Например, в Великобритании, в Лондоне есть пешеходный переход, который представляет из себя подсказку о местах, которые стоит посетить. В г. Бирмигам есть переход, который имеет разноцветную подсветку.

В Москве, например, переход на Воздвиженке оформлен тематическими наклейками и выдержками из произведений Н.В. Гоголя; подземный переход у Центра культурных инноваций представляет собой арт-объект с постерами; переход у музея Москвы у метро Китай-Город стены оформлены подсвеченными изнутри панели и т.д.

Так же существует множество проектов, предлагающих усовершенствование и благоустройство подземных переходов. В Киеве создали серию проектов по реставрации подземных переходов. Существует предложение по внедрению проецируемых указателей и информационных табло от дизайнера Андрея Кармацкого.

Целью нашего исследования является повышение культурной значимости подземных переходов г. Москвы посредством разнообразия и усовершенствования среды подземных переходов и привлечение дополнительного общественного (туристического) внимания.

Для поставленной цели необходимо решить задачи: отреставрировать и благоустроить подземные переходы; улучшить освещенность переходов; оформить подземные переходы цветным освещением; наполнить информационными знаками и указателями.

По результатам исследования нами были сделаны следующие выводы. Проблема благоустройства подземных переходов актуальна во многих городах и странах. Проанализировав ситуацию, можно отметить, что есть проекты и технологии для решения этой проблемы. Но лишь немногие переходы уже благоустроены, а некоторые, отреставрированные по типовым решениям переходы, имеют унылый и мрачный вид.

ТУРЕЦКИЕ ТКАНИ

Анисимова А.А., гр. ИРС-118

Научный руководитель: проф. Третьякова А.Е.

Кафедра Реставрации и химической обработки материалов

У Турции богатая многовековая история производства текстиля. Османская империя (1299-1922 гг.) смогла создать за несколько веков богатую культуру. Долгое время Османская империя была главным производителем качественных и дорогих тканей, из которых создавались одежда и ковры. Начиная с XV в. турецкий текстиль обрел большую известность не только на Востоке, а также в Европе и России.

В первую очередь данные ткани известны своим особым узором, который в полной мере отражает все разнообразие и красоту турецкого прикладного искусства. Самыми интересными можно назвать такие узоры как бута (более известный как турецкий огурец), шемсели (турец. «солнце»), крестовидные звезды, доламшалы (турец. «огибающий»), чинтемани (в переводе с санскрита «кристалл»), а также всевозможные природные и растительные мотивы.

В Османской империи текстильная промышленность, особенно золотошвейный промысел, строго контролировались служащими падишаха. Также существовали законы о регулировке текстильной промышленности, в которых описывались разрешенные для использования ткани, стоимость пошива тех или иных предметов одежды. Самыми производимыми тканями были аксамит петельчатый, камка, атлас золотный, бархат золотный, бархат рытый, парча.

Производство ткани не остановил даже распад империи. Начиная с 30-х годов XX в. Мустафа Кемаль Атарюк (первый президент Турции) вплотную занимался индустриализацией страны, что дало толчок появлению крупных текстильных фабрик и производств.

Стамбул и Бурса создают самые популярные виды турецких тканей. Сегодня Турция находится на втором месте по экспорту текстиля во всем мире для домашнего текстиля (сатин; фланель; бязь; поплин и жатка). Большая часть производимого текстиля в Турции основывается на натуральной хлопчатобумажной (каждый год в стране производится 800 тысяч тонн хлопка) и шерстяной основе. Ткань из натуральных волокон обладают особыми свойствами: долговечностью, гигроскопичностью, воздухопроницаемостью, износостойкостью, светостойкостью.

Турция занимает первое место в мире по экспорту больших мешков, сумок и одно из ведущих мест по экспорту кордовых волокон для шин.

РЕСТАВРАЦИЯ ИЗДЕЛИЙ ИЗ ДЕРЕВА

Аркадьева М.Ю., гр. ИРС-117

Научный руководитель: проф. Сафонов В.В.

Кафедра Реставрации и химической обработки материалов

Древесина относится к волокнистым материалам, и главной составной его частью является целлюлоза (45-55%) с примесью лигнина (20-29%) и минеральных веществ. Основные факторы ухудшения материала: свет, влажность, температура и микроорганизмы.

ИК диапазон солнечного света вызывает иссушение поверхностного слоя дерева, что приводит к растрескиванию и, иногда, к смолотечению из сучков в хвойных породах. УФ-излучение вызывает деструкцию лигнина в структуре древесины, пораженный слой быстро темнеет, волокна поднимаются, поверхность приобретает серый цвет и ворсистость. От влаги дерево набухает, в её отсутствии сокращается, из-за чего прочность материала снижается, вплоть до образования щелей, разрывов. Гнилостные бактерии перерабатывают сложные органические соединения в более простые, из-за этого дерево утрачивает целостность структуры, становится более пористым. Так же жуки-точильщики питаются органическими веществами древесины и оставляют после себя рытвины, что так же сильно портит материал, снижает его механическую прочность и ухудшает внешний вид.

В реставрации изделий из дерева основным направлением является уничтожение вредителей и последствий их жизнедеятельности. Лечение древесины – пораженные части экспонатов пропитывают природными смолами (канифоль, даммара), как в старину; есть готовые составы («Древотекс», «Пентабокс»), фумигация – обработка парами формалина, бромметила в специальных камерах; погружение экспоната в вакуум – насекомые погибают из-за отсутствия воздуха для дыхания. Важнейший материал, необходимый для восстановления мебели – это древесина (массив, шпон). Древесину предпочтительнее использовать старую, выдержанную, если необходимо дополнить утраты, а также той же породы дерева что и объект реставрации. Клеи предпочтительно использовать натуральные (мездровый, рыбий). Их преимущество в том, что они обратимы, что даёт возможность вносить поправки в работе.

Для отделки применяют мастики, отбеливатели, протравы, грунтовки, краски, лаки и политуры.

ВЛИЯНИЕ ЦВЕТА НА ПСИХОЛОГИЮ ЧЕЛОВЕКА

Буцких А.А., гр. ИРС-117

Научный руководитель: проф. Третьякова А.Е.

Кафедра Реставрации и химической обработки материалов

В ходе исследовательской работы затронута тема влияния цвета на психологическое состояние человека. Известно, что цвет стимулирует возникновение определенных реакций, которые могут сказаться на принятии решений. Цвет воздействует на аппетит, на давление. Обычно мы не замечаем влияние цвета. Но, например, в пасмурный день, когда за окном мы видим только серость, настроение сразу начинает ухудшаться. Положительная энергетика пропадает, а окружающий мир вдруг становится неприятным и враждебным.

Суть цветотерапии – использование цвета в качестве способа воздействия на психическое, эмоциональное и физическое состояние человека. Основа методики – длина волны у каждого цвета. Разная длина волны оказывает разное действие на человеческий организм. Учитывая влияние цвета на человека, ещё в далёком XVII в., предложили использовать цвет в медицинской практике.

Красный цвет оказывает возбуждающее действие на нервную систему, улучшает и ускоряет все обменные процессы в организме. Его нужно строго дозировать, так как злоупотребление им может вызвать перевозбуждение нервной системы, головную боль, покраснение глаз.

Оранжевый – это цвет омолаживающий, имеет способность восстанавливать нервную ткань.

Желтый цвет стимулирует зрение и нервную систему, активизирует умственные и логические способности.

Зеленый – нормализует работу сердечно-сосудистой системы, стабилизирует артериальное давление. Очень эффективно действие зеленого цвета при головных болях, нарушении зрения.

Голубой цвет – противоречивый. Это цвет успокаивает смелых и энергичных людей, но для робких и застенчивых голубой цвет – это цвет шока. Голубой цвет также снижает аппетит.

Фиолетовый цвет успокаивает нервную систему. При занятиях творческим трудом, наоборот, повышает работоспособность. Однако длительное влияние фиолетового цвета может вызвать состояние тоски и депрессии.

Белый цвет – дает силу и энергию, выравнивает настроение, создает торжественность.

Поэтому цвета действительно играют важную роль в нашей жизни и стоит почаще прибегать к их помощи для решения каких-либо задач.

СИМВОЛИКА ЦВЕТА В СПОРТЕ

Глинкина Е.Т., гр. ИРС-117

Научный руководитель: проф. Третьякова А.Е.

Кафедра Реставрации и химической обработки материалов

Одним из самых важных атрибутов любой команды являются ее цвета. Они давно значат много больше, нежели самый простой способ отличить игроков двух соперничающих команд. Если компания имеет свои корпоративные цвета, то в случае футбольных команд правильнее будет говорить о цветах клубных. Они отражаются в основной атрибутике команд: форме игроков, эмблемах команд, а также различной сопутствующей атрибутике болельщиков.

Каждая футбольная команда может иметь от 1 до 3 своих цветов. Выбор того или иного цвета является не случайностью, а данью истории, соблюдением традиций. Исследователи проанализировали результаты состязаний на Олимпийских играх 2004 г. по боксу, тхэквондо, греко-римской (классической) и вольной борьбе, в которых цвет одежды и спортивного снаряжения противников случайным образом назначался синим или красным. Оказалось, что во всех дисциплинах спортсмены, одетые в красное, получали статистически значимое преимущество над противником.

Символика цвета того или иного клуба совпадает с образом его фанатов. Например, по поведению фанатов красно-белого «Спартака» видно возбуждающее действие красного цвета. Настроение фанатов соответствует определениям революции, жизненной силы, страсти, а также свободы. Синий действует успокаивающе. Возможно, именно из-за этого у фанатов сине-красного «ЦСКА» буйный характер соседствует с чувством принадлежности к своему коллективу, желанием соблюдения традиций и преданности своему увлечению. Фанаты бело-голубого «Динамо» отличаются наибольшим спокойствием. Зеленый отвечает за напряжение мускулатуры. Фанаты зелено-красного «Локомотива» обладают огромной силой воли, упорством, твердостью, способностью противостоять.

Стиль компании-команды состоит из множества взаимосвязанных элементов, и одним из них является корпоративный цвет.

Изучая влияние цвета на человека и проанализировав цвета футбольных клубов, можно сделать вывод, что символика цвета того или иного клуба совпадает с образом и характером поведения его фанатов.

ГРАФИКА: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ

Ерохина Е.А., гр. ИРС-118

Научный руководитель: проф. Сафонов В.В.

Кафедра Реставрации и химической обработки материалов

Графикой или же графическим искусством называют один из видов изобразительного искусства. В основном это рисунок при помощи линий, пятен, точек и всевозможных штрихов. Линии в графике имеют особое значение, так как способны передать определенную форму, фактурность. Цвет в графике менее важен, чем, скажем, в живописи, и в работах чаще отдают предпочтение одному или двум цветам, в основном черному и его оттенкам. В графике любят использовать цветную, либо фактурную бумагу, или как высказывался график В.Л. Фаворский бумага – это «воздух белого листа». В основе графики лежит рисунок в полной своей красе, показывающий настроение художника и темперамент произведения.

Существует несколько видов графики: как станковая графика (гравюры и работы акварелью), компьютерная графика, так и, например, промышленная графика (рекламные издания, почтовые марки, упаковка, денежные знаки и другое).

Графика – это наиболее древний вид изобразительного искусства. Ее история начинается много тысяч лет назад. Первую графику, сделанную руками древних людей, находили выцарапанную на стенах пещер и костяных пластинах. Чаще всего это были мотивы охоты или каких – либо значимых событий того времени. Первобытные люди отображали на стенах пещеры свои традиции, показывали окружающий мир. Так же это служило средством общения между ними, они излагали свои мысли в рисунке.

Само же название «графика» изначально применялся только по отношению к письму, либо каллиграфии, так как это была основа создания рукописных текстов. Но после графика начала находить широкое применение в других отраслях. Графику стали применять для создания иллюстраций к книгам, чтобы визуальным образом отобразить текст. Образованность населения увеличивалась, потребность в книгах начала возрастать, иллюстрации в них уже невозможно было делать руками, и на смену пришла промышленная полиграфия, которая быстро распространила линейный рисунок. Именно этот момент послужил точкой, когда графика определилась как искусство, в основе которого лежат линии и контраст черного и белого.

РЕСТАВРАЦИЯ ЕЛОЧНОЙ СОВЕТСКОЙ ИГРУШКИ

Карпова С.И., гр. ИРС-118

Научный руководитель: доц. Пыркова М.В.

Кафедра Реставрации и химической обработки материалов

До XVIII века Новый год на Руси праздновался 1 сентября, и только в петровское время его перенесли на 1 января. Именно в этот период новогодняя елка в Европе стала символом праздника. Ее начали украшать яблоками, как символом запретного плода, свечами – сутью жертвенности Христа и на макушке – Вифлеемская звезда. Пряники и тесто олицетворяли хлебцы, которые дают во время причастия. Долгое время елочные игрушки были съедобными, но в Германии был период неурожая и люди обратились к стеклотдувам для того, чтобы заменить яблоки шарами.

Первые елки в России появились в XIX веке. Но в тот момент елочных игрушек не было и их приходилось покупать в Европе. Из-за этого цены на них были очень высокими. Не очень богатые люди делали елочные игрушки своими руками из картона, папье-маше и ваты. В 1925 году Новый год был отменен. Считалось, что этот праздник вреден для здоровья советских детей. И лишь в 1935 году люди вернулись к старой традиции. Елочные игрушки выпускались только в стилистике СССР. В 30-х годах они стали отражать исторические моменты. Так, например, после выхода на телеэкраны кинофильма «Цирк» появились игрушки на цирковую тематику. В это же время фабрика «Елочка» начала выпускать бусы. Игрушки стали разнообразными: из картона, из папье-маше, из ваты, из стекла и смешанные (одни из самых любимых стали стеклянные шары с бусами на верёвочках). В настоящий момент елочные игрушки максимально разнообразны в технике, материале, дизайне и форме.

В каждой семье Новый год занимает особо место. Елочные игрушки передаются по наследству. Когда в мои руки попал старый советский «Дед Мороз» 1920-х годов из ваты, я не могла его не отреставрировать, ведь это семейная реликвия.

Игрушка имеет сильные загрязнения – пыль, пятна, черные катышки. Видны повреждения лица и утрачен посох, верхняя часть головы заклеена скотчем, а рука замотана туалетной бумагой. Прежде чем начать саму реставрацию я очистила объект механическим и водным способами. После очистки можно перейти к восстановлению утраченных фрагментов. Работа начата с лица. Использовались акриловые краски и подобран цвет, соответствующий оставшимся фрагментам. Восстановление головного убора и руки: аккуратно снят скотч, удалены торчащие куски ваты, промазаны клеем ПВА и наклеена вата на утраченные фрагменты. Окончательное закрепление произведено клеем ПВА.

ЧЕТЫРЕ ФАКТА В ИСТОРИИ ЧЕРНИЛ

Константинова В.Д., гр. ИРС-118

Научный руководитель: проф. Третьякова А.Е.

Кафедра Реставрации и химической обработки материалов

Чернила – раствор красящего вещества, который еще в начале прошлого столетия был в каждом доме. Сегодня нет единого мнения, когда и кем были изобретены первые чернила. Но история их развития имеет четыре впечатляющие особенности.

Во-первых, изначально чернила изготавливались исключительно из природных материалов. Древние римляне делали состав из сажи от косточек винограда, смешанной с маслом. Египтяне сжигали корни папируса, а полученную золу перемешивали с камедью. В Китае применялись чернила из смеси сажи, растительной смолы и щелочного раствора. Такие составы были очень густыми, а после высыхания они легко отделялись от носителя. В Греции и Риме также применялись чернила животного происхождения – императорские пурпурные чернила, известные уже с III в. до н.э. Их получали из тел моллюсков брандариса – 10 тысяч особей на 1 грамм чернил.

Во-вторых, на Руси разработали свой рецепт красных чернил, который сделал их гораздо доступнее. Сырьем служили насекомые – червецы. Данный состав использовали для выделения абзаца, именно поэтому первую строку называют «красной».

В-третьих, все красящие составы природного происхождения, описанные выше, формально являются тушью. А первыми настоящими чернилами стали железно-галловые. Их изготавливали из корня ольхи, ореховой или дубовой коры и чернильных орешков, настоянных в сосуде с обломками железа. В XVII веке стали использовать медный купорос, что позволило ускорить процесс изготовления.

В-четвертых, чернила, сразу же проявляющие цвет, появились только в 1885 году! Их предшественники, железно-галловые чернила становились черными только за 10-12 ч. В конце XIX в. Христиан Августин Леонгарди изобрёл ализариновые чернила. Они изготавливались из сока орешков-галлов с добавлением краппа из корней марены. Постепенно крапп заменили на синтетический краситель, а галловые орешки – на галловую кислоту. Позднее был найден синтетический краситель ярко-фиолетового цвета. Чернила, изготовленные их с использованием, получили название анилиновых. Именно они открыли будущее струйной печати.

Сегодня же существует огромное разнообразие чернил – серебряные, латексные, текстильные, симпатические и др. За ними стоит развитие многих отраслей промышленности.

АНАЛИЗ ПОВРЕЖДЕНИЙ ЗАНАВЕСИ ИЗ МУЗЕЯ им. М. ГОРЬКОГО

Купцова Д.Д., гр. ИРС-118

Научный руководитель: доц. Пыркова М.В.

Кафедра Реставрации и химической обработки материалов

Объект исследования – это занавеска полотняно-сатинового переплетения с подкладкой в виде саржевого переплетения. С лицевой стороны имеются повреждения на тканом рисунке с образованием дыры вследствие разрушения несущих нитей. На оборотной стороне занавески отчётливо видны желтоватые подтёки, возможно, от дождевой воды и общие нарушения целостности ткани.

Этапы реставрации объекта:

1. Очистка, удаление пятен, обеззараживание.
2. Восстановление переплетения, дополнительное укрепление наиболее повреждённых нитей.
3. Промывка, сушка.

Поскольку объекту реставрации более 80 лет, он является ветхим и частично повреждён. Несущие нити в переплетении разрушены и, следовательно, очень хрупки. Незначительные поверхностные загрязнения можно удалить сухим методом, воспользовавшись мягкой кистью на основе шерсти пони, белки или соболя. Необходимо проводить по направлению уточных нитей.

Загрязнения внутри пор удаляются слабощелочным раствором ПАВ. Желательно использовать катанин для антисептического действия. Для этой процедуры можно использовать также натуральную кисть или мягкую губку, смоченную в растворе. Промыть дистиллированной водой также при помощи кисти или губки. После очистки поместить под объект реставрации титровальную бумагу до её полной пропитки. Большой губкой впитать остатки жидкости.

Для заделки дыр и восстановления переплетения в качестве дублировочного материала можно использовать шифон или поплин. Кистью нанести глютенный клей тонким слоем на дублировочную подкладку, поместить её на изнаночную сторону объекта, распределить нити переплетения, максимально вправив их на место, подклеить оставшиеся швы, разгладить и положить под тёплый пресс. После пропитки клеем расположить реставрируемый объект на вакуумном столе для окончательного высыхания клеевого слоя. Мягкой кистью в одном направлении удалить остатки клея.

КРАСИТЕЛЬ НА ОСНОВЕ ПУРПУРА

Мальцева А.Д., гр. ИРС-118

Научный руководитель: проф. Третьякова А.Е.

Кафедра Реставрации и химической обработки материалов

Пурпур был самым дорогим и редким из древних пигментов. Он использовался в основном для крашения шерстяных и шелковых тканей и был предметом роскоши. Из-за трудоемкого процесса добычи и переработки сырья, пурпурная краска была самой редкой и дорогостоящей в античности. Ее получали из моллюсков, преимущественно из иглянок, но точный секрет производства до конца прошлого века считался утраченным.

Распространенное мнение о том, что пурпур впервые начали производить финикийцы, берет начало еще с античности. Однако, по археологическим свидетельствам, финикийцы не изобретали, а переняли эту технологию у представителей крито-минойской цивилизации. В 1969 году при раскопках Акротири в Греции был обнаружен сосуд, содержащий порошок фиолетового цвета. Современные анализы с использованием высокоэффективной жидкостной хроматографии обнаружили в порошке тот самый диброминдиготин, тем самым подтвердив, что это не что иное как пурпурный краситель.

Для производства пурпура и его оттенков в основном использовались три вида моллюсков: морские брюхоногие моллюски (*Bolinus brandaris*) – использовался для получения пурпура огненно-красного оттенка (тирский пурпур, самый редкий и дорогостоящий), обрубленный мурекс (*Nuxarplex trunculus*) – пурпур данного вида представляет собой смесь пурпурного и синего индиго и имеет голубовато-фиолетовый цвет, и таис гемастома (*Thais haemastoma*) - пурпур данного вида имел фиолетовый цвет.

За насыщенный красно-фиолетовый цвет пурпура в основном отвечает вещество 6,6'-диброминдиготин, которое получалось в процессе переработки секрета гипобранхиальных желез (*Hypobranchial gland*) моллюсков. Благодаря различиям в способах обработки исходного красящего вещества, неоднократным пропиткам и другими приемам финикийцы достигали широкого спектра конечных оттенков окраски тканей – от ярко-красного до темно-фиолетового. Пурпур, с течением времени, не увядает на солнце, при стирке цвет ткани становится ярче и интенсивнее.

Развитие органической химии сделало возможным сначала синтез растительного индиголина (красящее вещество индиго), а затем на рубеже XIX-XX веков сумели синтезировать и выделить пурпур из моллюсков. К этому моменту уже существовало много синтетических красителей, поэтому крашение пурпуром представляло главным образом исторический интерес.

ОДЕЖДА В ЕГИПТЕ ВРЕМЁН ФАРАОНОВ

Митрофанова Н.С., гр. ИРС-119

Научный руководитель: доц. Панкратова Е.В.

Кафедра Реставрации и химической обработки материалов

История египетской моды тесно связана с религией и культурными ценностями одной из древнейших цивилизаций мира – Древнего Египта. Пожалуй, следует начать с того, что одежда является незаменимой частью быта и культуры любого народа. Мужской и женский костюм Древнего Египта способен многое рассказать о социальной иерархии в обществе, о вкусе и предпочтениях исчезнувшего народа, об образе его жизни. Одежда Древнего Египта отличается функциональностью и в то же время изяществом. Со временем древнеегипетский костюм из более простого становился все более многослойным и затейливым. Египетская одежда делалась преимущественно из льна и хлопковых тканей, в дальнейшем стали появляться новые материи, например, виссон. Узоры и орнаменты на ней имели определенный символический смысл. Обычно в качестве украшений были изображения различных животных и насекомых, которых египтяне почитали священными. Особенной популярностью пользовался жук-скарабей, являющийся символом воскрешения. Египтянки Древнего царства всех сословий носили «калазирис» – длинную полотняную, тесно прилегающую к телу рубашку на бретелях, доходившую до самых ступней. Плечи женщин, как и у мужчин, украшает усукх – массивное ожерелье на тканевой основе. Наряд египтянки из высшего сословия состоял из юбки и жилета, которые зрительно вытягивали фигуру. Если символом фараона считалась змея, то символом царицы – сокол, который украшал их корону. Одежда мужчин была очень проста и представляла собой передник из плотной ткани. Он мог иметь овальную, прямоугольную или геометрическую форму. Затем передник стал сочетаться с повязкой из белой драпированной ткани – схенти. Фараоны носили более длинные передники, тогда как схенти рабов представлял собой полосу очень узкой ткани. Затем на смену схенти приходит сусх, который состоял из двух частей – калазириса, и синдона – большого куска ткани, который обертывался вокруг бедер. Одежда фараона состояла из набедренной повязки схенти, как и у представителей других сословий. Головной убор – урей был символом царской власти, наряду с накладной золотой бородой и скипетром. Важным элементом костюма был пояс из золотых пластинок с разноцветной эмалью. К нему спереди прикреплялось особое украшение – золотой треугольник с изображением восходящего солнца. Во время жертвоприношений жрецы бога Анубиса в качестве особого привилегия могли носить шкуру леопарда.

СИМВОЛИЗМ ЦВЕТА В ЯПОНСКОЙ ЖИВОПИСИ

Мурашова Е.М., гр. ИРС-117

Научный руководитель: проф. Третьякова А.Е.

Кафедра Реставрации и химической обработки материалов

Культура Японии складывалась в особых условиях (географическое положение, длительное отсутствие контактов со странами Европы и др.), что послужило причиной формирования особого национального мировоззрения, в том числе собственного понимания и восприятия цвета.

Цветовые ассоциации для японца не первичны, они являются частью философской системы, относящейся к организации вселенной: ее ориентации по странам света, временам года, соотнесенности со стихиями и природными сущностями. Цвету нередко приписывались свойства предметов, которые в него окрашены.

Японская культура испытала влияние древней китайской философии, переняв и язык цветовых символов. В первую очередь, в основе эстетики и миропонимания обеих культур лежит глобальный код Инь/Ян. Также в Японии сосуществовало несколько цветовых канонов, закрепленных разными религиями (конфуцианством, буддизмом и синтоизмом).

Цветовые коды японской изобразительной системы восходят к китайской пятичленной космологической модели. Согласно ей существуют пять основных или правильных цветов – белый, черный, желтый, красный и синий (зеленый).

Как правило, краски в Японии носят названия не материалов, из которых они сделаны, как это принято в Европе, а естественных носителей цвета. Исключение составляют лишь вышеперечисленные основные цвета, которые имеют собственные названия.

Основным сырьем для получения красителей были растения и минеральные пигменты, дающие после первого окрашивания ткани только лёгкий оттенок. Такое обстоятельство сильно повлияло на формирование цветового восприятия японцев. Люди были способны различать гораздо более тонкие нюансы одного цвета.

Насыщенные цвета тоже были очень популярными, что подтверждает костюм театра Кабуки и цветная гравюра. Одним словом, приглушённый и яркий колориты просто соответствовали разным эстетическим воззрениям, как аристократии, так и народа.

Существовали запрещённые цвета, монополию на использование которых имели только определённые должностные лица или чиновники. Система запрещённых цветов была выработана в VIII веке, во времена существования правового государства.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ 3D-ТЕХНОЛОГИЙ В РЕСТАВРАЦИИ

Пастернак Н.А., гр. ИРС-117

Научный руководитель: проф. Сафонов В. В.

Кафедра Реставрации и химической обработки материалов

В современном мире люди стремятся автоматизировать и компьютеризировать свою деятельность, для большей производительности и меньших трудозатрат. С появлением новых технологий меняется подход людей к своей профессии. Такие технологии как 3D-сканирование, проектирование и печать постепенно проникают в различные сферы деятельности человека. То же касается и этапов реставрационной работы.

Примером использования 3D-технологий в реставрации послужит восстановление старинных ворот во Флорентийском баптистерии рядом с собором Санта-Мария-дель-Фьоре. Южные ворота – наиболее древний и исторически ценный элемент всего баптистерия. Они были созданы известным итальянским архитектором и скульптором Андреа Пизано около 700 лет назад. Ворота размером 577 на 428 см содержат 28 бронзовых панелей с барельефами, изображающими жизнь Иоанна Крестителя.

Первым этапом работы было создание точной компьютерной модели каждого барельефа ворот. Для этого реставраторы занялись оцифровкой элементов исторического памятника с помощью ручного 3D-сканера. и созданием их САД-моделей.

Далее данные, полученные после 3D-сканирования, были обработаны художниками и переданы в 3D-печать. С помощью промышленного 3D-принтера из специального материала изготовили высокоточные образцы всех 28 барельефов ворот. После реставраторами были созданы силиконовые формы на основе печатных моделей. С их помощью изготовили восковые литейные мастер-модели для финального производства бронзовых копий элементов оригинальных ворот.

Последним этапом была художественная обработка и сборка. Бронзовые отливки нужно было собрать вместе в единую конструкцию, покрыть позолотой и придать им аутентичный старинный вид. На этом этапе работали сразу несколько художников-реставраторов, которые как вручную, так и с помощью инструментов постепенно придали новым воротам оригинальный облик.

Высокая скорость сбора данных и точность 3D-технологий, позволили реставраторам в короткие сроки получить максимально точные и приближенные к оригиналу копии исторических барельефов. А также 3D-технологии в значительной степени изменили подход к реставрации исторического памятника.

КРАСИТЕЛИ НА ОСНОВЕ САЖИ

Сиберт К.А., гр. ИРС-118

Научный руководитель: проф. Третьякова А.Е.

Кафедра Реставрации и химической обработки материалов

Сажа – это аморфный углерод, продукт неполного сгорания или термического разложения углеводородов в неконтролируемых условиях. В больших количествах её используют для приготовления чёрной краски в полиграфической промышленности, в чёрной металлургии, электротехнической промышленности.

В художественной сфере существует термин «газовая сажа» – название чёрной краски с пигментом «сажа».

Сажа, особенно ламповая – прекрасная чёрная краска. Она совершенно безопасна для организма человека. Применяется для приготовления туши для бровей, грима, коричневой краски (в смеси с чёрной краской). Чёрный цвет сажи усиливается от добавления ультрамарина.

Получают этот краситель термическим разложением без доступа воздуха. Этот способ имеет важные преимущества: простота и дешевизна процесса, высокий выход сажи, образование в качестве побочного продукта газа с высоким содержанием водорода.

Самое первое красящее вещество, которое было применено как краситель – сажа. Имеются сведения, что в Китае еще 4000 лет до нашей эры сажу использовали для изготовления туши. В древнем Египте изготавливали чернила на основе сажи, а в одной из римских рукописей, относящейся к началу нашей эры, уже описан способ производства сажи как черного пигмента.

В течение всей истории художники использовали газовую сажу из-за простоты приготовления. Уголь очень хорошо поглощает свет, и на многих картинах он использовался для нанесения первоначального наброска.

Сажа газовая использовалась Вермеером для изображения черной напольной плитки, часто встречающейся на его картинах. Так как этот пигмент имеет сильный коричневый оттенок, художник добавлял в него ультрамарин для передачи синеватого оттенка мрамора. Также Вермеер добавлял сажу газовую к ультрамарину для снижения интенсивности цвета в глубокой тени синей скатерти, также часто изображаемой на его полотнах. Кроме того, сажа газовая наиболее часто использовалась в изображении белых стен интерьеров.

Таким образом, можно отметить, что сажа находила применение в разных областях жизни человека. К тому же, этот краситель был один из первых, с которым работал человек.

ВОЕННАЯ ОДЕЖДА В ПЕРИОД СРЕДНЕВЕКОВЬЯ

Соколова Т.В., гр. ИРС-119

Научный руководитель: доц. Панкратова Е.В.

Кафедра Реставрации и химической обработки материалов

Чем дальше уходим мы вглубь веков, тем меньше в нашем распоряжении становится проверенной информации. Особенно скудной становится информация о повседневной одежде людей, шедших служить в армию рядовыми солдатами.

Классификация видов военной одежды по способу ношения:

1) одежда, которая служит недорогим доспехом – преимущественно для небогатых солдат, такая как гамбезон и жак;

2) одежда, которая одевается под латный доспех, и которая служит для закрепления деталей жесткого доспеха на теле;

3) одежда, которая одевается на латный доспех.

Основными доспехами норманнских воинов были кольчуга с кольчужным капюшоном. Под кольчугой носили стеганую одежду, например, гамбезоны. Кольчуга достаточно плотно лежит на теле человека, не причиняя болезненных ощущений. Тем не менее, под кольчугу лучше было носить стеганую одежду, которая принимала бы на себя удары.

На протяжении XIII века в период 1250-1360 гг. доспехи становились все более тяжелыми за счет накладок из рога, китового уса, кожи и железа. Открытые части тела стали защищать стегаными или пластинчатыми доспехами. Солдаты XIII века должны были иметь кроме обычных доспехов и оружия шайку-амортизатор, кинжал, большой и малый нож, две рубахи, пару, узкий ремень, два небольших мешка для ночных рубах, стеганую куртку и т.д. Кольчугу тамплиеры хранили в кожаной или холщовой сумке. Широкий поясной ремень служил для подвески ремня. Голову защищала фетровая шляпа.

Лучник XIV века следовал веяниям изменения моды – смена свободного покроя на облегающий. Абсолютное большинство английских лучников в качестве доспехов носили стеганный гамбезон (акетон).

Во второй половине XV века лучники носили бригантину. Бригантина представляла собой куртку, почти всегда без рукавов, имеющую прокладку из небольших, перекрывающих друг друга металлических пластин.

В XIV и начале XV веков использовались металлические шлемы-бацинеты, иногда в сочетании и с кольчужным подшлемником или назатыльником. На руках лучники носили наручи или перчатки.

РЕСТАВРАЦИЯ ИКОН

Томзова А.Д., гр. ИРС-117

Научный руководитель: доц. Пыркова М.В.

Кафедра Реставрации и химической обработки материалов

Реставрация (от лат. *Restavratio* – восстановление) старинных икон – это искусство возвращения к жизни святых образов и библейских сюжетов, поврежденных временем, условиями хранения, стихийными бедствиями: пожарами, наводнениями.

Основные детали и части икон: доска – основа иконы; поволока – льняная ткань грубой пряжи, которой покрывают деревянную доску при наличии на ней трещин, неровностей и сучков, как правило, располагается под левкасом; левкас – особый грунт, состоящий из алебастрового порошка и животного (или рыбьего) клея, который тонким слоем наносится на доску-основание, причём, чем тоньше этот слой (как правило, 0,5-6 мм), тем выше его прочность и долговечность; живописный слой – краски, позолота; защитный слой – лак, на древних иконах – олифа; загрязнения – пыль, слипшаяся с лаком, окислы и пр.

Анализ текущего состояния иконы и составления плана реставрации включает, как правило следующие этапы. Реставратор оценивает физическое состояние иконы. Изучает особенности письма. Укрепление доски-основы. Доска «лечится» от биологических паразитов – грибков, бактерий, жучков-точильщиков и других насекомых. И может укрепляться: пчелиным воском, рыбьим клеем, желтковая эмульсия. Укрепление или восстановление левкаса. Разрушения левкаса ликвидируют введением внутрь его слоя или под него коллагенового клея. Удаление загрязнений (расчистка иконы). В этот круг работ входит «отмывание» тёмного налёта с образа, удаление частиц грязи и пыли, снятие старого слоя лака или олифы. Укрепление красочного слоя. Делается это с помощью специального клея, который под давлением или с помощью шприца закачивается под вздувшиеся участки краски. Тонировка или восстановление утраченных фрагментов живописи и позолоты. Консервация иконы. Покрытие образа защитным слоем лака.

ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ РЕСТАВРАЦИИ

Ханова Ю.Т., гр. ИРС-117

Научный руководитель: проф. Сафонов В.В.

Кафедра Реставрации и химической обработки материалов

Развитие индустрии полимерных материалов с середины девятнадцатого века до наших дней глубоко изменило материалы

окружающих нас предметов. Современные полимеры представляют потенциальные проблемы для реставраторов, поскольку их разрушение часто происходит быстро и неожиданно. Синтетические полимеры сильно различаются по стабильности и требуют химической идентификации перед проведением реставрационных работ.

Широкое разнообразие пластиковых материалов, встречающихся в коллекциях произведений искусства, уже требует срочного внимания, в то время как многие другие демонстрируют нестабильность – пожелтение и хрупкость. Стоит отметить, что эти процессы часто бывают внезапными, и ранние стадии разрушения нелегко распознать, что задерживает меры по сохранению и реставрации.

Одной из важных проблем современной реставрации является очистка произведений из пластика или пластикового красочного слоя. Многие поверхности, особенно те, которые изготовлены из высоковязких красок, таких как акриловые краски с температурой стеклования, близкой или равной комнатной температуре, исключительно трудно очищаются. Поскольку многие окрашенные поверхности часто являются электростатическими, они легко притягивают частицы. Это приводит к проблемам, связанным с тем, что твердые частицы (например, пыль) со временем попадают в слой краски – такие частицы невозможно удалить без существенного воздействия на красочный слой и изменения важных характеристик поверхности.

Ацетатный, ПВХ-ламинатный полимеры и чувствительные к давлению клеи часто встречаются на современных произведениях графики, а также на библиотечных или архивных материалах. Данные адгезивы подвергаются окислению и изменению консистенции и цвета (пожелтение), становятся менее вязкими и проникают в массу произведения. Клеи продолжают окисляться, теряя при этом адгезионные свойства, что может привести к растворению определенных сред, таких как чернила шариковой ручки и фломастеры.

Удаление нежелательных материалов с поверхностей ценных произведений искусства также необходимо, когда уличные инсталляции, скульптуры и памятники покрываются граффити. Выборочное удаление нежелательного красочного слоя особенно затруднительно, когда используются акриловые, виниловые и алкидные краски.

КРАСИТЕЛЬ И КРАСКА: ИХ ПРИМЕНЕНИЕ, ИЗГОТОВЛЕНИЕ, ВИДЫ

Шинкаренко Т.А., гр. ИРС-119

Научный руководитель: проф. Сафонов В.В.

Кафедра Реставрации и химической обработки материалов

Родиной искусства украшения тканей красящими веществами считают Индию – страну, где в изобилии природные красители, благодаря которым, в свою очередь, и появились разные способы расцвечивания тканей.

В конце XIX – начале XX века искусство крашения природными красителями практически было утрачено. Первые синтетические красители, яркие и сравнительно простые в способах применения, вытеснили природные красители.

Пигменты и красители – вещества, которые вмешиваются в связующие составы и придают им определенные цвета и дополнительные свойства. Основное отличие заключается в том, что пигменты – нерастворимые; красители – растворимые.

Пигмент – это сухое белое, черное или цветное вещество, нерастворимое в органических растворителях, маслах и воде. Применяется для поверхностного окрашивания. Пигменты могут быть естественные и искусственные, органические и минеральные (не органические).

Краситель – хорошо растворяется в воде, а некоторые и в растворителях. Их молекулы имеют солеобразующую группу и могут диссоциироваться на ионы. Благодаря таким свойствам из красителей изготавливают краску, которая проникает в толщу материала (дерево, нитки, ткани). Удаление нежелательных материалов с поверхностей ценных произведений искусства также необходимо, когда уличные инсталляции, скульптуры и памятники покрываются граффити. Выборочное удаление нежелательного красочного слоя особенно затруднительно, когда используются акриловые, виниловые и алкидные краски.

До второй половины XIX века растительные красители широко использовались, а культивирование красильных растений занимало значительное место в структуре сельского хозяйства, и было распространено во многих странах Европы и Азии. В конце XIX – начале XX века искусство крашения природными красителями практически было утрачено. На протяжении всего нескольких десятков лет большинство древних рецептов было забыто и утеряно.

ОСОБЕННОСТИ ФОТОСЪЕМКИ ИСТОРИЧЕСКИХ РЕКОНСТРУКЦИЙ

Каршаков П.Е., гр. МИД-117, Гергенрейдер Т.К., гр. ИКФ-117

Научный руководитель: доц. Бесчастнов П.Н.

Кафедра Декоративно-прикладного искусства и художественного текстиля

Человек всегда хотел зафиксировать момент времени, оставить то или иное событие в памяти с предельной точностью. Изобретение фотографии дало человечеству такую возможность. Фотография может привлечь внимание людей к определенной теме, воздействует на эмоции зрителя. С технической точки зрения, процесс фотосъёмки – это технология записи изображения путём регистрации оптических излучений с помощью светочувствительного фотоматериала или полупроводникового преобразователя. Последующая работа с фотоизображением – редактирование (ретуширование), улучшение, изменение оригинала изображения в основном при помощи применения компьютерных технологий. Редактирование осуществляется как с целью устранения технических дефектов, таких как пыль, царапины, «битые пиксели», проведения коррекции яркости, контрастности, цветокоррекции и т.п.; так и для решения художественных задач по поиску композиционного и стилового решения.

Предметом исследования является процесс и особенности фотосъёмки, обработка и средства презентации проекта. Цель данной работы заключается в разработке и подборе эффективных средств для фотосессии исторических костюмных реконструкций. Задача работы посредством фотографий привлечь внимание к средневековой истории в нашей стране.

Историческая реконструкция – процесс воссоздания материальной или духовной культуры определённой исторической эпохи и региона либо воспроизведения исторического события. В качестве предмета воссоздания исторической эпохи был выбран комплекс, состоящий из костюма, доспеха, оружия и бытовых принадлежностей региона и исторического периода, по возможности, из материала соответствующего затрагиваемой эпохи.

Особенностями фотосъёмки исторической реконструкции можно назвать подбор аутентичных образов, связанных с определённой исторической эпохой. Для наиболее успешного воссоздания исторической эпохи фотография должна представлять собой сюжетную постановку. В съёмках может применяться как естественное освещение для передачи наиболее реалистичного изображения пространства, в которое помещен объект съёмки, так и искусственный студийный свет, а также и их сочетания для придания наибольшей выразительности итоговой фотографии.

ВЛИЯНИЕ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ НА РЕКЛАМНУЮ ФОТОГРАФИЮ

Колодина А.В. гр. МАГ-ИК-519

Научный руководитель: ст. преп. Дергилёва Е.Н.

Кафедра Декоративно-прикладного искусства и художественного текстиля

В наши дни реклама стала неотъемлемой частью повседневной жизни современного человека. Самые распространенные виды визуальной рекламы: графическая, фотореклама и видеореклама. Рекламодатели и дизайнеры, в свою очередь, также знают, насколько много места занимает визуальная реклама в жизни потребителя и стараются через нее как можно сильнее повлиять на его сознание, впечатлить его, привлечь к продукту его внимание, а иногда даже заставить задуматься на те или иные актуальные темы. Этим целям создатели рекламы добиваются разными способами, в том числе путем вовлечения в рекламу различных явлений массовой культуры.

Основные типы вовлечения явлений массовой культуры в рекламу, а именно, ее самые популярные темы, затрагиваемые рекламодателями – это интернет-мемы, кинематограф, политики, бодипозитив, феминизм, ЛГБТ.

Использование как интернет-мемов, так и кинематографа в рекламе заключается в использовании какого-либо знаменитого персонажа, явления, сюжета или фразы, и обыгрывании его в рамках посылы рекламного изображения.

В коммерческой рекламе политические деятели и события встречаются не так часто, как герои фильмов или мемов, но всё же это тоже повсеместно распространено. По большей части, страна, где демонстрируется реклама, размещает изображения именно иностранных политиков и преподносит информацию в сатирической форме, высмеивая либо их личностные качества, либо высказывания и деятельность.

Бодипозитив в рекламе преподносится через трансляцию идей о том, что ранее принятые в обществе стандарты красоты недостижимы и далеки от реальности, что любое телосложение, возраст, тип внешности нормален и красив. Чаще всего тема встречается в рекламе косметики, одежды.

В рекламе тема феминизма, по большей части, поднимается с точки зрения того, что «женщина – не слабый пол» и для нее не должно быть ограничений в какой-либо деятельности.

Тема ЛГБТ используется в контексте идеи принятия человека обществом независимо от его сексуальной ориентации. Зачастую, через поднятие данной темы компания демонстрирует широту своих взглядов и открытость к сотрудничеству с любым клиентом.

ВЗГЛЯД СНИЗУ: ФОТОСЪЁМКА АРХИТЕКТУРЫ

Фомичёва А.А., гр. ИКФ-118

Научный руководитель: доц. Бесчастнов П.Н.

Кафедра Декоративно-прикладного искусства и художественного текстиля

Снимать архитектуру, как классическую, так и современную, далеко не просто. Факторов, которые повлияют на фото очень много. Требуется хорошо исследовать снимаемый объект. Нужно это для того, чтобы не просто сделать первый попавшийся кадр, а выбрать наиболее удачный ракурс, дождаться подходящего света и зафиксировать здание так, чтобы у фотографии было настроение, эмоция и характер.

Архитектурная съёмка выделяется тем, что свет в ней воспринимается совершенно особенным образом. Свет – важный элемент в фотографии архитектуры. Положение источника освещения и направление могут создать удивительные эффекты. Линии и изгибы – вот из чего состоит архитектурное сооружение. Гораздо увлекательнее работать со зданиями оригинальных форм, современная архитектура нередко полагается на ломаные или мягкие формы.

Предметом исследования являются особенности фотосъёмки архитектуры, ее различных вариантов ракурсов, обработка и средства презентации проекта. Цель данной работы заключается в подборе и обработке информации по съёмке архитектуры, её особенностях, ключевым из которых является «взгляд снизу». Задача работы посредством фотографий привлечь внимание к индивидуальности архитектурных объектов, в частности, создания их фотоснимков.

Один из особенных, наиболее ярко выраженных, часто используемых и удивительных приемов – это съёмка снизу. Фотографируя с нижним ракурсом, можно подчеркнуть высоту, размеры, грандиозность, значимость объекта. Снимая снизу вверх, визуальнo в несколько раз увеличиваются все эти параметры того, что вы фотографируете. Зачастую, здания, сфотографированные с нижнего ракурса, могут получиться на снимке «заваленными», то есть падающими. В то же время эта «заваленность» придаёт снимку динамичность, эффект некоего движения. В этом случае композицию кадра лучше построить диагонально. Съёмка с нижней точки придаёт объекту величие.

Также, интересен и противоположный эффект – съёмка издали и сверху. Съёмка с верхней точки позволяет увидеть его форму, недоступную зрителю в обычных условиях.

ЖАНР FASHION-ФОТОГРАФИИ В ФОТОИСКУССТВЕ

Ахматьянова А.Р., гр.ИКФ-119

Научный руководитель: доц. Щербакова А.В.

Кафедра Декоративно-прикладного искусства и художественного текстиля

Первые известные попытки сделать фотоснимки относятся к 1802 году, однако официальный год изобретения фотографии – 1839. С каждым годом технологии становились все совершеннее, а аппараты мобильнее. В начале XX века этот вид искусства попал в поле зрения коммерческих компаний, которые применяли снимки для рекламы услуг и товаров.

В 50-70-х годах модная индустрия Европы активно развивалась, люди стремились выразить индивидуальность посредством нарядов, кинематограф получал все большую популярность. Все это способствовало расцвету fashion-фотографии. Отказавшись от традиционных канонов, фотографы смогли экспериментировать, не соблюдая стилистического единства модели, декораций и нарядов.

Тенденции в модной фотографии 70-90-х годов вполне очевидны, снимки полны сюрреализма, авангарда, сложных идей, ассоциаций, несоответствия планов и фактур. При этом рекламный бизнес процветает и активно эксплуатирует женскую красоту.

У fashion-фотографии есть несколько направлений, они схожи между собой наличием модели и одеждой, но имеют некоторые отличия в стилистике, настроении, месте съемки и назначении снимков.

Особенности fashion-фотографии – на хороший снимок в итоге может уйти до нескольких дней подготовки и 10-15 часов непрерывных съемок. Каждая мелочь на снимке имеет свой смысл и тщательно прорабатывается до начала съемок. На fashion-фотографии никогда не будет лишней тени, случайно попавшего в кадр визажиста и так далее. А если это там будет, то так задумано изначально. По постановке модели, одежде и деталям можно понять смысл и внутренний посыл фотографии. Рекламные кадры призывают вас купить продукт таким образом, что вы не всегда сможете это заметить и определить. Одежда, макияж и поза модели подбираются таким образом, чтобы выделить снимок из общей массы. Свет в имиджевой съемке играет одну из главных ролей, с его помощью строится интрига фотографии, диалог фотографа и зрителя. Поэтому в этой индустрии без теоретических основ композиции, расстановки источников света и знаний о колористике. В съемках должны участвовать мастера своего дела, причем узкоспециализированные, должно присутствовать четкое разделение труда, где каждый знает зону работы и ответственности.

Сегодня весь глянец создается с помощью графических редакторов, Photoshop – это и инструмент, и источник вдохновения, и главный участник фотосъемок.

FOOD ФОТОГРАФИЯ

Захарова Е.П., гр. ИКФ-119

Научный руководитель: доц. Щербакова А.В.

Кафедра Декоративно-прикладного искусства и художественного текстиля

Фотография еды – разновидность натюрмортной коммерческой фотографии, направленная на создание привлекательного образа тех или иных видов еды для использования в рекламе, на упаковках, в меню или поваренных книгах.

Считается, что именно с натюрмортов художников XVII-XVIII веков начиналось направление фуд-фотографии.

Цель фуд-фотографа – сделать продукты питания и напитки как можно более привлекательными и желанными на фотографии. Для получения качественного, интересного и «вкусного кадра» фуд-фотографу необходимы, на мой взгляд, 3 важные вещи: свет, композиция и идея.

Композиция делится на эстетическую (идея, замысел фотографии) и техническую (геометрия кадра, сочетание цветов и свет). Есть несколько «правил» композиции, которыми можно воспользоваться:

1. Золотое сечение (площадь кадра делится двумя вертикальными и двумя горизонтальными линиями, главные объекты в кадре нужно размещать вдоль этих линий или на точках их пересечения – «зрительных центрах»).

2. Правило диагоналей (расположение главных объектов в кадре по диагонали).

3. Правило треугольников (главные объекты образуют треугольник).

4. Спираль (композицию можно построить так, чтобы взгляд зрителя закручивался или раскручивался по спирали, приходя к главному объекту в кадре).

5. Ритм или паттерн (многократное повторение одинаковых или похожих объектов в кадре).

6. Разная высота (расположение объектов на разной высоте).

Эти композиционные приемы помогают сделать кадр лучше, динамичнее, живее и интереснее.

В современном мире есть огромное количество фотографов, занимающихся съемкой еды, но мне хотелось бы выделить Карла Уорнера (Carl Warner) – австралийского фотографа, работающего в Лондоне. Он не просто фотографирует продукты, а создает из них красивые пейзажи.

STREET ФОТОГРАФИЯ

Исупова А.Р., гр. ИКФ-119

Научный руководитель: доц. Щербакова А.В.

Кафедра Декоративно-прикладного искусства и художественного текстиля

Street-фотография – это жанр фотографии, сделанной в общественном месте: на улице, в парке, на пляже и т.п. Вероятней всего, потребность в street фотографиях появилась из-за изобилия постановочных фотосессий, снимков в определенных декорациях (тантамаресках).

Философия жанра – снимок не изменяют, а также он не должен быть постановочным. Кадр незапланированный. Вся суть в моменте.

В исследуемом жанре работают следующие фотографы:

1. Анри Картье-Брессон. Основным принципом работы для Брессона была необходимость оставаться незаметным для окружающих. Он также ввел термин «решающий момент», использовавшийся многими его последователями.

2. Сол Лейтер. В коллекции фотографа снимки, в которых главные объекты, в отличие от второстепенных, остаются вне фокуса. С точки зрения композиции такие фотографии неправильны, однако они завораживают. Вертикальная фотосъемка – еще одна отличительная черта работ Лейтера. Большинство фотографов того времени предпочитали делать снимки в горизонтальном формате.

3. Стивен Шор. Отображение жизни как она есть, но с долей экзистенциальной грусти о стремительно утекающем из пальцев времени – находка автора, обратившего внимание на вещи, мимо которых проходили остальные.

Для меня уличная фотография, как и для всех street фотографов – умение ловить момент, который уникален и не повторится дважды. Не постановочная игра на камеру, а реальные, настоящие эмоции, искренность. Передача ощущений и настроения через кадр.

Уличный фотограф – быстрый, незаметный для окружающих, замечаящий те самые «решающие моменты».

СОВРЕМЕННАЯ АНАЛОГОВАЯ ФОТОГРАФИЯ

Киселева Е.С., гр. МАГ-ИК-519

Научный руководитель: доц. Бесчастнов П.Н.

Кафедра Декоративно-прикладного искусства и художественного текстиля

В современном мире цифровой фотографией уже никого не удивить. И для того, чтобы делать такие снимки не обязательно быть профессионалом, достаточно иметь самый простой мобильный телефон с

камерой, который сейчас может позволить себе практически каждый. Можно сделать 100 фотографий за раз, сразу выбрать понравившиеся и удалить остальные, а для того, чтобы увидеть результат не нужно ждать и пары секунд. Сам процесс фотографии перестал казаться каким-то магическим.

Поэтому люди стали возвращаться к ставшим сейчас «аналоговым» способам фотографии, так как такие снимки более ценны, ведь никто не станет снимать один объект много раз, имея плёнку в 36 кадров. Человек несколько раз подумает, стоит ли потратить кадр именно на этот объект. В следствие этого на снимках оказываются только самые значимые события. Таким образом люди стараются поймать в объектив самые значимые моменты, а не фотографировать всё подряд по несколько раз.

В 2008-м году вернулась мода на фотоаппараты моментальной печати, позволяющие получить карточку с фотографией буквально за полминуты. Примерно в 2012-м году люди снова начинают снимать на плёнку, при чём большой интерес к этому процессу растёт у более молодого поколения, особенно у тех, кто родился в эпоху цифровых технологий.

Пик интереса к аналоговой фотографии пришёлся на 2015-й год, плёнку стало очень легко найти не только в специализированных магазинах, но и в обычных, где обычно продают батарейки и прочее.

Также этим стали снова интересоваться режиссёры. Многие современные полнометражные фильмы, которые мы видим в кинотеатрах, тоже были сняты на плёнку, например «Омерзительная восьмёрка», «Ла Ла Ленд», «Отряд самоубийц», «Звёздные войны. Эпизод 7» и другие.

Нет плёночного фотоаппарата? Не проблема. Возьмите банку из-под чая и фотографируйте на неё. Нет это не шутка, это пинхол, такая «карманная» камера-обскура, в которую можно вставить светочувствительную бумагу или плёнку и делать фотографии.

В наше время аналоговая фотография всё ещё живёт и процветает, так что если вам наскучили цифровые технологии, то никогда не поздно сходить в магазин за плёнкой, а дедушкин «Зенит» скорее всего уже давно ждёт вас в глубине кладовки.

ПИКТОРИАЛИЗМ В ФОТОГРАФИИ

Кузнецова Е.П., гр. ИКФ-119

Научный руководитель: доц. Щербакова А.В.

Кафедра Декоративно-прикладного искусства и художественного текстиля

Пикториализм – течение в европейской и американской фотографии второй половины XIX – начале XX вв. Подразумевает использование изобразительных и технических приёмов, сближающих фотографию с живописью и графикой. Он представлял собой эстетическое течение,

приверженцы которого стремились к картинному, подражающему живописи фотографическому изображению.

Использование пикториальности было одним из способов продемонстрировать близость кадра и живописи. Пикториализм сыграл важную роль в признании фотографии художественной формой. Буквальное сходство с живописными произведениями сделало возможным появление фотографических кадров в музейных залах и галереях.

Исследователи по-разному разграничивают основную хронологию течения. Однако они сходятся на обозначении трёх основных периодов развития пикториализма:

Ранний пикториализм: 1860-1870 гг. Связан с развитием британской фотографии и с распространением идей Джона Рескина.

Классический пикториализм: 1880-1915 гг. Связан с распространением импрессионистического эффекта в фотографии.

Поздний пикториализм: 1915 – вторая половина 1920-х годов. Период характеризует падение интереса к пикториальным эффектам, его замена новыми техниками. Однако такие эффекты и приёмы сохраняются в области салонной, любительской и модной фотографии.

Для достижения пикториального эффекта фотографы использовали особые техники съёмки и печати: мягкорисующие объективы, фильтры, обработка позитива бихроматами, солями серебра и др. Считается, что можно говорить о существовании двух основных направлений пикториализма – оптического (связанного с применением мягкорисующих объективов, таких как монокль, перископ и др.) и технического (использующего специфические методы фотопечати).

Пикториализм был эхом XIX века. В 1920-х годах живописный стиль уступил место более прогрессивным направлениям фотоавангарда. Фотографы, начинавшие как пикториалисты, во второй четверти XX века продолжали творческие поиски уже в других направлениях – в экспериментах с ракурсами и композицией.

ИЛЛЮЗИИ В РЕКЛАМНОЙ ФОТОГРАФИИ

Филенко Ц.С., гр. ИКФ-117

Научный руководитель: доц. Бесчастнов П.Н.

Кафедра Декоративно-прикладного искусства и художественного текстиля

В современном мире человек постоянно воспринимает многочисленные информационные потоки. Человеку присуща избирательность восприятия, избирательность запоминания и интерпретации получаемых стимулов.

Для привлечения внимания аудитории к рекламному контенту используются различные визуальные приемы, базирующиеся на закономерностях восприятия.

Во-первых, прием композиции, который базируется на законе близости, суть которого заключается в том, что расположенные рядом элементы воспринимаются человеком как элементы одной группы.

Во-вторых, прием объединения, который основан на законе целостности восприятия, который связан с тем, что человек объединяет в реальности не связанные элементы изображения в знакомые формы, то есть рассредоточенные элементы воспринимаются человеком как некая целостная конструкция.

В-третьих, прием выделения, основанный на законе соотношения фигуры и фона, когда фигура является частью композиции, на которую человек обращает первостепенное внимание, то есть фигура становится более видимой на определенном фоне.

Возникновение оптических иллюзий при восприятии рекламного контента, в частности, в рекламной фотографии, может быть достигнуто с помощью трех вышеперечисленных приемов. Использование оптических иллюзий в рекламе является важным инструментом для привлечения внимания целевых групп, а также для удержания внимания и формирования интереса к рекламируемому продукту или услуге.

Основными эффектами оптических иллюзий в рекламе являются: мерцающие элементы, движущиеся поверхности, объемные фигуры, несуществующие геометрические фигуры. То есть речь идет о статичном визуальном изображении, при восприятии которого у человека возникают эффекты восприятия, так или иначе связанные с движением или изменением ракурса воспринимаемого рекламного объекта.

В ходе проведенного исследования коммерческой рекламной фотографии в социальной сети Instagram сделан вывод о том, что фотографии с эффектами визуальных иллюзий привлекают большее внимание пользователей, что выражается в количестве лайков, комментариев и репостов.

ЭКЛЕКТИКА – ГЛАВНЫЙ ТРЕНД В ИНТЕРЬЕРЕ 2020

Асцатурян К.С., гр. ИКТ-116

Научный руководитель: ст. преп. Громова М.В.

Кафедра Декоративно-прикладного искусства и художественного текстиля

Тенденции дизайна интерьера в новом десятилетии продолжают развиваться в направлении создания максимально комфортной среды для человека. Оформление в каком-то конкретном стиле постепенно отходит на второй план. Преобладает персонализация. В моде преобразование жилых

пространств согласно образу жизни и личному комфорту. В новом десятилетии индивидуальный подход будет все больше востребован в жилых интерьерах.

Экостиль. Жителям мегаполиса зачастую не хватает природной эстетики. Большинство людей стремится создать максимально спокойный и комфортный интерьер, используя при этом как можно больше естественного освещения (большие окна, множество зеркал), порой выбирая вместо массивной мебели для гостиных и столовых – легкую садовую мебель, украшая жилые пространства комнатными растениями.

Минимализм. Минимализм в создании интерьера заключается в максимальной простоте и ясности. Люди больше не стремятся заполнить свой дом ненужными вещами. В интерьере остается только необходимое.

Неоклассика. Утонченные классические линии интерьера всегда остаются в тренде. Неоклассика, по сравнению с классическим дизайном, более лаконична, сдержана и гармонично сочетается с инновационными подходами создания функционального жилья.

Смешение стилей. Основная идея эклектики – вобрать все лучшее из разных направлений, и единственное ее правило – это отсутствие правил. Сочетание различных стилей, эпох, текстур, узоров, цветов позволит создать уникальную аранжировку, отражающую индивидуальность, предпочтения владельца жилья. Индивидуальный характер, оригинальность, уникальность – вот главные преимущества эклектичного интерьера.

Новое десятилетие не зря называют веком смешения и разнообразия. Сейчас много внимания уделено личности и самореализации, поэтому и окружение стараются подстроить именно под человека. Сочетание разных стилей, их комбинирование, способствует созданию более комфортной зоны для проживания личности.

ЭТИЧНОСТЬ В ОДЕЖДЕ КАК ТЕНДЕНЦИЯ В СОВРЕМЕННОЙ МОДЕ

Бершова А.А., гр. ИДП-119

Научный руководитель: доц. Щербакова А.В.

Кафедра Декоративно-прикладного искусства и художественного текстиля

Индустрия меха и кожи ежегодно наносит вред природе. Около 30 млн. животных становятся ее жертвами. По данным организации PETA, производство натурального меха, кожи и шерсти в 20 раз токсичнее, чем создание искусственных аналогов.

Этичные вещи – одежда, созданная без компонентов животного происхождения. В основе этичного гардероба – вещи из искусственного и из растительного сырья. Этичные материалы: искусственные или

растительные: полиэстер, полиуретан, синтепон, акрил, микрофибра, флис, искусственная кожа, искусственный мех, искусственная замша, искусственный нубук, хлопок, вискоза, лён, бамбук и др.

Неэтичные материалы имеют животное происхождение или получаются в результате их эксплуатации: натуральная кожа, замша, нубук, натуральный мех, шерсть, кашемир, ангора, пашмина, альпака, натуральный шёлк, пух, и др.

В 2002 году коалиция из 40 природоохранных организаций запустила антимеховую программу Fur Free Retailer. Одной из первых к этому движению присоединилась корпорация Inditex – основатель брендов Zara, Pull&Bear, Bershka. Benetton стал лидером в рейтингах этических производителей. Модный дом Calvin Klein сообщил об этической позиции марки в 90-е годы, а в 2016 году – о решении отказаться от меха заявил и итальянский дизайнер Джорджо Армани. Известными этическими брендами также стали, Stella McCartney, Only Me, предлагая шубы из экомеха. Интернет-магазины, располагающие вещами от множества различных брендов, предлагают фильтровать поиск нужной одежды и обуви по составу. Центр защиты прав животных «ВИТА» систематически обновляет рейтинги этических магазинов.

Таким образом, в последние несколько лет в мире моды существует тенденция на отказ от использования натурального меха и кожи. Этичные материалы широко представлены на рынке модной индустрии. Многие известные бренды переходят на этические материалы: ткани растительного происхождения, искусственные материалы или комбинированные. В России наблюдается снижение спроса на натуральные материалы, но полный отказ от меха среди производителей не так распространен, как в Европе и США.

ФУТУРИСТИЧНОСТЬ ТЕАТРАЛЬНЫХ КОСТЮМОВ ЭПОХИ КОНСТРУКТИВИЗМА

Бухтоярова М.А., гр. ИКТ-117

Научный руководитель: ст. преп. Громова М.В.

Кафедра Декоративно-прикладного искусства и художественного текстиля

Театр – экспериментальная среда, обостряющая взаимодействие всех форм искусства, синтезирующая нечто новое и разрушающая привычное представление о действительности. Театр не только отражает жизнь, но и во многом определяет быт, труд, творчество и самого человека. Особенно ярко это свойство театра выразилось в эпоху революционных перемен.

7 ноября 1918 года состоялась премьера пьесы В. Маяковского «Мистерия-буфф». В работе над спектаклем принимали участие ведущие художники русского авангарда. Новаторским оформлением сцены пьеса

обязана К. Малевичу, он также делал эскизы костюмов. Часть эскизов была выполнена самим В. Маяковским. Пьеса, опередив время, явилась отправной точкой в новой советской драматургии.

Новое веяние современной моды – конструктивизм, зарождавшийся во времена «Мистерии-буфф», был положен в основу серии эскизов театральных костюмов, созданных по мотивам темы, одновременно новаторской и уже ставшей классической. Были рассмотрены несколько различных персонажей – как положительных, так и отрицательных. Эскизы ориентированы на театральную постановку и предназначены для сцены.

Персонаж «Книга» как бы противопоставлен своей сущности. Он не похож на хранителя знаний. «Книга» расхлёстан, использует одежду, как способ самовыражения. В его образе – лишь стилизованные очертания предмета, который он олицетворяет, с имитацией обложки и страниц.

Костюм «Вельзевула» несколько аляповат, неаккуратен, карикатурен. Верхняя часть объёмна, что неестественно удлиняет ноги, тем самым придавая сходство с куклой, марионеткой. Это делает образ несколько безумным и вместе с тем немного грустным.

Последний персонаж – «Молот». Этот костюм олицетворяет образ человека, рабочего, орудующего молотом. Его простая, удобная одежда предназначена для работы. Широкая шляпа придаёт актёру сходство с его орудием труда. Костюм отражает основные качества персонажа: смирение и внутреннюю силу.

Театральный костюм – один из важных элементов спектакля. Он должен отражать характер персонажа, не отвлекая от действия, погружая в атмосферу постановки, взаимодействуя со средой.

ИСТОРИЯ СОЗДАНИЯ И ХАРАКТЕРНЫЕ ЧЕРТЫ БРЕНДА VERSACE

Бычкова М.А., гр. ИКТ-119

Научный руководитель: доц. Щербакова А.В.

Кафедра Декоративно-прикладного искусства и художественного текстиля

Versace – один из самых влиятельных и узнаваемых брендов современности. Этот модный дом был основан в 1980-ых и сразу же стал популярным в последующие десятилетия XX-го века.

Бренд был основан братьями Джанни и Санто Версаче. Сейчас главой Модного дома Versace является Донателла Версаче. Джанни Версаче является одним из самых значимых дизайнеров всех времен. В период с 1970-х по 1990-е годы итальянский модельер с помощью своих нарядов воспевал женственность, сексуальность, откровенную притягательность, роскошь и удивительную красоту. В последние семь лет жизни эстет моды подарил миру то, что до сих пор принято считать незыблемыми символами

1990-х: ярко малиновые пиджаки, идею сочетать высокий каблук и легинсы вместе, носить пестрые рубашки зооморфного орнамента. Можно относиться по-разному к мэтру свободной моды и к его женской моде со смелым эротизмом и барочным китчем, однако его влияние на моду не может быть незаметно.

Все мотивы и орнаментальные рисунки в одежде от Versace были не случайны: в архивах модного дома можно найти невероятные и уникальные образцы узоров, которые Джанни создавал для своих модных коллекций. Он использовал для дизайна печатных рисунков множество тем: барокко, византия, вестерн; сочетал в своих коллекциях анималистичные принты. Орнаментальные узоры на тканях и аксессуарах всегда символичны и многозначительны. Характерными чертами его коллекция являются: неоновые цвета, позолоченные элементы, сетка, черная кожа – и все это имело тот или иной смысл.

На сегодняшний день дом мод Версаче смело является синонимом таких понятий, как стиль, мода, шоппинг и остается символом роскоши и богатства.

ОРНАМЕНТАЛЬНЫЕ УЗОРЫ ЭМИЛИО ПУЧЧИ

Вдовенко А.О., гр. ИКТ-119

Научный руководитель: доц. Щербакова А.В.

Кафедра Декоративно-прикладного искусства и художественного текстиля

Эмилио Пуччи стал одним из символов итальянской моды. Итальянский модельер увлекался разработкой своих собственных орнаментов с самого начала своей карьеры. Динамичные геометрические узоры со сложной и оригинальной цветовой гаммой, напоминают живописные полотна на шелковой ткани с декоративной каймой, под которыми стоит лаконичная подпись «Эмилио».

Модельер сделал своё имя, создав форму для лыжной команды колледжа. Первые костюмы, которые разработал Пуччи, были однотонными. Существует легенда, которая объясняет появление цветных пятен на моделях этого бренда. В годы Второй мировой войны Эмилио Пуччи был военным летчиком. 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.

Пуччи сочетал абстрактные мотивы с традиционным цветочным орнаментом и этническими мотивами. Его узоры имитировали формы современного искусства, но были вдохновлены окружающим миром. Сам же дизайнер рассказывал, что его вдохновляет все вокруг – от сицилийской

мозаики и геральдических символов до африканских мотивов и балийского батика. Изделия итальянского кутюрье отличала удивительная женственность в сочетании с прекрасным простым кроем.

Можно сказать, что Пуччи был одним из первых, кто начал наносить футуристические рисунки на ткань, напоминая работы художников-экспрессионистов. Его узнаваемые рисунки нашли применение в разных сферах дизайна. Пройдя через всю историю существования бренда (в 2017 году фирма отметила свое 70-летие), рисунки с абстрактными мотивами до сих пор являются основой коллекций дома «Emilio Pucci» Психоделический орнамент Pucci сегодня используется во многих отраслях дизайна, среди которых реклама, аксессуары, упаковки для алкоголя и косметики, домашний текстиль и др.

ОСОБЕННОСТИ БРЕНДА YONJI YAMAMOTO

Гиниятуллин А.М., гр. ИКТ-119

Научный руководитель: доц. Щербакова А.В.

Кафедра Декоративно-прикладного искусства и художественного текстиля

Ёдзи Ямамото – дизайнер одежды из Японии, который не следует трендам и отвергает правила фэшн-культуры. Он создаёт одежду для обычных людей всех возрастов. Стиль Ямамото – функциональность, забота о душевном состоянии человека, грань между минимализмом и авангардом.

Отличительные черты стиля Ямамото:

1. Унисекс. Главная и первая концепция одежды Ямамото – защита женского тела от мужских глаз и холодного ветра. Андрогинный фасон коллекций смещает внимание с тела на лицо.

2. Чёрный цвет. К чёрному цвету Ёдзи испытывает особую симпатию по нескольким причинам: Фуми, мать дизайнера, носила только чёрную одежду; Ёдзи ассоциирует чёрный с морем, которое получилось из смеси всех остальных цветов; чёрный цвет не отвлекает от фасона и текстуры ткани; защищает от окружающих.

3. Закрытый и свободный крой. Закрытый крой спасает от непогоды и защищает от лишних, недобрых взглядов. Модельер считает, что одежда, обтягивающая фигуру, «душит» тело и убивают свободу. Свободный крой создаёт пространство между телом и тканью, поэтому человек чувствует себя свободно.

4. Функциональность. Одежда Ямамото трансформируются благодаря многослойности и множеству карманов, молний, повязок.

5. Качество. Благодаря идее защитить тело, модельер с максимальной скрупулёзностью относится к выбору ткани. Ёдзи заказывает материал у семьи Хизо из японского города Киото. Хизо открыли бизнес в 1555 году и с тех пор считаются мастерами пошива традиционных кимоно и одежды для

монахов. Ёдзи отмечает, что в одежде важна история. Поэтому он создаёт слегка потёртые модели и сравнивает их с вещами из секондхенда. Но в отличие от старой одежды, его модели «живут» минимум 10 лет.

Ёдзи Ямамото – один из известнейших японских дизайнеров, привнёсший в моду коллаборацию из японских традиций, идею защищённости, функциональности и современности.

ЦВЕТОЧНЫЙ ПРИНТ: СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ МИРОВОЙ МОДЫ

Давлетшина Р.Р., гр. ИКТ-116

Научный руководитель: ст. преп. Громова М.В.

Кафедра Декоративно-прикладного искусства и художественного текстиля

Головной платок имеет устоявшиеся традиции художественного оформления. Традиционные принципы построения композиции платков пришли из техники ручной набивки, которая состояла в переносе рисунка одного угла в остальные три угла квадрата. Разнообразие композиции платков обеспечивается выбором мотивов, пропорциональных членений поля и каймы, цветовым и графическим решением.

Рисунок цветка появился в текстильном орнаменте тысячи лет назад. Но и сегодня использование цветочного принта в оформлении одежды и аксессуаров – тенденция мировой моды, которая появилась в Азии, ведь именно там роспись тканей приобрела широкое распространение и признание.

Оформление платков и шалей цветочными мотивами получает большое развитие в 1870-х годах. Рисунки платков и шалей XIX века имеют широкое разнообразие. Во второй половине XIX века огромной популярностью пользовалось изображение цветов в натуралистичной трактовке. Вероятно, это было обусловлено свойственными всей эпохе историзма романтическими тенденциями связи человека с живой природой. Рисункам послевоенного периода XX века свойственна декоративная насыщенность, более плотная скомпонованность цветочного узора. Цветовая и композиционная наполненность рисунка со сложными светотеневыми разработками соответствовала общей тенденцией развития прикладного искусства тех лет.

Цветы и листья – традиционные элементами узоров знаменитых павлово-посадских платков, а сам платок всегда смотрится как красочный букет, заключающий в себе скрытый смысл. Каждый цветок, используемый для оформления павлово-посадских платков, имеет своё значение.

На сегодняшний день цветочный принт является очень популярным не только в одежде, но и на аксессуарах: сумках, шарфиках, зонтах.

Цветочный принт является одним из трендов 2019-2020 гг. Он присутствует в коллекциях именитых дизайнеров как в одежде, так и в обуви, и в аксессуарах.

ВЛИЯНИЕ СТИЛЯ 90-Х годов XX века НА ПРОЕКТИРОВАНИЕ СОВРЕМЕННОГО ОРНАМЕНТА И КОСТЮМА

Данилина А.А., гр. ИДП-119

Научный руководитель: доц. Щербакова А.В.

Кафедра Декоративно-прикладного искусства и художественного текстиля

Несмотря на прогресс человечества в разных сферах жизни, многие процессы и преобразования имеют «спиральную траекторию», что приводит людей к ностальгии. Ностальгия по эпохе 90-х свойственна не только старшим поколениям, но и тем, кто в то время еще даже не родился.

Ярче всего 1990-е годы проявляют себя в современной поп-культуре. Элементы и черты той эпохи можно встретить в музыке, дизайне, искусстве и одежде.

В современной одежде часто можно обнаружить отсылки к моде эпохи 1990-х годов, однако одна и та же отсылка может иметь очень разное воплощение в высокой и уличной моде. При сравнении одного и того же ретро-тренда можно заметить, что уличной моде свойственно оставлять ретро-одежду приближенной к изначальному виду, а высокая мода зачастую всячески модифицирует ее форму, изменяет материалы и цвета.

Невозможно выделить какую-либо цветовую палитру, свойственную одежде 1990-х годов. К характерным чертам цветов одежды тех времен можно отнести только их насыщенность и теплоту.

Одежде 90-х годов XX века были свойственны разные орнаменты и их сочетания. Часто можно было увидеть клетку, цветочный принт, «колор блок», геометрический принт и горизонтальную полосу.

Множество трендов той эпохи актуальны и сейчас. Зачастую они меняют свой внешний вид, но оставляют свой колорит. К ретро-трендам в аксессуарах относятся чокеры, поясные сумки, очки с узкой оправой и обувь на платформе. В одежде же продолжают развиваться уникальные стили, появившиеся в 1990-е годы: минимализм, гранж, спортивный стиль. Актуальными остаются широкие джинсы и джинсовый total-look.

Под влиянием времени в моде происходило множество форменных и идеологических преобразований, в том числе в отношении женщин и их социального образа. Девяностые сыграли огромную роль не только в становлении современной моды и всплеске свободы самовыражения, но и в развитии феминизма – в разрушении стигмы о женщине, как сексуальном объекте. В то время получила силу простая истина, что красота требует не

только красивой картинкой, но и всяческих несовершенств, которые делают нас уникальными.

ЯРКАЯ ЖИВОПИСЬ ТОНА ШУЛЬТЕНА

Елинова И.А., гр. МАГ-ИК-418

Научный руководитель: доц. Морозова Е.В.

Кафедра Декоративно-прикладного искусства и художественного текстиля

Тон Шультен родился 25 апреля 1938 года в Нидерландах г. Оотмарсум в многодетной семье. Он был одним из шестерых детей потомственного пекаря. Однако по стопам родителей он не пошел. Шультен решил учиться на дизайнера. В 1962 году он окончил Энсхедскую Художественно-промышленную академию по специальности «Графический дизайнер». Вскоре он открывает свое рекламное бюро, и долгое время успешно работал его руководителем. Любопытный факт, но до 50 лет Тон Шультен о живописи даже не помышлял. Переломным моментом стала трагедия, произошедшая в 1991 году. Отдыхая в это время на Канарских островах, он попадает в серьезную автомобильную аварию, в результате которой погибает его лучший друг, а он и его жена находятся некоторое время в коме. Очнувшись, он, по его словам, «испытал просветление», увидев мир совсем в других цветах и формах. Тон Шультен начал писать ландшафты района Твенте (административный район в Нидерландах), причем в весьма своеобразной технике, используя яркие блоки основных цветов. Позднее он стал использовать и пастельные оттенки. Его стиль напоминает экспрессионизм. Сам он называет свои произведения уникальными. С самого начала Шультен хотел писать так, как еще никто до него не делал. Свои картины он членит на большие декоративные плоскости. В работах создается особая атмосфера. Их уникальность состоит в том, что при общей декоративности локальных ярких пятен создается эффект глубины, перспективы. Взгляд всегда привлекает центр картины. Здесь часто располагаются солнце или луна. Центральная часть работ всегда решена в светлых тонах. Затем идет средний тон и, наконец, темный. Своеобразная перспектива достигается за счет контраста между светлым центром и темными краями работы. Локальные цвета и обобщенные условные формы деревьев и других объектов пейзажа делают работы Шультена очень декоративными. По словам художника в своих картинах он хочет отразить особый тип оптимизма и удовлетворение от жизни.

Сегодня творчество Шультена пользуется большим коммерческим успехом. Его работы используются в различных областях дизайна. Мотивами его работ оформляют обложки записных книжек, календари, посуду и т.д. В г. Оотмарсуме находится собственная галерея Шультена. В

1997 году там же был открыт и музей посвященный творчеству Тона Шультена. В 2000 году он был посвящен в рыцари Ордена Оранж-Нассау и награжден орденом, который вручается монархом Нидерландов за особые заслуги перед государством.

ПРИРОДА КАК ИСТОЧНИК ВДОХНОВЕНИЯ ДЛЯ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ОФОРМЛЕНИЯ КОСТЮМА НА ПРИМЕРЕ ИЗВЕСТНОГО АЛЕКСАНДРА МАККУИНА

Магомедова О.Р., гр. ИКТ-119

Научный руководитель: доц. Щербакова А.В.

Кафедра Декоративно-прикладного искусства и художественного текстиля

Природа всегда оказывала огромное влияние на творческий потенциал и эмоциональное состояние человека. Еще древние мыслители восхищались красотой и глубиной природных видов, считая их верхом совершенства, наблюдали за природными формами пытаясь передать ее красоту через предметы искусства. Излюбленными орнаментальными мотивами в Древнем Египте были перья и цветы лотоса, костюмы Древней Месопотамии также отличались фантастическими природными узорами, а модный итальянский шёлк украшался растительными орнаментами.

Один из всемирно известных брендов «Александр Маккуин», основателем которого является Ли Александр Маккуин, вдохновлялся природными темами и мотивами, такими как: подводный мир, животные покровы, зооморфные и растительные орнаменты. Источники вдохновения он искал в самых живописных частях Англии. На поэтичные коллекции дизайнера вдохновляли: пейзажи, дикие растения, средневековые церкви.

Коллекция Александра Маккуина весна-лето 1995 года «Птицы» включает в себя модели с мотивами ласточки. В рисунке создаётся иллюзия полета птиц, благодаря плавному изменению размеров ласточек от низа кверху модели. Идеи природных форм нашли свое воплощение в коллекции VOSS весна-лето 2001 года. Модели этой коллекции выходили в струящихся платьях, украшенных искусной отделкой – вышивкой, раковинами мидий и перьев. В 2007 году появилась коллекция «Платья из живых цветов», которая была вдохновлена английскими розами. Цветы разных оттенков и форм гармонично собирались в единую композицию. Коллекция «Атлантида Платона» 2010 года выделяется оригинальным рисунком, сочетающим покров рептилий, фантастических рыб и переливающихся крыльев бабочек. Для коллекции весна-лето 2011 дизайнер вдохновлялся очарованием подводного мира. Мы наблюдаем сочетание рисунков, напоминающих формы ракушек, рыб, водорослей.

Таким образом, орнаменты, заимствованные из природы, всегда вызывали интерес. «На свете нет дизайнера лучше, чем сама природа» (А.

Маккуин). Орнаменты этого британского бренда являются ярким примером влияния красоты природы на творчество художника.

БАТИК КАК ВИД СОВРЕМЕННОГО ДЕКОРАТИВНО-ПРИКЛАДНОГО ИСКУССТВА

Орлова А.В., гр. ИДП-118

Научный руководитель: доц. Щербакова А.В.

Кафедра Декоративно-прикладного искусства и художественного текстиля

За многовековую историю человечество смогло придумать множество способов создания тканей, его художественного оформления и декорирования, среди которых: ручное ткачество, печать, гобелен и конечно же батик.

Батик нельзя назвать новым искусством, но и своей популярности он не теряет. В батике есть возможность создавать незабываемые своим мастерством картины, предметы гардероба и аксессуары. И именно этим так сильно привлекает людей по всему миру. Роспись по ткани интересна как профессиональным художникам, так и творческим любителям. Холодный батик может позволить максимально углубиться в работу над созданием картины, которая потом послужит аксессуаром для костюма или оригинальным украшением жилого или общественного интерьера.

Техника горячего батика богата творческой свободой и выразительностью. Роспись горячим воском позволяет создавать как стилизованные, так и реалистичные изображения. Именно горячий батик положил начало всем остальным его техникам. Среди их множества можно выделить приемы, применяемые в свободной росписи: различные схемы и способы для узелкового батика, роспись по солевому и клеевому грунту, по мокрой ткани, использование фена и т.д.

Сегодня батик впитал в себя художественные приемы акварели, витража, мозаики и графики. Стилистика и тематика отошли от традиционных японских узоров и классической живописи. Современный батик многогранен и позволяет притворять в жизнь любые творческие фантазии его создателей. Произведения в технике батика в наше время можно встретить на стенах художественной галереи и в виде изящного шейного платка.

ЗНАЧЕНИЕ МОТИВА «ДРАКОН» В КУЛЬТУРЕ НАРОДОВ КИТАЯ

Пастернак В.Ю., гр. ИДП-118

Научный руководитель: ст. преп. Куликова М.К.

Кафедра Декоративно-прикладного искусства и художественного текстиля

Культура Китая – одна из самых красочных и впечатляющих во всем мире. Зародилась она за много столетий до нашей эры, которая сильно повлияла на жизни людей и на страну в целом. Именно поэтому ее считают очень богатой и разнообразной культурой.

Одной из отличительных черт Китая – это его письменность. С раннего возраста дети учатся каллиграфии, потому что этот навык является очень важным и почитаемым. Большое внимание уделяется иероглифу со значением «дракон», так как это существо считается священным. Китайский красный дракон находит свое отражение во многих мифах, легендах и сказаниях, а также в искусстве и астрологии.

Символ Дракона в культуре Китая считается не только символом счастья и плодородия, но и играет важную роль в истории династии императоров. Дракон олицетворяет лучшие качества и способности человека в самых различных областях его деятельности, например, в искусстве, военном деле, ремесленном деле и т.д.

Китайцы боготворят Дракона. Именно они отмечают праздник, посвященный этому божественному существу. Дракон выступал символом невероятно большой силы, которая позволяла ему выходить за рамки возможного. Он стал неотъемлемой частью культуры и жизни народа, именно поэтому ему уделяется такое большое внимание и присваивается значение одного из главных символов Китая.

ТЕАТР ХУДОЖНИКА В.Н. РЫНДИНА

Подгорная Д.Р., гр. ИКТ-116

Научный руководитель: доц. Морозова Е.В.

Кафедра Декоративно-прикладного искусства и художественного текстиля

Вадим Фёдорович Рындин – советский живописец, театральный художник, сценограф, педагог, профессор, академик АХ СССР, лауреат Сталинской премии второй степени. Родился в Москве 2 января 1902 года. В 1918-1922 годах учился в Свободных художественно-технических мастерских в Воронеже, затем в 1922-1924 годах – во ВХУТЕМАСе. Был близок к конструктивистам, прошел через увлечение постимпрессионизмом, экспрессионизмом В 1921-1927 гг. был членом объединения «Маковец», которое пропагандировало созидательное, духовное начало и преемственность культурных традиций. Одновременно с этим он становится членом объединения «Четыре искусства» (1924-1931 гг.), работавшего в Москве и Ленинграде. В состав участников объединения входили члены бывших обществ «Голубая Роза» и «Мир искусства», а также молодые скульпторы и художники, которые следовали требованиям современного искусства, но при этом сохраняли манеру и техники до

революционной поры. В 1931 году общество, практически, полностью вошло в состав Ассоциации художников революционной России (АХРР).

Вадим Федорович прожил насыщенную творческую жизнь и внес огромный вклад в стенографию театрального искусства.

«Театр – это волшебство», – сказал он на одной из встреч со зрителями. Эти слова, по существу, творческое кредо художника. Это понимание театра он относил не только к постановкам сказок, но и к современным спектаклям, требующим сугубо реалистичного подхода к действительности в решении декораций и костюмов.

За десятилетия творческой деятельности Вадим Фёдорович Рындин создал для театра великое множество эскизов костюмов и декораций. Каждый раз художник искал и находил новые решения, отталкиваясь от тех или иных пьес, партитур, вчитываясь, вдумываясь в замысел драматургов, сценаристов, композиторов. Но некоторые черты характера Рындина, например, его увлечение героико-романтическими темами и образами, стремление к эксперименту, неизменно сопровождали его творчество всю жизнь.

СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ ИНТЕРЬЕРНОГО ТЕКСТИЛЯ

Прохорова А.А., гр. ИКТ-116

Научный руководитель: ст. преп. Громова М.В.

Кафедра Декоративно-прикладного искусства и художественного текстиля.

Мировая глобализация и перенасыщенная онлайн-жизнь затрудняет поиск самоидентификации современного человека. В череде постоянных перемен люди забывают, кто они и откуда. Проблема идентичности является частью широкой дискуссии о культурном разнообразии и толерантности. Идентичность формируется через мультикультурный опыт, который человек получает одновременно на самых разных уровнях – локальном, национальном, глобальном, онлайн и офлайн. Международная выставка домашнего и контрактного текстиля Heimtextil сформулировала тренд 2020/2021 годов – Where I Belong («Там, где я свой»). Эксперты предлагают несколько сценариев жизни будущего.

Современные гедонисты приносят в повседневную жизнь шик и эстетику театра. Текстиль в данном случае отвечает принципу «больше – значит больше». Эффектные градиенты, сложные текстуры, фантастические принты соседствуют с самыми разнообразными материалами, среди которых особенно выделяются искусственный мех и бархат. Броская палитра основана на блеске и размытости.

Идеалисты стремятся к совершенству и чистоте, восстанавливают утраченную связь с природой, делают выбор в пользу органических материалов, которые демонстрируют свое натуральное происхождение.

Предпочтение отдается поверхностям и фактурам с несовершенствами и изъянами. Цветовая палитра максимально логична – в моде терракота, охра и другие натуральные оттенки.

Городские жители находятся в поисках утилитарных, адаптируемых решений, ценят технические характеристики предметов и обращают внимание на доступные ресурсы. Ключевым принципом является функциональность, но не без эстетической составляющей. Гармоничное решение – гибридный текстиль и искусственные технологичные ткани с гладкой поверхностью и всем разнообразием графических текстур и замысловатых принтов. В основе палитры – глубокий синий, асфальтово-серый и насыщенный желтый.

Современный человек неизменно обращается к истокам и тяготеет к ушедшим эпохам. Локальное переходит в глобальное. Ремесло выходит на мировой уровень, традиции объединяются с современными технологиями. Это праздник декоративного рисунка – от фольклорного до геометрического и абстрактного. Все разнообразие идей объединяет общая тема устойчивого развития.

ТРЕНДЫ В ОРНАМЕНТАЦИИ КУПАЛЬНОГО КОСТЮМА НА 2020-2021 годы

Грибакина Е.С., гр. МАГ-ИК-418

Научные руководители: доц. Морозова Е.В., доц. Кузнецова А.Н.

Кафедра Декоративно-прикладного искусства и художественного текстиля

В мире моды все процессы ее изменения постоянно взаимодействуют, и изменения в пляжной моде не являются исключением. Тренды в орнаментации купальных костюмов всегда связана с модными тенденциями, которые демонстрируется на неделях моды «от-кутюр» и «прет-а-порте». Тренды, которые возникают на этих неделях моды, очень часто можно проследить и в пляжной моде, но предлагаются они с учетом особенностей оформления данного ассортимента.

Одним из ведущих трендов на 2020 год можно выделить флоральную тему. Эта тема раскрывается большим спектром подходов к трактовке растительных мотивов: цветы могут быть представлены в крупном масштабе в живописной манере в ярких цветовые сочетания; цветы могут быть выполнены в футуристической манере из фантазийных орнаментальных элементов; для решения цветов может быть использована их линиарно-пятновая трансформация, когда цветы становятся наиболее плоскостно-декоративными. Этот же тренд будет доминировать в 2021 году. Художники продолжают экспериментировать с новыми подходами в решении данного тренда.

Следующий тренд, который можно выделить как один из доминирующих в 2020-2021 годах – этнический. Это направление раскрывается не как некая сублимация художником понятия «этники», а конкретное обращение к отдельным, как правило, аутентичным и малоизученным народностям таких регионов как Африка, Южная Америка, Средиземноморье, Азия. Мотивы будут, безусловно, проходить сквозь призму творческого виденья дизайнеров, адаптируясь к ассортименту, но сохранять связь с истоками.

Важным и интересным трендом, на предстоящие сезоны станет тренд, источником вдохновения которого станет кубизм. Дизайнеры купальников обратятся к этой теме в поисках нетривиальных решений темы абстрактной геометрии и сосредоточат внимание на поисках гармоничных сочетаний формы и цвета, и их эффектного распределения на поверхности изделия.

Анималистичная тема не сдает позиции, и в 2020-2021 годах она будет выражаться, в основном, интересом в трактовке шкуры зебры, переосмысляя ее графическую ценность и, создавая новые орнаментальные решения в сочетании с различными графическими орнаментами, например, «горохом» и другими геометрическими формами.

Таким образом, анализируя тенденции в купальном костюме можно сказать, что влияние на их формирование тенденций в женской одежде «от-кутюр» и «прет-а-порте» является очевидным, при этом учитываются особенности формы и назначения изделий.

АНАЛИЗ АКТУАЛЬНЫХ ТЕНДЕНЦИЙ В ОФОРМЛЕНИИ ДЕТСКОГО ПОСТЕЛЬНОГО БЕЛЬЯ

Гришина Н.И., гр. ИКТ-116

Научный руководитель: доц. Кузнецова А.Н.

Кафедра Декоративно-прикладного искусства и художественного текстиля

Художественное проектирование постельного белья – одно из самых распространенных направлений в дизайне текстиля для интерьера. Детское постельное белье является неотъемлемой частью орнаментальной и колористической организации пространственной среды интерьера детской комнаты. Оформление детского постельного белья имеет свои направления и ряд особенностей. Цель данной работы: исследовать тенденции в орнаментальном и колористическом оформлении детского постельного белья на 2020-2021 гг. для создания коллекции рисунков, отвечающих модным направлениям развития детской постельной продукции.

На протяжении нескольких столетий в оформлении постельных принадлежностей для детских колыбелек и кроваток использовались народные мотивы, кружево и вышивка. Только во второй половине XX века орнаментация детского постельного белья претерпела сильные изменения.

С развитием технического прогресса, а именно печатного производства текстиля появилась, так называемая, «детская орнаментика» и выделился такой ассортимент, как детское постельное белье, в оформлении которого стали использовать «развивающие» рисунки. На его оформление повлияло развитие социальной рекламы и мультипликационных фильмов. Современный взгляд дизайнеров на оформление детской спальни заметно. Сменяя сказочные рисунки, все чаще в моду входит минимализм и геометрия. Преобладает обилие белого цвета, чтобы создать чистоту и ощущение пространства.

В ходе исследования было выявлено, что несмотря на то, что полигональное моделирование появилось как самая первая разновидность трехмерного моделирования уже более 30 лет назад, полигональный дизайн стал главным трендом в оформлении интерьера только в течение трех-пяти последних лет. Дизайнеры активно работают, как с полигональной скульптурой, так и с полигональной графикой, используя последнюю в различных видах и сочетаниях в декоре текстильных изделий, будь то панно, ковер или постельное белье. Но, если в орнаментальном решении последнего для взрослой части потребителя, она используется достаточно широко, то в оформлении постельного белья для детей она является новой и не исчерпавшей своих возможностей с художественной точки зрения. Интерес же детей к этой теме нарастает, что делает актуальным работу над созданием коллекции постельного белья для детского интерьера с использованием полигональной графики для трактовки изобразительных мотивов.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЖОСТОВСКОГО СТИЛЯ В СОВРЕМЕННОМ ПРОЧТЕНИИ ШТУЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ

Павлюк М.М., гр. ИКТ-118

Научный руководитель: ст. преп. Куликова М.К.

Кафедра Декоративно-прикладного искусства и художественного текстиля.

Жостовский стиль, несмотря на большой возраст, до сих пор остается актуальным в наши дни. Основой росписи были и остаются цветочные мотивы – пышные букеты. В современное время активно используется жостовский стиль не только на знаменитых подносах, но и в наборах посуды, в одежде, аксессуарах. Это все – уникальные творения, выполненные в единственном экземпляре умелыми мастерами.

Для примера использования жостовской росписи был создан шелковый платок «Специальный номер». Шелковому платку найдется интересное применение. Он может использоваться как аксессуар, как необычное панно, накидка на диван, кресло и другие изделия.

Платок выполнен в технике художественной росписи, в смешанной технике. Колорит – монохромный. Основной элемент – леопард, окруженный цветами. Цветы выполнены в манере жостовских подносов. Из народного промысла взяты наклоны, повороты, загибы, переплетения цветов и листьев, а также игры крупных и мелких форм. Использовались цветы, такие как роза, лилия, сирень, бессмертник и многие другие.

Вдохновением послужила коллекция платков Radical Chic с традиционными рисунками Жостово.

Но как существует актуальность жостовского стиля, так и есть некоторые проблемы промысла. Наиболее актуальной является проблема в подделывании изделий, с нарушением традиционных технологий производства. Продавая некачественные и не авторские изделия, т. е. не уникальные, плагиаторы наживаются на покупателях. Качество таких изделий крайне низкое, а изображения – примитивны и не входят в «золотой фонд» композиций жостовской росписи. Как с этим бороться – покупать продукцию в специализированных магазинах.

В наше время жостовские фабрики экспериментирует с росписью, сотрудничает с дизайнерами и творческими людьми из других областей искусства для создания нечто нового. И у них получается завлечь внимание свое «новой» продукцией.

Наследие – фундамент надежности и уверенности в будущем, но также важно добавлять что-то новое для его развития. Нам нравится классические работы жостовского промысла, потому что именно они показывают, что в мире есть настоящие ценности, способные победить время.

АГИТТЕКСТИЛЬ КАК ПЕРВАЯ МАССОВАЯ РЕКЛАМНО-ПРОПАГАНДИСТСКАЯ АКЦИЯ

Сеньковская В.Ю., гр. МАГ-ИК-419

Научные руководители: доц. Морозова Е.В., доц. Кузнецова А.Н.

Кафедра Декоративно-прикладного искусства и художественного текстиля

Один из самых интересных периодов в истории отечественного текстильного дизайна является агитационный текстиль 1920-х – начала 1930-х годов. После октябрьских потрясений в советской России устанавливались иные порядки и правила. В 1923 году был поднят вопрос об эстетической ценности выпускаемой продукции, в частности текстиля. Газета «Правда» в статье профессора П. Викторова призывала художников откликнуться на нужды производства в создании новых идейных композиций для тканей.

Можно выделить два направления в оформлении ткани этого периода. Так творчество В.Ф. Степановой и Л.С. Поповой воплотило идеи конструктивизма в ситцевых тканях. Их рисунки акцентировали внимание на геометризацию изобразительных форм и модульной сетке рапорта.

Другим направлением, в котором активное участие приняли молодые художники, окончившие ВХУТМАС, являлась изобразительная символика агитационного характера. В текстильных рисунках проявлялась попытка вытеснить «из текстиля затхлую и чужую идеологию» и отразить в ней «социалистическое строительство», «новый быт», «генеральную линию партии». Те, кто критиковал в той или иной форме рисунки с новой тематикой, объявлялись людьми чуждыми идеям социализма.

Агитационный текстиль был нацелен на народные массы с целью пропаганды «идей и завоеваний» Октября. В дизайне текстиля использовали художественные приёмы из разных сфер коммуникации таких как: реклама, плакат, товарные знаки, книги. Эти тенденции дали агитационному текстилю оригинальный облик, формально-стилистическую самобытность.

В 1920-х – начале 1930-х годов в СССР орнамент превращается в знаковую систему, в которой преобладают ритмы стилизованных изображений, пропагандирующих достижения советской страны. Таким образом агитационный текстиль явился новым типом «типографического» орнамента, отражающим достижения своей эпохи.

ГЕОМЕТРИЧЕСКИЙ ОРНАМЕНТ БРЕНДА МИССОНИ

Трепакова М.Д., гр. ИКТ-119

Научный руководитель: доц. Щербакова А.В.

Кафедра Декоративно-прикладного искусства и художественного текстиля

«Missoni» – не просто бренд, это семья с великой историей. В 1966 г. этот бренд был официально зарегистрирован. К 1969 г. Миссоли основали первую фабрику и приобрели славу лучшего в мире трикотажа, а в 1976 г. году они открыли бутик в Милане.

Когда Оттавио и Розита начинали своё дело, в их мастерской можно было создать только гладкие или полосатые ткани. Позже, когда они приобрели машину для вышивания, они создали свои первые узоры. В то время изображения геометрических мотивов были одни из самых популярных видов орнамента. Работая с этими простыми геометрическими мотивами, дизайнеры создали свой собственный стиль. Так Розита Миссоли разработала фирменный стиль бренда «Missoni» – оформление трикотажа разноцветными зигзагами.

Основными узорами бренда в настоящий момент являются все те же разноцветные зигзагообразные мотивы: классический «Missoni» – зигзаг с чередованием зигзагообразных полосок разного цвета; «Прибой» –

зигзагообразные части расположенные смежно друг с другом, похожие на линию прибора; «Листья» – состоят из симметричных ромбов, а так же «Рассвет», «Волны», «Золотые блики», «Розовая дымка», «Француженка», «Веер», «Ветка».

Знаменитый дом моды «Missoni» неизменно поддерживает образ марки на протяжении уже более пятидесяти лет. В традициях бренда остается орнаментация трикотажа рисунками в виде зигзагов и полос в ярких цветовых сочетаниях.

Сегодня марка «Missoni» расширили свой ассортимент. Появились линии аксессуаров «Missoni» и домашнего текстиля «Missoni Home» – покрывала, белье, предметы домашнего обихода.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НЕТРАДИЦИОННЫХ РАСТИТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ ПРИ РАЗРАБОТКЕ ЭКОТКАНИ

Хлебникова А.К., гр. ИКТ-117

Научный руководитель: ст. преп. Громова М.В.

Кафедра Декоративно-прикладного искусства и художественного текстиля

Проблема переработки бытовых отходов уже довольно давно стоит на первом плане не только для экологов, но и для всего населения планеты. И, если раньше она была актуальна скорее для крупных заводов и компаний, то в наше время уже каждый лично задумывается о своей ответственности за будущее планеты. Начиная с банальной сортировки бытовых отходов и заканчивая использованием исключительно натуральных или переработанных материалов (бумажные пакеты вместо пластиковых, одежда из натуральных тканей и т.п.).

Одно из направлений, в котором сегодня работают многие учёные – это разработка ткани будущего: лёгкой и экономичной в изготовлении, отвечающей всем санитарно-гигиеническим требованиям и не причиняющей вред природе. Именно в этой сфере проводит свои изыскания о материалах будущего нидерландская художница Диана Шерер (Diana Scherer). Художница утверждает, что её работа должна стать примером единения человека и природы, при котором ни один из элементов цепи не причиняет вред другому. Художница считает, что у растений, как и у людей, есть, если не разум и чувства, то, по крайней мере, «мозг», сокрытый в корнях растений.

Свои эксперименты она впервые представила в 2010 году на выставке в Амстердаме. Это были «корни-вазы», которым Шерер придавала различные формы (Exhibition Still/Life, Museum Amsterdam (FOAM), 2010 г.). Спустя несколько лет художница попробовала создать «ткань, которая плетёт сама себя». В ходе экспериментов ей удалось выяснить, что лучше всего для работы подходят корневые системы пшеницы, риса и маргариток.

Шерер использовала их для изготовления нескольких образцов, в том числе и сложно орнаментированных, и даже предприняла попытку изготовить из них платье. Однако, подобное полотно всё ещё отличалось крайней хрупкостью. Сейчас Диана Шерер совместно с биологами и материаловедом пытается создать такую ткань из корней, которая бы сохраняла прочность и гибкость и была пригодна для применения в повседневной жизни.

Стоит также отметить, что это не первые эксперименты в данной области. Ранее разработкой подобной ткани занимались и другие учёные. К примеру, была создана ткань из забродившего вина, из отходов производства соевого сыра тофу, кукурузы, крапивы, кокоса, других бионических материалов.

ЭКОСТИЛЬ В ОФОРМЛЕНИИ СОВРЕМЕННОГО ИНТЕРЬЕРА

Чиркова А.А., гр. МАГ-ИК-419

Научный руководитель: доц. Морозова Е.В.

Кафедра Декоративно-прикладного искусства и художественного текстиля

Стремление к стабильности становится сегодня основной темой в дизайне. Усталость от техногенной атмосферы городов породило в интерьере такое явление как эко-стиль. Растущие агломераты все меньше оставляют людям личного пространства, поэтому дом становится неким убежищем, защитой от суеты и агрессивной атмосферы города. В этом случае мировой дизайн предлагает обратиться к таким направлениям в оформлении интерьера, где на первое место ставится «рукотворность», тактильная привлекательность, спокойная эстетика материалов, что помогает людям почувствовать себя защищенными.

Владение большим количеством материальных вещей и ценностей больше не воспринимается как гарантия счастья. Однако это не означает отказа от предметов интерьера вообще. Сегодня ценится функциональность, качество, эстетическое восприятие. Образ «люксовых вещей» – это качественные материалы, высокое мастерство ручной работы и, естественно, креативный дизайн объектов интерьера.

На 2020 год дизайнеры предлагают 4 основных направления в оформлении предметной среды интерьера:

1. Urban Oasis (городской оазис). Это направление предлагает гармоничное соединение двух разных стихий – природной и искусственной. Дизайнеры имитируют текстуры камней и других природных поверхностей, а также создают принты с изображениями растений, взятых из природы.

2. Perfect imperfection (совершенное несовершенство). Появление этого тренда связано с реакцией на перенасыщение рынка товарами массового производства. Популярность приобретает ручная работа с её

эстетикой несовершенства. В создании продукта важна незавершенность линий и рисунка, неполное наложение цветов. Однако при этом сохраняется высокое качество.

3. *Adapte+assemble* (адаптировать + собирать). Функциональный и практичный тренд «кочевого» образа жизни. Все должно быть простым и легким, чтобы можно было быстро упаковать и отправиться в дорогу. В принтах соединяются геометрические формы и неровные, незатейливые линии, а в предметах интерьера – плотные материалы соседствуют с мягкими и легкими.

4. *Soft minimal* (мягкая минималистичность). Этот тренд акцентирует внимание на красоте и простоте изделия. Материалы олицетворяют мягкость и тепло: шерстяные пледы, объемные покрывала, натуральные припыленные цвета.

Таким образом, сокращение потребления, стремление к естественным фактурам и поверхностям, к подлинным вещам со своей историей – общая тенденция в оформлении интерьера. Природные материалы, качественные изделия ручной работы из года в год сохраняют популярность у потребителей и относятся к дизайну класса «люкс» несмотря на то, что, по сути своей, это совершенно простые вещи.

ХАРАКТЕРИСТИКА АССОРТИМЕНТА ТКАНЕЙ БЫТОВОГО НАЗНАЧЕНИЯ ИЗ НАТУРАЛЬНЫХ И ИСКУССТВЕННЫХ ВОЛОКОН

Шубина А.С., гр. ИДП-117

Научный руководитель: доц. Евсюкова Е.В.

Кафедра Декоративно-прикладного искусства и художественного текстиля

Целью данной работы является исследование ассортимента тканей бытового назначения различного сырьевого состава. Наиболее востребованными в настоящее время являются ткани из натуральных волокон и нитей. Разработка тканей из искусственного волокна, максимально приближенного по своим свойствам к натуральному – это давняя мечта ученых.

При анализе существующего ассортимента дана полная техническая характеристика тканей, отражающая волокнистый состав, ширину, поверхностную плотность, плотность по основе и по утку, линейную плотность пряжи и нитей, вид переплетения, характер отделки.

Все существующие ткани классифицируются по виду волокон, по виду пряжи, по виду переплетения, по отделке и по назначению. В данной работе акцент сделан на классификацию ткани различного волокнистого состава по назначению. По этому признаку ассортимент бытовых тканей можно классифицировать на бельевые, блузочные, сорочечные, платьевые,

костюмные, пальтовые, плащевые, курточные, подкладочные и галстучные. Бельевые ткани в свою очередь делятся на постельные, нательные и столовые ткани. Помимо этого, есть еще декоративные, полотенечные, платочные и мебельные ткани.

При характеристике ассортимента отдельных видов тканей следует учитывать их волокнистый состав, определяющий особенности применения тканей. Так шерстяные ткани не применяют для изготовления белья, подкладки и полотенца. Технические ткани могут быть упаковочными и тарными, фильтровальными и обивочными. Они могут быть и одежными (например, для металлургов или пожарных).

В данной работе проведены маркетинговые исследования ассортимента тканей их натуральных и искусственных волокон и нитей, определен уровень спроса, выявлены мотивации людей при их покупке, определены целевые аудитории. На основании проведенного анализа сделаны выводы о качестве и доступности ассортимента определенной группы бытовых тканей, даны рекомендации по расширению ассортимента хлопчатобумажных тканей различного назначения.

СИМБИОЗ МОДЫ И ТЕХНОЛОГИЙ В ПРОЕКТИРОВАНИИ ОДЕЖДЫ

Щербак Н.П., гр. МАГ-ИК-418

Научные руководители: доц. Морозова Е.В., доц. Кузнецова А.Н.

Кафедра Декоративно-прикладного искусства и художественного текстиля

Дизайн одежды – важная составляющая экономики, отражающая состояние и стратегию развития современных технологий и направлений в проектировании костюма.

Применение новых материалов, таких как оптоволокно, силикон, полимеры и использование неординарных методов в дизайне костюма позволяют расширить границы индустрии моды. Примерами использования таких материалов являются коллекции Хуссейн Чалаян, Сьюзан Лии, Мари Катранзой, Ирис Ван Херпен и др.

Проектирование коллекций с использованием инновационных технологий становится сегодня распространенной практикой. В ближайшем будущем одежду можно будет контролировать при помощи мобильных приложений, приспособивая к разным условиям жизнедеятельности. В 2019 году некоторые дома моды представили коллекции одежды, в которых использовались металлическое напыление, лазерная перфорация, бесшовный, рулонный трикотаж, 3D-принты, ткани из полиамидных волокон, одежду со светодиодами и др.

Лазер применяется в различных областях инженерии, науки, медицины. При помощи лазера сегодня делают перфорацию на натуральных

и синтетических тканях, превращая их в кружево. Рисунок отличается высоким качеством и точностью.

Умные кроссовки, футболки, майки, сегодня есть даже умное нижнее белье. Оно было представлено на выставке «CES 2018». Маленькая кнопка в резинке трусов содержит шесть сенсоров, которые фиксируют сердцебиение, температуру, давление, движение и вес.

3D-печать стала популярна в проектировании одежды и обуви. Дизайнеры могут теперь воплощать самые смелые замыслы. Так, художник-модельер из Голландии, Ирис ван Херпен, благодаря технологии 3D-печати, создала свою линию обуви и одежды под названием «Haute couture».

Инновационные ткани также завоёвывают свое место в сфере модной индустрии. Появляются высокотехнологичные ткани с необычными характеристиками. Так американские ученые создали эластичный материал, который под действием ультрафиолетовых лучей умеет восстанавливаться на месте повреждений. Биоинженерия имеет природу материалов на молекулярном уровне.

Можно сказать, что современная одежда, обладая эстетическими и функциональными свойствами, в ближайшее время превратится еще и в средство комфортного существования человека в различных средах.

СЮЖЕТНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ОРНАМЕНТ В ПЕЧАТНОМ ТЕКСТИЛЕ

Щербинина Е.Р., гр. ИДП-118

Научный руководитель: доц. Щербакова А.В.

Кафедра Декоративно-прикладного искусства и художественного текстиля

Сюжетный орнамент представляет собой рисунки изображающие реалистичные объекты, зооморфные мотивы, жанровые сцены, пейзажи, предметы быта, посуды, орудий труда, транспортных средств, эмблем и т.д. Этот вид орнамента может комбинироваться с геометрией и шрифтовыми композициями. Сюжетно-тематический орнамент в печатном текстиле притягивал к себе внимание, так как отражают тему праздников или исторических событий. Появление нового исторического события может сопровождаться созданием новых мотивов для этой группы.

Например, во Франции в конце XVIII века были ткани с картинами революционных событий и празднеств. В России в начале XX века были разработаны платки, посвященные столетию войны 1812 г. В 1920-30-х годах в СССР встречаются ткани с сюжетными рисунками на агитационную тематику. 1950-е годы в Европе на тканях для костюма появились своеобразные эксцентричные образы, отражающие современный быт молодежи. Орнамент 1960-х г. включает в себя рисунки на тему освоения космоса и стилизованные пейзажи, прообразом которых является одежда

хиппи. В 1970-е г. тотальное увлечение музыкальными направлениями, такими как, группа «Битлз», развитие стилей диско и рока, зарождение панк-культуры так же привело к появлению новых тематических мотивов. В 1980-1990-х гг. переплелись ретро образы, переосмысленные дизайнерами, а также, рожденные молодежными субкультурами, музыкальными и танцевальными направлениями, продолжающимся бумом спорта.

Таким образом, рисунки с сюжетно-тематическим орнаментом всегда были отражением времени. На их новые тенденции в развитии имели влияние разные факторы: политические преобразования, экономическое развитие, исторические события, технологические разработки, общие художественные процессы.

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ РУЧНОЙ РОСПИСИ ПРИ ПРОЕКТИРОВАНИИ ПАННО ДЛЯ ИНТЕРЬЕРА

Январева А.Д., гр. МАГ-ИК-419

Научные руководители: доц. Морозова Е.В., Кузнецова А.Н.

Кафедра Декоративно-прикладного искусства и художественного текстиля

Панно – вид монументального искусства, произведение декоративного характера, обычно предназначенное для постоянного заполнения каких-либо участков стены (настенное панно) или потолка. Панно можно разделить на две большие группы – произведения, предназначенные для оформления экстерьера зданий и панно, предназначенные для украшения общественного и жилого интерьера.

По форме они бывают одночастными, двухчастными, трехчастными и многочастными

Для экстерьера зданий наиболее часто используемыми материалами являются: монументальная роспись (фреска), мозаика (смальта, камень), металл (чеканка, формовка.), керамика.

Для оформления интерьера помимо вышперечисленных материалов, используемых, прежде всего для оформления бассейнов, ванных комнат и других помещений с повышенной влажностью, часто используются дерево, гипс, гобелен, цифровая и ручная печать и роспись по ткани.

Роспись по ткани – это древнейший вид декоративно-прикладного искусства, зародившийся в Индокитае и насчитывающий несколько веков. В СССР эта техника получает популярность в 30-х годах XX века, когда художники начали экспериментировать с различными резервирующими составами (Т. Арманд) и аэрографией (Л.В. Маяковская).

Можно выделить несколько видов росписи, используемых для создания панно: холодный батик, горячий батик, свободная роспись по

ткани, аэрография, совмещение нескольких техник в одном произведении (включая фрагменты, нанесенные ручной печатью).

Поскольку роспись больших плоскостей представляет значительные трудности, у нас в стране используют большие регулируемые по высоте и ширине рамы с металлическими крючками-иглами, на которые натягивается ткань. Иглы дают возможность регулировать провисание материала. Интересно, что в Индонезии и Индии такие приспособления, чаще всего не используют. Ткань расписывается на весу.

Роспись по ткани предполагает нанесение, резервирующего состава по контуру рисунка для ограничения растекания жидкого красителя.

Техника ручной росписи позволяет не только создавать однотонные плоскости цвета, но и плавные мягкие переходы тонов и полутонов. Комбинируя разные приемы, можно получать тончайшие и разнообразные проработки орнаментальных форм. После росписи ткань требует запаривания.

ИМИТАЦИЯ ТРАДИЦИОННЫХ ТЕХНИК ГРАФИКИ И ЖИВОПИСИ В ЦИФРОВОМ ИСКУССТВЕ

Болвинова У.О., гр. ИИМ-117

Научный руководитель: доц. Калашников В.Е.

Кафедра Искусствоведения

Цель исследования – понять, каким образом художникам в сфере цифровой живописи удастся имитировать традиционные техники и выявить причины этой тенденции в современном арт-сообществе.

Художники рисуют с помощью специальных графических программ и планшета с пером. В программах встроены наборы кистей, которые делятся на два вида – гладкие и текстурные. Последние предназначены для имитации традиционных инструментов живописи и графики, к примеру, карандаша или масла. С каждым годом таких кистей разрабатывается все больше.

Тенденция имитировать традиционные техники в цифровом искусстве быстро набрала популярность в последнем десятилетии в различных областях – от сферы разработки компьютерных игр до иллюстраций. Для успешной имитации традиционных техник в цифровом искусстве решающим фактором являются текстура кисти и высокая чувствительность пера планшета.

Используются несколько методов имитации: создание текстурных кистей и их настройка; накладывание на цифровое изображение фотографий-текстур; специальные эффекты – «шум»; смешанная техника – продолжение работы над отсканированным рисунком в программах, применяя упомянутые методы; нарочитая небрежность штриха, мазка и

самого контура предмета; рисование на одном слое без возможности отмены действий.

Имитируются чаще покрывные краски и графические материалы, реже акварель. Причины указанной тенденции состоят в следующем: стремление сохранить привычные техники на другом носителе; использование покрывных красок и твердых материалов как желание найти устойчивость в веке «хаоса»; высокая доступность цифровых технологий и упрощение языка коммуникации; попытка преодолеть десакрализацию искусства.

ЭВОЛЮЦИЯ ЖАНРОВОЙ ЖИВОПИСИ В ИСКУССТВЕ НОВОГО ВРЕМЕНИ

Бусаад Хазим, гр. МАГ-ИИ-119

Научный руководитель: доц. Калашников В.Е.

Кафедра Искусствоведения

В изобразительном искусстве термин жанровая живопись (также называемый жанровыми работами) относится к картинам, изображающим ситуации и сцены повседневной жизни. Предметы обычно включают домашние условия, интерьеры, время приема пищи, праздники, таверны или крестьянские сцены, рынки и другие уличные сцены. В общем, ключевая особенность жанровой живописи заключается в том, что сцена представлена неидеализированным способом, в отличие от традиционного классического подхода к добавлению сцен с героическими, благородными или драматическими характеристиками.

Это последнее определение в некоторой степени похоже на функциональные проявления современного искусства, отходя от идеализма и концентрируя внимание на повседневной жизни простых людей.

Несмотря на тенденцию основных художественных критических школ недооценивать важность и влияние (жанровая живопись) на прогресс в развитии художественных концепций и графических методов, этот художественный стиль доказал свое высокое социальное и культурное присутствие с начала художественный метод в ранних цивилизациях (древний Египет, Рим, дохристианская Европа). До графического скачка в шестом веке нашей эры и вербовки класса перед лицом аристократических художественных идеалов в Нидерландах в семнадцатом веке, затем эмоциональное влияние в технических рамках человеческой философии в восемнадцатом веке, затем участие (жанровая живопись) в критическом реализме 19-го века, и его вклад в классовую борьбу и эмоциональное сопротивление двадцатого века, к его популярному и современные влияния в современном искусстве.

ШАПОРОВЫ: ТВОРЧЕСКИЕ ПУТИ ХУДОЖНИКОВ

Вольтер А.Г., гр. МАГ-ИИ-319

Научный руководитель: доц. Малова Т.В.

Кафедра Искусствоведения

Династия художников Шапоровых насчитывает два поколения. Виктор Шапоров, рожденный в городе Игарка, Красноярского края в 1949 г., поступал в художественный институт, но, к сожалению, не смог его окончить. Обстоятельства заставили Виктора выучиться по другой специальности, но это не остановило художника продолжать заниматься любимым делом. После переезда в Алматы (Казахстан) помимо основной работы, он занимался проектами и заказами от администрации города: рисовал стенды, работал оформителем, чеканил из железа. Но для своей семьи он не переставал творить никогда.

Двое из троих его детей продолжили свой путь в творчестве. Инна Литовченко, в девичестве Шапорова, родилась в 1977 году. В школьные годы занималась живописью под руководством своего отца, но в 1988 году обучение прекратилось в связи с его кончиной. Отучившись в колледже на фельдшера-лаборанта, а затем в высшем учебном заведении на психолога, стечения обстоятельств вернули её в мир живописи, лишь спустя 27 лет. Свою карьеру она начала как маринист, а затем стала работать над пейзажной живописью. Её картины яркие и неоднородные, одни лиричные, другие напряженные, но одна общая тема, – красота Родины. Работа с кистью и мастихином придает её картинам насыщенность и создает иллюзию движения.

Антон Шапоров родился в 1985 году в Алматы, Казахстан. Образование получил в высшем учебном заведении по специальности «Информационные технологии в экономике», затем поступил в магистратуру на финансиста, но, не доучившись, покинул страну и переехал в США. Свой путь, в мире искусства Антон начал, вдохновившись творчеством сестры. Начиная с пейзажей, Антон перешел в абстрактную живопись. В своих работах помимо холста и красок он использует подручные материалы: проволоку, веревку, бумагу, канву и т.д. Его произведения эмоциональны, экспрессивны, и ему удается погрузить зрителя в свой образный мир, рассказать свою историю человеческого становления.

Постоянно экспериментируя, художники семьи Шапоровых постоянно развиваются и вырабатывают каждый свой собственный уникальный стиль, тем самым воздавая дань памяти своему любимому отцу, который так не и не смог воплотить свою мечту в жизнь.

РЕДЕВЕЛОПМЕНТ ПРОМЫШЛЕННЫХ ЗОН В ЧЕРТЕ ГОРОДА

Изотова Т.П., гр. МАГ-ИИ-118

Научный руководитель: доц. Калашников В.Е.

Кафедра Искусствоведения

В условиях быстро растущего и развивающегося города встает вопрос об использовании зданий и сооружений, утративших свою первоначальную функцию. Огромные территории промышленных зон разрывают единую ткань городской среды. Такие объекты подлежат перепрофилированию и адаптации к новой структуре мегаполиса.

Город – это живой организм. Как любой живой организм, город растет и развивается. Старые ненужные клетки за ненадобностью отмирают, но есть костяк, который остается, и вокруг которого и происходит развитие. В городе таким костяком является исторический центр, историческая архитектура. Церкви, дворцы и усадьбы находятся под охраной государства и получают хоть и небольшую, но поддержку в виде реставрационных работ. Но не только лишь богатые красивые здания свидетельствуют о нашей культуре. Что делать, например, с промышленными зонами, бывшими фабриками и заводами, которые в процессе роста города оказались почти в самом центре мегаполиса? Естественно, что продолжать свое существование с первоначальной функцией они не могут. Но значит ли это, что мы должны вычеркнуть этот этап из истории архитектуры?

Ревитализация промышленных объектов как самостоятельный жанр архитектурного творчества существует уже примерно 50 лет. Тогда же произошло осмысление промышленных объектов как носителей исторического и культурного наследия. Поэтому сегодня ревитализация включает в себя и этот смысловой оттенок – внимательного и бережного отношения к объекту редевелопмента, сохранения духа места и материальной памяти о прошлом.

Промышленная архитектура Москвы XIX века представляет собой интересное сочетание самых разнообразных стилей. Классические арки и колонны, высокие готические окна, замысловатый рисунок кирпичной кладки украшают фасады заводов и фабрик того времени.

При решении вопросов о судьбе территорий промышленных комплексов стоит с особым вниманием отнестись к методам редевелопмента. Мы не должны вычеркивать целые этапы из технического и архитектурного развития города. Разнообразие зданий и сооружений создает неповторимый меняющийся образ мегаполиса, делает его интересным и многогранным.

РАЗЛИЧИЯ В ТОЛКОВАНИИ И ПОНИМАНИИ ДИСКУРСА МЕТАМОДЕРНИЗМА

Калугина А.В., гр. МАГ-ИИ-118

Научный руководитель: доц. Калашников В.Е.

Кафедра Искусствоведения

В XXI веке возрастает запрос на коммуникативную функцию искусства, которая играет важную роль в полилоге разнообразных культурных контекстов, пробуждает у зрителя желание понять, «расшифровать» культурное наследие современной ему эпохи.

Одной из таких попыток расшифровки современности выступает теория метамодернизма, описанная голландскими философами Томасом Вермюлленом и Робертом ван ден Аккером. Идеи мыслителей, изложенные в эссе «Записки о метамодернизме», получают распространение в современных исследованиях в силу своей большей обоснованности и аргументированности по сравнению с другими методологическими подходами.

Очевидным является тот факт, что язык «Записок» достаточно сложен для представителя широкой публики, а сам термин, долго существующий в контексте современной науки, обрел много ложных трактовок. Решить эту проблему именитым ученым не удалось, зато современные youtube-блогеры активно стремятся объяснить сложные идеи популярным языком без потери авторских нарративов.

Одним из представителей таковых является специалист по связям с общественностью Н. Емченко, чье объяснение фабулы метамодерна, по мнению автора этой работы, одно из доступнейших и исчерпывающих. В своем видео «Осторожно, метамодерн», Емченко называет принцип «приемлемости всего» самой позитивной стороной метамодернистского дискурса и переносит данное суждение на современное поле культурной деятельности в том числе: сегодня искусство может быть одновременно и плохим, и хорошим.

Справедливо замеченный исследователем субъективизм современного искусства гипотетически может являться доминирующей особенностью не только самих художественных произведений, но и суждений о нем, что, однако, требует дополнительных исследований и фактических доказательств. Также, бесспорным остается тот факт, что, в силу вполне обоснованной популярности, будут появляться как новые сторонники концепции, так и ее противники; будет уточняться и расширяться терминология, понятийный аппарат и прочее. Остается неясным другой вопрос: разрешит ли метамодерн те коммуникативные проблемы в искусстве, которые пока не позволяют создать единую культурную среду сосуществования зрителя и художника.

ВЫШЕГРАДСКИЙ КОДЕКС В КОНТЕКСТЕ СРЕДНЕВЕКОВОГО ИСКУССТВА

Кириллова О.А., гр. МАГ-ИИ-119

Научный руководитель: доц. Калашников В.Е.

Кафедра Искусствоведения

Возросший в современных реалиях интерес к средневековому искусству в основном концентрируется на центральных европейских очагах, обходя стороной периферийные регионы Европы. В наших исследованиях хотим привлечь внимание к интересному и малоизученному памятнику чешской средневековой миниатюры – Вышеградский кодекс (чеш. *Kodex vyšehradský*), или Коронационный евангелиарий короля Вратислава II (1035-1092 гг.).

Данный кодекс, созданный к коронации чешского короля Вратислава, назван по месту хранения до XIII века – замку Вышеград. Исследователи рукописных bestiариев и евангелий ставят его в один ряд с Великолепным часословом герцога Беррийского (XV века) или евангелие Ахенской школы Суассонское Евангелие (827 г.). Современные чешские исследователи считают, что Вышеградский кодекс создан в скриптории Emmerames в Баварии и привезён в Прагу ко дню коронации 15 июня 1085 или 1086 года.

Рукопись написана латинским языком на 108 пергаментных листах в отличие от более ранних коронационных месс, что создавались в виде свитков. Евангелие иллюстрировано 35 цветными миниатюрами в романском стиле, что нашло отражение в формальности стиля, лишённого натурализма и детальной прорисовки в изображении человеческих фигур. Отличительной особенностью иллюстраций евангелиария является твердый рисунок и необычное цветовое решение, комбинирующее красные, розовые, оливковые, голубые, изумрудные и охряные тона на золотом фоне. Страницы кодекса оформлены декоративными рамками, заполненными текстом либо украшенными растительным или геометрическим орнаментом. Считается, что при создании данного евангелиария, художники опирались на относительно широкий репертуар узоров. Анализируя сюжетные композиции, можно заметить, что обыденные темы средневековой миниатюры представлены с другой точки зрения, а некоторые темы во многих случаях уникальны и мало встречаются. Помимо полномасштабных иллюстраций интересно рассматривать буквицы, предваряющие начало нового абзаца текста.

Проанализировав оформления миниатюр и инициалов, можно сделать вывод, что похожие литературные памятники представляют интерес для современных исследований, но нам довольно сложно трактовать сюжетную составляющую и мотивов, руководствующих умами средневекового человека при создании некоторых из них.

ЗООМОРФНЫЕ ОБРАЗЫ В ЖЕНСКОМ ЮВЕЛИРНОМ ИСКУССТВЕ УЗБЕКОВ XIX века

Киселева А.Ю., гр. МАГ-ИИ-218

Научный руководитель: доц. Малова Т.В.

Кафедра Искусствоведения

Женский мир узбечек, как восточных женщин, невозможен без ювелирных украшений. Для них это не только способ украсить себя, но и выделить свой статус, уберечь себя от злых сил. В формировании функций женских украшений большую роль сыграли древние верования и, конечно, ислам. Ислам наложил на женщину-мусульманку правила поведения, сформировал ее характер и образ жизни. Для определенных возрастов были обязательны многочисленные украшения, особенно с праздничным или свадебным костюмом.

Украшения, входившие в свадебный убор невесты, перенасыщались символикой культа животворящего женского начала и магическими охранительными знаками, которые часто сливались с аграрной символикой. В формах и декоре ювелирных украшений и их деталей в XIX веке преобладал растительный орнамент, который сочетался с геометрическими, астральными, зооморфными мотивами, представлявшими разновременные образы, сложившиеся на протяжении веков. Зооморфные мотивы встречаются в самых разных предметах ювелирного искусства Узбекистана.

Голова человека традиционно украшалась особенно богато, у многих народов голова воспринималась как особо священная часть тела, так как здесь якобы обитает душа. В этой системе представлений огромная роль придавалась головному убору. Одним из главных акцентов в костюмном ансамбле невесты являлось налобное украшение тилла-кош – «золотые брови». Нередко тилла-кош дополнялось натуральными перьями филина, совы, утки и других птиц, которые «охраняли» благополучие женщины.

Исследователи давно пришли к выводу, что эти золоченные дуги изображают не брови, а крылья птицы (хорезмийский вариант этого украшения так и называется канот-осма то есть – подвеска-крылья) и семантика самого украшения тесно связана с образом птицы.

Аналогом украшения тилла-кош в бухарском женском костюме является боло-абру. Главным его отличием было отсутствие ажурного навершия, и потому в нем яснее выступала первоначальная фигура летящей птицы. Отметим, что «...все варианты этого налобного кокошника как основную формообразующую деталь сохраняют форму крыльев. Вероятно, что изначально это украшение было связано с образом Богини-Матери, которую часто представляли в виде птицы». Со временем фигура богини-матери «проросла» и слилась с образом древа жизни, которое

воспринималось как священное, способствующее плодородию и облегчению родов.

В состав убранства невесты входили различные налобные медальоны и височные подвески. Гаджак – парные височные подвески, название означает завиток, решались в едином стиле с тилла-кош. Изготавливали мастера Ташкента. Подвески представляют миндалевидную пластину, конец которой загибается в завиток. С обратной стороны гаджак имелись петельки для вставки птичьих перьев, в основном селезня.

Форма восходит к изображению птицы – зороастрийского символа солнца. Косвенным подтверждением этому является традиция украшать гаджак перышками, отмечаемая многими этнографами. Образ птицы присутствует и в самом названии украшения, «гаджак» называют «завитые колечками хвостовые перья селезня, уточки». В прошлом на височных подвесках нередко изображались птицы.

На протяжении веков свадебные наряды узбекских невест включали в себя множество ювелирных изделий, с обилием декора, богато украшенные самоцветами и драгоценными камнями. Ювелирные изделия многочисленными рядами украшали голову, лоб, виски, уши, косы, шею, грудь, плечи, пояс, запястья и пальцы рук женщины. Все эти бесчисленные изделия должны были не только украшать, но и оберегать новобрачную от злых духов.

СОЦИАЛЬНЫЕ СМЫСЛЫ РАБОТ МАУРИЦИО КАТТЕЛАНА

Лазарева Д.А., гр. ИИМ-118

Научный руководитель: доц. Калашников В.Е.

Кафедра Искусствоведения

Социальный подтекст не новость для истории искусства. Каждое произведение – это отражение современности, которая окружает автора.

В настоящее время художники по-разному выражают свои чувства в материале. Например, Марсель Дюшан в 1915 году придумывает ready-made и создаёт несколько работ: «Велосипедное колесо» (1913 г.), «Сушилка для бутылок» (1914 г.) и «Фонтан» (1917 г.). Последний становится инфоповодом для обнародования данного направления. Он первым наделяет уже существующую вещь иным смыслом. Таким образом появляется жанр, позволяющий как бы перерабатывать сущность вещей. Художник уже не должен трудиться и иметь достаточно технических навыков, чтобы выразить свои ощущения. Теперь он может просто зайти в товары для дома, купить вещь, поместить её в арт-пространство и переименовать. Так автор говорит нет эстетическим категориям, заставляет нас задуматься о значении искусства, как мы его определяем и чем оно для нас является. Зрителю приходится сделать когнитивное усилие, чтобы

осознать суть того, что он видит. И потому все чаще появляется вопрос: «Что же хотел сказать автор?». В наше время этот вопрос не обходит стороной ни одного художника. В том числе и Маурицио Каттелана.

Маурицио Каттелан – современный итальянский художник, живущий в Нью-Йорке, взорвавший мир своим последним на данный момент произведением «Комедиант». Его инсталляции транслируют не только социальную повестку, но и сами становятся ей. Хочется понять: Каттелан – это кто? Художник, играющий с трендами или великий мыслитель? Рассмотрим разнообразие на конкретных произведениях. Папа римский – одна из главных фигур европейского католического мира. В данной инсталляции его тело придавлено метеоритом. На первый взгляд, это прямой вызов религиозным фанатикам: силен ли ваш Папа? Таким наглядным образом Каттелан разделяет понятие фанатизма и веры. Ведь, далее история с инсталляцией разворачивается интереснее: католическая церковь остаётся довольной, ибо папино лицо невозмутимо, даже несмотря на придавивший его метеорит. Но, также, появились и сторонники мнения о том, что это унижает Папу, ведь он избран богом, а следовательно, негоже показывать его в таком жалостливом виде. И тут встаёт вопрос восприятия людьми того, что они видят. Мальчик, сидящий на коленях, показан нам спиной. Сразу создаётся ощущение жалости, и появляется мысль: о чем же он молится? Чем ему помочь? Обойдя фигуру, понимаешь, что это главный монстр начала двадцатого века: Адольф Гитлер. Получается, что личность играет роль при раскаянии. Это лицемерие в чистом виде. Таким образом Маурицио Каттелан показывает нам границы европейской толерантности. Он говорит нам: не всех простишь. Или можете ли вы себе представить, что два банана стоят четверть миллиона долларов? Но дело даже не столько в стоимости, она зависит скорее от курса валюты и имени автора, сколько в том, что актуальность данного экспоната, как и его цена, снизятся быстрее, чем он сам же и сгниет.

Несмотря на бутафорскую визуальность и излишнюю медийность, которые ощущают многие зрители, Маурицио Каттелан даёт нам шанс интерпретировать его инсталляции так, как мы это чувствуем. Таким образом художник показывает, как искусство раскрывает человеческую природу и ставит смысл превыше визуальности.

ИССЛЕДОВАНИЕ КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ПАМЯТНИКОВ ДЕРЕВЯННОГО ЗОДЧЕСТВА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Макарова Д.Ю., гр. МАГ-ИИ-318

Научный руководитель: доц. Малова Т.В.

Кафедра Искусствоведения

В условиях глобализации на сегодняшний день национально-культурная идентичность России является практически утраченной и требует работы по восстановлению.

Национально-культурная идентичность не является врожденной, а приобретается человеком в процессе развития, она может изменяться, главным образом, при взаимодействии с другими культурами.

В России сохранилось несколько тысяч построек традиционной деревянной архитектуры, многие из которых имеют статус объектов культурного наследия. В работе анализируется значение памятников деревянного зодчества, которые являются важной составляющей национальной культуры.

Существующее законодательное и нормативное поле способно обеспечить охрану культурного наследия, однако не вполне удается переломить негативную динамику безвозвратных утрат объектов культурного наследия деревянной архитектуры. Деревянное зодчество долгое время не вызывало интереса у исследователей. Оно воспринималась как заурядный атрибут поселений, не заслуживающий внимания и даже не включаемый в сферу искусства. В силу непонимания ценности древних построек, их ликвидировали под предлогом ветхости, перестраивали в духе новой архитектуры.

Памятники деревянного зодчества стали привлекать к себе внимание исследователей во второй половине XIX века на волне пробуждения интереса к народной культуре и истории. Изучение особых, региональных аспектов истории национальной культуры в условиях многополярности мира и в контексте процесса глобализации помогает понять целостность и сущность сложных историко-культурных и социальных особенностей российской современности, в которой памятники народного зодчества являются уникальными и, к сожалению, немногочисленными артефактами, с помощью которых осуществляются культурная преемственность и национальная идентификация.

Думается, что сохранение национального своеобразия памятников является сегодня насущной задачей для России, которая ещё не отошла от политики безоглядного заимствования западных подходов и ценностей во всех сферах жизни. В этом аспекте будет не лишним посмотреть на архитектурную практику стран Востока, которые считают интеграцию

западных ценностей в архитектуру угрозой национальной культуре и вновь обращают внимание на традиционное видение природы и открытых пространств. Таким образом, политическая воля государства в сфере охраны наследия выражена совершенно определённо. И все же, по сведениям ВООПиК, страна теряет ежедневно один памятник, а эта потеря безвозвратна.

«ЗВУКИ» (1912 г.) В.В. КАНДИНСКОГО: К ВОПРОСУ ОБ АВТОРСКОЙ ИЛЛЮСТРАЦИИ В ТВОРЧЕСТВЕ МАСТЕРА

Мирзоян К.А., гр. ИИМ-116
Научный руководитель: доц. Орлова Е.В.
Кафедра Искусствоведения

Авторская иллюстрация в искусстве В.В. Кандинского находит свое полноценное выражение в альбоме стихов и гравюр «Звуки» («Klänge»), выпущенном в Мюнхене издательством Р. Пипера в конце 1912 года. Альбом включает в себя 38 стихотворений и 56 гравюр на дереве, над которыми Кандинский работал в 1909-1912 гг. Стихотворения в прозе, сочетающиеся с ксилографиями (цветными и черно-белыми, в тексте и отдельно на развороте), отражают поиски мастера в области синтеза видов искусства.

Стоит обратить внимание на название альбома, которое вновь отражает существенный аспект синтетического восприятия художника. Звуки как очевидное орудие музыки становятся заглавием поэтического и графического опыта, опять же соединяя их истоки в едином поле вибраций, исходящих из принципа внутренней необходимости. Таким образом, «смена инструмента» лишь подчеркивает ту внутреннюю творческую константу, которая проявляется в данном случае через разные способы художественного выражения, зависящие от выбранного вида искусства.

Если сам Кандинский называет свои тексты «поэмами в прозе» или «маленькими рассказами», то свои ксилографии он не трактует как иллюстрации. Можно попытаться выдвинуть тезис о том, что в этом «маленьком примере синтетического произведения», как называл его сам Кандинский в 1938 году, присутствует три творческих формы: текст (стихи), графические изображения (ксилографии) и то, что рождается между ними (синтез двух инструментов, настроенных на одно звучание). Получается, что графические произведения в альбоме «Звуки» не пытаются быть иллюстративным отображением стихотворений в прозе, но также, как и словесные построения, восходят к одному абстрактному содержанию, которое проявилось в двух ипостасях художественного языка мастера – в поэтическом слове и графическом изображении. Возможно, вспоминая

высказывание художника, стоит говорить о полифонии нескольких инструментов, об их соединении и противопоставлении для реализации большей многогранности духовного содержания через формы разных видов искусства. «Звуки» предстают в творчестве Кандинского единственным и уникальным прецедентом синтеза искусств, воплощенного в книге с помощью взаимодействия поэзии и графики.

АНТИЧНОСТЬ КАК ИСТОЧНИК ВДОХНОВЕНИЯ РУССКИХ ИЛЛЮСТРИРОВАННЫХ ЖУРНАЛОВ СЕРЕБРЯНОГО ВЕКА

Мирошникова Т.Ю., гр. ИИМ-118
Научный руководитель доц. Калашников В.Е.
Кафедра Искусствоведения

Произведения греческого искусства поражали последующие поколения реализмом и гармоническим совершенством, утверждением высокого нравственного начала, красоты, силы, достоинства человека. Влияние античности невозможно переоценить, оно встречается на протяжении всей истории мировой художественной культуры, и, конечно, проявляется в эпоху серебряного века (конец XIX – начало XX веков).

«Золотое руно» – ежемесячный художественный и литературно-критический журнал, выходивший в Москве в 1906-1909 гг. Название нового журнала выбиралось со смыслом. Его идея была изложена Андреем Белым в рассказе «Аргонавты»: «Буду издавать журнал «Золотое руно». Сотрудниками моими будут аргонавты, а знаменем – Солнце...». Частично Рябушинский воплотил свет нашей звезды в золотых буквах издания. Название способствовало тому, что многие изобразительные элементы журнала выполнялись в соответствии с греческим искусством, например, марка журнала по эскизу Е.Е. Лансере, где мы видим «Арго», и элементы похожие на меандр или капитель ионической колонны. В эмблеме по эскизу Н.П. Феофилактова (1906 г.) мы будто-то видим фрагмент греческой напольной мозаики, состоящей из множества разноцветных кусочков. В литературной части журнала особое значение имели статьи Блока о гражданской ответственности художника перед народом и обществом. Это возвращает нас в древнюю Грецию, где важное место имело понятие долга перед обществом.

«Аполлон» – русский иллюстрированный журнал по вопросам искусства; издавался в 1909-1917 гг. в Санкт-Петербурге. С.К. Маковский в манифесте пишет: «Аполлон – в самом заглавии – избранный нами путь. Это, конечно менее всего – найденный вновь пусть к догмам античного искусства. Классицизм – подражание совершенным художникам Греции и Ренессанса – если и возможен опять, то лишь как мимолетное увлечение или

как протест против бесформенных дерзаний творчества, забывшего законы культурной преемственности». Появление «Аполлона» должно было существенно повлиять на русскую культуру, знаменуя новые тенденции, под знаком классического наследия. Оформлением журнала занимались «мирискусники» Л. Бакст, А. Бенуа, М. Добужинский. Лев Бакст был одним из последовательных выразителей «нового классицизма». Источник, к которому постоянно обращается художник, – античность: искусство древней Греции, а не ее вариант, продублированный в классицизме. Обращаясь к античности, Бакст в своих работах не абсолютизирует плоскость: его штрих передает моделировку формы, иногда в рисунках включается пространственный мотив. Но принцип утверждения плоскости художник сохраняет: он прибегает к фризообразному расположению фигур и предметов, вводит обрамление типа кулис или круга. У Бакста орнаментированная поверхность листа напоминает скорее всего плоский рельеф, распространенный в Древней Греции.

ВЫСТАВОЧНЫЙ ПРОЕКТ «MICROCOSM»

Михайлович Л.Л., гр. МАГ-ИИ-319
Научный руководитель: доц. Малова Т.В.
Кафедра Искусствоведения

Ещё сто лет назад космические одиссеи являлись далёкой мечтой, художники фантазировали об инопланетных пейзажах и представителях внеземной жизни, а спустя почти полвека первый человек отправился на околоземную орбиту. И на смену метафизическим образам пришёл реалистичный образ космонавта, исследующего просторы Вселенной.

Область космических исследований активно развивается и продолжает вдохновлять уже современных художников.

Проект «Microcosm» приурочен к 50-летию первого выхода человека в открытый космос. На данном этапе разработана визуальная концепция проекта, представляющая из себя масштабную инсталляцию, состоящую из 230 скульптур космонавтов (именно столько человек на момент создания концепции побывали в открытом космическом пространстве). Ключевым элементом в образе космонавта стала красная спираль, в данном контексте трактуемая как символ бесконечного развития и познания.

Скульптуры – это 3D-модели, созданные с использованием программы Zbrush с целью дальнейшей печати на 3D-принтере. В качестве материала используется прочный фотополимер.

В настоящий момент две скульптуры экспонируются на групповой выставке «Human Nature art» в галерее Chirino-Said Art Lab в Майами-бич, США.

О ГРАНИЦАХ ПОНЯТИЯ «КИТЧ»

Морозова Е.В., гр. ИИМ-118

Научный руководитель: доц. Калашников В.Е.

Кафедра Искусствоведения

В основе морфологии понятия лежит немецкое слово «Kitsch», что в переводе означает «халтура, дешёвка, пошлость». Это направление характеризуется использованием образов из массовой культуры, ориентацией на предпочтения потребителя, коммерцию и созданию лишь внешнего эффекта. При этом определения китча могут быть абсолютно полярными: от всеобщего негативизма до его полного приятия, т.е. не существует единого мнения относительно его сути и границ.

Генезис понятия отсылает нас к середине XIX века – периоду второго промышленного переворота. В момент становления буржуазного строя, для осуществления индустриальной революции деревня поставляла новые рабочие кадры. С этим явлением связан термин «третья культура», существующая наряду с элитарной и народной. За неимением средств этого класса происходит приобретение откровенных подделок, которые позднее стали называть «ширпотреб». Эти предметы с претензией на искусство отличает откровенная банальность и вульгарность.

Сложность этого феномена состоит в практически невозможном определении его границ. Поскольку китч может существовать абсолютно в разных формах: как сознательная художественная образная программа, дурновкусие, результат безграмотности художника или необразованность заказчика. На российском арт-рынке один из примеров, где китч выступает программной установкой – это дуэт художников Александра Виноградова и Владимира Дубосарского, который сформировался в атмосфере ненависти к соцреализму, однако от этого стиля авторы не отказались. Художники заняли позицию конформизма, продемонстрировали готовность обслуживать самый примитивный вкус и воплощать любые незатейливые фантазии. В их работах присутствует ощущение перебора. Всего в картинах как будто чересчур: слишком красиво, слишком сентиментально, слишком торжественно. Авторы доводили свои произведения до кричащего абсурда. Все эти черты и есть китч в чистом виде.

Китч становится неотъемлемой частью современной культуры. Главной причиной этого изменения является трансформация в культуру потребления, что значительно усложняет установить границы этого понятия. В связи с этим, можно говорить о кризисе культуры, а о китче как о ведущей тенденции эпохи упадка. И все же китч продолжает появляться на прилавках магазинов, на выставках, по-прежнему находит своего зрителя, «ибо никто из нас не представляет собой сверхчеловека, чтобы

полностью избежать китча. И как бы мы ни презирали китч, он неотделим от человеческой участи».

ИСТОРИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОВРЕМЕННОГО СКАНДИНАВСКОГО ДИЗАЙНА: ГУСТАВИАНСКИЙ СТИЛЬ

Перова Л.А., гр. ИИМ-117

Научный руководитель: ст. преп. Буфеева И.Ю.

Кафедра Искусствоведения

Истоки скандинавского дизайна складываются во времена правления шведского короля Густава III в XVIII веке. «Густавианский стиль» многие исследователи истории дизайна считают предшественником современного «скандинавского стиля». Густавианский стиль – это своеобразный шведский ампир, однако со своими региональными особенностями – с отсутствием помпезности и присутствием налета старины. Современный дизайн так же прибегает к «искусственному состариванию» предметов декора.

Составляющими шведского дизайна интерьеров были пол и стеновые покрытия. Узор паркета визуально повторял технику маркетри – искусство нанесения кусков шпона на конструкцию (форму) для формирования декоративных рисунков. Стулья имели квадратные или овальные спинки, а также ножки с каннелюрами и профилировкой. Мягкая мебель должна была соответствовать покрытию стен, и обычно обтягивалась дамасом. Долгое время были популярны густавианские «диваны-корыта» и кушетки.

Скандинавский стиль – это также игра с цветом и светом для достижения баланса между пространством и человеком. Спокойные цвета густавианской мебели позволяют создать особую уютную атмосферу в доме, визуально расширяют пространство помещений. Как правило, густавианские оттенки – это белый, светло-серый, светло-синий, терракотовый или бледно-салатовый, которые в сочетании с лаконичными формами функциональной деревянной мебели и создают тот неповторимый стиль. Обилие фигурных зеркал, необычных осветительных приборов также играет большую роль в увеличении визуального пространства. Ни один скандинавский интерьер не обходится без «зелени». Единение с природой, получение ее энергии – шведская концепция *Hygge*. Цветы в горшках, растительные орнаменты, «земляные» оттенки в интерьере – все это помогает создать неотразимый скандинавский интерьер в современных реалиях.

Современное применение густавианского стиля в дизайне интерьеров можно смело назвать обширным. Знаковые бренды помещают примеры работ, выполненных в историческом шведском стиле, на страницы

журналов, создают готовые дизайны в шоурумах, продолжая покорять потребителя изяществом чистого цвета, света и декора.

КУЛЬТУРА КАК СПОСОБ СТРУКТУРИРОВАНИЯ ГОРОДСКОГО ПРОСТРАНСТВА

Радкевич А.Д., гр. МАГ-ИИ-318

Научный руководитель: доц. Малова Т.В.

Кафедра Искусствоведения

Лучший способ смягчения грубого материализма города является культура. Группа людей рождает общество, следом за обществом возникают города и разнообразие культур. Последнее наилучшим образом структурирует все аспекты жизни человека в обществе, закольцовывая все важнейшие процессы современного города: экономику, политику. Именно культура обозначает принадлежность того или иного пространства, его историческую значимость и сохранность как наследия. Культура является гарантом сохранности капитала, так как не подвержена значительным влияниям финансовых кризисов, выстраивая символический капитал вокруг себя.

Развитие культурных индустрий играет ключевую роль в тенденции редевелопмента промышленных и не только территорий. В последние годы специалисты по городскому маркетингу стали продвигать образ города как центра культурных индустрий, которые включают в себя не только музеи, театры и галереи, но и рестораны и различные формы проведения досуга. Мультиформатность нашла свое воплощение в возникновении арт-кластеров (особенно популярное явление XXI века). Именно такие площадки помогают наиболее полезно провести деиндустриализацию и редевелопмент как мегаполисов, так и небольших городов. Внешний вид городской среды трансформируется вместе с потребностями его жителей. Если город «не успевает» отвечать на запросы, начинают формироваться контекстные «пустоты» в местах, которые некогда служили источником жизни города. Такими местами часто становятся покинутые заводские здания, не благоустроенные парки и так далее. Все те места, которые остаются без должного присмотра и представляющие собой потенциальную угрозу для безопасности человека. Достаточно быстро такие пространства наполняются всевозможными пороками города.

В процессе жизни человека в городе происходит закономерная смена парадигм мышления: ум формируется в городе и, наоборот, город определяется мышлением. Следовательно, представление города как социокультурной системы основано на неделимой совокупности трех основных элементов этой системы: личность, общество и культура.

Таким образом, культура в целом является способом формирования общественного пространства, его структурирования и трансформации для взаимодействия между различными социальными группами и создание визуального образа города.

ПРОБЛЕМА НЕГАТИВИСТСКОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ РЕЛИГИОЗНЫХ ОБРАЗОВ В СТРАНАХ ХРИСТИАНСКОГО МИРА

Рубцова С.Н., гр. МАГ-ИИ-119

Научный руководитель: доц. Калашников В.Е.

Кафедра Искусствоведения

Актуальная художественная материя, наследующая заветы постмодернизма, предполагает собой возможность обращения к безграничному набору тем, образов и техник. Тем примечательнее, что в мировом стремлении к толерантному общественному сознанию не исчезает неизменное желание художников обращаться к христианским архетипам. В связи с этим в культуре вновь актуализируется вопрос: что привело современное искусство к тому, чтобы сегодня оно было раздираемо амбициозностью художника и внутренним барьером верующего?

Близость искусства, религии и общества во все времена представляла сложную взаимосвязь, не лишенную несовершенств. Так, в западноевропейской традиции, начиная с искренности Средневековья и антропоцентричности Ренессанса, религиозные умонастроения нередко находили отражение в произведениях искусства. Этому можно найти объяснение в относительной свободе католического богословия, для которого, тем не менее, слово было первостепеннее художественного образа. Последний рассматривается римокатоликами только как указание на божественную реальность и инструмент актуализации религиозного чувства. В дальнейшем II Ватиканский собор, проходящий под эгидой осовременивания католической Церкви, допустил современное искусство, не противоречащее «христианской вере, нравам и благочестию», в храм, который, по словам Н.Ю. Раевской, более являл собой не олицетворение космоса, но место собрания молящихся.

В свою очередь, Православие с VII Вселенского собора поставило икону наравне с Крестом и Евангелием. Оно сохранило церковное искусство, тогда как католичество, отрицая благословенность труда мастера, пошло по пути светского искусства на религиозную тему. По мнению А.Д. Мысыка, замена церковного искусства религиозным представляется современным попиранием образа, т.е. иконоборчеством. Последнее обуславливает существование в мировой литературе, кинематографе, массовом искусстве не самых благоговейных образов католического мира, ставших уже неоднократно переродившейся

классикой. И если, по мысли А.Л. Яхнина, католический мир в борьбе с тенденциями постхристианской цивилизации решил не останавливать, но возглавить процесс, то православная культура, несмотря на проникающие европейские тренды, продолжает сопротивляться.

ТВОРЧЕСКИЙ МЕТОД ВЛАДИМИРСКИХ ЖИВОПИСЦЕВ

Русанова Д.А., гр. МАГ-ИИ-118

Научный руководитель: доц. Калашников В.Е.

Кафедра Искусствоведения

В 1960-х гг. коллектив владимирских художников разрабатывает уникальный творческий метод, опирающийся на древние традиции региона и русского искусства в целом.

Декоративность владимирской живописи, выразившаяся в характерном композиционном и ритмическом строе, была заимствована живописцами как в лаковой миниатюре, пришедшей на смену иконописи, так и в советской графике тех лет. Намечается принципиально важное явление в художественной культуре тех лет: если в среде живописцев обозначилась тенденция мыслить графически, а у графиков живописно, то владимирское искусство синтезирует оба направления.

Фундаментальные изменения в первую очередь коснулись отношения к жанру и его «философии», а затем перенеслись на технико-технологическую основу. В первое десятилетие поиск стиля носил характер заимствования: владимирский пейзаж освоил все нюансы «ремесленной» работы, начиная с живописной основы, приближая фактуру холста к поверхности шкатулки (лаковая миниатюра) и доходя до состояния стены (фресковая живопись).

Изучение цветопередачи при гладкой и грубой шероховатой фактуре, привело мастеров к опыту с различными видами грунта, что изменило саму технологию наложения мазка. Художники В. Юкин, К. Бритов, В. Кокурин разработали сложную структуру наложения красочного слоя в несколько этапов, применяя для подкладки тянущие грунты, добавляя в них или в красочные смеси опилки, песок, крупу.

Стилизация владимирского пейзажа, идущая от технологии и материала, априори пренебрегает академическими установками: владимирский художник обобщает не только предметные детали, но и композицию в целом, свободно «режиссируя» пространство картины. Избавляясь от лишних объектов или меняя одно с другим местами, художник добивается нужного резонанса цветового и формообразующего пятна.

Стремление к незыблемости построения полотна, чёткое деление картины на планы, создание глубины пространства посредством

диагонального сечения композиции, сохранение интенсивности цвета на удалённых планах, а также организующая роль линии, генетически связанной с иконописными изводами – такие методы применяются во владимирском пейзаже.

ЗАРОЖДЕНИЕ ХОХЛОМСКОЙ РОСПИСИ

Сиберт К.А., гр. ИРС-118

Научный руководитель: доц. Павленко А.А.

Кафедра Искусствоведения

Нижегородский край издавна славился своими традициями в области искусства. Именно здесь зародилась Золотая хохлома – один из известных промыслов России. Просторы Поволжья славятся великолепием густых лесов и разнообразием ягод и растений. Природа Поволжья могла вдохновить живописцев XVII века на создание хохломской росписи.

Хохлома представляет собой декоративную роспись деревянной посуды и мебели, выполненную красными, зелёными и золотистыми тонами по чёрному фону.

Первое упоминание о расписной посуде относится к 1659 году, когда боярин Б.И. Морозов требовал собрать с заволжских вотчин блюда разных размеров и братины на «оловянном деле». Точных данных о зарождении хохломской росписи не найдены, однако есть предположение и даже легенда, связанная со старообрядцами.

Густые леса Поволжья скрывали беглых крестьян. Туда же устремились из столицы в Хохлому старообрядцы после проведения Церковной реформы Никона (1663-1664 гг.), которая привела к расколу в церкви. По легенде, среди этих старообрядцев был и мастер Андрей Лоскут. Он писал иконы, но после реформы Никона решил оставить город, так как ему не нравились новые порядки. В глуши Поволжья он занялся росписью посуды. Никон узнал об этом и послал солдат, чтобы те арестовали Андрея, но мастер заперся в избе и сжег себя, а перед смертью завещал беречь его искусство.

Также, развитию хохломской росписи способствовал и ряд других преимуществ, например, удачное местоположение, оригинальность росписи, ее неповторимость. У села располагалась Макарьевская ярмарка – самая крупная торговая площадь в Заволжье, на которой и продавалась хохломская продукция.

В настоящее время есть два центра хохломской росписи – город Семёнов с фабриками «Хохломская роспись», «Семёновская роспись» и село Сёмино Ковернинского района, где работает предприятие «Хохломской художник», объединяя в себе мастеров деревень Кулигино,

Сёмино, Новопокровское. Хохломская роспись используется теперь не только для росписи посуды, но и в интерьере, сувенирах и т. д.

Таким образом, можно сказать, что зарождение хохломской росписи – это одно из последствий Церковной реформы Никона, которое до сих пор живет в искусстве.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЖИВОПИСНОГО ЯЗЫКА В КИНЕМАТОГРАФЕ НА ПРИМЕРЕ ТВОРЧЕСТВА А. ТАРКОВСКОГО

Синявская А.Н., гр. МАГ-ИИ-119

Научный руководитель: доц. Малова Т.В.

Кафедра Искусствоведения

Художественная природа кинематографа заключается в его синтетичности, то есть в интегрирующих выразительных возможностях других искусств. Вбирая в себя выразительные средства смежных искусств, кинематограф на протяжении всей своей истории, так или иначе был тесным образом связан с категориями, присущими изобразительной деятельности, такими как: композиция, цвет, свет, жанр и т.д. Кинематографическое пространство способно функционировать только при смене кадра, который должен быть выверен и выстроен согласно композиционным законам построения живописного произведения.

Живописность в фильмах Андрея Тарковского была неотъемлемым элементом метаобраза, который концентрировал в себе не только пространственно-композиционную конструкцию, но и историко-культурный и смыслообразующий контекст, проходящий через все творчество мастера. Вся композиционная схема, или так называемый канон Тарковского базируется на строгих симметриях и нерушимых пропорциональных соотношениях, благодаря которым режиссер выстраивает эмоциональный и художественный образ, гармонизируя кадр и превращая его в картину. Данный прием отчетливо виден в первом фильме Тарковского «Иваново детство», в котором режиссер выстраивает композицию по принципу диагональной симметрии, за счет чего кадр выглядит устойчивым и цельным. А вот «Солярис» отличается подвижностью и пластичностью пространства, динамика которого определялась через композиционные особенности картины. Пространство «Соляриса» Тарковский создает по принципу симметрии, визуализируя ее с помощью простых геометрических фигур. Свет и цвет у Тарковского являются не только неотъемлемой частью его канона, но и составляют одну из важнейших характеристик большей части произведений искусства, в том числе кинематографа. К примеру, в картине «Андрей Рублев» Тарковский при построении кадра обращается к светотеневому рисунку, где, как

правило, центром всегда становится высветленное пятно. А для героев фильма «Сталкер» отдельные оттенки цвета, возникающие в определенные моменты картины, есть ни что иное как отображение их внутреннего мира.

Подводя итог, можно сделать следующий вывод: живопись и кинематограф на протяжении всей истории демонстрировала наиболее тесный синтез, основой которого служили пространственно-временные измерения. Примером тому служит творчество А. Тарковского, который буквально за счет нескольких базовых выразительных средств живописи, сумел выработать уникальный киноязык, сумел создать живопись кинематографическую.

КАРМАННЫЕ ЧАСЫ ВТОРОЙ ПОЛОВИНЫ XVIII века КАК АКСЕССУАР МУЖСКОГО ДВОРЯНСКОГО КОСТЮМА

Соковишин А.А., гр. ИИМ-116

Научный руководитель: доц. Большова С.И.

Кафедра Искусствоведения

Карманные часы – неотъемлемый аксессуар мужского дворянского костюма второй половины XVIII века. Они входили в мужской костюмный комплекс, наряду с такими ювелирными шедеврами как бриллиантовые нашивки, булавки для галстука, трости и изящные табакерки.

Часы на цепочке – произведение ювелирного искусства, над их созданием трудилось большое количество профессионалов: часовщики, ювелиры, эмальеры и граверы. Часы выполнялись из драгоценных металлов, декорировались чеканкой и гравировкой, эмалевой росписью, инкрустировались драгоценными камнями. Индивидуальные часы с ходовой пружиной появились в начале XVI века в Нюрнберге. Циферблатное стекло появилось у часов только в середине XVII века. В XVII веке произошли важные изменения в устройстве механизма часов. Около 1650 года появляется минутная стрелка, а на циферблате – второй ряд арабских цифр для обозначения минут. Во второй половине XVII века карманные часы становятся круглыми. В последней четверти XVII века механизм часов снова усовершенствовался, в нём появилась спиральная пружина.

Часы XVIII столетия украшались не только живописными эмалями, характерным приёмом декоративного оформления были композиции из драгоценным камней. В 30-х годах XVIII века в искусстве господствовал стиль Рококо. С 30-х годов XVIII столетия стало модным прикреплять часы к специальной цепочке – шатлену. При помощи крючка шатлен крепился к поясу костюма.

В 60-х годах в искусстве формируется новый стиль – классицизм. Для нового стиля характерны строгие композиции, упорядоченные ритмы,

симметричные орнаментальные формы, античные мотивы. Часы этого времени поражают строгостью отделки, лаконичными цветами, жемчужными поясками в обрамлении.

В работе проведён анализ технических изменений часовых механизмов карманных часов XVI-XVIII веков и их художественного оформления. Особое внимание уделено образцам XVIII века, ставшим аксессуарной доминантой мужского дворянского костюма этого времени.

ТРАНСФОРМАЦИЯ ОБРАЗНОЙ СИСТЕМЫ ТРАДИЦИОННОГО СКАНДИНАВСКОГО ИСКУССТВА В СОВРЕМЕННОМ КУЛЬТУРНОМ КОНТЕКСТЕ

Цыганова Д.В., гр. МАГ-ИИ-118

Научный руководитель: доц. Калашников В.Е.

Кафедра Искусствоведения

Общество, превращаясь в постиндустриальное и информационное, становится обществом массовой культуры, начинает видеть себя в новых визуальных пространствах. Появляется медиакультура, в которой немаловажную роль играют визуальные знаки (посылы) и образы.

Интерес к скандинавской культуре как комплексу мифологических образов в последние два столетия возрастает благодаря самобытности и уникальности этого явления. Причем наибольший интерес скандинавская культура вызывает у молодых людей, в среднем, в возрасте от восемнадцати до тридцати лет. Такой интерес можно объяснить сравнительной новизной образов (например, с образами египетских или греко-римских богов, героев).

Вплоть до XX в. скандинавская мифология больше ассоциировалась с оккультными традициями. Мистические обряды предполагали также обращение к руническим письменам, символам, что усилило интерес к древнему скандинавскому мифу.

Несмотря на множество негативных ассоциаций, связанных с деятельностью нацистов в начале XX в., к ней обращались выдающиеся деятели культуры, которые использовали образы и сказания в творчестве с положительной коннотацией; постепенно сложился новый, привычный для нас облик жанра фэнтези.

Несмотря на то, что популяризация скандинавской тематики в большей своей степени обязана литературе и кинематографу, мотивы скандинавской мифологии пронизывают сейчас все области культуры.

Появление неомифотворчества позволило современному зрителю воспринимать прежде всего художественность мифообразов. Первобытный страх перед сверхсуществами оказался в значительной мере преодолен иронией переоценки.

Искусство сегодня воспринимает уже сложившиеся образно-сюжетные сочетания. Архетипические образы если и используются, то весьма тенденциозно. Подпитываемый «экспертными оценками», художник создает конъюнктурную работу, описывая не личное переосмысление традиционных образов, а воплощая то, что (по его мнению) общество хочет от него получить.

ТРАКТ ТОКАЙДО В ГРАВЮРНЫХ СЕРИЯХ УТАГАВА ХИРОСИГЭ КАК ИЛЛЮСТРАЦИЯ ЖИЗНИ ПУТЕШЕСТВЕННИКОВ ЭПОХИ ЭДО

Чаплина А.В., гр. МАГ-ИИ-318

Научный руководитель: доц. Большова С.И.

Кафедра Искусствоведения

Ксилография укиё-э, которая впервые в искусстве Японии обратилась к достоверной жизни простых людей, является ценным источником информации о повседневности японцев эпохи Эдо, которая продлилась с 1603 по 1868 годы. Для эпохи характерен рост городов из-за политики самоизоляции страны, и развитие городской культуры. Фактически власть исполнял военный правитель – сёгун. Император формально оставался у власти и жил в городе Киото, сохранившим статус столицы Японии. Административным центром страны был город Эдо. Первый сёгун Эдо, Токугава Иэясу, ввел систему санкин-котай для потенциальных противников, феодалов даймё, которые проживали один год в Эдо, а на следующий год возвращались в свои резиденции.

Дорога Токайдо соединяла города Киото и Эдо, ей пользовалось около 60% даймё для путешествий. Токайдо часто фигурировала в литературе и в гравюре укиё-э. В XIX веке появляются полноценные серии гравюр о пятидесяти трех станциях Токайдо. Утагава Хиросигэ наиболее часто изображал Токайдо, используя рисунки с натуры, и отразил все аспекты жизни путешественников. По Токайдо путешествовали только пешком, на лошади или в паланкинах. Можно увидеть как обычных путешественников, так и процессии даймё, монахов, паломников с длинноносой красной маской божества Сарутахико, скороходов-почтальонов и носильщиков грузов, слепых музыкантов годзэ. Изображено устройство дороги и ее обслуживание: верстовые столбы вдоль тракта и таблички с информацией, переправы через реки на лодках или при помощи носильщиков, маленькие придорожные чайные и большие гостиницы. Интересны сцены отдыха в чайных и на постоянных дворах, куда путников приглашали или затаскивали силой женщины-зазывалы. Изображены также «знаменитые места» Токайдо, среди которых не только многочисленные храмы, но и живописные виды, например, вид на Фудзи около Ёсивара, а также более

житейские места: лавочка в Марико, где подавали «знаменитый суп», лавка окрашенных тканей в Наруми, воздушные змеи в Фукурой, сушеная рыба в Нумазу и другие.

Гравюрные серии Хиросигэ о Токайдо можно сравнить с фотографиями из путешествий. Это интереснейший иллюстративный материал о путешествиях в эпоху Эдо благодаря многообразию гравюр, их выдающемуся художественному исполнению и правдивости.

ЧЕРНИЛЬНАЯ МОСКВА

Чжэн Сян, гр. МАГ-ИИ-318

Научный руководитель: доц. Малова Т.В.

Кафедра Искусствоведения

«Чернильная Москва» – тема моего экспозиционного проекта-исследования, посвященного культурному и художественному взаимодействию сквозь призму индивидуального живописного видения и эмоционального опыта.

Рисунок тушью – традиционный вид искусства в китайской культуре. Его изобразительный язык обращает внимание на гармонию человека и природы. Это похоже на слияние инь и ян в даосской культуре, достижение баланса. Визуальную поэтику и выразительные качества рисунка тушью, характерные для традиционной китайской культуры, я попытался претворить средствами западной живописи. Все работы были созданы масляной краской на плотной бумаге.

Уличные сцены и городская архитектура Москвы, ставшие главными персонажами моих произведений, отразили исследование традиционных живописных средств и методов как воплощения особой «национальной идентичности» и «культурных символов».

Этот анализ не ограничивается описанием и визуальными эффектами поверхностного схватывания объекта, но преследует задачу выявления того, что лежит за пределами зримой художественной формы. Это попытка извлечения сущностного образа вещей.

Я надеюсь, что проект станет началом художественного изучения взаимопроникновения и возможности сосуществования различных языков и кодов искусства, обогащающих друг друга.

Будущая выставка – это еще и очень личное произведение, воплощающее мои чувства и переживания в данный момент.

АДАПТАЦИЯ ТВОРЧЕСТВА ХУДОЖНИКОВ-МИГРАНТОВ К ЭКСПОНИРОВАНИЮ В ЕВРОПЕЙСКИХ МУЗЕЯХ

Эрдниев Ц.О., гр. МАГ-ИИ-118

Научный руководитель: доц. Калашников В.Е.
Кафедра Искусствоведения

В настоящее время феномен гибридизации художественных форм искусства наблюдается повсеместно, однако в данном исследовании автор акцентирует внимание на сложной тенденции изменения традиционного африканского искусства в Европе в последние десятилетия 20-го и первые десятилетия 21-го веков.

Внешние факторы, которые не могут не влиять на все отрасли культурной деятельности человека, безусловно, оказывают давление и на традиционное искусство. Впоследствии это ведет к существенным девиациям самобытного искусства определенного региона.

Рассматривая широкий спектр внешних катализаторов, влияющих на становление или развитие определенного вида искусства, можно заметить не только интеграцию внутрь традиционного искусства, но и ответную адаптацию внутри уже образовавшегося (изменившегося) западного искусства. Этот фактор может проявляться не только внутри региона и изменять структуру традиционного склада, сколько позже влиять на особенности иных регионов, которые в свою очередь использовали данное (традиционное) искусство как предмет художественного анализа. Таким образом, можно говорить об инверсии векторов влияния.

Особенное внимание следует уделить отношениям, которые складываются в странах-«сотрудниках». Стоит заметить, что европейские музеи в условиях современности имеют выработанную шаблонную структуру. В контексте выставки происходит переход от сложных, комплексных, как по смысловой нагрузке, так и по видимой, к более упрощенным произведениям, адаптированным к европейскому зрителю. Впоследствии это ведёт к серьезным изменениям, которые в дальнейшем приводят к потере или «гибридизации» художественного стиля.

Целью исследования является выявление изменений и возможной «гибридизации», которые происходят в контексте адаптации художников-мигрантов в системах европейских музеев.

К ПРОБЛЕМЕ КУРАТОРСТВА В СОВРЕМЕННОМ КИТАЙСКОМ ИСКУССТВЕ

Ян Бо, гр. МАГ-ИИ-319
Научный руководитель: доц. Малова Т.В.
Кафедра Искусствоведения

Выставки как платформа для выстраивания диалога произведений, художников и зрителей, фиксируют и отражают процессы, происходящие в визуальной культуре. Исследование актуальных экспозиционных практик

Китай позволяет обогатить представление о многообразии и сложности его современного искусства.

Выставка группы «Звезды» 1979 года стала знаковым событием в развитии нового китайского искусства. Она преодолела консервативное мышление и косную традицию, обратила внимание на критическую функцию самого творчества и подчеркнула выражение личности и страсти.

27 сентября 1979 года напротив Национального музея искусств в Пекине можно было наблюдать странную сцену. В стенах музея была открыта масштабная выставка, посвященная 30-летию образования Китайской Народной Республики. А рядом на железном заборе в парке были развешаны необычные картины, исполненные маслом и тушью, ксилографии и резьба по дереву. Эти произведения привлекли внимание проходящих мимо и тех, кто планировал посетить официальную экспозицию. Публичный дебют неофициальных художников стал моментом рождения нового китайского искусства. Смелые работы на выставке удивили зрителей, привыкших к живописи времени культурной революции. Вторая выставка состоялась уже в официальной Китайской художественной галерее. Тем не менее, «звездное» выступление, ставшее прелюдией к развитию китайского арт-рынка, впервые поставило под сомнение основной дискурс того времени – политический и культурный.

В 1985 году китайское искусство вступило в новый важный период трансформации. С открытием страны творческая среда стала относительно свободной. Различные концепции в мире искусства яростно сталкивались. По-прежнему появлялись самые разнообразные молодые художественные группы.

В экспозиционной практике конца XX века произошла важная перемена – появилась фигура куратора. Присутствие кураторов значительно обогатило выставки современного искусства. В сочетании с уникальными национальными условиями Китая большое количество независимых кураторов вышли на международный рынок, поэтому китайское искусство стало глобальным, что сделало выставки современного искусства Китая более разнообразными.

ОСНОВНЫЕ ЧЕРТЫ ЭСТЕТИКИ КИЕВСКОЙ РУСИ В ПЕРИОД СРЕДНЕВЕКОВЬЯ

Жлуднева А.А., гр. ИКЮ-116

Научный руководитель: ст. преп. Пинчук А.М.

Кафедра Искусства костюма и моды

О важности изучения древнего искусства говорил еще Лихачев, подчеркивая, что памятники культур прошлого должны стоять на службе у будущего. «Вся история развития человеческой культуры есть история не

только созидания новых, – писал Дмитрий Сергеевич, – но обнаружения старых культурных ценностей». Чтобы понять, в каком направлении двигаться дальше ювелирному искусству России, необходимо вспомнить или изучить его историю в контексте культуры.

К 988 году Киевская Русь уже обладала своими языческими культурой и эстетикой, понятием красоты, что отражалось на обрядах, легендах, различных формах фольклора, орнаменте, деревянном зодчестве, ювелирном искусстве (звездчатые подвески, пряжки, колты и гривны, отличающиеся от викингов более тонкой работой). Стоит отметить, что Киевская Русь приняла христианство в первую очередь не с философско-религиозных идей, а с художественно-эстетической стороны.

Народная культура достаточно быстро начала переплетаться с византийской, развиваясь и изучая новые каноны и идеи. Так на Руси появились купольные храмы (Покрова-На-Нерли), мозаики, фрески (Ферапонтовский монастырь), древнерусская литература («Поучение детям» Владимира Мономаха), летописные своды, иконописание, прогрессировало устное народное творчество. Языческое понимание красоты было материально, русский человек эстетизировал природу, восторгался ее силой и стихийностью. Красота византийцев – мистическая тайна, красота богослужения, а ее наличие – присутствие бога. Так культ Матери-Сырой-Земли превратился в образ Богородицы, а языческие празднества были перекрыты христианскими, но не забыты – появилось двоеверие. Русь на протяжении всего Средневековья с глубоким уважением относились к книжникам, к книге. Классической же формой русского средневекового искусства стала икона. В обеих сферах активно развивалось ювелирное дело – изящные скань и цветная эмаль, литье, чеканка, тиснение, появилось сусальное золото, гравировка, развивались закрепка и огранка драгоценных камней. Все вышперечисленное было призвано подчеркнуть значимость, духовную ценность книг и икон.

Таким образом, мы выявили основные черты эстетики Киевской Руси в период средневековья. Модернизировать старые формы, использовать древние приемы в новейших изделиях или, при достаточном понимании эстетики того или иного периода, создать здесь аутентичные украшения.

АНАЛИЗ СВИТЕРА ГЕРНСИ В КАЧЕСТВЕ ТВОРЧЕСКОГО ИСТОЧНИКА ДЛЯ РАЗРАБОТКИ МОДЕЛЕЙ ОДЕЖДЫ

Зайцева С.В., гр. ИКК-117тр

Научный руководитель: ст. преп. Маслова Л.А.

Кафедра Искусства костюма и моды

Целью исследования является изучение традиционного свитера Гернси и его современное воплощение для разработки собственных моделей в эскизах, с помощью решения следующих задач: изучить историю свитера Гернси; выявить особенности технологии изготовления; провести анализ современного рынка на актуальность данного свитера; сделать обобщающий вывод по теме; разработать эскизы на основе исследования.

Гернсийский свитер – это плотно связанная рабочая одежда прямоугольной формы с прямой горловиной, появившаяся на Нормандских островах. Первоначально свитер использовался прежде всего рыбаками и моряками.

Почти все детали такого свитера и его форма диктовались практичностью: эти изделия вязались по кругу и отличались отсутствием швов. Все гернсийские свитера имели подмышечную ластовицу, так как она минимизировала трение, обеспечивала больший комфорт и свободу движений. Верх свитера вязался более плотно, чем низ, чтобы обеспечить дополнительную теплоту, что также достигалось за счёт мелких узоров, состоящих в основном из сочетания лицевых и изнаночных петель.

В современных коллекциях идеи создания свитера безграничны. Дизайнеры экспериментируют с конструкцией свитера, они работают над изменением длин, фактур, используют разные технологии вязания. Хотя гернсийский свитер не является популярным мотивом в современной моде, его по-прежнему можно найти на современном рынке, как в классическом варианте, так и в современном прочтении. Он интересен своим внешним видом, лаконичной формой с элементами незамысловатых узоров.

По результатам научно-исследовательской работы был разработан модельный ряд комплектов повседневного назначения, вдохновлённый образом гернсийских моряков, цветовая гамма также соответствует морской тематике. В разработанных на данную тему авторских моделях предполагается использование как классической пряжи, так и фасонной пряжи, сочетание разных видов переплетений, использование денима и плащевых тканей, что осовременивает взятый за основу образ.

Свитер Гернси, как пример традиционного вязания, отвечает современным тенденциям на безотходное производство и разумное потребление и может служить полноценным источником вдохновения за счёт особенностей своего строения.

АНАЛИЗ УЗОРА АРГАЙЛ В КАЧЕСТВЕ ТВОРЧЕСКОГО ИСТОЧНИКА ДЛЯ РАЗРАБОТКИ МОДЕЛЕЙ ОДЕЖДЫ

Каткова Е.Е., гр. ИКК-117тр

Научный руководитель: преп. Бондаренко М.В.

Кафедра Искусства костюма и моды

Целью исследования является изучение традиционного трикотажного орнамента Аргайл и его современное воплощение для разработки собственных моделей в эскизах, с помощью решения следующих задач: изучить историю Аргайла; выявить особенности технологии вязания мотива; провести анализ современного рынка на актуальность данного орнамента; разработать эскизы на основе исследования.

Аргайл (шотл. Argyle, argyll) – узор из ромбов или квадратов, расположенных в шахматном порядке и образующих параллельные и поперечные полосы разных цветов. Как правило, поверх ромбов наложена тонкая полоса контрастного цвета.

История этого мотива носит загадочный характер: одни утверждают, что в его основу лег Андреевский крест; другие считают, что Argyle является переосмыслением узора, который красовался на килтах шотландского клана Campbell, проживающего в области Argyll. Ромбовидный рисунок впервые был воспроизведен в 1897 году. Это стало возможно благодаря технике вязания «интарсия» (intarsia). Узор Argyle неразрывно связан с именем Роберта Прингла, основавшим в 1815 году компанию Pringle of Scotland. Также не менее популярным стал бренд Burlington, основанный американцем Спенсером Лавом. Узор Аргайл стал популярным в одежде для гольфа.

К использованию Аргайла в коллекциях обращались Карл Лагерфельд и Вивьен Вествуд, этот узор также используется в коллекциях Tommy Hilfiger, Givenchy, Ralph Lauren, Blumarine и многих других марок. Все эти дизайнеры успешно экспериментируют с цветовыми решениями: сегодня клетка аргайл украшает изделия не только сдержанными цветами, но и яркими смелыми оттенками. Дизайнеры с легкостью жонглируют бессмертной классикой, интерпретируя ее по-разному, работая с раппортом, цветовыми сочетаниями, материалами и подачей образов.

По результатам научно-исследовательской работы был разработан модельный ряд вечерних комплектов, вдохновлённый коллекцией Fall'19 RTW бренда Blumarine: женственные, легкие, богемные силуэты и нежные цветовые сочетания.

Являясь примером классического трикотажного орнамента, клетка Аргайл способна интерпретироваться под все случаи жизни, а также

придать аристократичности образу. Из года в год дизайнеры черпают вдохновение от этой золотой классики.

ИССЛЕДОВАНИЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СИСТЕМ «МОДА И ИСКУССТВО» И «ИСКУССТВО И МОДА» КАК ИСТОЧНИКОВ ТВОРЧЕСКОГО ВДОХНОВЕНИЯ МОДЕЛЬЕРОВ И ХУДОЖНИКОВ

Клюева М.В., гр. ИКК-118в

Научный руководитель: преп. Гусова Д.Т.

Кафедра Искусства костюма и моды

Продолжительное время ввелись споры о том является ли мода искусством, но с появлением от кутюр и выставок как в Метрополитен-музее, оспаривать этот вопрос уже не является необходимым. Взглянув на исторический костюм, мы можем определить статус человека, принадлежность к той или иной эпохе или наглядно понять, как некоторый образ мог побудить художника на создание своего полотна. Искусство и мода два явления в культуре которые неразрывны друг от друга.

Примеров того, как модельеры черпали вдохновение из искусства большое множество. Одним из самых ярких и узнаваемых образцов такого явления, когда дизайнер предложил свои платья как идею полотна, это коллекция Ив Сен Лорана 1965 года. Его же слова о художнике, который его вдохновил: «Мондриан – это чистота, которой никто в живописи уже никогда не сможет добиться. У этой чистоты общие корни с Баухаусом. Работы Мондриана – шедевр XX века». Эта коллекция оказала ошеломляющий эффект на публику и имела большой резонанс.

Концепция того, что мода – это искусство, в буквальном смысле отразилась в коллекции Viktor & Rolf осень-зима 2015 года. Платья состоят из принтов картин эпохи 17-го века и сломанных подрамников, причудливым образом переплетаясь в интересные формы и линии. По завершению показа, эти платья сняли с моделей, и они стали обратно цельными, и как будто не тронутыми музейными картинами.

Рассмотрим же и обратные случаи, когда мода побуждает к созданию искусства. Такие великие художники как Рене Грюо, Жорж Барбье, Эрте, Карл «Эрик» Эриксон и др. являются легендами фешн-иллюстрации. Соответственно они вдохновлялись модой при написании своих работ. Также, не хотелось бы оставлять в стороне фешн-фотографов. В целом, в искусстве фотографии, это уже стало отдельным и полноценным направлением, если не сказать одним из первых после портретной съемки. Мода побудила фотографов начать работать иначе. У неё свои «законы». Ярче всего их иллюстрируют такие классики модной фотографии как

Ричард Аведон, Хэلمут Ньютон, Герб Ритц, Паоло Роверси, Энни Лейбовиц и др.

РОЛЬ ЭТНИЧЕСКОГО СТИЛЯ В РЕШЕНИИ АКТУАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ МОДНОЙ ИНДУСТРИИ

Мирзоян Д.А., гр. ИКК-116тр

Научный руководитель: преп. Бондаренко М.В.

Кафедра Искусства костюма и моды

Индустрия моды перешла в эпоху интеллектуального продукта, и очень ярко транслирует социальные проблемы общества. Многие проблемы взаимосвязаны или перетекают друг из друга. Такими являются и проблемы fast-fashion-а (быстрая мода), феминизма и экологии.

Феминизм является ярко раскрываемой в индустрии моды проблемой, что легко рассмотреть на примере модного дома Dior, который выпускает последние коллекции с актуальными лозунгами феминисток. Основная цель – озвучить проблему массам и выявить масштабы, чтобы была возможность помочь женщинам, которые до сих страдают от насилия и неравноправия.

Sustainable fashion или устойчивая мода – это понятие, которое диктует новое направление развития индустрии в сторону этичной моды, которая гласит об осознанности, отказе от быстрой моды, принятии социальной ответственности, заботе об окружающей среде. Потребители играют ключевую роль в развитии устойчивой моды. Хотя и именно спрос на быструю и доступную моду привел к такому развитию индустрии, сегодня ситуация меняется. Производители теперь ищут баланс между экологичностью запроса и рентабельностью бизнеса.

Костюм испокон веков являлся частью культурного наследия, материальным воплощением этических и моральных нравов, представления красоты. Через костюм люди проецировали себя в социальной среде, в то же время одежда несла в себе символы через цвет, орнамент, крой. Важнейшая идеологическая составляющая народного костюма – это укрепление связи с природой, ведь изначально человек создан как часть системы, в которой все взаимосвязано и гармонично работает. Данная идеологическая составляющая идеально вписывается в современное направление осознанного потребления. Также важно отметить, что плоский безотходный крой, типичный для костюма разных этносов, отвечает экологическим тенденциям.

В современном мире сознательное производство и потребление представляется пока еще сказкой, но тенденция развития актуальности устойчивой моды дает надежду на то, что в мире происходит эволюция системы потребления, и в скором времени эко-продукты станут нормой.

В результате исследования можно сделать вывод, что этнический стиль в индустрии моды может решать важнейшие социальные проблемы через идеологию народного костюма.

ИССЛЕДОВАНИЕ ФЕНОМЕНА ИНДУСТРИИ МОДЫ: «НОВОЕ-ЭТО ХОРОШО ЗАБЫТОЕ СТАРОЕ» В КОНТЕКСТЕ ВЗАИМОСВЯЗИ ТРАДИЦИЙ И ИНОВАЦИЙ

Полянская Я.С., гр. ИКК-219

Научный руководитель: преп. Гусова Д.Т.

Кафедра Искусства костюма и моды

Характеристикой моды является ее изменчивый характер, но обычно смена идеалов сопровождается обращением к образам прошлого. В моду регулярно возвращается то, что ранее было актуальным, но уже под призмой современности: в сочетании с новыми идеями, с использованием новых технологий.

Затрагивая данную проблему, требуется отметить, что в моде присутствует такое явление, как цикличность. Этот феномен затрагивает многие сферы жизни. В том числе цикличность является одной из важнейших закономерностей развития моды.

Первым проблему цикличности стал изучать антрополог А. Кребер. Он анализировал изменение стилевых параметров женского вечернего платья. Кребер заметил, что изменяются такие параметры как длина юбки, ширина юбки, длина талии, глубина и ширина декольте. Ученый выявил, что изменения происходили до тех пор, пока они не достигали какой-то предельной точки, потом тенденция получало обратное направление развития.

Кребер вдохновил других ученых, которые впоследствии стали изучать данную проблему. Так исследование Д. Робинсона уточняло характер поступательного возвратного колебания моды. Согласно его теории, в момент достижение крайней точки, происходит некий обрыв моды под действием собственного избыточного веса. Затем она возвращается к средним значениям.

Этой темой заинтересовалась и американская исследовательница А. Янг. Она провела анализ колебаний модной формы женской юбки. Проанализировав период с 1760 по 1930 год, она поняла, что периоды повторения формы составляют 36 лет, а полный цикл смены всех трех форм 100 лет.

Важно также упомянуть о Татьяне Васильевне Козловой, которая очень много исследований посветила этой теме. По ее мнению, цикличность женской моды определяет смена силуэтов в строгой последовательности: овал, трапеция, и прямоугольник.

Благодаря данным теориям мы можем прогнозировать модные изменения. Однако, считать эти прогнозы полностью достоверными нельзя, из-за влияния различных факторов.

АНАЛИЗ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ВНЕДРЕНИЯ И СОЧЕТАНИЯ ЭЛЕМЕНТОВ ТРАДИЦИОННЫХ КОСТЮМОВ РАЗЛИЧНЫХ НАРОДОВ РОССИИ ПРИ СОЗДАНИИ СОВРЕМЕННОЙ КОЛЛЕКЦИИ

Смирнова А.С., гр. ИКК-219

Научный руководитель: ст. преп. Джанибемян В.В.

Научный консультант: преп. Гусова Д.Т.

Кафедра Искусства костюма и моды

Россия – многонациональное государство, и на различия национальных костюмов повлияли исторические, климатические и религиозные особенности. Поэтому сочетание в коллекции элементов традиционных костюмов различных народов является нестандартным и интересным решением.

Так как климат в России достаточно суров и сильно отличается в разных ее регионах, костюм выполнялся не только в материалах из волокон растительного происхождения, но также из меха и кожи, которые хорошо сочетаются друг с другом. В цветовом плане можно выделить основные цвета общие для многих народов: белый, красный, черный, золотой, голубые, изумрудные и синие оттенки.

Стоит отметить, что многослойность и свободный крой, присутствующие в костюме почти всех народов, являются одной из самых распространенных тенденций в моде на данный момент.

Основой коллекции могут служить свободные рубахи, штаны, которые будут заправляться в кожаные сапоги, данное сочетание присутствует у всех народов России. Марийцы и русские носили лапти, которые они обвязывали вокруг ног. Этот прием можно перенести в коллекцию в качестве шнуровки на обуви, которая также будет обвивать ноги и штаны. Внедрение халатов, взятых у татарских, башкирских и узбекских народов, позволяет создать объем и многослойность. Одежда у чукотских и якутских народов преимущественно из меха, кожи и сукна. Ее можно интегрировать в коллекцию в качестве разноцветных шубок из искусственного меха. При анализе можно заметить, что детали костюмов отлично гармонируют между собой, так как их размеры высчитывали и членили по правилу золотого сечения. И использование этого правила поможет сделать коллекцию более приятной и гармоничной для глаза человека. Не стоит забывать о богато украшенных головных уборах, поясах и вышивке на одежде, что были неотъемлемой частью костюма. Их

использование в первозданном, практически не модернизированном виде, позволяет подчеркнуть этнический характер коллекции. В заключение хочется отметить, в ходе анализа было выявлено, что традиционные костюмы народов России имеют как видимые различия, так и сходства, что позволяет сочетать и внедрять их элементы в современную коллекцию.

ВНЕДРЕНИЕ ВЫРАЗИТЕЛЬНЫХ СРЕДСТВ В КОСТЮМ И ИХ НЕСТАНДАРТНОЕ ПРОЯВЛЕНИЕ В МАТЕРИАЛЕ

Сорока Е.М., гр.ИКК-116

Научный руководитель: доц. Добрякова О.П.

Кафедра Искусства костюма и моды

Психологически костюм может восприниматься зрителем с различных позиций. В обыденности – с точки зрения практицизма, в высокой моде – как предмет искусства. Искусство имеет свои средства выразительности, которые в литературе называются тропами. Они оказывают влияние и на проектирование комплектов одежды. Любой выразительный прием строится на основе ассоциаций, это видно в следствии того, что большинство художественных образов возникают в результате сравнения двух или более объектов, отобранных индивидуальной памятью автора. В физическом виде идея излагается путем переноса свойств, определяющих понятие творческого источника, на предполагаемые аналогичные качества материала. Костюм, являясь без носителя неокончательным ответом на внешнюю социальную среду, требует в свою оболочку присутствие человека, качественно оснащающего одеяние психологизмом. По этой причине источник также сопоставляется и с человеком, как субъектом, сообщающимся с композицией костюма. То есть, олицетворение присутствует в любом одеянии как константа. Искусственная среда почти всегда связана с дискомфортом. Приемы образной выразительности внедряются в обыденные детали костюма при помощи: генерирования случайных форм и их симбиоза с привычными фрагментами или введения в стандартную единицу абсурдных деталей, противоречащих её изначальному предназначению. Иррациональный подход в конструировании одежды всегда способствует неудобствам и заставляет носителя чувствовать себя в пассивной роли. «Антифункционализм» порождает в костюме пространство для выработки новой динамики и нестандартных жестов. Цель подобных элементов – ограничить 90% функций отдельной части тела, при этом акцентируя всё внимание на одном её пассивном свойстве. Сами же свойства излагаются в материале при помощи тропов, одновременно следуя логике формального «исключения» из среды костюма тех признаков, которых в данном контексте определили второстепенными.

АНАЛИЗ СВИТЕРА ЛОПАПЕЙСА В КАЧЕСТВЕ ТВОРЧЕСКОГО ИСТОЧНИКА ДЛЯ РАЗРАБОТКИ МОДЕЛЕЙ ОДЕЖДЫ

Шаймерденова Е.А., гр. ИКК-117тр

Научный руководитель: преп. Бондаренко М.В.

Кафедра Искусства костюма и моды

Целью исследования является определение места свитера Лопапейса в современной моде. Исходя из этого поставлены основные задачи: изучить историю традиционной Лопапейсы и выявить особенности; изучить использование Лопапейсы современными модельерами, провести сравнительный анализ с классическими моделями; разработать чистовые модели по данной теме.

Лопапейса подразумевает собой свитер с вывязанной круглой кокеткой на плечевом поясе, также он известен как Исландский свитер. Орнамент является неотъемлемой частью свитера, так как в историческом трикотаже он представляет собой главную особенность изделия.

Рассмотрим использование Лопапейсы современными модельерами. Коллекция Chanel Pre-fall 2019 г. была вдохновлена древним Египтом и фараонами, при этом элементы египетского костюма отразились в джемперах с кокетками по типу Лопапейсы. Также круглую кокетку Chanel используют в коллекции на сезон осень-зима 19/20, однако в более классической интерпретации. В последних коллекциях Sacai встретить данный мотив: вариации с использованием фурнитуры и геометрических форм, использование кокеток в верхней одежде. Loewe в коллекции 2017 г. используют Лопапейсу, внедряя в кокетку логотип своего бренда. В коллекции Altuzarra 2019 г. круглые кокетки используются в пальто и свитерах в сочетании с другими переплетениями. Современные модельеры отходят от классического варианта Лопапейсы, используют яркие цвета, интерпретируют его в различных формах, не вывязывают, а используют фурнитуру, декорируют.

На основе результатов данной научно-исследовательской работы был разработан модельный ряд, состоящий из 5 эскизов, включающий в себя ассортимент женской одежды на сезон осень-зима, отражающий концепцию модернистского использования основы Лопапейсы для создания интересных форм и членений в сочетании с различными материалами, которые расставили главные акценты в образе.

Исторический трикотаж является неотъемлемой частью становления и формирования модных тенденций, однако всегда нужно учитывать тот факт, что интерес можно привлечь не только классическими образами, но и созданием новых форм, техник и принципов вязания, так мы движемся

вперед в мире моды, изменяя, разрушая, преобразовывая привычные формы.

ПСИХОТИПЫ ЛИЧНОСТЕЙ В ОБРАЗАХ ПОДАЧИ КОСТЮМА

Шалина О.А., гр.ИКК-218

Научный руководитель: преп. Гусова Д.Т.

Кафедра Искусства костюма и текстиля

На сегодняшний день существует масса примеров того, как одежда радикально меняла внешний облик человека, именно поэтому исследование одежды как средства самоопределения личности становится очень актуальной проблемой. Цель работы: рассмотреть каким образом одежда отображает внутренний мир человека, и выявить графические методы, используемые художниками в эскизах костюмов для раскрытия психотипов личностей. Основные задачи исследования: дать определение понятию костюм и проанализировать его функции; рассмотреть существующие классификации психотипов личностей, выявить графические методы изображения психотипов личностей.

С позиций структурного анализа костюм – это система символов и знаков различной степени информативности, вызывающих образные ассоциации у людей и зависящих от исследуемых уровней структур костюма [Т.В. Козлова]. Костюм выполняет две основные функции: утилитарно-практическую и общественно-символическую.

Самой общей и фундаментальной классификацией является типология личностей Карла Юнга. Психолог выделил 4 типа личности: мыслящий, эмоциональный, интуитивный и ощущающий, а для простоты визуализации стилист Роман Медный назвал четыре основных психотипа в соответствии со сторонами света «Север», «Юг», «Запад» и «Восток», и описал каждый из них.

Данное исследование приводит к выводу, что каждому психотипу присущи свои особенные черты, которые художники-иллюстраторы передают с помощью различных графических приемов, таких как пятно, линия, форма, фактура, игра на контрастах и другие.

АНАЛИЗ УЗОРА ФЭР АЙЛ В КАЧЕСТВЕ ТВОРЧЕСКОГО ИСТОЧНИКА ДЛЯ РАЗРАБОТКИ МОДЕЛЕЙ ОДЕЖДЫ

Шевелева О.К., гр. ИКК-117тр

Научный руководитель: ст. преп. Маслова Л.А.

Кафедра Искусства костюма и моды

Целью исследования является свитер Фэр Айл и его значение в современной моде. Были поставлены основные задачи: изучить историю Фэр Айла и выявить его основные особенности; изучить новое прочтение Фэр Айла в современной моде, провести сравнительный анализ с классическими моделями; разработать чистовые модели по данной теме.

Фэр Айл представляет собой свитер в орнаментальную полоску однослойного жаккарда разной ширины, также он известен как Шотландский свитер. Мотивы Фэр Айл приобрели популярность в начале 20 века благодаря принцу Уэльскому. Став предметом классического гардероба, Фэр Айл использовался для создания ироничного образа у участников группы «Монти Пайтон» в 60-х годах. В мир моды изделия Фэр Айл попали в 80-х годах, когда к ним обратился Ральф Лорен.

Рассмотрим использование Фэр Айла современными модельерами. В коллекции Prabal Gurang 2019 г. используется орнаментальный рисунок по типу Фэр Айла. Также этот орнамент Preen by Thronton Bregazzi используют в коллекции на сезон осень-зима 18/19, однако в более классической интерпретации. В последних коллекциях Stella McCartney также можно встретить данный мотив: вариации орнамента «наизнанку», его укрупнение. В коллекции Alexander McQueen весна-лето 2017 г. свитера и пальто сделаны буквально из разных кусочков орнамента Фэр Айл, взаимодействующего с разными переплетениями.

Современные модельеры для осовременивания классического варианта Фэр Айла используют яркие цвета, интерпретируют его в различных формах, меняют размер, вывязывают отдельные орнаментальные элементы.

На основе данной научно-исследовательской работы был разработан модельный ряд, включающий в себя ассортимент нарядной женской одежды сезона весна-лето. Орнаментальные мотивы Фэр Айла были укрупнены, преобразованы в качестве монораппортных композиций, использованы на разных конструктивных поясах, дополнены декоративной отделкой. Для отхода от классического образа была выбрана яркая насыщенная цветовая гамма.

Исторический трикотаж является неотъемлемой частью становления и формирования модных тенденций. Это помогает нам изучить и

переработать классический образ костюма, создать новые необычные формы, техники и принципы вязания.

СКЕТЧБУК В ТВОРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ХУДОЖНИКОВ-МОДЕЛЬЕРОВ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ НАВЫКОВ НЕОРДИНАРНОГО МЫШЛЕНИЯ

Янкевич И.Г., гр. ИКК-218

Научный руководитель: ст. преп. Джанибекян В.В.

Научный консультант: преп. Гусова Д.Т.

Кафедра Искусства костюма и моды

Развитие художественных способностей, а в частности образно-ассоциативного и абстрактного мышления – проблема, требующая многостороннего подхода. Методы и техники, которые применяются в скетчбуке, способствуют развитию данных типов мышления, что является профессиональными качествами художника-модельера.

Ассоциативное мышление – важная составляющая разума человека по переработке информации, позволяющая ему производить обобщение и абстрагирование. Ассоциативная методика помогает согласовывать различные каналы восприятия: визуальный, аудиальный и кинетический, и в этом одно из её достоинств.

Абстракция в узком смысле означает когнитивный процесс мышления, в котором мы отвлекаемся от единичного, несущественного и выделяем общее, существенное.

Существуют разные способы ведения скетчбука, один из которых приведен в докладе. Этот способ включает в себя углубленный поиск информации, технику мудборд (коллаж). Его составляют из изображений, которые ассоциативно передают атмосферу концепта. Данный скетчбук содержит упражнение на вычленение абстрактных форм из творческого источника. С помощью метода комбинаторики, используя формы, автор получает абстрактные модули. После данного метода необходимо найти образ носителя и его графическое решение. Далее идет выход автора на костюм с помощью модулей. После того как художник выбрал удачный прообраз костюма, автор должен составить логические ряды, в которых необходимо дополнить или убрать элементы, присутствующие в прообразе. В работу необходимо внести колористические решения с помощью цветowych пятен, которые развивают образно-ассоциативное мышление, создание фактур и текстур, колористические решения с помощью логических рядов, которые помогают найти гармоничное сочетание цветов, актуальность костюма и подобные тенденции на показах моды.

Все методы, упражнения и техники в скетчбуке направлены на развитие образно-ассоциативного и абстрактного мышления, которые являются профессиональными навыками художника-модельера.

ДИЗАЙН РЕКЛАМЫ КОСТЮМА: КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ К ПРОЕКТНОМУ ТВОРЧЕСТВУ

Габолаева М.В., гр. МАГ-ИК-619

Научный руководитель: доц. Заболотская Е.А.

Кафедра Искусства костюма и моды

Изучение особенностей формирования концепции проектирования рекламы костюма является важным аспектом в обозначении авторской позиции дизайнера одежды. Концептуальные подходы на данный момент имеют большое количество различных методов, которые нуждаются в доработке, усовершенствовании и классификации.

Исследование данной темы позволило выявить характерные черты определенных идей в дизайне костюма, которые объединены следующими важными этапами проектирования: ценностным и системным подходом. Ценностный подход позволил проанализировать проектирование, как работу по формированию ряда концептуальных установок. Системный подход позволил исследовать объект костюма, как предмет дизайнерского проектирования.

Для решения поставленной проблемы в данном исследовании был создан конкретный проект – план креативного хода действий дизайнера:

- постановка проблемы с целью её решения;
- сбор и накопление материала для мудборда;
- концентрация стараний, активная деятельность, применение разных способов эвристики, а также проектирования;
- получение конечного рационально поставленного решения;
- доработка деятельности до логического конца, обобщение, заключение, анализ, формирование документации;
- осмысление проблемной ситуации;
- установление основ и средств постановления решения проблем;
- проработка проекта.

В ходе исследований особенностей формирования концепции проектирования рекламы костюма были выявлены наиболее эффективные методы, такие как:

- сбор и накопление материала, определение творческого источника. Эти методы помогают определиться с дальнейшей концепцией проекта и поставить конкретные задачи;

- обобщение, выводы, оценка, оформление документации. Благодаря этим методам формулируется определенный бюджет;

доработка, доведение работы до конца. Эти методы помогают не останавливаться, даже если что-то идет не по плану.

ПРОБЛЕМА ОПРЕДЕЛЕНИЯ СОВРЕМЕННОГО РУССКОГО СТИЛЯ В КОСТЮМЕ

Бибаева Л.В., гр. МАГ-ИК 619

Научный руководитель: доц. Ковалева О.В.

Кафедра Искусства костюма и моды

Традиционно «русский стиль» воспринимается как народный, этнический. Это значит, что основой для создания костюма в русском стиле являются конструктивные, декоративные элементы русского национального костюма. Однако русский стиль давно перешел рамки этнического, поскольку источником вдохновения при создании современного костюма в русском стиле является не столько народный костюм, сколько русское искусство, образы и явления национальной культуры, истории.

Таким образом, существует проблема идентификации русского стиля в одежде. Причина тому такие характеристики русского стиля, как разносторонность, размытость, отсутствие четких границ.

Для одних русский стиль – это кокошники, жемчуга, меха, для других – буйство цвета и орнамента, мотивы из народных промыслов, для третьих – советские лозунги на толстовках. Но большинство населения страны продолжают относиться к русскому стилю в одежде с предубеждением, ассоциируя его с репликами этно костюма, что является ошибочным.

Самым важным показателем существования проблемы определения современного русского стиля является тот факт, что русский стиль не живет «в гардеробах простых людей». На это есть целый ряд причин. Во-первых, театральность коллекций в русском стиле, представляемых на подиумах страны. Видя такие коллекции в СМИ, обычные россияне автоматически отвергают русский стиль, который кажется им не функциональным, не подходящим, не отвечающим современному образу жизни. Во-вторых, ориентация на западную моду. Европейские дома мод все еще продолжают задавать тон в мировой фэшн-индустрии, чему способствует информационная среда. В-третьих, низкий уровень национального самосознания среди молодежи – главным преемником национальной культуры. По данным «Левада-центра» на 16. 11. 2019 года 53% молодых людей в возрасте от 18 до 24 лет хотели бы уехать из России. Наконец, отсутствие информации о современных брендах, работающих над коллекциями в русском стиле.

В заключение хотелось бы сказать, что проблема определения современного русского стиля будет существовать до тех пор, пока русский

стиль не приобретет актуальность среди носителей русской культуры – наших соотечественников.

ФЕНОМЕН ВЛИЯНИЯ КОНЦЕПТУАЛИЗМА НА ФОРМИРОВАНИЕ ПРОФЕССИИ СТИЛИСТА

Заборская Е.А., гр. МАГ-ИК-619

Научный руководитель: доц. Добрякова О.П.

Кафедра Искусства костюма и моды

В 2020 году на развитие индустрии моды изнутри огромное влияние оказывает формирование иерархии специалистов. Со времен промышленной революции разделение обязанностей – основа, вокруг которой легко выстроить грамотно работающий процесс.

В основе деятельности стилиста лежит непосредственно концепция, воплощаемая человеком, не создающим продукт путем ремесленничества, а использующим уже готовую базу для воплощения мысли. Мысль и есть его инструмент. Механизмы, работающие в моде, не возникают сами собой, а берут начало в философии и искусстве, откуда исходит понятие концептуализма. Это учение, в котором, как отмечает БСЭ, «общие понятия не являются ни реальностями, ни простым словесным обозначением, а представляют собой мысленное содержание». Ведущим инструментом становится идея, а знаковым, переломным произведением искусства – «Фонтан» Марселя Дюшана. Стандартная модель писсуара, по задумке автора – насмешка. В спорах об этом уникальном явлении между дадаистами важно мнение американской художницы, писательницы и журналистки Беатрис Вуд: «Не имеет значения сделал ли Мистер Мутт (Дюшан) фонтан своими руками или нет. Он ВЫБРАЛ именно его. Он взял непримечательный предмет обихода и расположил композиционно так, что с новым названием и под новым углом зрения пропало его старое утилитарное назначение, сформировав тем самым новое понимание объекта». Так в разных видах искусства возникает техника реди-мейд (ready «готовый», made «сделанный»). И в моде это, как теперь легко убедиться, отсылает нас к профессии стилиста.

Художник-модельер, переквалифицировавшись в 21 веке в креативного директора, делегирует свои обязанности по стилизации продукта на отдельного человека, во власти которого теперь находятся миллионы коммерческих проектов: fashion-съемки, показы, рекламные кампании, создание персонального имиджа медийных личностей и т.д. Для обучения профессиональных стилистов в продвинутых городах образуются специальные школы (Rebel School, School Gosh). Как инсайдеры сферы моды могут использовать эту информацию в пользу развития своей профессиональной деятельности: связывать события в сфере искусства с

последующими событиями в сфере моды; мыслить абстрактно, не только вещами, но и понятиями; изучать деятельность стилистов как наделённую большим потенциалом и учиться работать с готовым продуктом, придавая ему порой новые и неожиданные значения.

УНИФОРМА ДЛЯ УСПЕШНЫХ ЛЮДЕЙ КАК ПУТЬ САМОВЫРАЖЕНИЯ В ОБЩЕСТВЕ

Калабушкина Е.А., гр. МАГ-ИК-619

Научный руководитель: проф. Лобанов Н.А.

Кафедра Искусства костюма и текстиля

В данном тексте нет больших выводов и советов, как жить лучше и спасти планету. Потому что единого решения не существует. Можно лишь озвучить простейшую мысль о том, что изменение мира необходимо начинать с себя, меняя свою жизнь и достигая высот. Как ни странно звучит, но эта истина, которая на самом деле работает.

Успешные люди, по существующей интересной закономерности, стараются проще выглядеть и быть eco-friendly.

Здоровье людей напрямую связано с безудержным потреблением, которое разрушительно действует не только на окружающую среду, но и на духовный потенциал человека. К сожалению, капиталистическая система предлагает массу новых потребительских привычек, основанных на отказе от привычного избыточного употребления (заменяя его экологичным избыточным потреблением).

Альтернативу взвешенному потреблению без перекосов в ту или иную сторону пока никто предложить не смог. Своей собственной жизнью новое поколение может вдохновить на изменения в осознании того, что человеческая деятельность может быть более аскетична. Выбор униформы помогает человеку избежать необходимости ежедневного стресса. Здесь явно прослеживается: экономия времени, осознание безупречности, меньше мороки с гардеробом, меньше ненужных расходов (который к тому же никак не влияет на жизнь, но занимает время и избавляет себя от ненужных размышлений).

Примером самовыражения в обществе являются такие видные деятели, как Цукерберг – создатель крупнейшей социальной сети Facebook, Джобс – один из основателей корпораций Apple, Next, Pixar и Лагерфельд – икона моды и один из самых знаменитых дизайнеров XXI века – все они люди, опережающие время, выбравшие основной стиль одежды – аскетизм. Каждого вышеперечисленного деятеля можно без труда узнать по его костюму, который не отличался разнообразием, что не мешало этим состоятельным людям быть всегда одинаково одетыми. Идея с универсальным гардеробом не подойдет большинству из поколения X и

даже Y, это связано с воспитанием и дефицитом потребления, поэтому сильные личности выбирают униформу, характерную для их жизненного развития. Но вот более везучее поколение Z (центениалы) может позволить себе идти против ставшей привычной системы – если, конечно, захотят.

ПРОДВИЖЕНИЕ СОБСТВЕННОГО БРЕНДА ОДЕЖДЫ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ INSTAGRAM: ПАМЯТКА МОЛОДОМУ ДИЗАЙНЕРУ

Козлова А.С., гр. МАГ-ИК-619

Научный руководитель: проф. Козлова Т.В.

Кафедра Искусства костюма и моды

Жизнь современного человека невозможно представить без социальных сетей. И если пару лет назад социальные сети были лишь средством общения, то сейчас они постепенно становятся современной платформой для ведения бизнеса. Наиболее популярна в сфере виртуального бизнеса социальная сеть Instagram. В ней зарегистрировано более 100 тыс. аккаунтов различных брендов со всего мира. По статистике за 2019 год, наибольшее количество компаний – бренды одежды. Поэтому конкуренция среди данного сегмента огромная. Как молодому дизайнеру заявить о себе в этих жестких условиях?

Главное, что необходимо сделать – обозначить конкретные результаты продвижения, которые дизайнер хочет достичь за определенное время. Минимальный срок – полгода. Например, за этот срок нужно достичь отметки 5000 подписчиков и 20 заказов в неделю. После обозначения результатов можно приступить к работе над раскруткой аккаунта. Весь рабочий процесс следует разделить на 2 этапа – подготовительный этап и этап реализации. К подготовительному этапу подойти нужно с особым вниманием, ибо от него зависит успех этапа реализации. Подготовительный этап включает в себя сбор информации о функциях сети, о продвижении, конкурентах, трендах; разработку контента – фирменного стиля, составления контент-плана, подбор фото и видеоматериалов; разработку рекламной кампании. Стоит отметить, что контент-план и рекламная кампания продолжают разрабатываться и в процессе реализации. Это основные инструменты при ведении бренд-аккаунта в социальной сети. Тщательно проработав подготовительный этап, стоит приступить к этапу реализации.

Конечно, овладеть всеми инструментами продвижения в Instagram невозможно, учитывая, что помимо раскрутки дизайнер должен заниматься всем процессом производства своих изделий. Однако базовые знания помогут ему продвинуть свой аккаунт на начальном пути, когда нет возможности нанять специалистов – рг-менеджера и smm-щика

ВЛИЯНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ НА СТИЛИСТИКУ СОВРЕМЕННОЙ ОДЕЖДЫ

Мавреева А.В., гр. МАГ-ИК-619

Научный руководитель: доц. Добрякова О.П.

Кафедра Искусства костюма и моды

В данное время, как никогда остро, стоит проблема загрязнения всех экосистем Земли. В докладе, представленном на Конференции ООН по биоразнообразию, предоставлена информация, по которой наибольшей проблемой является загрязнение пластиком. Ежегодное производство пластиковой упаковки увеличилось за последние 60 лет до 288 млн. тонн и только за 2010 год 12,7 млн. тонн мусора оказались в море.

Решением этих проблем, по мнению докладчиков, является информирование людей об опасности пластика, уменьшение его производства, улучшение возможностей для переработки и поиск разлагаемых аналогов. Современные бренды одежды, идущие в ногу со временем, всё чаще выпускают коллекции, созданные из переработанных материалов. Очень большие объемы производства порождают многочисленные отходы – низкокачественную одежду, которая изнашивается очень быстро. Перед лицом мировой общественности компаниям-гигантам очень важно держать марку не только качественного, но и ответственного производителя. Поэтому меры по переработке и дальнейшему созданию из этих материалов одежды – это очень качественный маркетинговый и культурный шаг.

Проведя анализ коллекций, созданных из вторично переработанных материалов, можно заметить общую тенденцию. Дизайнеры не скрывают, а наоборот подчеркивают происхождение материала. Компания Converse выпустила кеды, верх которых выполнен из переработанного пластика. Они практически неотличимы от обычных Converse, однако на моделях имеется надпись «Life's Too Short To Waste» («Жизнь слишком коротка чтобы»). Далее игра слов: waste одновременно означает и «тратить впустую», и «мусорить»).

Почему же это происходит? Из мусора, собранного на пляжах, создают летнюю линейку одежды, а из старых покрытий для футбольного поля – подошвы для кроссовок. На людей это производит ощущение некоторого мифа, чуть ли не древнего обряда, по которому жизнь идет по кругу. Тенденция заботливого отношения к вещам, после многих лет культуры потребления, воспитывает в новом поколении ответственность. Стилистика отсылает нас к проблемам экологии, предлагает пути решения и подталкивает к действиям.

МОДА КАК СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ФЕНОМЕН XX века

Молоткова Д.А., гр. МАГ-ИК-619
Научный руководитель: доц. Ковалева О.В.
Кафедра Искусства костюма и моды

Изучение моды как социально-психологического явления XX века – это один из ключевых вопросов в модной индустрии. Для изучения поставленной задачи был выбран XX век, так как в это время происходили значимые исторические события. Появились модельеры, которые влияли на широкие массы людей. Модные стили и направления развивались. Открылись первые дома моды, были изобретены новые методы в крое, обработке и декоре костюма. Одним из способов решения поставленного вопроса выступает метод исследования социальной сферы на выбранном временном отрезке.

Установлено, что социальная среда имеет непосредственное влияние на изменение поведения и настроения человека, она влияет на развитие модной индустрии:

мода стремительно развивается, ей характерна тенденция к постоянным преобразованиям и трансформациям;

мода может быть одним из способов психологической разрядки;

мода является одним средством выражения индивидуальности, помогает человеку сформировать свое самосознание и определить положение в обществе;

влияет на массовое поведение, несет в себе также функцию определения престижности тех или иных предметов, согласно «элитарной концепции» Г. Зиммеля;

мода помогает затронуть глобальные проблемы такие как социальное неравенство, роль женщины, ее место в обществе.

Итак, можно сказать, что мода позволяет сделать выводы о самом состоянии общества в тот или иной отрезок времени, отражает потребности людей, задает путь его развития, определяет социальные роли мужчины и женщины. Следует отметить, что чем сложнее атмосфера в обществе и мире, тем креативней и интересней меняется форма и крой костюма. Когда социальная обстановка положительна и стабильна, костюм начинает развиваться в декоре и отделочных материалах (вышивка, мех, дорогая фурнитура).

«НОВАЯ ИСКРЕННОСТЬ» В КОСТЮМЕ

Позднякова В.Е., гр. МАГ-ИК-619

Научный руководитель: ст. преп. Джанибебян В.В.

Кафедра Искусства костюма и моды

«Новая искренность» – это проявление откровенной усталости человека от цинизма, иронии и нигилизма постмодерна, это крик помощи брошенного внутреннего мира, потому что искренность сейчас просто стерта с социального дискурса, человек наедине с собой не может настроиться на искренность, в наше время искренность проявляется через социально-безумные поступки. Понятие «Новой искренности» как синоним эпохи метамодернизма, прежде всего прослеживается в движениях в искусстве, культуре и философии. Его обозначил Дэвид Фостер Уоллес, и описав его представителей в своем эссе «E Unibus Pluram: Television and U.S. Fiction» так: «Бунтари эпохи постмодерна рисковали нарваться на подавление и визг; на шок и отвращение, ругательства и цензуру, на обвинения в социализме, анархии, нигилизме. Теперь угрозы иные. Новые мятежники будут художниками, готовыми идти на риск и встретиться с зевотой, с закатывающимися глазами, прохладными улыбками, подталкиванием под ребра, пародиями талантливых комиков и всем известным «О, как это банально!» Им нужна будет готовность принять обвинения в сентиментальности, в сверхнаивности, мягкости. Готовность быть обманутыми миром мошенников и зевак». Мода, как и любое искусство, переживает изменения, рефлексировав на социальную и политическую ситуацию в мире. Мода провоцирует изменения, формирует новые взаимоотношения и выступает в виде некой знаковой матричной системы, где происходят постоянные перемещения и замещение знаков.

Для осознания и понятия «новой искренности» в костюме предлагается рассмотреть ключевые проекты деятельности Мартина Марджелы. Он изменил мировую моду своим агрессивным подтверждением традиционного дизайна моды и полемическим подходом к тенденциям роскоши. Его работы встали в разрез со сложившимися устоями классического восприятия моды и получили обширное признание и подражание уже в наши дни. Мартин Марджела излагает необычный, загадочный подход в создании моды, выходя за рамки узнаваемых троп деконструкции – монохроматического палитра, используя негабаритные предметы одежды, винтажные ткани, преобразовывая готовые изделия в новые объекты, инклюзивность и анонимность, введение первых показов – перфомансов, использование фотопринта одежды на самой одежде, введение на лицевую сторону открытых швов или грубо апплицированных деталей – для создания полностью продуманного мировоззрения, в равной степени элегантного, загадочного и угрожающего.

ВЗАИМОСВЯЗИ И ПРОТИВОРЕЧИЯ МЕЖДУ ИСКУССТВОМ И МОДОЙ

Горбатова Е.В., гр. МАГ-ИК-618
Научный руководитель: доц. Добрякова О.П.
Кафедра Искусства костюма и текстиля

В данной работе рассматриваются взаимосвязи и противоречия между искусством и модой. Основная задача – найти области, где искусство и мода пересекаются.

Искусство и мода обладают различными принципами работы. Отличия заключаются в назначении, методах презентации, в системе работы с реакцией на них и дивидендами. В данном контексте не так важна разница между определенными Fashion-объектами и Art-объектами, потому что они обладают определенной ценностью, где мнения о них будут субъективны. Важно рассмотреть прецеденты социального, экономического, языкового обмена.

Мода и некоторое искусство исходили из социальной формации, в ней также были классовые разделения, капитал и определенные коммуникации.

Как и деньги, мода и искусство являются символическими посредниками, но котировка и уровни, на которых они стоят различны, здесь не важно, как много предметов одежды уже стали экспонатами в музеях.

Учитывая то, что мода использует достижения искусства и пытается приобщиться к высокой культуре, она никогда им не станет, потому как для высокой культуры характерно изъятие из повседневного дискурса, что для моды противоестественно, это является кардинальным различием.

Моду можно рассматривать как временную замену искусства в удовлетворении духовных и интеллектуальных потребностей.

Определяющее отличие моды и искусства – в их идее и назначении, и по принципу их реализации.

КАСТОМИЗАЦИЯ КАК ЭКОЛОГИЧНЫЙ СПОСОБ ИНДИВИДУАЛИЗАЦИИ МОДНОГО ПРОДУКТА

Заболотская Д.А., гр. МАГ-ИК-618
Научный руководитель: доц. Ковалева О.В.
Кафедра Искусства костюма и текстиля

Кастомизация (от англ. to customize) – это изменение вещи под конкретного человека. Объектом данного процесса может быть что угодно. В рамках модного производства кастомизацию также можно применить ко

всем продуктам: одежде, обуви, аксессуарам, украшениям. Этот тренд вернулся из моды 1970-х, когда он был частью хип-хоп культуры. С тех пор желание быть уникальным росло вместе с объемами тиражей в масс-маркетах.

Индивидуализировать можно новые и старые вещи. Кастомизацией новых продуктов занимаются сами бренды: данный раздел присутствует на сайте производителей, например, есть на сайтах Nike, Burberry, Ralph Lauren, Louis Vuitton и Dior, также такая услуга предоставляется в ателье и мастерских при магазинах. Многие бренды строят всю свою работу на индивидуальном производстве и ручной работе, при котором возможно учитывать пожелания заказчика. Такие производители есть во всех ценовых сегментах – кастомизированная вещь может быть и бюджетной, и люксовой. Старые вещи можно переделать самостоятельно (перешить отдельные детали, сделать роспись, вышивку, перекрасить, нанести инициалы) или отдать специализирующимся на этой работе дизайнерам. Кастомизация позволяет продлить срок службы конкретной вещи или сделать старую вещь частью новой. Это позволяет снизить количество текстильного мусора.

Процесс кастомизации, как сравнительно новое веяние в сфере моды, имеет свои сложности. В основном они касаются индивидуализации новых вещей. Брендам необходима реструктуризация процессов приема заказов и доставки и контроля качества.

Данный тренд позволяет производителям модного рынка повышать лояльность аудитории и продажи. А покупателям – приобретать вещь с уникальным дизайном. Также это отличная возможность продлить срок службы любимым, но уже поношенным вещам. Занимаясь переделкой самостоятельно, человек может сам почувствовать себя дизайнером, полученное изделие будет единственным в своем роде, а от того более ценным. Кастомизировать можно винтажные вещи или Second Hand. Все это позволяет модной индустрии становиться более ориентированной на разумное потребление, а производствам экологичнее (маржинальность кастомизированной вещи выше, что позволяет уменьшить объем выпускаемой продукции, сохраняя прибыль).

СИНТЕЗ НАРОДНОГО КОСТЮМА И ТЕНДЕНЦИЙ СОВРЕМЕННОЙ МОДЫ

Макарова О.В., гр. МАГ-ИК-618

Научный руководитель: доц. Добрякова О.П.

Кафедра Искусства костюма и моды

При рассмотрении вопроса синтеза народного костюма и модных тенденций хотелось бы отметить актуальность этнической тематики в современном мире, и отсутствие апробированных методик для внедрения

народной эстетики в моду 21 века. Для решения данной задачи необходимо синтезировать традиционный подход к созданию одежды и потребности современного человека (покупателя).

Стоит отметить, что внедрением и распространением модных тенденций в массы занимаются такие категории потребителей, как «новаторы» и «адепты». Чаще всего – это молодые люди от 18 до 30 лет.

Таким образом, дизайнеру, желающему внедрить народную эстетику, необходимо тщательно изучить современную уличную моду и ее представителей. Пожалуй, самое актуальное направление в современной моде – это спортивная эстетика. Трудно представить, что почти полвека тому назад носить спортивную форму в повседневной жизни считалось дурным тоном. В наше время образ в спортивном стиле можно увидеть не только на стадионе, но даже на светском мероприятии.

На первый взгляд, может показаться, что динамичный образ спортсмена никак не ассоциируется со статикой этнического костюма. Но это лишь стереотип, так как основные параметры одежды в спортивном стиле соответствуют народной эстетике. Это удобство и комфорт, яркость и контрастность, а также конструктивность членений, графичность линий. В качестве примера стоит проанализировать коллекции современной одежды последних сезонов, таких как Stella Jean, Lacoste, Sportmax. Данные бренды внедрили в одежду в спортивном стиле этническую тематику.

В заключение стоит отметить, что для внедрения народной эстетики в современную моду, необходимо произвести ряд трансформаций: создать более динамичный креативный образ, внедрить современные материалы и аксессуары. Основная задача – сделать костюм в этническом стиле, понятным в молодежной среде, заинтересовать лаконичностью и оригинальностью авторского декора, создать образ современного человека 21 века.

ПОНЯТИЕ «ВНЕ МОДЫ» КАК СРЕДСТВО САМОИДЕНТИФИКАЦИИ ЛИЧНОСТИ

Орлова Ю.А., гр. МАГ-ИК-618
Научный руководитель: доц. Ковалева О.В.
Кафедра Искусства костюма и моды

Во все времена костюм многое говорил о его «носителе», он выражал его социальный статус, вкусы, настроение, национальные признаки. Французский искусствовед Анри Мишо сказал, что костюм – это собственная концепция, которую носят на себе.

Понятие «костюм» в переводе с французского означает «манера жить» или «образ жизни». Таким образом главной составляющей данного явления является психологическая доминанта. Костюм в свою очередь

является посредническим явлением между человеком и окружающей средой, имеющим функции, главная из которых психологическая.

Мода является выразителем главных идей эпохи.

Мода выступает как уникальный социально-психологический феномен, который является катализатором изменений модных тенденций и направлений в костюме.

Синхронизация эстетических и философских взглядов в костюме человека приводит к формированию образа личности.

Самоидентификация личности и внешний вид человека неразрывно связаны друг с другом. Прошлое, будущее и настоящее индивидуума – все это «оставляет след» на его костюме.

Социум предопределяет внешний вид индивидуума, а тот в зависимости от уровня развития и внешних факторов выбирает тот или иной образ.

Американский писатель. Фрэнсис Скотт Фицджеральд говорил: «Всю жизнь мы боремся с чем-то в себе, а в конце обнаруживаем, что это было как раз то, что и отличало нас от других, что именно этот аспект своей личности надо было любить и лелеять, а не вытаптывать».

Понятие «вне моды» в контексте данной работы рассматривается, как явление устойчивой моды индивидуума, основанное на его самоидентификации в социальной среде.

РАЗРАБОТКА СОВРЕМЕННЫХ КОСТЮМОВ ПО КРЕАТИВНЫМ МЕТОДАМ В РЕЗУЛЬТАТЕ ИЗУЧЕНИЯ МИРОВОЗЗРЕНИЯ КОРЕННЫХ НАРОДОВ В ЛАТИНОАМЕРИКАНСКОЙ КУЛЬТУРЕ

Хиральдо Ванегас М.К., гр. МАГ-ИК-618

Научный руководитель: проф. Лобанов Н.А.

Кафедра Искусства костюма и моды

Художественное проектирование костюма в латиноамериканской культуре отражает культурное разнообразие и адаптацию, с которой столкнулись латиноамериканские страны за время колонизации. Хотя эта смесь культур порождает различные варианты развития костюма, но в свою очередь, дает результаты не только в эстетических сочетаниях, но и семиотических и идеологических. Важность понимания костюмов латиноамериканцев из интегративного культурного элемента мировоззрения коренных народов основана на создании элементов идентичности и разработке креативных методов, которые позволяют получить с помощью экспериментов и изучения культуры не только современные результаты, но и делают возможным, чтобы построение мысли о родных культурах было развито в настоящее время.

В исследовании креативные методы были в основном разработаны с помощью концепций в соответствии с конструкцией мышления коренных народов в результате теоретического процесса изучения развития творческих методов, влияния контекста и культуры в этих процессах, принимая коренное мировоззрение коренных народов как объединяющий элемент латиноамериканских культур, их верований, художественных и творческих разработок и, прежде всего, проекции этого мировоззрения в конструкции и методы, используемые при разработке местных доколумбовых костюмов и эстетики. Хотя культура обычно связана с фольклором, при практической разработке костюмов с помощью этих творческих методов можно было создавать костюмы с новыми силуэтами, которые исследуют форму и полезность костюмов. Развитие текстильной промышленности, одно из самых важных событий в культурах Латинской Америки, предлагает возможности для использования материалов, которые интересны с точки зрения графических разработок, основанных на культурно значимой семиотике, исследовании устойчивых волокон и сознательных процессов. Основным достижением исследования было создание базы, которая позволяет непрерывно развиваться от культурных проектов и педагогических упражнений до поиска и развития костюма с точки зрения самобытности, социальной, культурной и экологической ответственности в современное время.

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ И ПРИМЕНЕНИЯ МАТЕРИАЛОВ КАК АКТУАЛЬНАЯ ТЕМА ИССЛЕДОВАНИЯ В МОДНОЙ ИНДУСТРИИ

Церенина Е.В., гр. МАГ-ИК-618

Научный руководитель: доц. Заболотская Е.А.

Кафедра Искусства костюма и моды

Современный мир претерпевает изменения, активное появление факторов, оказывающих негативное влияние на человека, и частота соприкосновений с ними стремительно нарастает. Гардероб экипировки не успевает подстраиваться под потребности пользователя, что влечет за собой необратимые последствия со здоровьем, так как человек сталкивается с влияниями на организм неблагоприятных воздействий среды без защиты. Одежда является основным инструментом, средствами которого при помощи изменения технологии материалов можно минимизировать негативное влияние среды. Поэтому поиск технологий материалов важен. Вопрос безопасности человека и его труда является самым актуальным на сегодняшний день. В настоящее время применение костюма человеком по назначению не означает использование и задействование большинства его

реально необходимых качеств. До настоящего момента подход к вопросу выбора костюма фрилансером осуществлялся, полагаясь в основном на ощущение практичности и эстетический аспект, пренебрегая в костюме защитой от негативных воздействий окружающей среды. Инновационные технологии и применение материалов в области проектирования костюмов исследуются и внедряются различными компаниями, такими как Outlier с технологиями (4-way stretch), (UHMWPE), ONU с (ArLyte). Однако комплексного подхода к проектированию костюма, направленного на нейтрализацию от актуальных негативных воздействий на организм, на рынке масс-маркета единицы.

Целью настоящего исследования является поиск материала подходящего в качестве основы для разработки технологии материала, отвечающего таким параметрам, как: универсальность, практичность, прочность, износостойкость, адаптивность, гипоаллергенность, а так же выполняющего антибактериальную функцию и защиту от вирусов.

В процессе работы решались следующие задачи: поиск и анализ существующих материалов и сырья, отвечающих данным параметрам, анализ аналогов и технологий производства материалов.

Результаты данного исследования показали, что материал из конопляного волокна отвечает качественным характеристикам по прочности, износостойкости, практичности. Анализ на универсальность использования материала показал, что его можно использовать в комбинировании с другими материалами различной природы и успешно сочетать, как смесовое волокно. Так же конопляное сырьё можно вырабатывать в условиях нашей полосы, что является положительным моментом, так как уменьшает себестоимость.

Авторский указатель

А

Авдеева Д.Д., 120
Айрапетян М.К., 32
Александрова Т.В., 4
Алиева К.М., 30
Анисимова А.А., 121
Аркадьева М.Ю., 122
Архангельская А.М., 77
Асланян Д.Л., 33
Асцатурян К.С., 146
Ахматьянова А.Р., 141

Б

Баженова А.А., 21
Базикова Б., 5
Барышев Н.И., 60
Береснева Д.Н., 92, 116
Бершова А.А., 147
Бибаева Л.В., 209
Болвинова У.О., 170
Брагина П.С., 44
Бусаад Хазим, 171
Будилова А.В., 39
Бурлакова В.В., 26
Бухтоярова М.А., 148
Буцких А.А., 123
Бычкова М.А., 149

В

Вдовенко А.О., 150
Вольтер А.Г., 172
Воробьева В.Н., 6

Г

Габолаева М.В., 208
Гайнуллина А.Д., 47
Герасимова А.И., 78
Гиниятуллин А.М., 151
Глинкина Е.Т., 124
Гончар О.С., 7
Горбатова Е.В., 216
Горячева А.А., 7
Горячева Т.А., 115
Грибакина Е.С., 159
Григорьева А.А., 74
Гришина Н.И., 160
Гусарова А., 31

Д

Давлетшина Р.Р., 152
Данилина А.А., 153
Данильченко А.А., 75
Дегтярева В.А., 53
Демченко И.А., 35
Демьянова М.В., 8, 27
Долинская О.В., 24
Дубровина В.В., 35

Е

Елинова И.А., 154
Ерохина Е.А., 125
Ефанова М.А., 62

Ж

Жавгурян Я.Г., 33

Жлуднева А.А., 195

Журавкова Н.А., 87

З

Заболотская Д.А., 216

Заборская Е.А., 210

Загоруйко М.В., 9

Зайцева С.В., 197

Захарова Е.П., 142

Зеленова Ю.И., 40, 43

Земляная М.В., 101

И

Изотова Т.П., 173

Исупова А.Р., 143

К

Калабушкина Е.А., 211

Калугина А.В., 174

Каменская А.С., 55

Карпова С.И., 126

Каршаков П.Е., 138

Каткова Е.Е., 198

Кириллова О.А., 175

Кириченко М.А., 84

Кирсанова П.Д., 29

Киселева А.Ю., 176

Киселева Е.С., 143

Кислицына К.А., 57

Клюева М.В., 199

Ковалева А.К., 61

Коженбаева К.В., 90

Кожухова Е.В., 10

Козлова А.С., 212

Козырь Е.П., 111

Колодина А.В., 139

Колпакова М.Ю., 54

Константинова В.Д., 127

Коренкович В.М., 50

Корявова М.В., 42

Краснопевцева К.С., 11

Крецу А.В., 97

Крохмаль А.С., 89

Крюкова М.В., 81

Кузнецова Е.А., 20

Кузнецова Е.П., 144

Купцова Д.Д., 128

Курбанмурадова А.Ч., 93, 119

Л

Лазарева Д.А., 177

Лакизенко Е.Д., 70

Лебедева И.И., 12

Лолаева В.В., 62

Лоскутникова П.А., 68

Лукина В.А., 49

Любимцева И.В., 91

Люткина А.С., 83

М

Мавреева А.В., 213

Магомедова О.Р., 155

Макарова Д.Ю., 179

Макарова О.В., 217

Мальцева А.Д., 129

Мальченко К.В., 20

Марченко А.А., 86

Маслов М.М., 13

Махиня Е.В., 36

Мекеня К.М., 80

Мирзоян Д.А., 200

Мирзоян К.А., 180
Мирошникова Т.Ю., 181
Мирошниченко Е.С., 86
Митрофанова Н.С., 130
Михайлович Л.Л., 182
Молоткова Д.А., 214
Мончинская А.О., 102
Мордвинова А.Д., 98
Мореева Т.К., 34
Морозова А.П., 113
Морозова Д.А., 99
Морозова Е.В., 183
Мошиашвили В.И., 22, 100
Мугалашвили А.А., 21
Мурашова Е.М., 131

Н

Николаева Е.Б., 71
Нунех А.Ф., 106

О

Овчинников Е.А., 112
Орлова А.В., 156
Орлова Ю.А., 218

П

Павлюк М.М., 161
Пастернак В.Ю., 156
Пастернак Н.А., 132
Перова Л.А., 184
Пискурева Ю.Д., 48, 58
Погосова Е.Г., 96
Погосян М.В., 67
Подгорная Д.Р., 157
Позднякова В.Е., 215
Покореева А.Н., 25

Полянская Я.С., 201
Попова А.И., 108
Прокошева М.М., 29, 52
Прохорова А.А., 158

Р

Радкевич А.Д., 185
Резниченко А.А., 14
Рубцова С.Н., 186
Русанова Д.А., 187

С

Савичева А.В., 25, 51
Салмина Д.А., 56, 85
Самохвалова Э.А., 34, 37
Самсонова У.Г., 41
Сафонов А.С., 95, 117
Северова Д.Л., 72
Семьянова А.Е., 59
Сеньковская В.Ю., 162
Сиберт К.А., 133, 188
Синявская А.Н., 189
Смирнова А.С., 202
Соковишин А.А., 190
Соколова Т.В., 134
Соловьева А.А., 45
Сорока Е.М., 203
Спиридонова А.В., 46
Стенина А.А., 109
Ступова Е.В., 23

Т

Темирбиева Х.Ю., 110
Теплова А.А., 88
Тёрина Е.О., 76
Тетова Х.Х., 103

Томзова А.Д., 135
Трепакова М.Д., 163

У

Ульянова В.В., 63

Ф

Филенко С.С., 66
Филенко Ц.С., 15, 145
Финогенова С.А., 16
Фомичёва А.А., 140

Х

Ханова Ю.Т., 135
Хиральдо Ванегас М.К., 219
Хлебникова А.К., 164
Хосроева О.Т., 17
Хрусталева А.Д., 118

Ц

Церенина Е.В., 220
Цыганова Д.В., 191

Ч

Чайка С.С., 69
Чаплина А.В., 192
Чвялев Р.Д., 73
Чезганова А.В., 107
Чепкасова Д.Б., 38
Черникова Е.В., 65
Чернов П.М., 18

Чжан Фэн, 19

Чжэн Сян, 193

Чиркова А.А., 165

Чудин Э.А., 94

Чудутова Е.Х., 79

Чупырова В.С., 104

Ш

Шаймерденова Е.А., 204

Шалина О.А., 205

Швигинева А.С., 114

Шевелева О.К., 206

Шестак Я.М., 82

Шилун В.В., 58

Шинкаренко Т.А., 137

Шубина А.С., 166

Щ

Щербак Н.П., 167

Щербинина Е.Р., 168

Э

Эрдниев Ц.О., 193

Ю

Юрова А.В., 105

Я

Ян Бо, 194

Январева А.Д., 169

Янкевич И.Г., 207

72-ая Внутривузовская научная студенческая конференция

«Молодые ученые – инновационному развитию общества
(МИР-2020)»,
посвященной юбилейному году в РГУ им. А.Н. Косыгина

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