

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
им. А.Н. КОСЫГИНА
(ТЕХНОЛОГИИ. ДИЗАЙН. ИСКУССТВО)»**

**Всероссийская научная конференция
молодых исследователей
«Дизайн и искусство – стратегия
проектной культуры XXI века»
(ДИСК-2016)**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
Часть 3**

МОСКВА

УДК 7

Дизайн и искусство – стратегия проектной культуры XXI века (ДИСК-2016): сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей. Часть 3. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2016. – 151 с.

Сборник составлен по материалам Всероссийской научной конференции молодых исследователей «Дизайн и искусство – стратегия проектной культуры XXI века» (ДИСК-2016), состоявшейся 07-09 декабря 2016 г. в Российском государственном университете им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), г. Москва.

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

Редакционная коллегия**Председатель:**

Кашеев О.В., проректор по научной работе

Ученый секретарь:

Волкодаева И.Б., заведующая кафедрой Дизайна среды

ISBN 978-5-87055-439-6 © Федеральное государственное бюджетное
ISBN 978-5-87055-442-6 образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный университет им.
А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)»,
2016

УДК 7.036

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА

Арсланова Н.Ю.

Марийский государственный университет

Искусство играет немаловажную роль в жизни людей. Проводя аналогию с человеком, искусство развивается на протяжении всего своего существования. От наскальных рисунков древности до гиперреализма современности, от угольных штрихов до насыщенных красок, от подражания звукам до симфонического оркестра прошло немало времени. Человек развивался, так же развивалось, менялось, находило новые ответвления искусство. Для успешного существования со временем, искусству требуется гибкость, которая и позволяет лавировать и самовыражаться писателям, художникам, композиторам и артистам. Возможно, благодаря этому в эру постиндустриализма широкую популярность получило современное искусство, которое отличается от того, что мы видели ранее, от того, что мы привыкли называть настоящим искусством.

Актуальность: в эпоху преобладания новых технологий активно развивается, трансформируется, популяризируются с огромной скоростью всевозможные виды современного искусства, и не всегда можно угнаться за всеми новаторствами в творческой сфере. И именно по этой причине далеко не все зрители могут понять произведения современных художников.

Новизна нашей работы заключается в том, что мы рассматриваем современное искусство не как безвкусное творчество, которое может создать любой человек, а в том, что оно нечто совершенно новое, созданное человеком художество, имеющее право на существование, то, что несет частичку души автора-создателя.

Современное искусство во многом является элитарным. Чтобы добиться известности, художнику необходимо признание узкого круга критиков и различных квалифицированных специалистов. Это связано с тем, что обычный человек не может однозначно сказать является ли тот или иной объект предметом искусством или нет. По этой же причине появилась необходимость признания этого объекта, для того чтобы он и его автор мог получить свое место в мире современного искусства [3].

А из этого вытекает следующая проблема – субъективность специалиста. В отличие от массового мнения, мнение профессионала часто ставится выше ввиду его прежних заслуг, формы видения предмета искусства, его компетентности в данном вопросе. Но это всего лишь одна точка зрения, которая основывается только на его видении и ощущениях.

Так же основной проблемой современного искусства можно отнести то, что его сложно понять большинству зрителей. Этому никто не обучает, кроме специализированных учебных заведений, обучающих искусствоведов и культурологов. Чтобы как-то разбираться в проблемах современного искусства надо постичь историю искусств. В мировой истории искусств отражается путь эволюционного развития человеческого мышления. Отчасти люди называют попытки современных художников «выдать» обычный, а иногда очень странный или возможно вызывающий отвращение предмет за искусство [4].

В число проблем современного искусства так же можно назвать то, что в наше время, в эпоху современных технологий люди уже не спешат посещать выставки, как современных художников, так и представителей классической живописи и скульптуры. Настало время непрямого контакта с художественными произведениями. Однако репродукция художественного произведения или запись концерта не может передать все те ощущения, которые испытывает человек при непосредственном знакомстве с объектом искусства [1, с. 54].

Вновь созданная мелодия или художественное полотно только отчасти является произведениями искусства. Причем гармоничность, красота, новизна не являются важнейшими факторами в том существовать или не существовать этой мелодии или картине, или книге произведением искусства. В Европе, во многих галереях все выставлено на продажу, то есть каждая фотография, картина, скульптура имеет ценник...поток цен, даже не связанные с интересностью самих произведений, а с именем самой галереи их выставляющей... «Галереи Манхэтэна, например, сконцентрированы в трех районах: Трайбэква (окраинный район, наиболее дешевые галереи), Мидтаун (богатый деловой и административный район, тоже дорогие галереи, но уже рассчитанные не на туристов, а на местную элиту)... и Сохо (туристический район)... произведения выставленные во всех этих галереях довольно похожие, если говорить о современном искусстве. При этом интересная абстракционистская картина в Мидтауне стоит 10 тысяч долларов, при том что не менее интересная абстракционистская картина в Трайбэкке будет стоить всего тысячу долларов. Выходит, все зависит от того, в каком положении находится художник: если его раскручивают дорогие галереи, значит у него есть возможность попасть на аукцион или в музей. Из дешевых галерей практически нет шансов никуда попасть» [2, с. 34]. То есть, здесь не только талант и работа художника, но и какие-то внешние факторы: дружеские и родственные связи, случай свел с кем-то и т.д.

В какую бы сторону не развивалось искусство, какой бы вид оно не принимало – это все равно будет искусством, формой самовыражения автора. Так или иначе, оно найдет своего зрителя, будь то ценитель или обыватель. Развитие – это естественный процесс, и оно так же свойственно

искусству. Возможно не все понимают современное искусство, оно может показаться странным и непонятным, но порой не нужно дотошно и скрупулезно относиться к нему, а положиться на свое эмоциональное впечатление.

Список использованных источников:

1. Ерохин С. Эстетика цифрового изобразительного искусства. Алетейя, 2010
2. Каррьеро К. Потребление и поп-арт. Искусство - XXI век, 2010
3. «Анализ искусства как фактора изменения социокультурной реальности. Влияние поп- и тяжелой музыки на общество. Влияние кинематографии и литературы на общество. Представление о современном произведении искусства. Падение духовных ценностей у личности.» - URL:http://knowledge.allbest.ru/sociology/3c0b65635b3ac78a5d53a88421216d37_0.html (дата обращения: 20.11.2016)
4. Современное искусство: актуальные проблемы. - URL: HYPERLINK "<http://gosindex.ru/materialy/others/sovremennoe-iskus..>" <http://gosindex.ru/materialy/others/sovremennoe-iskus..> (дата обращения: 20.11.2016)

©Арсланова Н.Ю., 2016 г.

УДК 77.041.5

ПОРТРЕТНАЯ ФОТОГРАФИЯ

Озерова А.Э., Щербакова А.В.

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

Люди издавна приглядывались к причудливой игре солнечных лучей. Замечали способность освещенных предметов изменяться в цвете и форме, удивлялись свойству некоторых веществ чернеть на свету. Проведенные опыты с химическими соединениями подсказали им идею создания светописных изображений, которые можно сохранить, невзирая на время. Современными исследователями были найдены наброски чертежа камеры-обскуры, выполненные самим Леонардо. Хотя принцип ее действия знали еще до него. Солнечный луч, пропущенный через отверстие камеры-обскуры, проецировал на экран видимое изображение. Так возник главный вопрос: как сохранить оптический рисунок, полученный с помощью зеркала и линзы? Удачливее других оказался француз Нисефор Ньепс (1765-1833 г.г.), который, используя свойство некоторых химических элементов чернеть на свету, в 1822 году получил на стекле, покрытом битумом, гелиографическую копию с гравюры. Гелиография – предтеча фотографии. Наблюдения Н. Ньепса продолжил и развил – театральным декоратор Луи Дагер (1787–1851 г.г.). Он не только

проявил скрытое изображение, но и закрепил его на металлической пластинке, покрытой йодистым серебром. Найденный способ Дагер назвал своим именем – дагеротипией. Новый вид изображения не поддавался дублированию. Этот существенный недостаток позже устранил англичанин Фокс Тальбот. Он отделил негативный процесс от позитивного и заменил металлическую пластинку эластичной подложкой [1, с. 5]. Так постепенно возникла фотография, и стал развиваться один из наиболее популярных жанров – портретная фотография.

На протяжении всей истории фотопортрет стремительно видоизменялся. Менялись эпохи, мода, стили, а с ними и портретный жанр. Ведь основной задачей фотографа было показывать мужчин и женщин того времени, в котором они жили.

В настоящее время художественный портрет, исследующий личность позирующего, воплощает в себе современные взгляды на красоту. Свободный от привычных канонов фоторепортаж наиболее точно соответствуют духу времени, чем традиционные приемы. В тоже время «портретист должен быть готов удовлетворить и потребности меньшинства, которое предпочитает строгую манеру жанра» [2, с. 1]. Современный художественный портрет – это наиболее полное изображение модели, которое доступно фотографу, где передана не только внешность, но и раскрыты внутренние свойства личности. При съемке такого портрета все, что включено в кадр, должно иметь какое-то отношение к модели. В арсенал творческих средств входят элементы окружающей обстановки, доминирующие цвета и тона, ракурс, поза, жесты, выражение лица. Художник составляет общее представление о личности. Решить, какое место съемки подходит. Например, архитектора хорошо сфотографировать на фоне спроектированных им зданий, а образ исследователя, первооткрывателя созвучен бескрайним пустынным просторам. Чтобы передать обаяние модели, фотограф обязан найти в ней «изюминку» и обыграть в портрете. На обложках модных журналов часто помещают по-настоящему творческие фотографии. В таких изданиях, как, «Вог», нередко публикуют подобные портреты, сделанные такими мастерами, как Клайв Эрро-Усмит, Дейвид Монтгомери и Дейвид Бейли.

В фотографировании различают три типа освещения: фронтальное, боковое и контровой свет. Выделяют также моделирующий свет, разновидность фронтального, и рассеянный свет, ненаправленный, который равномерно распределяется по всему пространству сцены. Рассеянный свет можно получить в пасмурный день или при использовании софтбокса. Все пять типов освещения выявляют разные цвета и оттенки в зависимости от времени дня, а цвета и оттенки, в свою очередь, существенно влияют на характер изображения [3, с. 58].

В основе современной фотографической композиции, помимо прочего, лежат порядок и структура. Успех великого кадра не в

последнюю очередь зависит от его композиции. Удачный кадр создается по-разному и зависит от организации элементов в пространстве кадра. В фотографической композиции специалисты выделяют 4 зоны наилучшего восприятия. Для того чтобы определить их местоположение, мысленно прочерчивают две горизонтальные и две вертикальные линии на равном расстоянии друг от друга и от края. Четыре точки, в которых линии пересекаются, называют зонами наилучшего восприятия [3, с. 85].

Фон может осуществлять разные функции в портрете. Удачный фон может выполнять связующую роль с героем, например, представлять собой нерезкие размытые формы и цветовые пятна либо может резко контрастировать с объектом, расположенным перед ним.

Стоит отметить, что для создания удачных кадров, передающих движение, требуются правильная выдержка. Короткая выдержка позволяет зафиксировать мельчайшие детали и тончайшие эмоции. Но противоположный конец шкалы скорости действия затвора открывает широчайшие возможности для создания креативных спецэффектов. Движущиеся объекты наполняются новым смыслом, в случае намеренной съемки на непривычно длинных выдержках. Такие композиции наполнены движением и напряжением.

Портретная фотография является одним из сложнейших видов съемки, требующих немалых знаний и умений. Он позволяет фотографу изучить чувства, личность портретируемого, выявить его индивидуальность и передать ее в своей снимке. Портретная фотография является самым распространенным и популярным жанром в искусстве фотографии в современном мире. Можно выделить несколько разновидностей портретной фотографии: рекламная, репортажная, журнальная, фэшн-фотография, бьюти-фотография, семейная, детская, свадебная, жанровая, имидж-фотография. Фотографы-портретисты подобны художникам. Фотографическое искусство в виде портретной фотографии требует особого высокохудожественного восприятия и творческого видения.

Список использованных источников:

1. Волков-Ланнит Л.Ф. Искусство фотопортрета. Изд.2-е., доп., М., «Искусство», 1974.
2. The Book of Portrait Photography by Jorge Lewinsky and Mayotte Magnus, A Dorling Kindersley Book, 1982.
3. Петерсон Б. Как фотографировать людей. За рамками портрета. СПб.. Питер, 2013. 152 с.. ил (Серия «Мастера фотографии»).

©Озерова А.Э., Щербакова А.В, 2016 г.

УДК 745.52+746.1

СИНТЕЗ ТАПИССЕРИИ И ИСКУССТВА ИНТЕРЬЕРА

Бобровская А.А., Уваров В.Д.

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина

(Технологии. Дизайн. Искусство)

На протяжении всей истории человечество обогащало архитектуру элементами живописи и скульптуры. Текстиль, живописные полотна и скульптура играли подчиненную роль в интерьере. В современном искусстве текстиль претерпел многие изменения, таписсерия стала многогранна по своей стилистике, разнообразна и неоднозначна. Из монографии Уварова В.Д. «Авторская таписсерия» следует: «Создание единой творческой концепции общественного интерьера средствами архитектуры и таписсерии предъявляют свои требования к системе образного языка и пластических приемов, приводит к синтезу искусств. Синтез искусств предполагает такое взаимодействие видов искусств, при котором каждый из компонентов, выступая с определенной степенью самостоятельности, приобретает новые качества, относящиеся равно к его форме и содержанию» [1].

В наше время таписсерия приобрела совсем иной вид, свободу исполнения, разнообразие материалов и техник. Таписсерия стала способна задавать различные стили, художественные образы, нести в себе определенную философскую концепцию. Таписсерия в результате интеграционного взаимодействия с различными видами творчества ассимилировала изобразительные приемы и знаковые системы новейших авангардных течений. В таписсерии последовало развитие нетрадиционных форм художественного выражения. Современное искусство таписсерии, в свою очередь, опирается на богатый культурный пласт древней истории таписсерии.

В связи с использованием новых форм и техник современная таписсерия стала более походить на скульптуру, созданную из специальных материалов, чем на привычный ковер с древними орнаментами той или иной эпохи. В искусстве текстиля получили свое воплощение появившиеся в начале XX века в живописи ассамблажи – пластические картины, возникающие при расположении на плоской поверхности разнородных объемных предметов и материалов. Затем путем монтажа в пространстве разнообразных промышленно или кустарно изготовленных объектов стали создаваться масштабные инсталляции – это уже объемные скульптуры, которые можно обойти со всех сторон.

В конце XX века в области текстиля многозначность употребляемых терминов, охватывающих огромный фактический материал, разнообразие творческих концепций делали вопрос обозначения художественного

объекта крайне сложным и являлись серьезным препятствием для проведения полноценного исследования. Этим и была вызвана настоятельная необходимость введения в наш научный обиход нового термина «таписсерия» как единого международного понятия в искусстве текстиля, ранее не нашедшего должного места в работах российских искусствоведов. Термин «таписсерия» был введен В.Д. Уваровым в научной статье, опубликованной в 1991 г.

Традиция – одна из фундаментальных ценностей. Она является неотъемлемой частью метода проектирования, то есть того главного предмета знания, ради которого организуется образовательная коммуникация. В течение многих тысячелетий у разных народов мира сформировалось искусство орнамента в создании и украшении изделий текстиля, керамики, архитектуры, книгопечатания и т.д., которое сегодня представляет собой огромный материк художественной цивилизации. Самодостаточные эстетические ценности мировой орнаментальной графики, создавшей шедевры тканого и печатного рисунка на текстиле, невероятные многослойные структурно-орнаментальные поверхности рельефов архитектурных памятников, фактурные и сюжетные графические симфонии гобелена, тончайшую оптику восточной шелковой вышивки, способны обогатить любую область художественно-проектного творчества, включая современный графический дизайн и рекламу [3].

Существенный вклад в становление и развитие планового проектирования таписсерии для общественных интерьеров на основе синтеза искусств в архитектуре и ансамблевого мышления внесли представители московской и петербургской школ. Однако обобщения их опыта пока нет, хотя это позволило бы более подробно охарактеризовать современное состояние развития российского текстиля, а также выявить его дальнейшие тенденции. Анализ особенностей и этапов развития искусства таписсерии в России конца XX века исключительно важен для понимания тенденций его развития в XXI веке. При существующем большом опыте проектирования гобеленов для общественных интерьеров ощущается явный недостаток монографий по этой теме.

В России сложились две самостоятельные школы таписсерии – московская и петербургская. Общими их чертами являются приверженность гладкой таписсерии – гобелену и высокая образная содержательность работ. Среди характерных черт можно выделить: петербургской школе свойственна безупречная чёткость и жёсткость линии с преобладанием чёрно-белых тонов, большая камерность. Для нее традиционны «негромкие», камерные темы, а для московской школы – темы большого общественного звучания, выраженные монументально, ярко и внушительно, прослеживается коренная связь с архитектурой, большое место занимает тема столицы. В таписсерии московской школы

широко применяется наборное ткачество, или «тканье мотивами», а в петербургской школе – ткачество в линию.

Петербургскую школу таписсерии отличает более «трепетное» отношение к качеству ткачества в целом. Первоначально место российского классической таписсерии в интерьере определялось интуитивно, по подобию расположения восточных ковров. С XVIII века – по образцам оформления западноевропейских интерьеров в соответствии с архитектурными членениями помещений.

Приёмы размещения таписсерий в общественных интерьерах подразделяются на два типа в зависимости от их места в архитектурной среде: на стенах и в пространстве интерьера. Форма, функция и расположение таписсерии в интерьере находятся во взаимозависимости. Таписсерия может выполнять функции организации центра композиции всего интерьера, акцентирования различных частей интерьера, разделения пространства на зоны, создания части композиционной структуры целого.

Декоративные таписсерии выступают по-разному в зависимости от формы и размещения в интерьере: как пятно, используя принцип станковизма, как плоскость, используя принцип монументализма, или как форма, используя скульптурный принцип. При формировании образа интерьера посредством таписсерии учитывается композиционная (цвет, свет, ритм, форма, масштаб), смысловая (тема) и функциональная взаимозависимость таписсерии и предметно-пространственной среды. Это влияет на композиционный строй таписсерии и характер его изображений. Выделяются таписсерии ассоциативно-образные, сюжетно-тематические и иллюзорные.

В 1970-е годы сформировалась тенденция отказа от прикладничества, декоративное творчество утверждалось в духовной художественной самооценности, равноправности с «большим» искусством. В этот период успешно начала решаться проблема взаимосвязи таписсерии с интерьером, было создано много уникальных ковров с учетом формирования образа интерьера [4].

В результате исследования можно сделать вывод, что форма, функция и расположение таписсерии в интерьере находятся во взаимозависимости. Таписсерии может выполнять функции организации центра композиции всего интерьера, акцентирования различных частей интерьера, разделения пространства на зоны, формирования определенной части композиционной структуры целого.

Список использованных источников:

1. Уваров В.Д. Образная система текстильной пластики в экологии дизайна предметно-пространственной среды интерьера. // Синтез искусств и художественная культура. Сб. науч. труд. МХПИ им. С.Г. Строганова. М. 1995. С. 125-130.

2. Уваров В.Д. Венгерский гобелен в интерьере. //Современное венгерское искусство и литература. М., Всесоюзный научно-исследовательский институт искусствознания. 1991 г.1. С.200-210.

3. Путеводитель по выставкам Государственного Эрмитажа. -М., 1956.

4. Сидоренко В.Ф. Проблема формы в дизайне.: Автореф. дис. канд. искусствоведения. -М., 1975. 23 с.

5. Бещева Н.И. Гобелен в общественных интерьерах России 1970-1990-х годов :На примере творчества мастеров Петербургской и Московской школ. Автореф. дис. канд. Искусствоведения. -М., 2004. 110 с.

©Бобровская А.А., Уваров В.Д., 2016 г.

УДК 7.072

ЭТНИЧЕСКОЕ НАПРАВЛЕНИЕ В СОВРЕМЕННОЙ МОДЕ: ОСОБЕННОСТИ ТВОРЧЕСКОГО МЕТОДА ИТАЛЬЯНСКИХ МОДЕЛЬЕРОВ

Киселева А.Ю., Буфеева И.Ю.

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

Этнический стиль – стиль одежды, в котором преобладают народные мотивы стран мира. Этнические мотивы могут нести как сами предметы одежды или обуви, характерные для той или иной страны, аксессуары, так и элементы этой одежды (к примеру, узоры).

Этническое направление в современной моде это не только наружные украшения – это определенная философия за которой кроется немалая история, особенности и уклад жизни определенных культур.

Национальные составляющие в образе человека всегда принадлежат древнему миру, даже если они созданы в наше время. Древние мотивы нельзя рассматривать обособленно, они являются наследием целых народностей, от которых современные люди взяли корни, поэтому все эти элементы органично вплетаются в современный быт.

В современной Италии этнические мотивы все чаще интересуют общество, что рождает спрос и соответственно предложение. Дизайнеры все чаще смотрят в сторону традиционных культур, чтобы найти нетрадиционные решения. А интерес этот вызван историческим фактором. Нынешнюю территорию Италии не обошло стороной великое переселение народов, которые внесли свой вклад в формирование ее истории и культуры, и этот факт не может остаться незамеченным.

Так итальянский модный дом Valentino, создает этническую коллекцию, основываясь на костюме, традициях и верованиях восточных славян.

Дизайнеры бренда Пьерпаоло Пичоли и Мария Грация Кьюри, внесли в каждый образ аутентичные национальные элементы: кружево, ленты, вышиванки. Неповторимый славянский колорит в виде сарафанов со сложной контрастной вышивкой, мотивам которой славяне придавали сакральный смысл. Композиционное расположение декора определилось береговой традицией: у ворота, в области груди, по подолу, вдоль швов и особенно в верхней части рукава. Узорные рубахи, закрывающие руки и плечи, все это отсылает нас к далекому прошлому.

Этническую тематику затронули в своей работе, такие известные модельеры, как Доменико Дольче и Стефано Габбано.

Основатели марки, подходят к созданию коллекции через культуру, исторические мотивы и основополагающе черты Византийской империи. За основу образов Доменико и Стефано берут золотой смальтовый фон и фрагменты мозаик, которые впоследствии переносят на платья, сумки. Дуэт дополняет коллекцию коронами с самоцветами, на создание которых их вдохновило мозаичное изображение Императрицы Феодоры, и аксессуарами, отсылающими к убранству знаменитых базилик Равенны.

По творению итальянского дома можно получить представление о целом этапе раннехристианской культуры.

Подходы к созданию своих коллекций у модных домов совершенно разные. Valentino берет за основу славянскую культуру видоизменяет ее составляющие, так чтобы они остались узнаваемыми, и воплощает результат на подиум. Метод Dolce & Gabbana совершенно иной: модельеры берут как первооснову готовые мозаичные полотна и переносят их нетронутые фрагменты в другой материал. Несмотря на различный подход к созданию коллекций, модные дома возрождает искусство костюма в новых интерпретациях.

Так, благодаря всемирно известным дизайнерам, создающим этнические коллекции, человек может вернуться к своим культурным истокам, к тем временам, когда люди жили в гармонии с природой.

Проследив особенности творческого метода итальянских модельеров, можно с уверенностью сказать, что этнические мотивы не выйдут из моды пока люди хотят знать и помнить свои исторические корни.

©Киселева А.Ю., Буфеева И.Ю., 2016 г.

УДК 7.072**К ВОПРОСУ ВОСПРИЯТИЯ ИСКУССТВА
В ВИРТУАЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ**

Киселёва Д.Ю., Калашников В.Е.

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

В условиях избыточного потока информации, который обрушивается на нас ежедневно, сложно выстроить процесс восприятия традиционным образом. Общий ускоренный ритм, характерный для жизни в мегаполисе еще больше возрастает в виртуальном пространстве. В Интернете зритель не тратит столько же времени на восприятие работы как в реальной галерее или музее. Процесс восприятия и вынесения вердикта в форме лайка занимает несколько секунд. Кроме того, в интернет-пространстве в процесс восприятия искусства включаются посредники в лице фотографов, которые снимают объекты искусства, редакторов сайтов и других. Посетитель реального музея или галереи опирается на собственные чувства, а восприятие посетителя виртуального музея, который смотрит на ту же картину онлайн, зависит от восприятия перечисленных выше людей. Нельзя сказать, что искусство в виртуальном музее предстает перед нами в своем оригинальном виде. Конечно, если мы говорим не о ньюмедиа-арт, который невозможен без компьютерных технологий. Несмотря на ряд субъективных факторов восприятия людей, подготовивших публикацию и объективных факторов, которые зависят от самой машины, восприятие интернет-аудитории по уровню свободы намного превосходит восприятие аудитории традиционных средств массовой информации: телевидения, радио, крупных печатных изданий. Пользователь сам создает свое информационное пространство и решает, что в него поместить. Он имеет возможность знакомиться с произведениями искусства в режиме быстрого просмотра, не выходя из дома, возвращаться к определенному объекту неограниченное количество раз, увеличивать изображение для более детального просмотра, быстро получать дополнительные сведения, сохранять понравившееся произведение искусства в свою коллекцию на компьютере.

Но сложность восприятия здесь увеличивается так как интернет-аудитория не имеет привычки длительного контакта с произведением искусства. Контакты аудитории с художником при этом стали одновременно более и менее тесными. У публики сайтов художника или его персональных страниц в социальных сетях есть возможность непосредственно пообщаться с создателем понравившегося арт-объекта. При таком виде восприятия, роль художника в коммуникационном процессе усложняется, а имидж становится более заметной и важной

частью его деятельности. Кроме того, у этого способа коммуникации есть еще один существенный минус. Выложив один раз в интернет пространство свое произведение, автор теряет над ним автономию. С течением времени художник может дополнять свое произведение неоднократно, но изображение, выложенное ранее, не будет соответствовать действительности.

Современные технологии создают широкое поле для деятельности художника: глобальность, демократичность, широкий доступ к аудитории. Но даже в интернете есть конкуренция, иногда более активная, чем в реальности. Потеряться среди миллионов сайтов и профилей в социальных сетях очень легко, а заинтересовать искушенную публику очень сложно. Художнику недостаточно быть талантливым, ему надо иметь запоминающийся имидж, постоянно взаимодействовать со своей аудиторией, вести активную жизнь в социальных сетях, регулярно делая обновления, стимулируя тем самым аудиторию к восприятию и обсуждению своих работ.

Важно отметить при рассмотрении восприятия искусства в сети, место которое занимают сайты и профили музеев, галерей и художников. В условиях современного арт-рынка имидж во многом определяет успешность художника или арт-пространства, поэтому активность в виртуальном пространстве очень важна. Часто случается, что, создав один раз сайт или группу в социальной сети и отразив в ней определенную информацию, отвечающую ожиданиям аудитории, пользователь не обновляет ее годами, а если и «постит» новые записи, то они выполняют только информационную функцию. Это создает у интернет-аудитории ощущение, что данный агент коммуникации в сфере искусства больше не отвечает требованиям современной жизни, не актуален и не востребован. Медиа-бренд очень важен для восприятия искусства в современном арт-мире, и если он регулярно не обновляется, то это приравнивается к его смерти, а значит потери аудитории не только в виртуальном, но и в реальном пространстве.

Я считаю, что виртуальные музеи при многочисленных плюсах, которыми они обладают, все же не смогут полностью заменить просмотр выставки в традиционном понимании. Наоборот, посещение онлайн-музея может стимулировать потребителя искусства на визит в традиционный музей, чтобы без посредников осмотреть представленные там работы.

Информационное перепроизводство ставит в центр проблему восприятия искусства, а именно проблему ресурса внимания. Молодой художник должен не только работать над своими произведениями, но и активно включаться в социальную жизнь виртуальной реальности: понимать, как продвигать свое искусство, конкурировать с другими, а так же создавать привлекательный для аудитории продукт, не теряя при этом своей индивидуальности.

Проблема ресурса внимания и образа сетевого человека, которая наметилась в рамках данной работы, представляет интерес для дальнейшей разработки в новых исследовательских работах.

©Киселева Д.Ю., Калашников В.Е., 2016 г.

УДК 745.52 +746.1

ЦВЕТОВОЕ РЕШЕНИЕ ИНТЕРЬЕРОВ ОТЕЛЕЙ

Рябкова Д.В., Уваров В.Д.

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

Специфика гостиниц заключается в многообразии функций этих объектов. Это одновременно и жилые, и общественные здания, что предопределяет особенности формирования интерьеров.

Интерьер – понятие сложное, многоплановое, обладающее огромной эстетической психофизиологической силой воздействия на человека. Это организация внутреннего пространства здания, которое представляет собой зрительно ограниченную искусственно созданную среду, обеспечивающую комфортные условия жизнедеятельности человека.

На основе анализа различных статей отечественных и зарубежных авторов о комбинациях цветов в интерьере были составлены рекомендации, помогающие гармонично расставить цветовые акценты в помещениях отелей.

Для номеров целесообразны следующие цветовые композиции:

- родственные, построенные на цветах, расположенных в цветовом круге между цветами первого уровня;
- родственно-контрастные, построенные на противопоставлении цветов, расположенных между цветами второго уровня;
- взаимодополнительные, построенные на цветах, расположенных по диаметрам цветового круга.

Доктор искусствоведения, профессор В.Д. Уваров отмечает три основных тенденции цветовой гармонизации современного интерьера: «Согласно первой тенденции, среда строится на тождественных цветовых соотношениях, когда за основу колористической гаммы принимается один хроматический цвет и цветовой тон варьируется в сочетаниях разной насыщенности и светлоты. Подобное цветовое решение можно дополнить близкими и родственными цветовыми нюансами. В целом создается спокойная цветовая атмосфера, благоприятная для длительного пребывания человека в данной обстановке. Тональное оформление интерьера допускает наличие в нем отдельных контрастных цветовых зон. Такие зоны может создавать таписсерия – композиционный центр при весьма сдержанном по цвету решении пространственной среды интерьера.

Вторая тенденция предполагает использование в интерьере гармоний родственно-контрастных и контрастных цветов. Такое решение наиболее активно и экспрессивно. Очень часто в интерьере родственно-контрастные и даже контрастные цвета предпочитают сочетать с нейтральными, например, ахроматическими или малонасыщенными цветами, смягчающими активность и некоторую агрессивность колористических контрастов и одновременно подчеркивающими их звучность и сочность.

Третья тенденция основана на цветовой теории времен года. Изюминка в том, что природа показывает нам, как нужно в любое время года гармонично комбинировать цвета самых разнообразных оттенков. Убедительность этой теории подкрепляется тем аргументом, что если человек с незапамятных времен живет среди гармоничных природных цветовых отношений, то они радуют его больше, чем любые другие цветовые эффекты» [1].

В целях корректировки размеров и пропорций номеров следует использовать различные свойства цветов.

Во время разработки цветового решения интерьеров гостиниц необходимо учитывать восприятие цвета при естественном и искусственном освещении. При этом нужно брать во внимание способность цвета снижать насыщенность и изменять цветовой тон как при интенсивном, так и при слабом освещении; уменьшать насыщенность света предмета на ярком фоне; изменять цветовой тон в зависимости от цветности излучения источника света.

Приемы использования цвета для композиционной связи разных зон номера, а также номера с другими помещениями довольно разнообразны. Наиболее распространенными являются следующие:

- каждое помещение решено в своей цветовой гамме;
- все помещения имеют одну цветовую гамму.

Цвет является одним из основных средств в создании индивидуальных архитектурных решений интерьеров типовых помещений.

Как справедливо замечает искусствовед И. Азизян: «Колористическое единство принципов формообразования в различных видах искусства и художественной деятельности создает типологическую цветовую характерность стиля, которая не исчерпывает всю совокупность исторически-конкретного проявления цвета в культуре, но является важнейшей ее структурной составляющей. Единство принципов цветового формообразования, аналогичное единству принципов пластического и пространственного формообразования, – складывается в культуре не только в результате определенной аналогичности этих процессов и единой в культуре символики цвета. Единство это образуется путем активного взаимообмена художественными идеями, а также в результате непосредственного и опосредованного влияния одних искусств на другие» [2].

Цветовое решение не может рассматриваться как «последний штрих» в оформлении интерьера. Цвет интерьера и его пространственное решение должны идти параллельно с самого начала проектирования здания.

При выборе цветового решения помещений следует принимать также во внимание месторасположение гостиниц и их ориентацию по сторонам света. Необходимо учитывать зависимость цветового решения от назначения помещения и времени воздействия данной цветовой среды на человека.

Если рассматривать оформление гостиничного номера с точки зрения проектирования внутреннего убранства, то нужно собирать его наподобие конструктора, расставляя все базовые элементы по определенным местам. Неотъемлемой частью проекта интерьера всегда является текстиль, который бывает чрезвычайно разнообразным. Следовательно, и панно, и картины, и таписсерия также могут участвовать в создании образно-пластического решения убранства помещения.

Созданная специально для определенного помещения таписсерия, не только создаст правильное настроение, атмосферу, образ комнаты, но и добавит статусности всему гостиничному комплексу. Если изначально функциональное назначение таписсерии было больше утепляющее, то по прошествии времени стала преобладать эстетическая функция.

Таписсерия безусловный показатель достатка, важности ее обладателя. Не обязательно речь идет о человеке или семье, это могут быть как правительственные, общественные, многофункциональные здания, отели. Такие места, где демонстрация подобного произведения будет уместна.

Подводя итог к исследованию по теме: «Создание цветового решения для интерьеров отелей на основе психологии цвета», были сделаны следующие выводы:

- для выбора цвета любого помещения, необходимо знать правила работы с цветовым кругом;
- гармония цвета не единственная задача, поставленная перед дизайнером, все решения нужно принимать относительно освещения, сторон света, площади комнаты, планировки всего здания;
- выделить или же наоборот, сдержать какие-либо моменты в цветовой гармонии могут такие элементы, как текстиль, произведения искусства, мебель;
- таписсерия – рукотворная работа, которая имеет свойства привносить в композиционное решение интерьера, уют, изящество, настроение, простор для воображения, экспрессию и тому подобное. Она предоставляет дизайнеру богатые возможности, благодаря которым он может экспериментировать как с цветовым, так и с пространственным решением.

Список использованных источников:

1. Азизян. И.А. О цветовой культуре. //Декоративное искусство СССР, -1985, - N10. - С. 9-14. [2]
2. Соколова А. История, стиль и домашний текстиль. (журнал). Москва 2008 г. 176 стр. – ИЛ.
3. Уваров В.Д. Авторская таписсерия: Монография. – М.:ГОУВПО «МГТУ им. А.Н.Косыгина», 2010. – 325 с.
4. Уваров В.Д. Взаимодействия монументальных форм таписсерии и архитектуры интерьера. МОДА И ДИЗАЙН: исторический опыт – новые технологии: Материалы XVIII-й междунар. науч.конф./ Под ред. Н.М. Калашниковой. – СПб.: ФГБОУВПО «СПГУТД», 2015. – С. 424-431. [1]
5. Дизайн гостиниц. URL: <http://www.sostav.ru/blogs/27422/120/> (дата обращения 15.06.2016)
6. История гостиничного дела. Лайфжурнал. URL: <http://hoteladvisor.livejournal.com/32450.htm> (дата обращения 15.06.2016)

©Рябкова Д.В., Уваров В.Д., 2016 г.

УДК 745.52 +746.1

**ПРОБЛЕМА ПРИМЕНЕНИЯ ИСКУССТВА
СОВРЕМЕННОЙ ТАПИССЕРИИ
В ИНТЕРЬЕРАХ В СТИЛЕ «ФУНКЦИОНАЛИЗМ»**

Середина А.А., Уваров В.Д.

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

Выдающийся историк, социолог и этнограф Клод Леви-Строс наделял таписсерию «терапевтическими» функциями, говоря о том, что она лучше других видов искусства может служить одновременно и украшением, и противоядием функциональной и утилитарной архитектуре, которая царствует в нашей сегодняшней жизни. Именно таписсерия, являясь, возможно, самым древним из всех искусств, предлагаемых нашей цивилизацией, способна оживить архитектуру, внедряя в нее плотное и спокойное творение человеческих рук и очарование изобретательного творческого духа, который непрерывно возрождается при помощи новых материалов и старых технических приемов ткачества.

Во второй половине 70-х – начале 80-х г.г. XX столетия в художественной культуре произошли существенные изменения во взглядах на архитектурный интерьер. Наряду с пространственными решениями, охватывающими в различной мере весь городской комплекс (центр, районы массовой застройки), внимание стало уделяться

оформлению интерьеров определенных типов общественных зданий (отели, коммерческие предприятия).

Специалисты разделяют интерьеры на «архитектурные» и «предметные» [7]. Первые представляют собой «самоценное», мало зависящее от условий эксплуатации образование, тогда как главное в облике вторых – оборудование, мебель, личные вещи, «случайно» собранные владельцем.

«Предметные» интерьеры намного ближе к понятию «среда», так как их архитектурная основа только обозначена, задумана как абстрактная сцена, где «живет и действует» непредусмотренная замыслом зодчего обстановка, преобразовавшая помещение соответственно интересам заказчика.

В фиксации пространства большое значение имеет предметный или символический объект, принимающий на себя основное внимание зрителя как доминанта или композиционный центр. Притягательность объекта как естественного центра наблюдения может придать ему статус доминанты ограниченного пространства или даже пространства, границы которого символически простирается соразмерно силе его образного магнетизма. Понятие композиционного акцента апеллирует не к размерам, а к художественной насыщенности, символической нагрузке объекта: входа фонтана, часов на бане, скульптуры, панно на стене – и относится преимущественно к характеристике интерьеров [4].

Таким образом, дизайн и архитектура вместе образуют основу предметно-пространственного окружения – «второй природы», которую создает вокруг себя человек. Архитектура формирует ее стабильный каркас, где разворачивается человеческая деятельность, а дизайн обеспечивает «вещное» наполнение этого каркаса бесконечно многообразной системой предметов и их комплексов.

Искусство совместно с архитектурой обладает немалыми возможностями для решения задачи «проектирования будущего» в такой существенной для человека сфере, как предметно-пространственная среда. Художники, проектируя интерьер вместе с архитекторами, ориентировались на целостные и социально конкретные образы жизнедеятельности. При разработке интерьера они пытались включить позицию зрителя в проектную концепцию архитектурного объекта и, учитывая его запросы, создать художественный образ интерьера. Достаточно точную характеристику интерьера в данном контексте дает В.Ф. Сидоренко: «Интерьер фокусирует смыслы, традиции, ценности материалы и формы того мира, в котором живут люди. Он должен осмысляться авторами как органическая часть художественной программы своего времени, по которой можно судить о целом. Интерьер должен выражать определенную философскую идею, выполняя функцию

общественной интеграции, интерьер наделяется значениями высших культурных ценностей, вокруг которых и объединяются люди» [3].

Наша эпоха принципиально отличается от всех предыдущих эпох: античности, средних веков и нового времени. Мы оцениваем достижения предшествующих времен, сопоставляя их в едином надисторическом, универсальном контексте. Культура переходит на иной, более высокий уровень, оперируя укрупненными величинами – символами, архетипами, знаками, традициями. Она имеет дело не с текстами, а с контекстом – взаимосвязью различных текстов, а также иных проявлений и проблем, выходящих за рамки классического понимания термина культура и искусство. Поэтому современную культуру можно назвать мета-культурой [2].

Таписсерия предъявляет к архитектурному пространству свои права, оставляя зодчеству часто лишь область выражения структурного качества и организующую роль. Попав в сферу архитектуры, она выходит из рамок прикладной замкнутости и, активно воздействуя на пространство интерьера, становится носителем духовности [6].

Среди множества разнообразных стилевых модификаций в современном мире чаще всего предпочтения отдаются стилю «функционализм». Для понимания путей трансформации современной таписсерии в данном стиле интерьера нам необходимо понимать основные компоненты этого стиля, так называемые знаковые точки, или приметы стиля. Для удобства понимания и использования назовем их стилистическими паттернами.

Таким образом, в интерьере, спроектированном в минималистском ключе в стиле «неофункционализм», используется наименьшее количество элементов оборудования, оно практически лишено декора и представляет собой наиболее яркий стилевой аспект современной проектной культуры. В данном стилевом направлении таписсерия интегрируется с тектонической структурой лаконичного и функционального интерьера: она минимизирована в своей фактурной поверхности, сливается с цветом стен. Роль таписсерии сводится к смягчению жесткой структурности пространства, дополнению его цветовыми и фактурными доминантами и высокотехнологичными характеристиками самой таписсерии [2].

Единство таписсерии и архитектуры, создает новый образ художественного ансамбля. Таписсерия становится важным элементом, заполняющим стены, своды, перекрытий и т.д. Взаимосвязь между таписсерией и архитектурой обусловлена тектоническими закономерностями. Эта связь может пронизывать все элементы композиции или проявляться в некоторых ее областях. Согласно исследованиям В.Д. Уварова: «Синтез искусства текстиля и архитектуры – наиболее полно проявляется там, где уже при создании эскизов работают вместе художник и архитектор. Естественно, что архитектору принадлежит

инициатива, которая только тогда приносит пользу, когда не принуждает художника исправлять ошибки архитектора, не сумевшего должным образом решить внутреннее пространство. В процессе работы над проектом интерьера архитектор создает оптимальные условия для размещения в нем произведений изобразительного или декоративно-прикладного искусства. Художнику, со своей стороны, чаще всего приходится выполнять большую часть работы по воплощению в материале идеи колористического взаимодействия произведения монументально-декоративного искусства с пространственной средой. Обычно в мировой практике современный интерьер решают на основе комплексного подхода, т.е. на основе ансамблевости, функциональности и гармоничности в организации пространства и цветовой среды. В большинстве случаев синтеза архитектуры и искусства таписсерии удается добиться при помощи общей координирующей идеи. Задачи формирования предметно-пространственной среды интерьера решаются уже при создании эскизов, в которых устанавливаются ритмические, колористические взаимосвязи и ведущие типы пластических взаимоотношений между художественной формой таписсерии и архитектурной стороной интерьера [5].

Именно произведения ручного ткачества, созданные в этот период приверженцами такого авангардного стиля в искусстве и архитектуре, как «функционализм», стали основой и определили направление трансформации таписсерии как произведения искусства не только в данный исторический период ее развития, но и в последующее годы [2].

Таписсерия эпохи авангарда, начиная с периода функционализма, претерпела серьезнейшие изменения в своей художественной форме, она вобрала в себя все новые тенденции архитектуры и только еще нарождающегося дизайна того времени, отразив эти тенденции в композиции через преобладание строгой геометрической формы и лаконичности фигур и лишившись, по примеру с архитектуры этого стиля, излишней декоративности как привычного даже в чем-то основного ранее приема художественного изображения. Интересно, что сюжет так же перестал быть актуальным для многих художников-таписсеров того времени. Причиной этому послужило, конечно же, и авангардное направление развития самого европейского искусства периода функционализма, а также и русского искусства периода конструктивизма.

Но не в последнюю очередь оказала влияние и сама тенденции его развития искусства интерьера в сторону стиля «функционализм». Можно сказать, что таписсерия через использование в композиции геометрических форм, фигур и линий вобрала в себя и отразила основные стилистические архитектурные тенденции и стилистические «паттерны» функционализма – простота, лаконичность, геометричность форм [2].

Функциональность – это универсальное качество, которое было присуще различным архитектурным жанрам на протяжении веков.

Потребность в полезности, практичности и соответствии цели была в основе уже самых первых построек. Поэтому неофункционализм, с одной стороны, будучи архитектурным направлением или движением, отражает и перерабатывает идеи функционализма, а с другой – это не только движение, но и способ восприятия и мышления.

Неофункционализм многообразен. Это различные стили, типы и подходы, не ограничивающиеся единичной типологией и эстетикой [2].

Современная таписсерия, развиваясь в контексте мирового художественного процесса, и являясь частью современной проектной культуры, очевидным образом транслирует те тенденции, которые формируются в мире искусства. Соединение в одной работе разных техник и материалов становится нормой и расширяет для автора границы творчества. На современных биеннале, выставках и фестивалях мы можем видеть работы в смешанных техниках, в которых использовано множество материалов, кроме традиционной хлопковой или шерстяной нити. Кроме того, трансформация современной таписсерии происходит и на уровне ее формы – привычная плоскостная, то есть расположенная строго по стене форма уже не является обязательным условием.

На основании проведенного исследования можно сделать следующие выводы. Стил «функционализм», сложившийся в начале 1920-х гг. оказал большое влияние на развитие архитектуры всего 20-го в. Наиболее характерными его чертами и стилистическими паттернами мы можем назвать: первоочередное внимание к функциональному назначению зданий, помещений, предметов; предельная простота форм – они максимально соответствуют геометрическим формам с прямыми углами, без ломанных или изогнутых линий; мебель также рассматривается только с учетом своей функции в интерьере и имеет такие же геометрические формы, что и планировка квартиры; эргономичность как всего интерьера, так и отдельных предметов мебели, когда отклонения от четких прямоугольных форм возможны только в том случае, если дизайнер стремился повторить в мебели форму человеческого тела; практически тотальный отказ от декора [5].

Главный научный результат заключается в том, что было установлено, что в период властвования таких лаконичных стилей, как «минимализм», «функционализм» и «хай-тек» благородные полотна таписсерии из натуральной шерсти или других материалов, делают интерьеры мягче, радостнее, добавляют им уюта и тепла. Таписсерия вносит яркий акцент в любой жилой интерьер, а также, придает неповторимое своеобразие офисным и другим общественным помещениям. Гармоничная интеграция искусства настенного ковра со средой любого назначения, позволяет создавать уникальную и благоприятную атмосферу для человеческого существования.

Список использованных источников:

1. Архитектурный дизайн. Словарь – справочник. Ростов-на-Дону, 2009. -342 с.
 2. Сергачева О.В., Уваров В.Д. К проблеме взаимодействия таписсерии и современного интерьера Проблемы современного гуманитарного образования глазами молодежи: сборник материалов Второй Всероссийской конференции молодых исследователей. – М.: ФГБОУ ВПО «МГУДТ», 2014. – С. 317-319
 3. Сидоренко В.Ф. Методика художественного конструирования. - М., ВНИИТЭ, 1983. -С. 29-30.
 4. Ткачев В.Н. Архитектурный дизайн. М., 2006. - 352 с.
 5. Уваров В.Д. Авторская таписсерия. Монография - М. 2016. 326 с.
 6. Уваров В.Д. Инновация в искусстве таписсерии, возникающая в результате научно-исследовательской работы. Ученые записки. Выпуск 8./Межкультурная коммуникация. Дизайн. Статья. - М. НОУ ВПО «СФГА» 2009. С. 59-64
 7. Шимко В.Т. Основы дизайна и средовое проектирование. Учебное пособие. – М., 2007. - 58 с
 8. Таписсерия – искусство художественного ткачества (электронный ресурс). Tapestry Art Weaving History. Режим доступа: URL: <http://www.visual-arts-cork.com/tapestry-art> (дата обращения 10.03.16)
- ©Середина А.А., Уваров В.Д., 2016 г.

УДК 7.06

**К ВОПРОСУ ОБ АКТУАЛЬНОСТИ ИССЛЕДОВАНИЯ
СОВРЕМЕННОГО ЭТАПА
РАЗВИТИЯ ЧАСТНЫХ МУЗЕЕВ В РОССИИ**

Шляпникова А.П., Калашников В.Е.

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

В конце XX – начале XXI веков в России после почти векового перерыва, связанного с революцией и национализацией, наметился рост большого количества частных музеев, которые вновь возродились и стали актуальными полноправными участниками культурного процесса.

Музеи служат источником вдохновения и обладают значимостью для культуры. Однако частные музеи современной России представляются не изученной темой для исследования, углублённый анализ их деятельности может быть интересен при изучении современного музейного дела, а выставленные коллекции существенно расширят представления о том или ином аспекте их собраний.

Число частных музеев из года в год неуклонно растёт как в столице, так и в провинции. Мэр Москвы С.С. Собянин отметил, что в городе на период 2016 года действуют около 80 частных музеев и галерей, 26 из которых открыты за последние 5 лет.

Только в Ярославле и Ярославской области в ближайшие три года планируется создать около 250 частных музеев, что обеспечит городу и области дополнительный туристический поток.

В исследовании частных музеев и истории коллекционирования в России существует огромный пробел. В современном искусствознании до сих пор не было проведено исследований современных частных музеев России, как культурных феноменов. Монографические исследования по вышеуказанным темам отсутствуют. Имеются лишь отдельные работы по исследованию коллекционирования и частному музейному делу в России. Тем не менее, анализ современной музееведческой литературы позволяет отметить большой интерес к проблемам современных музеев. Однако все эти работы разрозненны и серьёзного фундаментального исследования частных музеев современной России до настоящего времени не существует.

Современные публикации, касающиеся конкретно темы данного исследования, а именно частных музеев России на современном этапе развития, малочисленны и сводятся в основном к статьям в периодических изданиях. Среди работ, представляющих интерес, хочется отметить публикации И.А. Шалиной [5, с. 72-75] и Н.М. Полуниной [3, с. 37-40], посвященные частному музею русской иконы; Н.М. Полуниной о частном музее мебели В.В. Смирнова [4, с. 88-95] (к сожалению, просуществовав с 2000 г., в 2014 г. музей закрылся); Г.И. Вздорнова о частных музеях и частных коллекциях икон [2, с. 70-74]; Е.Н. Гоголевой о частном музее истории велосипедного дела в России [1, с. 8-12].

Анализ музееведческой литературы позволяет сделать заключение, что концепция частного музея как феномена культуры до настоящего времени в искусствоведении отсутствует по причине недостатка теоретической базы, необходимой для исследования феномена современного частного музея в России.

Частными музеями, называются группы музеев, принадлежащие частным лицам, созданные их силами, поддерживаемые их средствами и доступные для изучения и обозрения [6, с. 731]. Целью создания частных музеев является стремление к популяризации, доступности для научного изучения и обзора личных коллекций. Различаются частные музеи широкого профиля (Музеи истории страны, города, села) и тяготеющие к отдельным профильным дисциплинам (история искусства, археология, этнография и др.).

В нынешнем музейном законодательстве РФ не существует понятие «частный музей».

Большая часть частных музеев и коллекций в России была национализирована и ликвидирована в первые послереволюционные годы. Новый этап развития частных музеев приходится на 1990-е годы, в связи с возникновением условий для их возрождения. Потребность в частных музеях в современной России связана с активным изменением в обществе и культуре, возвращением интереса к этой на долгое время утраченной практике.

Ежегодно в стране открывается от пятидесяти до ста частных музеев.

Частные музеи возникли не только в столичных центрах – Москве и Петербурге, география их распространения широко охватывает большинство регионов страны – Иркутск, Екатеринбург, Ярославль и другие. Точное количество вновь созданных частных музеев в России неизвестно, однако с каждым годом их количество неуклонно растёт.

Разнообразны не только регионы распространения, но и типология современных частных музеев, их тематика.

Наиболее значимой группой музеев являются коллекции произведений искусства – в последние десятилетия возрождаются традиции меценатства в России, на основе частных коллекций, открытых для свободного посещения, их владельцами были созданы, и продолжают создаваться музеи, пропагандирующие те или иные виды искусства.

Интересны частные музеи, созданные на основе новых и чрезвычайно разнообразных объектов музейного коллекционирования: автомобилей, велосипедов, кукол, граммофонов и фонографов, советских игровых автоматов.

Сформировалась и продолжает успешно развиваться частная группа музеев, рассчитанная на интеграцию музеев в туристическую индустрию, в том числе музеи под открытым небом, частные этнографические музеи, музеи предметов быта.

Безусловно, создание частных музеев является прогрессивным событием в культурной жизни страны. В настоящее время созрела необходимость сбора и обобщения базы данных о частных музеях России, осмысление этого феномена в искусствоведческом аспекте, что позволит выявить обусловленность появления частных музеев в современной России, взаимосвязь с национальной традицией, органичность этого явления для новой русской культуры.

Накопление, систематизация и анализ фактического материала подобного исследования поможет извлечь практическую пользу в поисках модели нового современного российского музея XXI века.

Список использованных источников:

1. Гоголева Е.Н. . Велосипедная эпопея. // Мир музея. 2007. № 12 (244).

2. Вздорнов Г.И. Частные музеи икон в России. Из новейшей истории собирания и изучения русской иконописи. // Русское искусство. 2001. № 3(31).

3. Полунина Н.М. Частный музей русской иконы на Вере́йской плазе. // Музей. 2007. № 3.

4. Полунина Н.М. Частный музей мебели Смирнова // Музей. 2008. № 3.

5. Шалина И.А. Частное коллекционирование как общественная миссия: Открытие музея русской иконы. // Русское искусство. 2011. № 1 (29).

6. Янин В.Л. и др. Российская музейная энциклопедия. – М.: Прогресс, Рипол Классик, 2005. – 848 с.

©Шляпникова А.П., Калашников В.Е., 2016 г.

УДК 688.62

КЛАССИФИКАЦИЯ ШИРМ ПО ФОРМЕ И МАТЕРИАЛАМ

Исрафилова С.Э., Морозова Е.В.

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

Ширма – вид перегородки, обычно, состоящий из нескольких рам. Они появились в Китае примерно в 7 веке н.э. и стали очень популярными. Из Китая ширмы попали в Японию, где расписывались знаменитыми художниками, их роспись стала важной частью изобразительного искусства Японии. В Индии ширмы были резными. Их делали из тика со сложным узором, изредка они украшались драгоценными камнями. В Европу ширмы попадают в XVIII в., вместе с модой на все восточное. В наше время этот предмет интерьера не утратил свою актуальность.

Ширмы различаются по форме и выполняются из разных материалов. Самый распространенный вид ширмы – створчатый. Две, три, четыре и более скрепленные между собой створки составляют единую композицию. Классические ширмы имеют деревянный каркас и натянутую ткань или бумагу. Оформление ширмы воспринимается как картина или панно и имеет свой сюжет. В настоящее время украшение створок не столь актуально, предпочтение отдается новым нетрадиционным материалам и их комбинированию, игре форм и объемов. Дизайнеры хотят удивить, сочетая несочетаемое.

Современные ширмы бывают всевозможных форм: круглые, овальные, квадратные, волнообразные, объемные и так далее. Выполняются из различных материалов (дерево, металл, текстиль, стекло, пластик) которые хорошо комбинируются друг с другом. Например, мобильная перегородка Window; бренд: Abstracta из Швеции, выполнена

из формованного войлока на каркасе из МДФ. Её элементы разного объема выступают по принципу шахматной клетки и дополнены специальными емкостями для хранения книг и журналов. Это один из примеров современной ширмы, которая является одновременно и декоративным элементом, украшающим интерьер и системой хранения.

Основными функциями ширмы являются:

1. Зонирование пространства.

Ширма – распространенный вариант зонирования пространства. Ее легко поставить там, где, она нужна и так же легко убрать. Это просто и удобно. В жилых помещениях форма ширм может быть любой. В зависимости от интерьера и предпочтения хозяев.

В медицинских учреждениях ширмы – предмет медицинской мебели, который позволяет оптимально разделять пространства кабинетов на функциональные зоны, обеспечивая комфортную работу врача и удобство пациента. Здесь ширмы в основном выполнены на металлическом каркасе, ножках с натянутой белой тканью прямоугольной формы.

Ширмы используемые в офисах позволяют очень просто и без особых затрат разделить помещение на рабочие зоны для работников и повысить концентрацию внимания и производительность труда. Не отвлекаться на внешние раздражители. Офисные ширмы, красятся в спокойные серые тона, просты и практичны.

2. Декоративный элемент.

Часто ширма является украшением интерьера. В Японии – это сюжетные картины, которые можно рассматривать слева направо, в Индии – резные богато орнаментированные деревянные ширмы «заставляют» зрителя следить за развитием сложного узора.

Это вещь может быть главным акцентом интерьера или его дополнением. Для украшения ее можно поставить в изголовье кровати, во всю стену и сделать главным объектом комнаты.

3. Функциональный предмет интерьера.

Прежде всего, за ширмой удобно переодеваться. Она вносит в интерьер элемент приватности. Ширма так же может использоваться как стеллаж, на ней можно расположить карманы или корзины для хранения вещей, домашнюю фото-стену и даже быть грифельной доской для ребенка. Такие ширмы обычно состоят из нескольких створок.

4. Изменение пространства интерьера.

Использование в интерьере зеркальных ширм позволяет зрительно увеличить пространство. Их способность отражать помогает придать комнате глубину, сделать ее ярче и светлее изменить геометрию помещения. Большое значение имеет правильное расположение источников света, чтобы они усиливали освещение комнаты, делая ее более просторной. Данные ширмы почти всегда створчатые, прямоугольные достаточно высокие.

5. Арт-объект.

Ширма так же может быть и арт-объектом. Их отличие от других художественных форм в том, что они не подчиняются никаким точным правилам с точки зрения материала и формы. Часто это нефункциональный предмет, суть которого состоит в привлечении внимания и визуальном взаимодействии со зрителем. В интерьере это всегда акцентная вещь, поэтому располагать арт-объект стоит в хорошо освещенном, простором помещении, например, в гостиной или спальне. По форме этот вид ширм самый разнообразный и зависит от задумки дизайнера. Например, металлический круг, сплюснутый по бокам, объемная ширма, напоминающая улей, ширма – витраж из цветных стекол, которая отбрасывает красивые цветастые тени на стены и пол.

Подводя итоги, можно сделать следующие выводы:

- современные ширмы можно разделить на традиционные и дизайнерские;
- традиционные ширмы оформляются орнаментом или сюжетными композициями, в их изготовлении чаще всего используется дерево, ткани и кожа;
- дизайнерские ширмы являются экспериментом проектировщика.

Для их создания привлекаются необычные материалы, которые не требуют включения орнамента.

Список использованных источников:

1. Я. Волженцева. 15 необычных ширм [Электронный ресурс]: журнал дизайнеров и архитекторов/ 4living.ru © 2016.-Электронный журнал. - 4living.ru © 2016.- Режим доступа к журналу: <http://www.4living.ru/items/article/originalnye-shirmy/>

2. Ширмы: история и применение [Электронный ресурс]: журнал мастеров декоративно – прикладного иск./ © 2006–2016. Ярмарка Мастеров и livemaster.- Электронный журнал.- Режим доступа к журналу: <http://www.livemaster.ru/topic/939659-shirmy-istoriya-i-primeneniye?&inside=0&wf=>

©Исрафилова С.Э., Морозова Е.В., 2016 г.

УДК 745.52 +746.1

ТАПИССЕРИЯ И ФРЕСКИ КАК НЕОТЪЕМЛЕМЫЙ ЭЛЕМЕНТ ДЕКОРАТИВНОГО УБРАНСТВА ИТАЛЬЯНСКИХ ПАЛАЦЦО

Корочкина А.Л., Уваров В.Д.

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

С давних времен и по сей день человек стремился создать удобное и уютное жилище. Декоративное украшение интерьера возникло еще в

доисторические века: полы устилались шкурами, а на стены наносились примитивные рисунки. Поэтому проблемы формирования убранства жилого интерьера всегда привлекали к себе внимание. Тема жилища и истории его интерьера очень обширная, в данной статье будет рассмотрена история развития жилых интерьеров Италии с XIV по XVIII века.

К XIV веку вымышленный идеализированный мир, созданный литературой двух прошлых столетий, начинает подчеркиваться также и в реальной жизни знатных господ, что сказывалось и на оформлении интерьера высшего слоя общества. Яркость и пышность этого времени отражается во многих предметах интерьера, в оформлении домов, богатых и роскошных церемониях и празднествах, которые так полюбили знатным людям. Кроме того, парадные помещения украшались различными предметами, имеющими отношение к их владельцу. Например, в парадном зале сэра Джона Фэстолфа в Кейстере были развешаны пики, арбалеты, мечи, копьё и щит. Все это отражало славное прошлое рыцаря. Потолки и стены покрывались различными украшениями и росписями, включая росписи связанные с личностью владельца. Например, парадное полотнище герцога Беррийского было расшито золотыми лилиями и изображениями медведей и белых лебедей, что указывало на любовь герцога к некой даме Урсиле. К концу 14-го и на протяжении 15 века частная жизнь и личные удобства хозяина дворца и его семейства стали более важны, чем его общественные деяния. Парадные залы стали использоваться исключительно для торжественных церемоний и украшались наиболее пышно и роскошно, а центром повседневной жизни стали личные покои [1]. Палаццо Даванцети был построен в 1370 году семьёй Давицци (Davizzi), затем был продан семье Бартолини (Bartolini), после чего уже был куплен экономистом Бернардо Даванцети. Здание принадлежало семье Даванцети до 1838 года. Наиболее важной особенностью палаццо Даванцети являются его интерьеры и архитектура в точности передающие стиль и декоративное убранство шикарного и дорогого особняка XIV века и показывающие переход от средневековых домов к ренессансному дворцу. Палаццо представляет собой комплекс средневековых домов, объединенных общим фасадом. Фасад палаццо уникален тем, что изначально, в эпоху позднего средневековья, состоял из трех арок, которые были переоборудованы в лоджии в стиле Ренессанс. Интерьер Дворца Даванцети (Davanzati) спланирован по этажам. На верхних этажах здания, где находятся личные покои, хозяева проводили большую часть своего времени. Интерьер верхних этажей поражал своей роскошью, богатой отделкой и росписями, терракотовыми полами, а также высокими потолками, отделанными деревом. Стены спальных комнат были богато украшены орнаментальными и сюжетными росписями (в одной из спален замка росписи стен включали в себя гербы флорентийских семей). Центральным объектом спальни была большая кровать, часто

украшенная тяжелыми занавесями, а вокруг располагались стулья и кассоне. Дворец имеет несколько ванных комнат, помещения которых очень малы. Стены этих малометражных пространств тоже расписаны. Самые богато украшенные интерьеры дома – это залы, предназначенные для приема гостей и проведения различных мероприятий. Благодаря большому количеству окон, обрамленных многостворчатыми ставнями, в залы проникает много света. Стены украшены росписями, также на стены могли вешаться ткани, о чем свидетельствуют кронштейны на стенах залов. Художественная роспись отражала предназначение помещения и указывала на статус владельца дома, именно поэтому все стены значимых помещений дома активно декорировались. Беднее всех были обставлены хозяйственные помещения: на стенах этих комнат не было никаких росписей. Например, на кухне находилась только кухонная утварь, а также камин с подвесным котлом. Интерьер палаццо Даванцети был спланирован очень грамотно и включал в себя все необходимые помещения: залы, спальни, студиоло, столовые, ванные комнаты, а также туалеты и брачные комнаты, которые были большой редкостью и находились только в домах очень знатных особ. Все стены этих помещений были богато декорированы росписями и, вполне вероятно, тканями полотнами. Росписи носили в основном орнаментальный характер. В настенных фресках дворца очень много геральдических и растительных мотивов, а также птиц. Жилые дома, в которых жили знатные господа того времени, с конца эпохи Средневековья постепенно росли вверх, преобразаясь в башни, что показывала всю силу, мощь и тщеславие влиятельных владельцев этих домов [2].

В эпоху Ренессанса также изменилось представление о жилом доме, и стал возможен другой вид жилья – загородная неукрепленная вилла. В качестве подлинного искусства жизни Ренессанс стал уделять внимание, как дворцу знатного магната, так и жилищу состоятельного бюргера. Для чиновников, художников и ученых строились дома с богатым, а иногда и с простым убранством. Также много внимания уделялось отделке больших залов, комнатам для приемов, жилым помещениям. В настенных росписях стало появляться больше сюжетных композиций. Очень выразительно украшались входы и подступы к ним [3]. Исключительно богато также декорировались стены: живописные росписи величайшей художественной ценности покрывали практически все плоские поверхности замков, будь то стены или потолки. В декорировании стен часто стали использоваться тканые полотна. Таписсерия и художественные фрески дома, наглядно демонстрировали гостям, насколько богат и влиятелен владелец. Поэтому в жилых помещениях представителей власти стены практически сплошь завешивались таписсериями или кожей, а также оклеивались бумагой с рукописными или печатными рисунками [4]. Согласно исследованиям Уварова В.Д.: «Таписсерия предьявляет к архитектурному пространству

свои права, оставляя зодчеству часто лишь область выражения структурного качества и организующую роль. Попав в сферу архитектуры, она выходит из рамок прикладной замкнутости и, активно воздействуя на пространство интерьера, становится носителем духовности» [7]. В эпоху Ренессанса особое внимание стало уделяться каминам. Они представляли собой огромные монументальные конструкции с богатейшей отделкой. В имении банкира Жака Кёра в Бурже было построено громадное каминное сооружение с завершением в виде башни, украшенное фризом, на котором были вырезаны изображения участников турнира рыцарей и охотников, восседающих верхом на обезьянах. Кёр был банкиром многих знатных господ [5].

В декорировании стен и потолков жилых интерьеров аристократического общества помимо таписсерии и росписей, широко стали использоваться скульптура и штукатурная лепка. Типичным примером жилого интерьера эпохи позднего Ренессанса является роскошное жилище дворцового типа семьи кардинала Фарнезе Капрарола близ Витербо (1559-1573 г.г.). Замок, весь украшенный фресками с сюжетными линиями, орнаментальными композициями, а также мотивами садов, растений и птиц, отличает присущее данной эпохе величие. 12 парадных комнат виллы прославлены своими фресками работы братьев Таддео и Федерико Зуккари. Росписи покрывают все пространство стены от потолка до пола. Сюжетные композиции фресок изображают подвиги Геракла и Александра Великого, а также представителей самой семьи Фарнезе. Например, в зале исторических хроник Фарнезе, росписи повествуют о самых славных моментах знатной семьи владельцев. В создании фресок замка семьи Фарнезе свое участие приняли многие художники. Например Джакомо Цангуиди (иль Бертойе), Рафаэлино да Регио, Антонио Темпеста, Джакомо дель Дука и Джованни Де Веччи. Таким образом, великолепные художники, которые трудились над фресками дворца, придавали этим росписям еще большую значимость и ценность. Стоит также отметить эффектную винтовую лестницу для подъема на второй этаж, размещенную в одном из углов замка. В её композиции великолепно выражена барочная идея вечного движения. Импозантный замок Фарнезе Капрарола пример глубокого интереса к античной классике и введение протобарочных архитектурных приемов. А в оформлении внутреннего пространства замка во многом сказывается сильная склонность к живописному в духе барокко [6].

Изучив дворцы Италии данного периода, можно сделать вывод, что знатные господа того времени стремились продемонстрировать свое жилище в самом лучшем свете, тем самым, показав свой высокий социальный статус. Особенно это отражалось на декоре стен. Покрывающие все пространство стен великолепные росписи и тканые полотна воплощали всю роскошь и величие жилого интерьера, а также

демонстрировали посетителям дома изысканный вкус владельца. Таким образом, настенные росписи и таписсерия не только придавали интерьеру роскошный вид, но и предоставляли возможность публично засвидетельствовать перед современниками свой социальный статус. Мода убранства интерьера менялась, но роскошь и парадность дворцов оставалось на протяжении веков нетронутой.

Список использованных источников:

1. Л. Бхаскаран «Дизайн и время» - М.: Издательство Арт-Родник, 2007. - 123-178с.
2. Ч. Мак-Коркодейл «Убранство жилого интерьера» - М.: Искусство, 1990. – 47-123 с.
3. К.О. Гартман " История архитектуры" том 2- М.: ОГИС. ИЗОГИС, 1938. – 13-30 с., 118-123 с.
4. Berti L. Palazzo Davanzati. – Firenze: Arnaud, 1958.- 14 с.
5. Thornton P. The Italian Renaissance Interior 1400–1600. – 6-15 с.
6. Museo palazzo reale Genova (электронный ресурс). Режим доступа: <http://palazzorealegenova.beniculturali.it/en/palazzo/palazzo>. (дата обращения 09.10.2016)
7. Уваров В.Д. Проблема эстетической организации предметно-пространственной среды интерьера «Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА» /Московская государственная художественно-промышленная академия имени С.Г. Строганова. – МГХПА, 2016. – № 2. Часть 1 – 4-16 с.

©Корочкина А.Л., Уваров В.Д., 2016 г.

УДК 745.52+746.1

**ИСКУССТВО ТАПИССЕРИИ
В ИНТЕРЬЕРАХ ОБЩЕСТВЕННЫХ ЗДАНИЙ**

Доброва А.А., Уваров В.Д.

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

Человек, попадая в общественное помещение, должен почувствовать его значительность, статус и величие. Примером могут служить интерьеры судов, банков, правительственных учреждений, вызывающие уважение посетителя. В качестве средства формирования образа общественного интерьера как нельзя лучше подойдет таписсерия. Недаром дворец Наполеона был весь украшен таписсериями с изображениями собственных побед и походов.

Целью работы является исследование таписсерии в качестве средства формирования образа общественного интерьера и разработка натурального образца в авторском исполнении.

Для достижения данной цели поставлены следующие задачи:

- выявить существенные особенности общественного интерьера;
- проанализировать этапы формирования образа общественного интерьера;
- разработать рекомендации по созданию таписсерии для общественного интерьера;
- изучить художественные особенности таписсерии общественных интерьерах в 1970-1990 г.г.;
- выявить сходства и различия московской и петербургской школ таписсерии;
- определить признаки синтеза искусства текстиля и архитектуры.

Значительный успех искусства таписсерии в истории мировой культуры объясняется не только ее утилитарной, эстетической и ансамблевой функциями, решающую роль здесь играют соображения престижа. Высокая социальная значимость произведений таписсерии давала их владельцам возможность публично засвидетельствовать перед современниками свой ранг и авторитет. Так было и в Средние века, и в Новое время, и в настоящий период истории. Например, Наполеон Бонапарт считал, что социальный рейтинг нового режима, в частности военных походов, существенно повысится за счет «увековечивания» наполеоновской эпопеи именно в произведениях таписсерии, специально созданных для украшения императорских дворцов [1].

Обращение современных дизайнеров к средствам текстильного дизайна не случайно, ведь текстиль наиболее мобильное средство изменения художественно-образного звучания и часто не предусматривает монументально-статических решений вроде мозаики, витрин, в то же время современный текстиль имеет чрезвычайно широкую палитру техник и свойств.

Формирование предметно-пространственной среды любого интерьера – сложный процесс, в котором задействованы специалисты различных профилей, не только архитектурно-дизайнерского направления, но и инженерные специалисты. Среда жизнедеятельности человека всегда выражает «...человеческие отношения, фиксирует социальные сдвиги и культурные процессы, она впитывает в себя пространство как художественный материал, в результате возникают новые связи между человеком и предметно-пространственной средой, которая находится в процессе постоянных изменений...» [2]. Общественный интерьер свидетельствует о наиболее значимых тенденциях в обществе, ведь он рассчитан на восприятие множеством различных социальных групп. По утверждению В.Д. Уварова: «Для удовлетворения потребностей разрозненных потребительских групп интерьер общественного назначения должен базироваться на гармоничном сочетании назначения,

композиционного единства и совершенства конструктивно-технологических решений» [3].

Текстиль в интерьере общественного назначения используется в двух направлениях – исключительно как прием оформления пространства и как комплексное дизайнерское решение.

Разница в этих подходах является значительной, ведь под оформлением интерьера понимают изменение стилистического решения без учета особенностей пространства. Дизайнерский подход характеризуется активной работой дизайнера текстиля на начальной стадии проектирования, когда стилистика помещения задается текстилем и текстиль является доминантой в интерьере. Согласно В.Д. Уварову: «Определение роли текстиля в формировании общего образа и стилистики определяется концепцией проекта, которая, соответственно, апеллирует как к концепции дизайнера, так и к требованиям заказчика, исходя из функциональных особенностей заведения и направления его деятельности» [5].

В России сложились две, относительно, самостоятельные школы гобелена – московская и петербургская, которые формируют направления развития, готовят мастеров, способствуют сохранению национальных особенностей. Их наличие позволяет динамично развиваться искусству таписсерии в России в процессе сотрудничества-соперничества. Главными учебными заведениями, воспитывающими российских мастеров гобелена, следует считать МГУДТ, художественно-промышленную академию им. С.Г.Строганова в Москве и художественно-промышленную академию им. А.Л. Штиглица в Санкт-Петербурге.

Согласно исследованию Бетцевой Н.И.: «Их общими чертами, соответствующими понятию российской (советской) школы, являются приверженность гладкому гобелену, принадлежащему плоскости стены, и высокая образная содержательность работ. При этом ярко выражены и особенности каждой из школ гобелена» [4].

В результате исследования было установлено, что таписсерия, предназначенная для общественных зданий, существенно отличается от таписсерии для жилых интерьеров. Это отличие проявляется в том, что образный строй общественных интерьеров, а вместе с ним и таписсерии предполагает решение социально значимых тем: любви к своей Родине, гордости за свой народ, настраивает на позитивный лад, воспитывает активную жизненную позицию, а также наличие в интерьере здания таписсерии поднимает престиж организации.

Список использованных источников:

1. Уваров В.Д. Образная система текстильной пластики в экологии дизайна предметно-пространственной среды интерьера. // Синтез искусств и художественная культура. Статья. Сб. науч. тр. МХПИ им.С.Г. Строганова. -М. 1995.-С. 125-130

2. Кальницкая В.Н. Текстиль как средство формирования предметно-пространственной среды интерьера общественных заведений. //Искусство и культура. Статья. -Витебский государственный университет им. П.М.Машерова -2015. -С45-50

3. Уваров В.Д. Венгерский гобелен в интерьере// Современное венгерское искусство и литература. Статья. - М.ВНИИ искусствознания 1991. -С. 200-210

4. Бещева Нина Игоревна. Гобелен в общественных интерьерах России 1970-1990 гг. На примере творчества мастеров Петербургской и Московской школ. Автореф. дис. канд. Искусствоведения. -М., 2004. 110 с.

5. Уваров В.Д. События всемирной истории в искусстве таписсерии 19-20 веков. /Европейское искусство 19-20 веков. Исторические взаимосвязи. Статья. Государственный институт искусствознания, - М.: 1998. - С. 130-145

©Доброва А.А., Уваров В.Д., 2016 г.

УДК 7

ПРОБЛЕМА СТАНОВЛЕНИЯ ГРАФФИТИ КАК СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА

Бусыгина Ю.В.

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

В современном обществе наверняка каждый сталкивался с разрисованными стенами в своем дворе, или непонятными росписями в вагоне метро или в автобусе. Многие даже не задумываются о том, что стоит за всем этим, что подобные настенные рисунки вошли в современную культуру как неотъемлемая часть. Такое творчество получило название – Граффити. Однако не все люди признают его и считают искусством. Так что же такое Граффити, вандализм или искусство?

Цель статьи: проанализировать проблему восприятия граффити в современном обществе.

Задачи: рассмотреть историю становления граффити; дать характеристику граффити как искусства; рассмотреть наиболее значимых людей в мире граффити.

В ходе работы над темой были использованы источники и литература официального характера: интервью, документальные фильмы, статьи о субкультуре Граффити.

«Граффити – это не искусство, а банальный вандализм. Воплощение подсознательного низменного желания нарушить правила и почувствовать себя настоящим первобытным художником» [6]. Именно так В. Ковнер в

своей статье характеризует граффити. Такие выводы делаются в основном повседневными обывателями, не имеющими глубокого представления о современной урбанкультуре. «Конечно, школьник рисующий на стене скорее всего не понимает что он делает, но думает что нарисовал настоящее граффити» [4], говорит Антон Черноок, райтер из Благовещенска. Для того, что бы понимать, что же такое граффити, нужно окунуться в историю его создания.

Если начинать с древнейших времен, то самые ранние граффити появились в 30 тысячелетии до н. э. Тогда они были представлены в форме доисторических наскальных рисунков и пиктографий, нанесенных на стены такими инструментами, как кости животных и пигменты. Подобные рисунки часто делались в ритуальных и священных местах внутри пещер. Чаще всего на них изображали животных, живую природу и сцены охоты [5]. Так мы видим, что с древнейших времен граффити изображается именно на стене, и несет в себе определенный посыл, воспринимается как инструмент с помощью которого можно донести до людей необходимую информацию.

Однако Граффити, в том виде, в каком мы их знаем сейчас, зародились в Нью-Йорке как составная часть культуры хип-хоп. Граффити использовались как сигнал банды для маркировки территории или служили как обозначение или «тег» деятельности этой самой банды. Первым писать, именно свое имя, начал некий «Такі 183», работая посыльным в Нью-Йорке Такі начал оставлять свое имя на стенах тех зданий, в которые заходил, плюс парень приписывал к нему номер 183, который был номером улицы, на которой и жил рассыльный [5].

Так молодые ребята начали подхватывать идею и писать свои имена на стенах, затем, что бы имя было лучше видно, его начали писать более объемными буквами. «Большой респект ты получаешь, если твой ник, расположен на самом видном месте, значит, большее число людей увидят твою работу» [4], говорит художник. Однако не всем хотелось бы украшать свой дом или гараж подобным творчеством. Из-за этого, нередко случались стычки между полицией и художниками, из-за чего за последними и закрепился ярлык вандалов.

Таким образом, мы видим, из-за чего у людей сформировалось негативное отношение к граффити и восприятие его как акта вандализма. Однако из за того что граффити не стояло на месте, а, также как и все вокруг развивалось, обычные буквы стали приобретать разные очертания, и производить впечатления на определенных людей, которые стали нанимать художников, что дало толчок легальному граффити.

Оценить всю красоту уличного искусства, поможет понимание стилей, в которых изображается рисунок. Исходя из данных в сообществе граффитчиков, общепринято выделять четыре основных стиля: Бабл, Вайлд стайл (или дикий стиль), Блок (большие наброски букв) и так

называемый «кэрэкс» (изображение на стене различных персонажей) [2]. Затем развиваясь, в граффити стали появляться более усовершенствованные и сложные стили, к примеру 3D-стиль, в таком стиле буквы становятся уже практически не читаемыми, однако композиция становится более целостной и интересной.

Так по мере развития, граффити все больше становилось искусством, нежели игрой мальчишек со двора. Теперь больше стало цениться качество изображения, смысл оставить свое имя отошел на второй план. Теперь нам следует разделить вандалов, которые, как выразился Ковнер, «пишут на памятниках неофициальные политические и религиозные лозунги» [6] и настоящих художников, которые посвящают этому направлению всю свою жизнь.

Так один из самых знаменитых граффити художников Бэнкси, приобрел свою известность благодаря тому, что на улицах Лондона стали появляться картины социального характера. В своих работах Бэнкси, стремится осветить то, о чем люди забыли, или как они изменяются под влиянием общества, политические проблемы так же присутствуют в работах художника [1]. Помимо многочисленных выставок, Бэнкси внес свой вклад и в экономику Британии. В 2015 году был создан тематический парк развлечений Dismaland, задуманный как сатира на индустрию развлечений, он принес экономике 20 млн. фунтов, сообщает РБК [7].

Говоря о России, то одним из самых известных граффити художников, в нашей стране, является Паша 183, так же его называют «вторым Бэнкси», из-за тематики и посылки в его подходе. Паша 183, украсил «серую» Москву своими работами, которые напоминают людям, что счастье вовсе не в деньгах, или о том, что время, к сожалению не вечно, так многим известна его работа «Сказка о потерянном времени» [3]. Интересен тот факт, что сам Бэнкси знал о существовании такого человека в России, и после смерти художника посвятил ему работу, которую назвал P 183 R.I.P [8]. Более того, на канале YouTube можно найти документальный фильм, который так и называется «Паша 183», где рассказывается о жизни и творчестве художника.

Так же говоря о значимых людях в мире граффити и о том как они повлияли на его становление как искусства, можно назвать такие имена как Obeu, Mark Eco, граффити художники которые создали свою линию одежды. Отдельное внимание можно уделить еще одному уроженцу Британии, Адаму Ниту. Нит считается одним из самых влиятельных художников этого направления. «Английская The Telegraph наградила Нита званием известного художника современности. Первые работы Адам выполнял на плотном картоне, который затем оставлял в разных местах Лондона. Сегодня его картины выставляются в галереях, а самая известная The Apprentice была продана недавно за внушительные \$ 69692» [8].

Так, мы кратко проследили, как граффити от уличных набросков на стенах, перешло в самые знаменитые галереи мира. Да, безусловно, на сегодняшний день, все еще актуальным остается проблема вандализма в виде различных «лозунгов», которые воспринимают как граффити. Однако, нужно отличать уличные работы хулиганов, от тех работ, которые выполняются на заказ художниками, мастерами своего дела.

Список использованных источников:

1. Выход через сувенирную лавку. Документальный фильм о Бэнкси [Электронный ресурс] // YouTube – офиц. сайт. – 2016. – Режим доступа : <https://www.youtube.com/watch?v=mdnHSo7PY74>

2. «Граффити Сообщество», группа в социальной сети ВКонтакте [Электронный ресурс] // ВКонтакте – офиц. сайт. – 2016. – Режим доступа : <https://vk.com/anisvandal>

3. Документальный фильм «Паша 183». [Электронный ресурс] // YouTube – офиц. сайт. – 2016. – Режим доступа : <https://www.youtube.com/watch?v=aa2MZT8L9RU>

4. Интервью с представителем суб. культуры в соц. сети ВКонтакте [Электронный ресурс] // ВКонтакте – офиц. сайт. – 2016. – Режим доступа : <https://vk.com/wildgraffiti>

5. Граффити. История. [Электронный ресурс] // Вестник К информационный портал – офиц. сайт. – 2016. – Режим доступа : <http://vestnikk.ru/society/man-art/4357-graffiti-istoriya-i-vidy.html>

6. Ковнер В. Граффити – искусство или вандализм. [Электронный ресурс] // Петербургский почтовой – офиц. сайт. – 2016. – Режим доступа : http://www.sankt-petersburgpost.ru/stuff/kultura/kultura/graffiti_iskusstvo_ili_vandalizm/18-1-0-459

7. Новикова А. В Риме открылась крупнейшая выставка Бэнкси [Электронный ресурс] // РБК – офиц. сайт. – 2016. – Режим доступа : <http://style.rbc.ru/view/art/5744184e9a7947efdc9257af>

8. Портал Trendymen. Наскальная Живопись [Электронный ресурс] // Trendymen – офиц. сайт. – 2016. – Режим доступа : <http://trendymen.ru/lifestyle/media/118669/>

©Бусыгина Ю.В., 2016 г.

УДК 5527**ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА ПРЕДМЕТЫ ИСКУССТВА**

Литвин В.Р.

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

Ценообразование на различные экономические блага напрямую зависит от затрат на их производстве. Произведения искусства являются исключением из этого правила в силу своей специфичности, из чего следует, что процесс рыночной оценки происходит абсолютно по-другому. В статье рассматриваются особенности ценообразования на предметы искусства.

Человек, ни разу не сталкивающийся с таким понятием, как арт-рынок, имеет мало представления о процессе ценообразования на предметы искусства и не видит в этом ни логики, ни закономерности.

Для начала, что же такое арт-рынок? Это одна из самых сложных и тонко организованных составляющих рыночного механизма. Сложность состоит именно в особенностях ценообразования. Большая часть маркетинговых ходов и экономического анализа не могут определять стоимость того или иного предмета искусства, так как арт-бизнес довольно специфичен. Арт-рынок стал неотъемлемой частью как сферы искусства, так и экономики.

В XX веке появляется такой термин, как «актуальное искусство» [1]. Оно ориентированно на современников, на их ценности и проблемы. Именно в этот период появляется художник, получающий признание еще при жизни. Из этого следует, что коммерческий успех становится одной из главных составляющих его популярности. Чтобы реализовать себя, таланта становится мало, если он не подкреплён высокими ценовыми показателями.

Модели ценообразования на рынке предметов изобразительного искусства были рассмотрены в работах В. Грампа, П. Онофри, Г. Канделы и А. Скорсу и др. Принципы работы художественных аукционов и ценообразования в их рамках изучали О. Ашенфельтер, Р. Аньелло, О. Шанель и С. Винсан, М. Шубик, К. Смит и др.

Существует два принципиально разных метода ценообразования [2]. Согласно первому, наличие фиксированной цены на предметы изобразительного искусства невозможно. Ни автор, ни коллекционер, ни эксперт не могут заранее предугадать, насколько высокой будет указанная рыночная оценка и будет ли она оправдывать ожидания. Второй метод заключается в том, что цена зависит именно от рыночной оценки, практически не принимая во внимание на затраты автора.

Произведения изобразительного искусства – товар специфический. Маркетинг и реклама вне художественной среды становится невозможной, если речь идет именно о продвижении автора. Для России задача становится еще более сложной, если учитывать отсутствие в нашей стране рейтинга художников. Отсутствие выраженной иерархии не дает Западу ясного представления о русском актуальном искусстве. Таким образом, если работы ведущих зарубежных художников имеют стоимость от 70 тысяч долларов, то работы равных им по статусу русских художников будут стоить от 3 до 7 тысяч долларов.

От чего же еще зависит цена на произведение искусства? Немаловажную роль играет имя автора, которое он зарабатывает участием в престижных международных выставках. Также большое влияние оказывает частота упоминания автора в солидных арт-изданиях и наличие его работ у знатоков и крупных коллекционеров. Данные факторы рассматриваются довольно придирчиво.

Еще один важный аспект – бренд [2]. Это результат накопления положительного опыта, многолетняя работа с клиентами и средствами массовой информации и тонкая маркетинговая политика. Успешный брендинг создает репутацию марки и ценовую надбавку. Именно благодаря брендингу, потребитель скорее купит товар, который всем известен и у всех на слуху, чем аналогичный, но без марки. В мире искусства такая доплата за бренд может быть весьма внушительных размеров.

На арт-рынке существует 5 групп дилеров:

- 1) дилер незначительных предметов;
- 2) дилер автора предмета;
- 3) дилер коллекционера;
- 4) дилер-любитель;
- 5) дилер-бизнесмен, использующий собственные возможности экспертизы или привлекающий эксперта со стороны.

Среди дилерских компаний, специализирующихся на современном искусстве, одним из примеров уважаемого бренда, можно считать галерею Ларри Гагосяна. Он известен как превосходный галерист, представляющий десятки прославленных современных художников, таких как Джеф Кунс, а также наследие таких мастеров, как Пабло Пикассо. Годовой доход его галерей составляет около 1 миллиарда долларов.

В современном искусстве в ценообразовании важную роль играют кураторы, которые манипулируют стоимостью произведений современных мастеров с помощью пиара, выставок, выпуска каталогов и оценок критиков.

У арт-рынка есть одно главное правило. Заключается оно в том, что цены на произведения художника не должны снижаться. Это правило

работает для всех без исключения. При снижении цены теряется иллюзия успеха, публика перестает воспринимать художника всерьез, спрос падает.

Цена также зависит от «географии». Существует два «нервных центра» – Лондон и Нью-Йорк. Именно здесь брендинг, очевиднее всего, и имеет максимальное значение.

Итак, объективными и субъективными факторами, влияющими на ценообразование, являются [5]:

- 1) общепринятый класс мастера, его известность и принадлежность к определенной эпохе;
- 2) личная история автора;
- 3) наличие работ мастера в ведущих музейных коллекциях и галереях;
- 4) оценки критиков, участие в международных проектах;
- 5) частота проведения персональных выставок, вхождение в авторитетные каталоги;
- 6) возраст произведения;
- 7) техника;
- 8) качество работы;
- 9) размер произведения;
- 10) провенанс (наличие подписи, датировки и т.п.);
- 11) личные пристрастия покупателей;
- 12) желание обладать конкретным произведением;

Предметы изобразительного искусства является неотъемлемой и значимой частью национального богатства государства [3]. При составлении рейтингов экономик стран все больше учитывается влияние предметов искусства на вес экономики страны. Таким образом, делается вывод о необходимости устойчивой денежной оценки на предметы искусства для оценки инвестиционной привлекательности государства.

Список использованных источников:

1. Гельман М. Как продавать искусство
2. Долгин А. Экономика символического обмена
3. Кукушкин Н. Этапы развития рынка предметов изобразительного искусства. Теория и практика ценообразования
4. Бегма Ю. и Шабельникова Д. Секреты ценообразования на арт-рынке
5. Курмашева А. Ценообразование на рынке произведений актуального искусства

©Литвин В.Р., 2016 г

УДК 004.921

СТЕРЕОТИПЫ ВИЗУАЛЬНОЙ НОВЕЛЛЫ И ВОЗМОЖНОСТЬ ЕЕ РАЗВИТИЯ В РОССИИ

Мартынова О.Ю.

Национальный институт дизайна

Визуальная новелла – жанр игр для планшетов и ПК, зародившийся в Японии. Жанр представляет собой иллюстрированное литературное повествование, где читатель в ключевые моменты может принять то или иное решение, влияющее на развитие событий. Его особенностью является сравнительно ограниченная интерактивность и доминирующее значение визуальной и сюжетных составляющих. Графика занимает основную часть экрана и состоит из пакета фонов и изображений персонажей без фона (спрайтов), которые меняются по ходу действия.

Жанр визуальной новеллы как игры характеризуют особенности подачи литературной части и графического оформления, но само содержание текста, сюжет и манера иллюстрирования могут быть самыми разнообразными. Вместе с тем, многие из них довольно однообразны и повторяют друг друга. Можно предположить, что проблема возникла из-за стереотипов, которые будут рассмотрены ниже.

Стереотип 1. Визуальная Новелла и симулятор свиданий – это одно и то же.

Визуальные новеллы ошибочно отождествляется с симуляторами знакомств (дейт-сим), узким жанром визуальных новелл, имеющим свою определённую специфику.

На деле, существует несколько типов визуальных новелл по виду игровой механики. Большинство архивов визуальных новелл используют сортировку именно по ним.

Кинетическая новелла (Kinetic Novel) – самый ограниченный в интерактивности тип. Его отличает отсутствие ветвления сюжета, вариантов выбора и возможности читателя влиять на него. Игрок фактически выступает в качестве читателя и принимает историю такой, какая она есть, без возможности влиять на происходящее.

Звуковая новелла (Sound Novel) – тип схожий с кинетической новеллой, но с большим упором на звуковое сопровождение (музыку, звуковые эффекты и актёрское озвучивание текста) и более слабой графической частью.

ADV (Adventure) – здесь текст выводится через небольшое окно, чаще всего расположенное в нижней части экрана. Оставшееся пространство отведено под иллюстрации, фоны и спрайты персонажей. Иногда используются дополнительные эффекты, такие как смена палитры, приближение/отдаление, вращение, волны, тряска экрана и прочие.

Текстовое окно вмещает только небольшой объём текста, для жанра характерны короткие предложения. Для имён (либо значков или портретов, отождествляющих персонажей, от чьего лица произносится предложение) обычно предусмотрена отдельная область текстового окна. Это упрощает читателю возможность отслеживать ход диалога. Когда от зрителя требуется сделать тот или иной выбор, ему предоставляется (иногда анимированное и даже озвученное) окно с вариантами действий. Подавляющее большинство визуальных новелл, существующих на данный момент, относятся именно к этому типу.

NVL (Novel) – здесь текст выводится во весь экран на полупрозрачном слое (обычно чёрного цвета), за которым отображаются иллюстрации и спрайты персонажей. Характерны длинные текстовые описания. Часто отсутствуют метки, указывающие на принадлежность фраз конкретным персонажам.

Симулятор знакомств (симулятор свиданий, дэйт-сим, от англ. dating simulation) – специфический подвид визуальных новелл с наибольшим уклоном в элемент игры и с наименьшим значением сюжетной части.

Таким образом, симулятор знакомств является лишь одним из типов механики визуальных новелл, а в иных классификациях, выносится в отдельный от них жанр, а значит, отождествлять визуальную новеллу и симуляторы знакомств неверно.

Стереотип 2. Визуальные новеллы – эротические игры для взрослых.

Визуальные новеллы делятся не только по типу механики, но и по жанру литературной части. Как и в художественной литературе, выделяют такие жанры как научная фантастика, фэнтези, ужасы, драма, комедия, любовные романы и так далее. Кроме того, визуальные новеллы выпускаются для различной аудитории, как взрослых, так и подростков.

Так, в целях определить средний возраст людей, увлечённых визуальной новеллой в нашей стране, был проведён опрос в группе крупнейшего электронного архива визуальных новелл в России (в котором публикуются японские визуальные новеллы в любительском переводе и работы российских разработчиков) «Visual Novel Визуальные новеллы». Опрос показал, что подавляющая категория российской аудитории, увлечённых визуальными новеллами, находятся в возрасте 16-18 лет.

Стереотип 3. Иллюстрации и спрайты визуальных новелл всегда в стилистике «Аниме».

Самый устойчивый стереотип, наиболее близкий к действительности.

Жанр компьютерных игр возникает в Японии, где стилистика «аниме» является повсеместной. Вместе с тем, стилистика визуальных новелл разнится. Среди них есть рисованные новеллы, графический стиль которых самобытен, и имеет мало общего с японской стилистикой (например, Arthur: The Quest for Excalibur и Cinders), и даже такие, где для

спрайтов и фонов используются фотографические изображения (например, Heartful Kareshi ~Kibou no Gakuen to Shiroi Tsubasa~).

Стереотип 4. Визуальные новеллы выпускаются только в Японии.

В последнее время, всё чаще выпускаются визуальные новеллы в России и странах Запада, например, Cinders польской компании разработчиков Moacube, Last (K)night и Code Muse французской студии Dreamnoid и Who Is Mike англоязычной компании Fervent Studio.

В России пользуется популярностью визуальная новелла «Бесконечное лето» компании Soviet Games.

Таким образом, изначально зародившийся и популярный в Японии, жанр визуальной новеллы получает всё большее распространение в других странах, в том числе в России. Тем не менее, его аудитория сравнительно узкая и состоит в основном из людей, интересующихся современной японской медиа-культурой, со вкусами, сформированными на японских произведениях. Подобный спрос ещё больше способствует тому, что вместо создания принципиально нового продукта, многие разработчики повторяют приёмы японских образцов.

Жанр на повествовательной основе, с возможностью разветвления сюжета и красочными иллюстрациями мог бы развиваться дальше и иметь более широкую аудиторию, если бы не был так сильно скован устоявшимися стереотипами, рамками, ограничивающими литературное и стилистическое многообразие. Для успешной адаптации в России требуется не только учитывать опыт и приёмы страны, где произошло возникновение жанра, но и особенности менталитета и культуры нашей страны.

©Мартынова О.Ю., 2016 г.

УДК 745.52 +746.1

ПЕРФОРМАНС КАК НЕОТЪЕМЛЕМОЕ СВЯЗУЮЩЕЕ ХУДОЖЕСТВЕННОЕ ВЫРАЖЕНИЕ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Уваров В.Д., Новикова Л.М.

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

Цель статьи – исследовать способы выражения и использования перформанса в искусстве; выявить принципы введения перформанса в пространственную среду, показать новые беспрецедентные формы перформанса. В процессе движения времени мы наблюдаем и разнообразие пластических исканий, и новые возможности эмоционального наполнения художественного образа.

Главный научный результат – демонстрация того, что художник, создающий перформанс, становится архитектором, продумывающим конструкцию текстильного сооружения, её пропорции и тектонику, скульптором, решающим проблему взаимодействия объемов по осям в пространстве, сценографом, изобретающим образ театрализованного действия, режиссером-постановщиком – автором сценической концепции и актером – исполнителем главной партии в перформансе.

Во время Первой мировой войны старый язык искусства больше не мог объяснить, как всеобщее противостояние стало возможным, а враждебный мир больше не внушал доверия, и художникам пришлось создавать свой, новый. Путь к нему начался с реформации творчества: на театральной сцене футуристы соединили все виды искусства и получился перформанс – синтез танца, декламации стихов, немислимых костюмов и эпатажа, призывавшего зрителей наконец-то понять ограниченность собственной жизни. Действуя спонтанно и вытворяя все, что заблагорассудится, футуристы отменяли власть логоса, втянувшего мир в грандиозную войну.

Перформанс стал полноправным видом искусства. Он сильно менялся в течение века, но одно в нем оставалось неизменным: обязательная провокация.

В 1920-х на сцене появились сюрреалисты, которые оставались главными героями перформанса два десятка лет. Для них главным стало не построение нового лучшего мира, а погружение в собственное подсознание. Примечательным их произведением стал балет «Парад». В США история перформанса началась с работ великого экспериментатора Джона Кейджа. Он объявлял музыкой все окружающие звуки и говорил, что его любимое произведение – то, которое мы слышим, когда молчим. В партитурах Кейджа партии исполняли свистки чайников, шум воды, звук мотора и хлопанье дверей, а самая знаменитая его работа «4:33» представляла собой четыре минуты и тридцать три секунды тишины: на концерте музыкант поднимался на сцену, садился перед инструментом, одергивал фалды фрака, заносил руки, и ничего не происходило. Произведением была даже не сама тишина, а те звуки, которые слышались во время четырех с половиной минут молчания.

В Европе идеи американцев продолжали Ив Кляйн, Пьеро Мандзони и Йозеф Бойс. Первый вслед за Флюксусом отрицал традиционную живопись и говорил, что искусство – это форма жизни, а вовсе не помахивание кистью в мастерской. Продолжая свою философию, он делал свои «Антропометрии» при помощи отпечатков человеческого тела на полотне. Во время публичных демонстраций произведений девушки, вымазанные фирменным «международным синим цветом Кляйна», катались по лежащему на полу холсту.

В 1970-е и 1980-е художники отвлеклись от политики, и перформансы тоже стали менее провокационным. Авторы переключились с проектов по изменению общества на произведения, главной целью которых стало расширение опыта зрителя. Публике предлагалось проявить активность, чтобы испытать эмоции. Например, чтобы усилить ощущения восприятия и переживания городского пространства, Йоко Оно предлагала нарисовать карту вымышленного города, а потом пройти с ней по окружающим кварталам [10].

Новая волна акций, осмысляющих политическую ситуацию, прошла после распада Советского Союза. Именно тогда Олег Кулик разделся догола, одел на себя ошейник, и перевоплотился в человека-собаку. Все это должно было символизировать новый образ русского с точки зрения Европы – дикого и неполноценного варвара. Постепенно осмысление новой ситуации уступило место критическим политическим жестам: главным событием российских 2000-х стала арт-группа «Война» и ее акция, проблематизирующая отношения власти и общества в новой России с помощью изображения известного мужского органа на мосте напротив здания ФСБ в Петербурге [10].

В XXI веке резко выросло число художников по всему миру, обращающихся к перформансу – медиуму, который позволяет выражать «различия» и дает возможность присоединиться к более широкому дискурсу глобальной международной культуры.

В России перформанс обретал несколько иные черты, чем на Западе. Западный перформанс – это игра, пусть безумная и жестокая, но без искренности, которая является необходимым условием в России. Именно поэтому в своей работе «Перформанс как явление современного отечественного искусства» Ю. Гниренко в среде русского искусства выделяет и другие разновидности перформанса: минималистический концептуальный перформанс, постминималистический, провокативный и соц-арт перформанс, которые представляют собой хронологию развития российского перформанса. Минималистический перформанс начал развиваться в России в 70-е годы и предполагал создание минимума среды (чаще использовалась городская или природная среда) и зрителей, вплоть до «предельной аскетичности» (группы КД («Коллективные действия»), тандем Риммы и Валерия Герловиных). Часто действия художников предназначались чисто для фотографирования и изначально исключали присутствие какого-либо зрителя. В таких действиях фотография служила лишь опорной точкой для дальнейшего сложного ассоциативного умозаключения, заменявшего впечатление. Поскольку действия часто происходили на природе, они строились на очищении от быта настолько, что они превращались в некое подобие ритуалов, как правило, не имеющих конкретного сценария [12].

На основании проведенного исследования выявлено, что перформанс является неотъемлемой формой выражения в современном мире.

Подробное изучение истории перформанса позволило оценить его возможности как художественного медиума, способного к мгновенному реагированию на волнующие создателей проблемы. У публики этот жанр искусства вызывает все больший интерес, так как дает возможность для активного участия, а не просто визуального поглощения творческого продукта.

Изучая сущность перформанса как художественного явления, выяснилось, что человеческая природа сама по себе очень перформативна. Как бы ни было парадоксально, но даже самые провокационные и агрессивные по форме перформансы современных художников имеют ту же самую природу. Они выходят к зрителям со своими работами, обнажая свои тела и чувства, чтобы быть услышанными и получить ответную коммуникацию.

Список использованных источников:

1. Бутрова Т.В. В театрах Америки. На перекрестке традиции и авангарда. В сб.: Западное искусство. XX век. - М., 1991
2. Власов В. Мортлейк // Новый энциклопедический словарь изобразительного искусства: В 10 т. – Спб.: Азбука-классика, 2006. – Т.
3. Гадамер Г.-Г. Актуальность прекрасного. - М., 1991
4. Ковалев А. Перформация столицы У/Вечерняя Москва.- М., 14-20 сентября 1998.
5. Лиотр Ж.-Ф. Пост современное состояние // Ас. Маг тет . - М., 1994
6. Популярная художественная энциклопедия. М.: Советская энциклопедия. 1986.
7. Савицкая В. Превращения Шпалеры, М. 1995.
8. Уваров В.Д. Авторская таписсерия. Монография - М. 2010.
9. Уваров В. Д. Авторская таписсерия в контексте мирового художественного процесса: автореф. дис. док. искусствоведения, М., 2000. - 414 с.
10. Garage (электронный ресурс). Режим доступа: URL: <http://garagemca.org/> (дата обращения 04.11.2016)
11. РБК (электронный ресурс). Режим доступа: URL: <http://style.rbc.ru/> (дата обращения 08.11.2016)
12. Перформанс в современном искусстве (электронный ресурс). Performance in Contemporary Art. Режим доступа: URL: <http://knowledge.allbest.ru/> (дата обращения 10.11.2016)

©Уваров В.Д., Новикова Л.М., 2016 г.

УДК 7.072

ДЕКОРАТИВНЫЕ РЕШЕНИЯ В ЯПОНСКОМ ЖЕНСКОМ КОСТЮМЕ

Тулякова Д.С., Большова С.И.

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

На протяжении всей своей истории мода была тесно связана с национальными традициями, и результат такого взаимодействия, как правило, был успешен.

Так, в XX веке особую популярность в мире завоевало кимоно – японский национальный костюм, который своей самобытностью и символичностью привлекает внимание как историков моды, так простых любителей и ценителей красивой одежды. Благодаря своей узнаваемости кимоно, можно сказать, стало одним из символов японской культуры.

Кимоно появилось в V веке во время становления культурных связей между Страной восходящего солнца и Китаем. Японцы тогда скопировали свой костюм с китайского ханьфу. Нынешний свой вид кимоно приобретает уже через три столетия в эпоху Хейан, со времен которой с костюмом не произошло особых изменений. При всем этом, традиционное кимоно становится национальным костюмом только в XIX веке в соответствии с западными тенденциями.

Сегодня на официальных мероприятиях надевать кимоно женщинам помогают специально обученные костюмеры с лицензией, так как все части такого наряда, как кимоно, должны быть подобраны по определенной системе, о которой сейчас знает, вопреки ожиданиям, далеко не каждая японка.

Выбор того или иного кимоно зависит от положения в обществе и возраста женщины, важности и формальности предстоящего мероприятия, а также времени года. Любое кимоно несет информацию, которую может понять только знающий человек.

Самым официальным кимоно считается куротомесодэ – черный халат с рисунком ниже талии, которое носят только замужние женщины. Камон – семейный герб – ещё больше подчеркивает формальность кимоно, и присутствует на каждом рукаве и плече, а также один в области шеи.

Другой вид кимоно – фурисодэ – отличается широкими развевающимися рукавами, край которых достигает щиколоток, и рисунком, покрывающим всю поверхность ткани. Такой наряд обычно носят незамужние девушки на торжествах, например, на совершеннолетию или свадьбе родственников.

Иротомесодэ – однотонное кимоно с узором ниже талии. Такой вид одежды, как и куротомесодэ, надевают замужние женщины, но это кимоно

считается менее формальным. Иротомесодэ может иметь от трёх до пяти камон.

Есть также кимоно «для визитов» – хомонги и тсукесаге. Предназначена такая одежда для торжеств или каких-либо официальных мероприятий. Для хомонги характерен узор, изображаемый только на рукавах вдоль линии шва и ниже талии. Это кимоно может носить любая женщина, независимо от ее социального статуса. Тсукесаге также может надеть любая женщина, но рисунок здесь более сдержанный, и расположен только ниже талии.

Однотонное кимоно иромудзи надевают, как правило, незамужние девушки на время чайной церемонии. На шелке в таком кимоно нет рисунков, но иногда ткань имеет свой вытканый узор – ринзу.

Кимоно комон – это повседневная одежда. Для такого кимоно характерен мелкий, повторяющийся рисунок. Такой наряд может надеть любая женщина для выхода в город. Подвидом такого кимоно является эдо-комон, ткань которого украшается очень мелким рисунком, нанесенным, зачастую, точно, вручную. Такая техника окрашивания ткани появилась в период Эдо, а носят эдо-комон, также, как и иромудзи, только незамужние женщины.

Летнее кимоно – юката – считается неофициальным и может быть сшито из легких тканей. Носят такой костюм на летних фестивалях и всевозможных неформальных мероприятиях в жаркую погоду.

Существует также и траурное кимоно – мофуку. Его шьют исключительно из черного шелка, декоративным элементом здесь может послужить только семейный герб. Надевают такое кимоно в день похорон или кремирования во время буддистской церемонии.

Как и во многих других восточных странах, в Японии особое внимание уделяют цвету, что касается, конечно, и национальной одежды. В древние времена значение цвета костюма было особенно велико. Например, кимоно пурпурного или красного цвета имели право носить только члены императорской семьи и никто другой. Сейчас же церемониальным цветом является черный. В белое кимоно могут быть одеты только невесты и покойники. В наряд невесты также включен серебряный или золотой пояс оби и цветная накидка. В остальных менее формальных случаях и в повседневной жизни кимоно может быть любого цвета и оттенка в зависимости от сезона: летом и весной, например, цвета яркие и насыщенные, осенью тона более спокойные, зимой предпочтение отдают холодным оттенкам. Расцветка зависит также и от возраста женщины: чем старше японка, тем более приглушенным должен быть цвет ее кимоно.

Большую роль в традиционном японском костюме играет, конечно же, рисунок. На настоящие кимоно изображения наносятся вручную художником по ткани специальными красками или тушью, а если рисунок

повторяется, то и при помощи трафарета. Также всевозможные японские мотивы наносятся на ткань при помощи вышивки. Японские мастера искусно вышивают причудливые узоры золотой или серебряной нитью при помощи техники узелковой глади.

Рисунок на кимоно часто определяет степень формальности одежды и мероприятия, на котором её будут носить: чем мельче рисунок и чем чаще он расположен, тем менее официальным считается сам наряд. На церемониальных кимоно изображаются традиционные японские природные мотивы, а также сцены из классической литературы. Если же одеяние не имеет формальных функций, то оно может быть украшено всевозможными орнаментами и небольшими повторяющимися рисунками. Как и цвет, рисунок тоже зависит от сезона. Так, в весенний и летний периоды носят кимоно с рисунками бабочек или цветов сакуры, что ассоциируется у японцев с молодостью и радостью. «Осенним» считается изображение листьев японского клёна, а к «зимним» узорам относят бамбук, сосну и цветы сливы, что символизирует успех и удачу. Важно отметить и то, что каждому сезону (пара месяцев) соответствует свой рисунок, при этом общее правило такое: тип и цвет кимоно должны соответствовать месяцу, когда носят кимоно, а вот рисунок – следующему месяцу, будто предвосхищая эти наступающий сезон. Если такого соответствия нет, то это показатель эмоциональной бедности и плохого вкуса японки.

Важной частью японского костюма является пояс оби. Этот элемент несет в себе сугубо декоративную функцию, выделяя талию женщины и украшая спину аккуратным бантом. Под оби находится настоящий пояс, который и держит кимоно. Сочетание оби и кимоно тоже определяется сезонностью, при этом нельзя, чтобы на них были изображены одинаковые мотивы. Рисунки должны быть разными по виду, но сочетаться на более тонком уровне. Например, кимоно с журавлями прекрасно сочетаются с оби с черепаховым узором, так как черепаха и журавль – символы долголетия. Зачастую с кимоно носят однотонный оби, не декорированный никакими рисунками и вышивками, но подходящий по стилистике и цвету ко всему наряду.

Выбор ткани для кимоно зависит от назначения костюма и погодных условий. Церемониальные кимоно изготавливаются исключительно из настоящего шелка, так как такой материал выглядит дорого, утонченно и очень выразительно, обозначая статус владельца такой одежды и важность происходящего события. В обычной жизни в теплое время года японки носят хитое – простое легкое кимоно, которое делают чаще всего из льна или хлопка. Для холодного времени года в Японии изготавливают кимоно с подкладкой – авазе. Материал для такого наряда выбирают не очень эластичный, но прочный, такой, как твил. Ткань в кимоно сама по себе может служить декоративным элементом, если, например соткана из

разных нитей и создает эффект цветных переливов, или, если в ее состав при ткачестве вводят золотые нити.

Благодаря оригинальному самобытному декору японское кимоно на сегодняшний день является одним из самых ярких и узнаваемых национальных костюмов. Современные дизайнеры вдохновляются непревзойденной выразительностью ткани и рисунка и создают модные коллекции, которые делают нас ближе к Стране восходящего солнца. В Японии же настоящее кимоно позволить себе могут далеко не все, но именно здесь изготовление традиционного костюма стало неповторимым искусством.

Список использованных источников:

1. В. А. Друзь. Искусство Японии. Путеводитель по постоянной экспозиции. - М.: Государственный музей Востока, 2011;
2. В. Володин. Современная энциклопедия Аванта+. Мода и стиль. - М.: Аванта-плюс, 2002;
3. Петрова И.В., Бабушкина Л.Н. Что вы знаете о японском костюме. - М.: Легпромбытиздат, 1992.

©Тулякова Д.С., Большова С.И., 2016 г.

УДК 7

АВТОРСКИЙ АНАЛИЗ ГРАФИЧЕСКОЙ РАБОТЫ «ВОРОН»

Евсеева Д.С., Паверман А.М.

МБОУ СОШ № 52

Денисов Д.А.

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

Анализируемая работа «Ворон» выполнена в графической технике. Графика – это самый древний вид изобразительного искусства, появившийся на заре развития человеческого общества. Самый древний и наиболее традиционный вид графического искусства – рисунок. Рисунок относится к уникальной графике, потому что каждый рисунок является единственным в своем роде [1, стр. 18]. Древние люди выцарапывали на каменных поверхностях и стенах пещер события или изображения окружающей действительности. Далее, в эпоху поздней готики и раннего Возрождения живопись, графика стала отделяться от архитектурного искусства, а вместе с тем наметилось значительное различие между живописью и рисунком. Именно с этого времени начинается история графического искусства как самостоятельного направления. Наследие графического искусства очень многообразно. Оно представлено работами таких всемирно известных мастеров, как Альбрехт Дюрер (1471-1528 г.г.), Франсиско Гойя (1746-1828 г.г.), Гюстав Доре (1832-1883 г.г.), японских

художников Китагава Утамаро (1753-1806 г.г.), Хиросиге Андо (1797-1858 г.г.), гравёра и рисовальщика Хокусай Кацусика (1760-1849 г.г.), чьё творчество оказало значительное влияние на европейское искусство конца XIX – начала XX веков.

Основные изобразительные средства, используемые в графике – линии, штрихи, пятна и точки. Более того, в графическом искусстве используется и цвет. Раньше цвет играл вспомогательную роль, однако, в современной графике цвет может быть не менее важен, чем в живописи. Обычно при работе в графике используется не более двух цветов, чаще всего это черный, либо красно-коричневый.

Графика имеет большое разнообразие техник (монументальная, станковая, декоративная, рисунок) и материалов (карандаш, уголь, соус, тушь, сангина, акварель, гуашь). Основным материалом для графики – бумага. Ее цвет и фактура играют значительную роль. Каждое графическое средство можно использовать не только как самостоятельный материал, но и как дополнение к другому материалу.

С развитием этого направления появляется все больше графических материалов и инструментов, помогающих экономить время, делать очень точные работы. Представленная работа выполнена в черно-белой цветовой гамме на листе бумаги 50x40. Основным материалом для прорисовки перьев ворона и черт лица человека являются линеры 0,05, 0,1 и 0,5. Для заполнения больших пространств использована черная тушь и черный маркер.

Главная мысль работы многозначна, и каждый может увидеть в ней свой смысл. Основная фигура данной графики – черный ворон, завладевший разумом человека. В разных культурах символ ворона трактуется по-разному. Например, в Китае ворон олицетворяет солнечное существо. Также ворон почитается и в Тибете, где он выступает в качестве основного объекта для гадания, это связано с символикой ворона – вещи птицы. В Греции он символ долголетия, в Индии – вестник смерти. На Руси ворон символизировал воровство, потому что он разорял зерновые посева, и за то, что падкие на блестящие вещи вороны иногда похищали ювелирные украшения, оставленные без присмотра. В раннем христианстве ворон стал символом человека, оказавшегося во власти своих желаний. В данной работе ворон представлен как символ неизбежности. Черно-белая цветовая гамма усиливает фатальность образа. Черный цвет поглощает другие цвета и не выпускает их. Он протестует, требует изменений. Говорит о том, как человек, уставший от неизбежности, требует независимости. Белый цвет тоже стремится к освобождению. В отличие от черного, он дает надежду на лучшее. Но эта чернота, этот «Ворон», завладевают человеком.

Эту работу можно связать с романом Ф.М. Достоевского «Преступление и наказание», где главным героем завладела эта самая

чернота. Окружающая Родиона Раскольникова обстановка заставила его потребовать изменений. Но он хотел изменить мир не добрыми делами, а убийством. Он решил проверить завладевшую его разумом теорию о сверхчеловеке и пошел на преступление. Однако на протяжении всего романа он совершает и хорошие поступки, что говорит о белом цвете в его душе.

Также в стихотворении Эдгара По «Ворон» лирический герой страдает от утраты своей любимой. Он доводит себя до отчаяния и безумия. Ворон является символом горестного и нескончаемого воспоминания, но также и символом надежды. В стихотворении Эдгар По использует приём цветового контраста, противопоставляя черного ворона бледному бюсту Паллады. Фигура ворона вступает в противоречие с бюстом богини мудрости, что можно трактовать как торжество абсурда, победу иррационального над рациональным. Тем не менее, это противопоставление является неполным, так как ворон также является символом мудрости. Поэтому итоговое соотношение смыслов представляет собой взаимное проникновение рационального и иррационального.

Анализируемая графическая работа может быть использована как акцент в противоречивом и концептуальном интерьере. Также работа будет интересна в качестве принта для авторских коллекций одежды дизайнеров, вдохновленных при их создании противоречиями действительности, символами и контрастными цветовыми решениями.

Список использованных источников:

1. Н.М. Сокольникова. Словарь терминов. – Обнинск: Титул, 1996.
2. Популярная художественная энциклопедия. – М.: Советская энциклопедия, 1986. Т.1,2.
3. Ф.М. Достоевский «Преступление и наказание».
4. Эдгар По «Ворон».

©Евсеева Д.С., Паверман А.М., Денисов Д.А., 2016 г.

УДК 316.72

ОТРАЖЕНИЕ ЦЕННОСТЕЙ МЕКСИКАНСКИХ ЭТНОСОВ В НАЦИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЕ

Филенко Ц.С.

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

Современный мир полиэтничен. В любой стране мира мы наблюдаем ситуацию проживания нескольких этнических групп. Данная ситуация наблюдается в современной Мексике.

Основную часть населения современной Мексики представляют мексиканцы, однако, потомки коренных народов, а именно потомки ацтеков, потомки индейцев майя, индейцев сапотеки, индейцев миштеки, индейцев отоми, индейцев тотонаки, индейцев масатеки, индейцев масахуа до настоящего времени проживают в различных районах Мексики.

Каждому мексиканскому этносу свойственны особенные социальные ценности и нормы, определенная символика. Представители разных этносов в течение длительного времени проживают на территории Мексики. В связи с этим происходит процесс культурной ассимиляции, в ходе которого ценности одного этноса проникают в ценностную систему других этносов, и в целом ценности разных этносов становятся взаимопроникаемыми [2].

Остановимся на анализе значений основных символов, в которых отражаются ценности мексиканской культуры.

В мексиканской культуре активно используются цветы, в частности, три основных цветка: георгин, роза, чернобри́вцы.

Еще во времена ацтеков георгин наделялся священными свойствами. Этот цветок использовался для обрядовых, медицинских, декоративных целей, а также для приготовления пищи. С 1963 года георгин считается национальным цветком Мексики.

Цветы розы имеют большое значение в религиозной мексиканской традиции. Именно розы посыпались из одежды простого крестьянина Хуана Диего, оставив на плаще образ Девы Марии, тем самым, донося информацию епископу о пришествии Девы Марии. В настоящее время розы в Мексике используются для украшения домов и во время праздников.

Чернобри́вцы или бархатцы также имеют давнюю историю, применялись ацтеками для ритуального украшения гробниц. В наши дни во время празднования Дня всех усопших, чернобри́вцами украшаются алтари и надгробия.

День мертвых является одним из старейших национальных праздников мексиканцев [4]. Согласно поверью, один раз в год мертвые получают разрешение от Бога посетить своих друзей и родственников на земле. Во время дня мертвых, в первые два дня ноября месяца, ныне здравствующие мексиканцы готовятся и встречают души умерших цветами, едой, напитками, свечами. Также они готовят душам умерших дары – расписные черепа и скелеты из сахара. Подготовленные дары для умерших мексиканцы размещают на домашнем алтаре, а также украшают алтарь чернобри́вцами. В день мертвых мексиканцы посещают кладбища с целью провести время с умершими друзьями и членами семьи.

Культ смерти и связь с потусторонним миром прослеживается не только в обрядовых действиях, в праздниках, но и в национальных орнаментах, в частности, в орнаментах одежды мексиканцев [3].

Национальная одежда мексиканцев разнообразна и отражает в себе ассимилированные ценности разных культур. Например, сарапе, набрасываемая на плечи накидка с отверстием для головы. Прообраз такой одежды встречался в древности в племенах уичоли, которые из шерстяной пряжи ткали картины с двухсторонним изображением и отверстием в центре. Это отверстие выступало проводником в мир духов.

Ребосо – это женское одеяние в виде шали, которой при необходимости можно покрыть голову или по индейскому обычаю привязать за спиной ребенка или тяжелую ношу.

Пончо и другие виды мексиканских накидок характеризуются наличием ярких цветов и разных орнаментов. Наиболее часто используется вышивка крестом, изображающая дерево жизни, животных, птиц и растения конкретного региона страны.

В орнаментах одежды мексиканцев представлены символы смерти – черепа и кости. Однако, столь опасные символы с точки зрения представителей большинства западных и восточных стран, мексиканцами не воспринимаются таким образом. Следует отметить, что в Мексике символы смерти воспринимаются как обычные, поскольку жизнь и смерть – это две области жизни человеческого тела и души. Существует точка зрения о том, что подобное отношение мексиканцев к смерти является следствием ассимиляции разных культурных ценностей, а именно культуры ацтеков, в которой были приняты массовые человеческие жертвоприношения, и испанской колониальной культуры с ценностями инквизиции [1].

Список использованных источников:

1. Гетьманенко Н.И. Восприятие иной культуры: прототипы и стереотипы. М.: Academia, 2010
2. Испания и латинская Америка. Динамика культурных процессов в конце XX – начале XXI веков. М.: ИЛА РАН, 2011
3. Маккэлэм Г.Л. Декоративные орнаменты и мотивы. М.: АСТ, 2008
4. Моран А. История декоративно-прикладного искусства. М.: изд-во В.Шевчук, 2011

©Филенко Ц.С., 2016 г.

УДК 7

**РОЛЬ ОРНАМЕНТАЛЬНОЙ СТРУКТУРЫ ПОВЕРХНОСТИ ТКАНИ
В ПРОЦЕССЕ ИЗУЧЕНИЯ ТРЕНДОВ ВЕСНА-ЛЕТО 2017 ГОДА**

Январева А.Д.

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

Все предпосылки к возникновению новейших трендов появляются вследствие событий, происходящих в мире, и можно смело утверждать, что мы сами создаем прообразы для возникновения дизайнерских идей. Новые модные тенденции не возникают внезапно, а развиваются под трансформирующим воздействием окружающей среды и ее непосредственных изменений [1, с. 123].

Модная направленность никого не оставляет полностью равнодушными. Моде можно следовать беспрекословно или относиться скептически, но к основным направлениям этой индустрии невозможно не прислушаться. Стиль каждого определяется, тем, что оригинальность образа подчеркивается индивидуальными деталями [2, с. 71].

Эксперты в области изучения модных тенденций не спешат приоткрывать занавес своих новых разработок. Однако уже сейчас могут спрогнозировать и поделиться основными тенденциями и идеями, которые впоследствии будут представлены на показах весенне-летних коллекций 2017 года.

В настоящее время основным трендом в ткани является универсальность.

Используются как натуральные (хлопок, лен, шелк и шерсть), так и ненатуральные (вискоза, полиэстер и эластан) ткани [2, с. 160].

Проанализировав коллекции модных домов Valentino, Christian Dior, Versace, Gucci, были спрогнозированы основные тенденции в орнаменте на сезон весна-лето 2017 года.

Популярными принтами по трендам сезона весна-лето станут сложные, фактурные изгибы и переменчивые узоры тканей.

Весной и летом 2017 года из моды не выйдет клетка и полоска. Подобная геометрия будет использоваться в костюмном, сорочечном, плательном ассортименте бутиков. Размер и направление принта будут различны. Они нацелены на то, чтобы вытянуть силуэт вертикальными линиями, добавить объем горизонтальным рисунком или яркой крупной клеткой [1, с. 96].

Цветочный принт остается актуален в весенне-летнем сезоне. Флористическая романтика приняла форму воздушных платьев, летящих юбок, приталенных костюмов и шелковых сарафанов, объединив главные тренды.

Стоит отметить основные цвета, которые будут использованы в сезоне весна-лето 2017. По итогам прошедшей Недели моды в Нью-Йорке американские эксперты назвали основные модные оттенки. Палитра кардинально не изменилась, стала мягче, ближе к природе, напоминает о пышной зелени, морских брызгах и тропических фруктах. Сохранила и пастельные мотивы, и сочные переливы.

Главный цвет весенне-летнего сезона – Ниагара, пепельно-синий тон. Это классический синий оттенок денима, цвет простоты, комфорта и безмятежности. Ниагара настолько универсален, что сочетается с любыми оттенками: от ярких и насыщенных до пастельных и приглушенных.

Вторым доминирующим цветом стал насыщенный желтый. Оттенок весеннего цветка примулы, он же первоцвет, дарит нам тепло, заряжает энергией и поднимает настроение. Первоцвет пришел на смену горчичным мотивам.

Лазурит. Глубокий насыщенный синий цвет, который можно увидеть, лишь погрузившись на дно океана. Это интенсивный цвет, который является противоположностью желтому, вместе они смотрятся органично и дополняют друг друга.

Пламя. Обжигающий, огненно-красный цвет особенно выделяется на фоне остальных оттенков модной палитры.

Райский остров. Это освежающий цвет морской волны. Он одинаково хорошо смотрится как на легких летних платьях, так и на демисезонных пальто и джемперах.

Бледный кизил. Нежный пудровый оттенок, будто естественный румянец или цветущий цветок, дарит легкость и спокойствие. Бледный кизил особенно хорошо смотрится на таких фактурах, как нежный шелк, летящий шифон и кашемир.

Зелень. Сочный зеленый оттенок зеленого цвета, поминающий свежую весеннюю зелень. Поднимает настроение и заряжает энергией.

Кудрявая капуста. Еще один весенне-летний оттенок свежей зелени. Этот цвет одновременно и уникальный и универсальный, подходит и для сольного исполнения, и в качестве дополнения к другим насыщенным оттенкам.

Фундук. Входит в линейку спокойных нейтральных оттенков.

Весенне-летняя палитра определяется как «холодная», «зимняя», с преобладанием насыщенных синих, пурпурных и нежных пастельных оттенков, преобладают яркие желтые и зеленые цвета.

Коллекции ведущих брендов объединяет одно – легкость, игривость и свежесть. Такой эффект во многом достигается с помощью нового взгляда на уже привычные принты [3, с. 56].

Модные образы весны-лета 2017 будто собраны по частям из основных предметов гардероба, что представляет суть футуристического направления в коллекциях Valentino, Christian Dior, Versace, Gucci, где

чередуются несочетаемые пропорции, размеры, формы, материалы и цвета, отдельным мощным трендом остается тонкое, воздушное ощущение природы в сочетании с грубыми технологиями [3, с. 169].

Список использованных источников:

1. Учеб. пособие для вузов/ Ф.В. Антонов, Н.П. Бесчастнов, Бурмистров и др.- М.: Легпромбытиздат,1998.-176 с.
2. Графика текстильного орнамента. учебное пособие для вузов/Н.П. Бесчастнов.- М.: МГТУ им. А.Н. Косыгина, 2004.-431с.
3. UNI[]VERSE/heimtextil TRENDS 17/18.- Concept Development, Design&Layout, 2017-214с.

©Январева А.Д., 2016 г.

УДК 5527

ПОЗИТИВНО О НЕГАТИВНОМ

Мелихова Е.Д., Панина А.В.

Национальный исследовательский университет
«Московский институт электронной техники»

В данной статье хотелось бы раскрыть важную и интересную тему в графическом дизайне – использование свободного пространства вокруг элементов дизайна.

Многие дизайнеры, уделяя большое внимания деталям, забывают об очень важной составляющей – о «негативном» или, как его еще называют, «отрицательном пространстве». Использование «негативного пространства» является ключевым элементом художественной композиции.

Итак, отрицательное пространство – это область вокруг изображаемого объекта. Это пространство, незанятое содержанием, т. е. не имеющее деталей [1].

Оно также является контрформой, а, следовательно, изображаем объект – формой. Форма или «фигура» считается позитивным элементом или «материалом», а пространство или «фон», которым она окружена – негативным. Взаимоотношения формы и пространства, или фона и фигуры, можно охарактеризовать как взаимозависимые и дополняющие друг друга. Противостояние фигуры и фона создает визуальную активность и иллюзию трехмерности, которые воспринимаются зрителем. И пространство, и форма взаимозависимы – невозможно поменять что-то одно, не изменив другого [1].

Негативное пространство формировалось на протяжении многих лет. Главными предпосылками его возникновения является гештальтпсихология (gestalt – целостная форма, образ) – направление в

психологии возникшее в 1912 г., основателем которого является Макс Виртгеймер [3].

Факторы гештальтпсихологии:

Сходство – объединение элементов близких по свойству в единой фигуре [2];

«Общая» судьба – самостоятельная фигура, образованная группой точек или других элементов движущихся относительно окружению в одном и том же направлении с одинаковой скоростью [2];

«Хорошая» линия – явление, когда пересекаются два или более контуров, при этом зрительная система сохраняет характер прямой до и после пересечения [2];

«Прошлый» опыт – различные шрифтовые оптические иллюзии, которые представляют собой выявление из одной организации несколько слов [2];

Замкнутость – явление, при котором из двух возможных зрительных организаций, одна ведёт к образованию фигуры с замкнутым контуром, вторая – с открытым контуром [2].

Многие авторы прибегают к использованию негативного пространства в своих работах уже не один десяток лет, для создания визуальных эффектов с двойным смыслом, получая известность во всем мире. Главной особенностью их творчества было умение создавать с помощью негативного пространства интересные графические элементы, наделенные дополнительным смыслом.

Наиболее яркие примеры негативного пространства представлены у следующих авторов.

Логотип Federal Express (FedEx) скрывает в себе скрытую стрелку между буквами «е» и «х». Стрелка символизирует скорость и точность – два основных принципа этой компании. Этот логотип выиграл предостаточно наград и постоянно включается в списки лучших логотипов. Изначально он был создан Линдоном Лидером в 1994 году. По его мнению, единственная цель брендинга – это помощь в реализации маркетинговых целей клиентов.

Александр Джонсон создал обложку к книге Германа Мелвилла «Моби Дик, или Белый кит», в 1851 году. На обложке мы видим гарпун и китовый хвост.

Бэн Фэрроу создал иллюстрацию к «Титанику», мастерски выполненная при помощи негативного пространства, с намеком на ар-нуво.

Трой ДеШано создал великое множество работ, основанных на негативном пространстве, но именно картина по мотивам «Птиц» Сэра Альфреда Джозефа Хичкока является наиболее популярной. Примечательно, как от волос девушки разлетаются силуэты птиц.

Харви Эспарсиа создал персональный логотип, который представляет собой совмещенные инициалы дизайнера.

Radiomode создал потрясающую замысловатую иллюстрацию в качестве логотипа, в котором при помощи негативного пространства он изобразил всю красоту природы с буквальной детализацией

Работники гильдии писателей о еде не определились с выбором и заказали логотип у рекламного агентства 300million, совмещающий оба их главных инструмента – каллиграфическое перо и ложку. Этот логотип является отличным примером негативного пространства.

Ричард Фонтано создал логотип к Спартанскому гольф-клубу, где верхушка шлема спартанского война в виде арки так же является и изображением взмаха клюшки гольфиста.

Нома Бар создает большое количество обложек для книг Дона Делилло. Он, используя ограниченную цветовую палитру, тщательно располагает позитивное пространство так, чтобы негативное пространство обрело новое, иное значение. Нома Бар использует минимум средств, чтобы передать сообщение зрителю. Его характерные работы узнаваемы повсеместно. Он работал с такими известными компаниями как Vodafone, CocaCola и BBC [5].

Саймон Си. Пейдж создает плакат к фильму Тима Бертона «Бэтмен возвращается» с изображением Бэтмена и Пингвина, который входит в серию «Криминальное подполье» (CriminalUnderwood). Лысая голова и длинный крючковатый нос – черты Пингвина, роль которого исполнил Дэнни Де Вито. Эти черты в свою очередь образуют сильный, мужественный силуэт Майкла Китона в роли Бэтмена.

Lowe-SSP3 – Колумбийское рекламное агентство, которое создает плакат с изображением минималистичного портрета Белоснежки, выраженного ее характерными черными волосами, красной ленточкой и губами. Только приглядевшись можно заметить, что силуэт Шерлока Холмса служит линией её лица.

«Негативное пространство» может становиться самодостаточным в композиции, конкурировать с «позитивным пространством» или поддерживать его. Однако в грамотном дизайне оно не должно отвлекать внимание от основного предмета композиции.

Не существует абсолютных правил, определяющих хороший дизайн. Есть основополагающие принципы зрительного восприятия, которых следует придерживаться для создания качественного логотипа. Одним из них, безусловно, является восприятие физического пространства, занимаемого отдельно взятым графическим элементом по отношению к другим элементам на странице.

Впрочем, негативное пространство не обязательно должно быть белым, или окрашенным каким-то одним сплошным цветом. Оно может содержать плавные, цветовые переходы и даже фоновые объекты.

Для эффективного использования негативного пространства, следует видеть не только содержание страницы, но и ее скрытый смысл.

Один из инструментов, который используется преподавателями в художественных вузах, стал известен благодаря книге профессора Бетти Эдвардс «Рисование правой частью мозга». В упражнении студенты переносили изображение с фотографии или рисунка, размещенного «вверх ногами» [4].

Поскольку изображение было перевернуто, студенты не могли распознать предмет на рисунке. Поэтому они машинально уделяли равное внимание как положительному, так и негативному пространству. В результате этого упражнения выходил значительно более детальный рисунок [4].

Наиболее известный пример с бокалом и контурами лица. Ваза Рубина – оптическая иллюзия, которая из-за негативного пространства вокруг вазы кажется то бокалом, то двумя лицами.

Как и изобразительное искусство, дизайн не может пренебрегать одним из самых фундаментальных художественных принципов – влияния негативного пространства, которое выходит только из рамок эстетичности и может быть использовано стратегически для достижения целей в графическом дизайне.

В своей простейшей форме, негативное пространство удовлетворяет простейшие функции графического дизайна с помощью зрительного восприятия. Но в руках профессионала, разумное использование негативного пространства преобразует примитивные наброски в дизайн, с которым пользователь хочет взаимодействовать.

Список использованных источников:

1. Бетти Эдвардс: «Откройте в себе художника», 2000.
2. Н. Лебедева, Е. Иванова: «Путешествие в гештальт: теория и практика», 2005.
3. М. Вертгеймер: «Продуктивное мышление», 1987.
4. М. Г. Ярошевский: «История психологии», 1985.
5. Нома Бар: «Минимализм в квадрате»

©Мелихова Е.Д., Панина А.В., 2016 г.

УДК 7

ВЛИЯНИЕ ТВОРЧЕСТВА РУССКИХ И ЗАРУБЕЖНЫХ ХУДОЖНИКОВ-КУБИСТОВ НА СОВРЕМЕННУЮ ДИЗАЙН-КУЛЬТУРУ

Шкунова А.О., Ермолаева Л.П.

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

Перед тем как я перейду к современной культуре, я предлагаю вспомнить некоторых основоположников кубизма и их творение.

Кубизм одно из наиболее влиятельных направлений в изобразительном искусстве 20 века. В основу эстетики кубизма легли работы Пабло Пикассо и Жоржа Брака периода 1907 – 1914 годов. Кубистический стиль предусматривал использование плоского двухмерного изображения и отрицал законы перспективы, а также господствующую в то время концепцию искусства как подражания природе. Художники-кубисты не стремились передать форму, текстуру, цвет и пространство; взамен этого они предлагали свою картину мира, состоящую из отдельных фрагментарных изображений, которые пытались передать различные геометрические характеристики объекта одновременно.

Влияние кубизма в изобразительном искусстве продолжалось до 1960-х годов. К русским кубофутуристам можно отнести К. Малевича с его знаменитой картиной «Черный квадрат».

Пабло Пикассо. «Авиньонские девицы». Однако обычно зарождение кубизма связывают с «Авиньонскими девицами» Пабло Пикассо (1907). Здесь пять обнаженных женских фигур образуют как бы отдельные фрагменты, состоящие из многоугольников. Как и в картинах Сезанна, перспектива уступает место цвету; предпочтительны теплые красноватокоричневые тона, тогда как холодные голубые практически не применяются.

Картину «Авиньонские девицы» (Нью-Йорк, Музей современного искусства), Пикассо решился выставить лишь много лет после ее создания. Она является одним из самых революционных произведений начала 20 века. На первый взгляд, это всего лишь вариация традиционного сюжета – купальщицы на фоне пейзажа. Однако умышленные смещения форм создают эффект, автономного пространства. Полотно больше не рассматривается как окно в иллюзорное пространство. Картина теперь не считается подражанием природе и вообще, почему бы то ни было, отныне она самоценный, независимый объект. В картине Авиньонские девицы изображение состоит из нескольких фрагментов живописных плоскостей, которые оказываются не жестко скрепленными, а находящимися в

свободном движении друг относительно друга. Если зритель смотрит на верхний правый угол картины, он с большим трудом может обнаружить плоскости, разграничивающие объемы предметов и пустое пространство. Такого разделения – одного из основных понятий для всего предварительного западноевропейской живописи – в этой работе не существует. Искаженные формы со срезанными углами и сообщением фрагментов разных пространственных планов передают ощущение необработанности первичной материи. В поисках первоначальной энергии и мощи Пикассо, как уже отмечалось, обращался к мотивам иберийской скульптуры и африканских резных деревянных масок – формам примитивного искусства, которые в начале века вызывали огромный интерес у парижских художников и любителей искусства.

«Картина «Авиньонские девицы» не является в собственном смысле клиноремennую картиной, – пишет крупнейший английский исследователь Джон Голдинг, – Кубизм реалистичный в некотором смысле это – искусство классическое. «Девицы» же производят впечатление крайней напряженности. Вместе с тем это полотно, бесспорно, отмечает перелом в творчестве Пикассо и, более того, начало новой эры в истории искусства. Он является логической отправной точкой в истории кубизма. Анализ картины отчетливо показывает, что большинство проблем, над которыми позже будут совместно работать в процессе создания стиля Брак и Пикассо, здесь уже поставлены, может быть, еще неумело, но впервые достаточно ясно».

Геометрическая простота фигур – именно то, что прежде всего бросается в глаза в «Авиньонских девицах». Причем лица двух правых фигур прямо ассоциируются с африканскими ритуальными масками. По рисунку и цвету эти головы резко отличаются от других, и композиция в целом производит впечатление незаконченности. Рентгенограмма картины показала, что обе эти фигуры, самые новаторские и в то же время сами «негритянские», были написаны сначала в той же манере, что и другие, но вскоре переписаны заново. Предполагают, что они были переработаны после посещения художником этнографического музея, когда он «страстно увлекся» африканской скульптурой.

«Портрет Амбруаза Воллара». Эта личность была известна большинству художников 20 в., как портрет бизнесмена, коммерсанта, предпринимателя. Мы видим Воллара словно отражающимся в треснувшем зеркале. Каждый осколок отражает часть целого образа и раскрывает этот образ с новой стороны. Глядя на картину, мы видим угрюмое лицо инвестора. Вся картина подчинена строгому ритму. Цветовая гамма не отвлекает от главного – от самой модели, её настроения, внутренней энергетики.

Казимир Малевич. «Чёрный квадрат». Казалось бы, что может быть проще: на белом фоне черный квадрат. Любой человек, наверное, может

нарисовать такое. Но вот загадка: черный квадрат на белом фоне – картина русского художника Казимира Малевича, созданная еще в начале века, до сих пор притягивает к себе и исследователей, и любителей живописи. Как нечто сакральное, как некий миф, как символ русского авангарда.

Рассказывают, что Малевич, написав «Черный квадрат», долгое время говорил всем, что не может ни есть, ни спать. И сам не понимает, что такое сделал. И действительно, эта картина – результат, видимо, какой-то сложной работы. Когда мы смотрим на черный квадрат, то под трещинами видим нижние красочные слои – розовый, зеленый, по-видимому, была некая цветовая композиция, признанная в какой-то момент несостоявшейся и записанная черным квадратом. Художник впоследствии много думал о черном квадрате, писал теоретические работы, связывал его с космическим сознанием.

Из поэтов старшего поколения, оказавших влияние на формирование концепций кубизма, называют С. Малларме и А. Жарри. В свою очередь творчество художников-кубистов оказало несомненное влияние на ближайшее поэтическое окружение. Это проявилось и в той первостепенной роли, уделялось поэтическому воображению, и в стремлении к созданию ёмких образов и даже в прямом заимствовании сюжетов.

Кубизм в интерьере и современной архитектуре. Стиль кубизм достаточно популярен в искусстве благодаря творчеству великого художника Пабло Пикассо. Однако немногие знают, что данная стилистика применима еще и к оформлению интерьеров. Кубизм – это, в первую очередь, простые, но необычные формы, обладающие строгой геометрией линий. Такие формы встречаются во всем – в мебели, в предметах декора, в рисунках и отделке. Благодаря нестандартным, абстрактным формам вы можете полностью изменить перспективу комнаты, нестандартно её зонировать.

Кроме того, в кубическом интерьере всегда встречаются простые абстрактные узоры. Например, светлая стена, покрытая хаотичными яркими линиями холодных цветов, сразу даст понять вашим гостям, в какой интерьер они попали. Чтобы вдохновиться на создание идеального кубического интерьера, посмотрите работы художников, которые творили в этом жанре. Кроме Пабло Пикассо, вы также можете познакомиться с творчеством Поля Сезанна, Жоржа Брака, Михаила Врубеля, Казимира Малевича, Владимира Татлина и прочих. Очень распространены в кубизме навесные конструкции. Это могут быть шкафы, полки, столы – все что угодно. Во-первых, навесная мебель смотрится очень стильно и современно. Во-вторых, открытый пол визуально увеличивает любое помещение, делает его свободным и просторным. Не стоит ограничиваться только стандартными навесными предметами мебели, вроде полок возле рабочего

стола. Выбирайте самые нестандартные варианты. Например, вашу спальную комнату удачно украсят навесные прикроватные тумбочки.

В количестве мебели кубизм схож с минимализмом. Этот стиль предполагает наличие минимального количества самой необходимой мебели. Вся мебель должна быть разбита на строго различимые секции. Это позволяет максимально рационально использовать свободное пространства. Именно поэтому кубизм прекрасно подходит не только для просторных комнат, но и для самых маленьких помещений. Такие помещения он сделает визуально более просторными и комфортными для жизни.

В современном мире кубизм активно развивается в таких сферах как архитектура. Кубизм стал влиятельным фактором в развитии современной архитектуры с 1912 года (Кубистский дом Раймон Дюшан-Вийона и Андре Маре), развиваясь параллельно с архитекторами Петером Беренсом и Вальтером Гропиусом, благодаря упрощению проектирования зданий, использованию материалов, пригодных для промышленного производства и более широкому использованию стекла. Тем более удивительно, что в архитектуре ар-деко часто встречаются мотивы именно довоенного угловатого кубизма – мы замечаем их в светильниках, встроенных в потолок магазина Овиатта в Лос-Анджелесе (1928, архитектор – француз Фердинанд Шану), в потолках театра «Парамаунт» в Окленде (1931, архитектор Тимоти Пфлюгер) и т.д.

Список использованных источников:

1. Львова Е. П., Сарабьянов Д. В., Кабкова Е. П., Фомина Н. Н., Хан-Магомедова В. Д., Савенкова Л. Г., Аверьянова Г. И. Мировая художественная культура. XX век. Изобразительное искусство и дизайн. Питер, 2007 – [464 с.]

2. «У истоков кубизма». Виль Мариманов, доктор искусствоведения. // <http://eng.1september.ru/article.php?ID=200100701>

3. Великие художники, их жизнь, вдохновение и творчество". Киев, 2003 – [32с.]

©Шкунова А.О., Ермолаева Л.П., 2016 г.

УДК 75 + 76

СОВРЕМЕННЫЕ ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ ПРИЕМЫ В ДЕКОРАТИВНОЙ ЖИВОПИСИ И ГРАФИКЕ

Кузнецов А.К., Ермолаева Л.П.

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

Постиндустриальная эпоха привнесла в размеренный поток пространства искусства совершенно новые необычные стили, техники и

практики, разнообразие которых позволяет говорить о неисчерпаемых творческих ресурсах человечества. Рубеж 19-20 веков уверенно взялся за реконструкцию классического академизма, четкие линии и формы которого не вписывались в социокультурные рамки опустошенного войной и революциями общества. Тенденция, тяготеющая к абстрактным композициям и прикладным техникам привела искусство на порог модернизма и авангарда, чьи нарочитые творения были негативно восприняты как публикой, так и серьезными критиками. Увеличивающийся потребительский спрос общества способствовал появлению декоративно-прикладных приемов в живописи, графике и остальных ответвлениях искусства. Исследуемая нами декоративная живопись охватывает совокупность художественных свойств, подчеркивающих эмоциональную выразительность и художественное наполнение произведений пластических искусств в предметной среде, которая создает для человека комфортные условия существования. Иными словами, она служит украшением для архитектурных ансамблей, интерьера и его неотъемлемых элементов. Ведь оказывая непосредственное воздействие на культурную среду обитания, искусство помогает гармоничному сосуществованию интересов общества, поддерживая межкультурный диалог [1, с. 22]. С научной стороны декоративная живопись подверглась довольно тщательному исследованию такими деятелями, как Д.И. Киплик, Б.Д. Сланский, Б.Н. Графов; основополагающие её методы и приемы весьма подробно раскрыл в своих книгах А.Н. Куприн.

Ключевым средством выразительности в декоративной живописи выступает цвет, который своими особенностями влияет на чувственное восприятие, демонстрирует широту спектра изобразительных качеств живописи. Сложившаяся гамма пятен цвета образует некое цветовое единство произведения, называемое колоритом. Как мы знаем, художниками традиционно используется определенный набор цветов и оттенков в написании полотна, но не меньшей популярностью обладает и монохромная живопись, выстроенная при помощи оттенков одного цвета. В современных направлениях мода подчинилась власти градиента, который образует причудливый эффект перехода от самого темного к самому светлому оттенку одного или различных смежных цветов. Разумеется, практически ни одно из произведений декоративной живописи не обходится без орнамента – комбинации геометрических фигур, которая пропитывается символизмом и интерпретируется в зависимости от места применения. Используемый в большом количестве, он может выполнять функцию контрастного элемента, своеобразного орнаментального акцента в системе живописных средств натюрморта. Крупномасштабный орнамент, введенный в натюрморт в большом количестве, может стать основой общей ритмической структуры натюрморта и в то же время основным

элементом декора – подобную практику мы можем наблюдать в фовистических работах Анри Матисса [3, с. 181]. Сама декоративная квинтэссенция может выполняться простым карандашом, ручкой, фломастером, пастелью, масляными карандашами, а также красками: акварелью, гуашью, акрилом. Для одной только акварели было изобретено несметное количество приемов рисования: брызги, сграффито и штамп, вымывание, при этом нередко используются спиртосодержащие жидкости, соль и всё, что угодно душе мастера.

Смысловая нагрузка декоративной живописи трансформировалась с течением исторического наличествования культуры. Несмотря на широкое распространение в наши дни, зарождение декоративной живописи приходится на эпоху Античности и Средневековья, когда украшение храмов фресками и кусочками мозаики вошло в привычную технику мастеров. Сейчас же техникой нанесения акварели на сырую штукатурку или наклеивания кусочков цветного стекла невозможно удивить, поэтому в силу вступают техники аэрографии, граффити, росписи акрилом, а также многие другие. Кроме того, помещения украшаются не только рисунками, но и фотографиями, которые создаются в необычной манере. К примеру, последним трендом стал проект южноафриканского фотографа Брюса Бойда и художницы Тэриен Смит под названием «Ноль градусов», суть которого составляют снимки цветочных инсталляций, замороженных в лёд, которыми украшается впоследствии интерьер.

Теперь перейдем к рассмотрению некоторых приемов и стилей по порядку. Аэрография представляет собой технику декоративной живописи, использующую аэрограф в качестве инструмента для нанесения жидкого или порошкообразного красителя на поверхность под воздействием струи сжатого воздуха. Большое значение этот прием имел в реставрации фотографий, благодаря аэрографу появилась возможность разукрасить снимок, тем самым оживляя его. Популярностью он пользовался еще в 1891 году, когда Иллинойская школа искусств презентовала свой журнал, посвященный аэрографии. Широкое распыление по поверхности позволило воздушной живописи создавать журналы, плакаты, листовки, календари и прочие предметы типографского искусства, в доступной и понятной форме демонстрирующие социокультурные трансформации окружающей картины мира.

Недюжинную значимость в наши дни получила роспись акрилом – неважно, на чем, это может быть стекло, посуда, одежда, обувь, сумки, предметы быта, стены и даже ногти. Акриловые краски очень универсальны, единственный минус в том, что они могут смываться водой с некоторых предметов. Необычностью отличается граничащая с данной категорией и графикой роспись методикой дудлинга («медитативной графики») – ее также именуют иррациональным стилем рисования. Суть ее состоит в росписи поверхности каракулями, точками, кружочками,

завитушками, которые человек должен рисовать, не задумываясь над процессом, реализуя своеобразный живописный «поток сознания» 21 века. Из мелких элементов впоследствии складываются целые полотна. Для ее выполнения необходимы либо ручки, либо маркеры, либо специальные фломастеры с тонким кончиком, либо акриловые краски и тонкие кисти – фантазия не ограничивается. Эта техника позволяет не только обновить старые вещи, расслабиться и достичь эстетического удовлетворения, но и развивает творческие способности, которые под силу каждому. Она охватывает самые разнообразные возрастные категории и не требует от человека диплома художника. Наряду с дудлингом широко известен зентангл – для рисования в этом стиле требуются квадраты размером 9×9, внутри которых непосредственно располагается узор.

Отдельно можно отметить волшебную технику эбру – она заключается в своей сущности создание узоров на воде и дальнейшее их перенесение на любую предметную область, в частности, на бумагу или ткань. Техника «танцующих красок» имеет восточное происхождение, но абсолютно повсеместное использование. Создание изображения данным способом – кропотливый и трудоёмкий процесс, так как художнику необходимо тонко улавливать все колебания поверхности воды и движения красок по водной глади, умело сочетать узоры между собой и не допускать их смешения или переплетения. Смежной можно назвать технику батика, предполагающего рисунки на ткани с использованием холодного или горячего резервирующего состава. Уже устаревшими в плане выполнения являются витраж, горячая эмаль, мозаика, декупаж, инкрустация и интарсия. Во всех перечисленных видах декоративной живописи фигурирует стекло или другие материалы (камни, бумага, бусины), которые образуют композицию из мелких кусочков и фрагментов.

Граффити не знает, наверное, только ленивый – его влияние на мировую культуру приобрело необъятные размеры благодаря школьникам, чье самовыражение и по сей день выливается на стены общественных зданий и построек из баллончиков с краской. Его так и окрестили искусством «уличного раскрашивания стен». Традиционно название «граффити» в истории искусств применялось для обозначения изображений, которые нацарапаны на поверхность. Родственным ему является понятие «граффито» [2, с. 28], обозначающее удаление одного слоя пигмента путём процарапывания поверхности таким образом, чтобы показался второй цветной слой, находящийся под ним. Данная технология изначально использовалась гончарами, которые по окончании работы вырезали на изделиях свою подпись. В древние времена техникой граффити украшали стены с помощью острых камней, костей животных или палочек, иногда для этого использовали мел или уголь. Со времен 70-х годов ушедшего века граффити трансформировалось в спрей-арт, приобретший дурную славу вандализма. Первоначально таким способом

революционно настроенные слои общества высказывали свои политические идеи, а позже этот вид декоративной живописи стал неразрывной частью хип-хоп культуры. Помимо спрей-арта нередко используется и трафаретное граффити – для него из жестких и плотных материалов вроде картона вырезаются определенные формы, буквы или символы, затем они прикладываются к поверхности и по ним распыляется краска. На почве граффити пустила корни техника ярнбомбинга – украшения уличного пространства при помощи вязаных или трикотажных элементов. И это далеко не весь перечень приемов и стилей в декоративной живописи.

Обратимся теперь к графике, творения которой выстроены из линий и штрихов в черно-белой и серой цветовой гамме. В отличие от классической и декоративной живописи, цвет играет здесь, скорее, вспомогательную роль. Но следует сказать, что элементарная черная шариковая или гелевая ручка в сочетании с простым карандашом способна отобразить весь спектр чувств и эмоций, для которых цвет будет являться излишним. В зависимости от материала и пера, с которым работает мастер графика имеет множество ответвлений – в частности, целесообразно упомянуть в данном случае уникальную (сухими и жидкими красящими веществами), печатную графику (литография, гравюра, ксилография) и монотипию (отпечатки масляными и другими красками на бумаге). Палитра веществ неограниченна и в своем арсенале располагает не только красками или карандашами, но и тушью, соусом, белилами, жидкой сепией, углем, пастелью и многими другими приспособлениями. Преимущество получили методики перекрестной штриховки, штриховки-тонирования, рисунка резинкой и растирания пальцами, что придает произведению неповторимый эстетический эффект. На современном этапе изобразительного пространственно-временного континуума такие техники, как гравюра по дереву или металлу отошли на задний план и используются, в основном, при создании памятников и других элементов ритуальной атрибутики. Гораздо популярнее компьютерная графика – и это неудивительно, так как мы бытийствуем в информационной эпохе и всевозможные гаджеты, а также продукты их непрерывной работы прочно вошли в жизнь каждого из нас.

В целом, мы можем сказать, что дегуманизация искусства, о которой писал испанский мыслитель Х. Ортега-и-Гассет, постепенно исчерпывает себя. Несмотря на мировые тенденции жестокости и обезличивания общечеловеческих ценностей, тяга к прекрасному в человеке не иссякает. Это, безусловно, радует, так как красота действительно способна спасти мир своим величием, поражавшим даже самых тираничных фигур в истории – все мы прекрасно знаем, что картины рисовал даже Адольф Гитлер. Следовательно, искусство служит человечеству некой отдушиной, в которой проявляются все его фантазии, ценности, способности и

мечтания. А для того, чтобы эта отдушина продолжала развиваться, необходимы постоянные творческие поиски новых техник и приемов исполнения произведений искусства, чем и занимается современное поколение.

Список использованных источников:

1. Герчук Ю.Я. Основы художественной грамоты: Язык и смысл изобразительного искусства: Учебное пособие. М.: Учебная литература, 1998. – 208 с.

2. Голубева Е. С. Роль декоративно-прикладного искусства в развитии творческих способностей детей // Актуальные задачи педагогики: материалы III междунар. науч. конф. (г. Чита, февраль 2013 г.). – Чита: Издательство Молодой ученый, 2013. – С. 27-29.

3. Горбунова Е. В., Щирова А. Н. Тенденции развития современной декоративной живописи // Современные наукоемкие технологии. – 2013. – № 6. – С. 22-23.

4. Воздушная живопись. Основные методы и приемы. – М.: «ГД Издательство Мир книги», 2006. – 96с.: цв. ил.

5. Ременникова Ю. С., Заярнюк А. Н. Основные признаки декоративной живописи в системе преподавания композиции // XXVIII Международной научно-практической конференции «В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии». – 2013.

6. Соколова М. С. Декоративно-прикладное искусство в системе искусство-культура-производство // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2007. – № 11-2.

©Кузнецов А.К., Ермолаева Л.П., 2016 г.

УДК 72.036

АБСОЛЮТНАЯ ПРОСТОТА И ФУНКЦИОНАЛЬНОСТЬ – ИДЕАЛИСТИЧЕСКИЕ ЗАПОВЕДИ ШКОЛЫ БАУХАУЗА

Лашков А.В.

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

Весь дизайн, когда либо созданный человечеством, не возникает из ничего и не исчезает бесследно. Откуда растут корни у современного дизайна? Я начну с одного из главных направлений – школы простоты и функциональности – баухауз, которая определила дизайн Apple и Икеа. Расскажу какие искусствоведы повлияли на баухауз и каково его значение в современном мире.

Баухауз, как высшую школу строительства и художественного конструирования, в 1919 году создал и возглавил Вальтер Гропиус,

художник и ремесленник в одном лице. Главной концепцией школы было соединение искусства со строительной техникой, а идеология заключалась в ответственности дизайнера перед человеком, обществом и развитием культуры в целом.

С 1919 по 1925 годы школа существовала в Веймаре (Германия), затем в 1926 году переместилась в Дессау. Именно там Гропиус спроектировал здание школы, которое до сих пор считается шедевром архитектуры функционализма. Интерьер и внутреннее оборудование были созданы самими учениками и преподавателями школы.

Преподаватели были творчески смелыми, активными, одержимыми поиском новых идей. Они разделяли взгляды Гропиуса на единство искусства и ремесла. «Художник – лишь высшая степень ремесленника», – говорил он. В Баухаузе преподавали лучшие представители искусства XX столетия: Иоханнес Иттен, Василий Кандинский, Пит Мондриан, Людвиг Мис ван дер Роэ.

Стержнем обучения была идея ремесленных средневековых цехов, которые работали по принципу «мастер – подмастерье – ученик». В начале студенты изучали основы ремесел и свойства материалов, а главной задачей было отойти от классического восприятия искусства как отдельных форм, свести воедино все его виды, от живописи до архитектуры. Прикладная часть включала в себя эксперименты с формой сырого материала, его свойствами и работу с механизмами. Параллельно постоянно изучалась и углублялась теория цвета, рисунка, формы.

В 1928, после Гропиуса школу возглавил Ханнес Майер. Он привнес в учебный процесс две новые дисциплины: экономику и психологию. В мастерских же школы Майер наладил массовое производство мебели и деталей интерьера, главными принципами которых были дешевизна и минимальное количество деталей. За счет недорогого производства максимально функциональных вещей их могли позволить себе все слои населения. В целом же в стенах школы создавалось невероятное количество предметов интерьера, посуды, мебели, плакатов, которые в итоге и начали представлять баухауз как стиль.

«Большинство артефактов дизайна на протяжении почти всего периода жизни человечества обладали одной общей чертой: они делались для богатых и могущественных.

После Первой Мировой войны, русской революции и парочки финансовых кризисов внезапно появилось огромное поле дизайнерской деятельности – создание продуктов, которые гораздо лучше, чем без дизайна, но не дороже в производстве.

Продуктов, привлекательность которых создается не за счёт дополнительной работы (например, внешней орнаментировки, которая требует времени на нанесение), а за счёт неотъемлемых свойств объекта. Всё – чтобы создавать предметы, которые смогут себе позволить даже

люди необеспеченные. Характерным примером этой лавины является Баухаус».

Но, несмотря на это, в Дессау к школе относились враждебно, что привело к практически полному сокращению дотаций. В 1932 году новый директор школы Людвиг Мис ван дер Роэ «перевез» Баухауз и открыл его как частное предприятие в Берлине. Но уже на следующий год, с ростом влияния нацистов, школу пришлось закрыть, как «рассадник коммунизма». Многие преподаватели вынуждены были скрываться от преследований и эмигрировали в США.

Зародившись в Германии, баухауз как стиль имел огромное влияние не только в Европе. В Америке его идеи успешно развивали архитекторы и дизайнеры Чарльз и Рэй Имз. В 1929 году, проведя медовый месяц в Европе, Чарльз Имз впервые и познакомился с работами школы. Вернувшись домой, он основал в Сент-Луисе архитектурное бюро, где идеи баухауза пропагандировали уже на территории США. Впрочем, работы Имз заслуживают отдельной статьи.

Школа просуществовала всего 14 лет, но стиль и идеи людей, которые свято верили в простоту формы и функционализма, сделали огромный вклад в культуру не только того времени, но и в дизайн и архитектуру современности.

Сейчас эта идеология функциональности и простоты формы наиболее ярко выражена в скандинавском графическом дизайне и архитектуре. В одежде идеи баухауза можно обнаружить в стиле нормкор, а в промышленном дизайне – у Apple и Ikea.

К примеру, первый каталог Apple открывали слова «Простота – предел совершенства». А сам Стив Джобс говорил, что идеальный продукт – это базовая сущность и простота без излишеств.

На мой взгляд, основные принципы баухауза можно выразить так:

- художник должен быть ремесленником, без отрыва от ручного труда и технологии;
- нужно обучаться смежным профессиям, не заикливаться на изучении узкой специализации;
- простота формы и функциональность – основа хорошего дизайна;
- следует учиться у мастеров, которые владеют прикладными знаниями дисциплины;
- проектировать промышленные строения и системы с высокой ответственностью перед социумом и культурой.

Казалось бы, все чересчур просто и гениально, но в этом и есть вся суть баухауза.

©Лашков А.В., 2016 г.

УДК 5527**ЭКОЛОГИЧНОСТЬ КАК ТРЕНД В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ**

Мухаметжанова В.М., Буцера О.В.
Национальный исследовательский университет
«Московский институт электронной техники»

Как известно, тренды и модные направления сменяют друг друга очень быстро. Важно помнить о том, что дизайнерская деятельность крайне нестабильна, здесь всё находится в постоянном движении [1, с. 6-15]. Многие из новых направлений формируются под влиянием вкусов потребителей, но есть и те, которые следуют из года в год. Они нередко связаны с глобальными проблемами. Сейчас, например, очень злободневный вопрос – защита окружающей среды.

Первое и главное, о чём стоит задуматься – экономия бумаги. Достаточно представить себе, что, к примеру, происходит с упаковкой после того, как она оказывается в руках потребителя. Чаще всего, она заканчивает свою жизнь на мусорной свалке. К счастью, сейчас существует много видов экологичных материалов, таких как пластик, разлагающийся за 18 месяцев, войлочный полиэфир, который может быть использован в качестве топлива, легко утилизируется и при сгорании не выделяет токсичных паров и т.д. [2, с. 82-83]. Их использование помогает снизить степень загрязнения окружающей среды.

Основопологающим принципом в «зелёном» графическом дизайне является так называемая «вторая жизнь» [3]. Это принцип раскрывается в разных вариациях – материале и графике.

Отличным примером является крафт-бумага, изготавливаемая из вторичного сырья. Её можно использовать как упаковочный материал, однако она также традиционно ассоциируется с эскизированием. Опираясь на это, можно разработать уникальный дизайн, сочетающий в себе красивую графику и экологичный материал. Такой графикой вполне может быть растительный орнамент в стиле средневековья Уильяма Морриса. Это придаст вещи не только внешнюю привлекательность, и будет служить не просто напоминанием об экологии, но и нести некую ценность, оригинальность. Можно использовать также бионическое формообразование. Стилизацию натуралистических природных объектов. Бионика в графическом дизайне проявляется удивительным образом. Например, из сочетания фактуры и цвета можно создавать фантастические орнаменты. На основе бионических форм получаются замечательные товарные и фирменные знаки, пиктограммы [4, с. 8-9]. Это отличный способ показать удивительную красоту природы, воспитать в людях экологическое сознание.

Жажда чего-нибудь экологичного, натурального также нашла отражение в шрифтах. В 2016 году популярны рукописные шрифты [5]. Плавные, органичные линии в сочетании с динамичностью и мобильностью прекрасно подойдут для оформления полиграфической продукции.

Ещё один важный аспект, о котором всегда следует помнить графическому дизайнеру – минимизировать применение чернил. Например, белый цвет бумаги может являться частью дизайна. Печатать лучше на бумаге стандартных размеров, так как нестандартные форматы подразумевают много бумажных отходов. Это не только сократит расход чернил, но и снизит затраты на бумагу.

Конечно, это не всегда получается, поэтому есть и другой выход из подобной ситуации. Существуют экологичные чернила, на основе воды и растительных веществ, соевые [6].

Современному графическому дизайнеру нужно быть экологически сознательным. Даже если существует определённое количество, тех, кто использует экологичные материалы в своей работе, но это так и останется каплей в море, если все эти усилия не будут совместными, коллективными. Нынешнее положение кардинально изменится, если это будет делать каждый. Только вместе мы сможем помочь природе.

Список использованных источников:

1. Луптон Э. «Графический дизайн от идеи до воплощения». / Пер. с англ. В. Иванов. – СПб.: Питер, 2013. – 184 с.
2. «Актуальный дизайн // Упаковка-01». / Пер. О. Логвиненко – ИД «РИП-холдинг» 2009. – 192 с.
3. Advertology.RU – всё о рекламе, маркетинге и PR. [Электронный ресурс] / Кристина Котович (unipack.ru) // Четыре главных тенденции в дизайне упаковки 2016 – 19.01.2016 URL: <http://www.advertology.ru/article135012.htm> (дата обращения: 19.11.2016)
4. Мазурина Т.А. Бионическое формообразование в графическом дизайне [Текст]: учеб. пособие / Т.А. Мазурина; М-во образования и науки Рос. Федерации, Федер. Агенство по образованию, Гос. обраховат. Учреждение высш. Проф. Образования «Оренбург. Гос. Ун-т». – Оренбург: ГОУ ОГУ, 2009. – 134 с.
5. Первый супермаркет полиграфии [Электронный ресурс] / Графический дизайн, тренды 2016 года URL: <http://super-print.com.ua/blog/graficheskij-dizajn-trendy-2016-goda/> (дата обращения: 19.11.2016)
6. Графический дизайн – on-line журнал [Электронный ресурс] / Vlad // Экологичность графического дизайна – 24.06.2013 URL: <http://graphic.eds.co.ua/ekologichnost-graficheskogo-dizajna.html> (дата обращения: 19.11.2016)

©Мухаметжанова В.М., Буцерава О.В., 2016 г.

УДК 7

**СОЗДАНИЕ ОРНАМЕНТОВ
С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ АНТРОПОМОРФНЫХ МОТИВОВ
В ГРАФИЧЕСКОМ РЕДАКТОРЕ «ADOBE PHOTOSHOP CS3»**

Колташова Л.Е., Власова Ю.С.

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

В разработке орнаментов дизайнеры наиболее часто используют антропоморфные мотивы. Подобные композиции требуют особого подхода в переработке и стилизации исходных образов. Антропоморфный орнамент это такой орнамент, где в качестве мотивов используются мужские и женские стилизованные фигуры или отдельные части тела человека.

Антропоморфные мотивы известны с глубокой древности. В этих орнаментах отражается осознание места человека в системе мироздания, его роли в истории бытия. В древнейшей стенописи и керамике антропоморфные мотивы появились в сценах охоты вместе с изображениями зверей. Статуэтки женщин неолитической культуры, оформленные ковровым орнаментом можно считать только шагом в сторону устойчивого введения облика человека в орнамент.

С появлением земледелия, человек постепенно начинает ощущать себя не только частью природы, а ее крайне важным представителем, при этом антропоморфные изображения начинают занимать устойчивое место в искусстве. Изображения человека в орнаментальных композициях встречаются на керамике древних цивилизаций Передней Азии, керамике и стенописи различных периодов развития Древнего Египта, сосудах Древней Греции, изделиях древнейшего периода Европы.

Как мотив в современных раппортных композициях используются обобщенные образы красноармейцев, рабочих, спортсменов, пожарных, пионеров.

Для создания орнаментальной композиции в качестве творческого источника была выбрана почтовая марка с изображением бегущей спортсменки, для проектирования орнаментальных композиций с использованием антропоморфного мотива в работе была использована программа Adobe Photoshop CS3.

ШАГ 1. Определение контура.

Необходимо перенести картинку источника в поле фотошопа. Для выделения контура фигуры мы используем инструмент «Волшебная палочка», далее нам необходимо выполнить обводку контура фигуры, для этого мы используем функцию «Редактирование – выполнить обводку».

ШАГ 2. Определение размера.

Необходимо создать новый документ (Файл – Новый). Был создан документ с нужным размером 5.25x3.5 см, был перенесен выделенный контур на новый документ.

ШАГ 3. Создание композиции.

Создаем новый документ формата А4 (размер изображения 21x30 см), и переносим маленькую фигурку на новый формат. Таким образом, создаем орнаментальную композицию.

ШАГ 4. Трансформирование.

Для поворота фигуры мы используем функцию «Редактирование – трансформирование на 90°» или «Редактирование – свободное трансформирование». Функция «Свободное трансформирование» позволяет свободно вращать фигуру в разные стороны.

ШАГ 5. Определение цвета.

Для передачи точного цвета из источника на орнамент необходимо перенести источник в свободную область фотошопа. Для передачи точной цветовой гаммы источника мы используем инструмент «Пипетка». Кликаем «Пипеткой» на цвет источника, и цвет автоматически появляется в «Палитре».

ШАГ 6. Заливка областей.

Для заполнения областей цветом используем инструмент «Заливка».

Таким алгоритмом действий в фотошопе Adobe Photoshop CS3 был спроектирован орнамент.

В ходе реализации проекта нами были сделаны следующие выводы:

1. Photoshop дает возможность творческим людям разработать свои идеи для будущих проектов, затрачивая меньшее количество времени и усилий, чем вручную.
2. Безграничные возможности редактирования позволяют изменять каждую деталь и выбирать наилучшие варианты.
3. Владение программой Photoshop позволяет выполнять задуманное на гораздо более высоком уровне, что положительно влияет на творческое и профессиональное развитие.

Список использованных источников:

1. Бесчастнов Н.П. Графика фигуры человека. 2006г.
4. Шугаев В. М «Орнамент на ткани». М.: 1980 г.
5. Буткевич Л. М. «Орнамент как процесс». М.: 2002 г.

©Колташова Л.Е., Власова Ю.С., 2016 г.

УДК 7

МЕТОДИКА КОМПЛЕКСНОЙ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКОГО ИНТЕРФЕЙСА

Кудрявцев М.А.

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

Интенсивность развития информационных технологий в современном мире привела к увеличению количества выпускаемых программных продуктов. Подобная ситуация создает высококонкурентную среду на рынке, где наиболее значимыми качествами выпускаемой продукции являются эффективность, скорость работы, цена и удобство работы пользователя. Именно поэтому важно на этапе разработки и проектирования продукта учитывать данные параметры. Однако предугадать эффективность и удобство программного продукта для конечного пользователя крайне сложно до момента реального использования [1]. Очевидно, актуальность оценки удобства существует не только на этапе разработки, но и на последующих итерациях поддержки и развития программного продукта.

Методики оценки сложности интерфейса предлагались и раньше, однако большинство из них основаны на оценке интерфейса экспертом. Такие методы базируются на наборе правил, критериев и советов, которые описывают особенности восприятия пользователем интерфейсов [2, 3, 4]. Однако, учитывая тот факт, что разработкой интерфейса не всегда занимается человек с необходимым набором навыков и знаний, высока вероятность допущения ошибки предварительной оценки. И именно данный аспект является ключевым недостатком – необходимость привлекать дополнительного специалиста.

Избежать необходимости привлечения эксперта можно, оценивая интерфейс, выявив определенные статистические данные. На сегодняшний день определена методика оценки интерфейса путем измерения времени, необходимого на выполнение определенной задачи – GOMS [3]. Естественно, подобный метод дает оценку относительно одного интерфейса, для которого важно сравнить разные пути решения одной задачи.

Существует возможность разработать оценку эффективности интерфейса и по другим параметрам, которые можно измерить. Такая мера представляет собой взвешенную сумму из множества различных статистических данных. Для интерфейса наиболее значимыми параметрами являются:

- сложность представления графического отображения;
- информационная эффективность;

анализ XML-дерева или его аналога;
стохастическая сложность.

Рассмотрим подробнее сложность представления графического изображения. Очевидно, что ключевым параметром для восприятия изображения является его сложность. Измерить такой параметр является возможным с помощью вычисления Колмогоровской сложности (выражает возможность фрактального описания) [7]. Иными словами, нужно найти на изображении все фрактальные элементы и измерить, какую часть изображения они составляют. В итоге данная задача сводится к максимальному сжатию изображения без потери деталей. Данную задачу осуществляет метод сжатия для получения формата JPEG, результатом которого будет изображение некоторого объема, отношение которого к начальному размеру изображения и будет являться коэффициентом сложности. Очевидно, что данная оценка неточна и в общей сумме будет иметь наименьший коэффициент [7].

Информационная эффективность представляет собой отношение минимального количества информации, необходимого для выполнения задачи, к количеству информации, которую должен ввести пользователь [2].

Сложность XML-дерева представляет собой систему связи элементов интерфейса, их количество и объем информации, который необходимо усвоить человеку для осознания структуры интерфейса. Очевидно, что чем сложнее дерево, описывающее интерфейс, тем сложнее и сам интерфейс.

Стохастическая сложность интерфейса схожа с оценкой графического изображения, но применима не к пикселям, а к элементам самого интерфейса. Вычисление данного параметра возможно при выявлении структуры интерфейса, подсчету количества классов, на которые можно разбить его составные элементы и их фрактализируемость.

Однако оценка эксперта все равно остается ключевой, так как измерить такие параметры как наглядность, эргономичность и очевидность в численных параметрах не является возможным [1]. Именно поэтому для более полной оценки сложности или эргономичности интерфейса необходима разработка методики с учетом экспертного мнения в виде рекомендаций от экспертной системы. Тема формирования такой экспертной системы и базы знаний для нее заслуживает рассмотрения в отдельной работе.

Список используемых источников:

1. ГОСТ 9241-210-2012 "ЭРГОНОМИКА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ЧЕЛОВЕК–СИСТЕМА". standart.gost.ru. [В Интернете] 01 12 2013 г.
2. Нильсен, Якоб. Веб-дизайн. 2006. 5-93286-004-9.
3. William Albert, Thomas Tullis. Measuring the User Experience, Second Edition: Collecting, Analyzing, and Presenting Usability Metrics (Interactive Technologies). 2014. 978-0124157811.

4. Krug, Steve. Don't Make Me Think, Revisited: A Common Sense Approach to Web Usability. 2010. 978-0321965516.

5. Раскин, Джеф. Интерфейс: новые направления в проектировании компьютерных систем. 2005. 5-93286-030-8.

6. Трухин, Юрий. Численные методы оценки качества интерфейсов. <http://blog.trukhin.com/>. [В Интернете] 2011 г. http://blog.trukhin.com/2011/06/blog-post_04.html.

7. Honghai , Yu. Image complexity and spatial information, 2015.

©Кудрявцев М.А., 2016 г.

УДК 811

БЛИСССИМВОЛИКА КАК ОДИН ИЗ МЕТОДОВ ОБЩЕНИЯ ДЛЯ ДЕТЕЙ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ

Белозерова А.М., Ермолаева Л.П.

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

Общение – один из важных факторов влияния на полноценное развитие детей. К сожалению, не всем детям доступны общепринятые способы общения. В данной научно-исследовательской работе рассмотрена одна из специально разработанных языковых систем – система «Блисс». Задача исследования, выявить преимущества блиссимволики и способы ее применения.

«Блисс» – семантическая языковая система, способная замещать любой другой естественный язык. Блиссимволику создал Карл Блисс (1897–1985). Блисс хотел создать простой в освоении международный вспомогательный язык для обеспечения общения между различными языковыми сообществами. Простота этой системы заключается в том, что алфавитом служат определенное количество графических базовых символов, представляющих значения, которые легко запомнить.

Всего насчитывается около 120 ключевых символов, но алфавит постоянно обновляется, так как Блисс – развивающийся язык.

По типу их можно разделить на три группы:

- пиктографические (имеют конкретное значение, изображая физические проявления или внешность объекта);
- идеографические (обычно абстрактные понятия);
- общепринятые (цифры и математические знаки, знаки препинания и т.д.).

Блиссимволика широко распространена и используется в 37 странах мира как вспомогательное средство общения людей.

В 1971 году впервые в терапевтических целях это система была применена в Канаде в Центре реабилитации детей-инвалидов в Онтарио.

В процессе обучения и общения используется индивидуальная коммуникативная карта, которая замещает или дополняет естественную речь и создаётся с учетом познавательных, языковых, сенсорных и физических способностей ребёнка или взрослого человека. Размещение символов по клеточной системе и выделение цветом их принадлежности к грамматическому классу облегчает нахождение необходимого слова во время диалога. Эта карта помогает людям, которые не знакомы с системой «Блисс», ориентироваться в символах, поэтому без труда он может прочитать слово.

При тяжелых формах ДЦП, когда ребёнок не может выполнять указательные жесты руками, используют шлем или повязку с лазерной указкой, двигая головой, он подсвечивает нужный символ.

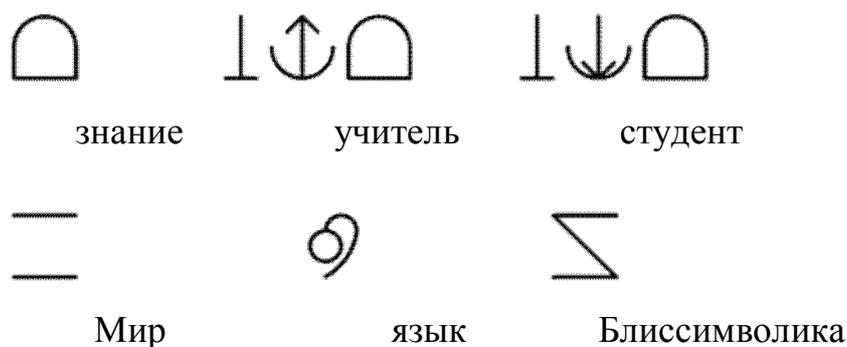
Система «Блисс» имеет фундаментальную языковую структуру (орфография, морфология, грамматика, синтаксис) и безграничные возможности расширения и пополнения словаря. На данный момент словарь блисс-языка содержит свыше 3000 слов.

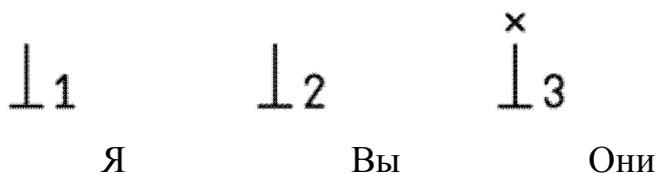
Блисссимволика логична, проста и элегантна. Рассмотрим некоторые примеры.

Блисс-символ. Индивидуальный графический символ (иероглиф):



Блисс-слово. Представляет понятие или смысл, пишется с использованием одного или нескольких последовательных символов:





Я Вы Они

Некоторые символы пиктограммы - они похожи на вещи, которые они представляют:



дом колесо солнце электрический

Некоторые символы идеограммами - они представляют собой идеи:



разум дайте знание

В грамматике языковой системы «Блисс» существуют символы-показатели, которые определяют, к какой части речи, времени относится слово:

× множественное число ^ действие v описание

) прошлое (будущее

Теперь, зная некоторые правила построения, можно составить простое предложение:



Я знаю Блиссимволику

Символы сформированы на основе геометрических форм, оттенки значений которых передаются через их размер, положение, интервал и конфигурацию. Эта языковая система подходит к использованию на разных речевых уровнях, от сигнального слова до грамматически совершенного предложения.

В результате исследования становится ясно, что система «Блисс» – самая распространенная и развитая языковая система символов в мире. На данный момент язык используется для поздравительных открыток, на нем издаются книги, словари, пишут стихи. Он может использоваться в работе по развитию лексики у неговорящих детей с ДЦП, моторной алалией, при лечении заикания в период молчания, при патологии органов речевого аппарата.

В результате исследования блиссимволики можно выделить плюсы этой системы:

быстро и легко учится;

блисс-язык быть использован при подготовке к чтению, но он достаточно сложен для выражения идей и чувств;

постоянно пополняется словарь.

Блиссимволы – это язык, который может помочь многим особым детям выразить себя и найти свое место в мире.

Список использованных источников:

1. [Электронный ресурс] Проект "Blissymbolics" [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.blissymbolics.org/> - (Дата обращения 15.11.2016)

2. "Блиссимволика как способ общения детей с ДЦП" [Статья]. Автор Жусупова И.Т.

3. "Метод Блисс-коммуникации и его использования в работе с безречевыми детьми" [Статья]. Авторы Сайфуллина М.Н., Болтакова Н.И. ФГАОУ ВПО Казанский (Приволжский) федеральный университет, г.Казань, Россия.

4. "Методика использования Блиссимволики в работе с детьми с задержкой речевого развития" [Статья]. Автор Литвиненко О.В. учитель-логопед ГБОУ СКШ№7 Красносельского района Санкт-Петербурга.

©Белозерова А.М., Ермолаева Л.П., 2016 г.

УДК 7

СОВРЕМЕННЫЕ ГРАФИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА

Матвеева А.С.

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

С развитием технологий мир графики претерпел коренные изменения. Потребность в быстрой визуализации информации привела к изобретению спец. устройств и программ, которые в соединении с работой художника, дали начало «цифровой эре». Популяризация видеоигр и комиксов так же оказала большое влияние на графическую культуру.

Дигитайзер. Устройством для ввода рисунков в компьютер непосредственно от руки, стал дигитайзер или графический планшет. Так же его применяют для работы с 3D-моделями, фотографиями и редактированием графики вообще. Состоит из пера и плоского планшета.

Ранние планшеты были акустическими, или искровыми. Прикосновение стилуса к планшету вызывало небольшой разряд, который улавливался микрофонами, расположенными вблизи. Триангуляционным методом определялось положение пера в пространстве.

Можно также вспомнить о световом перо – устройстве, имеющем вид шариковой ручки или карандаша, соединённого проводом с одним из портов ввода-вывода компьютера. Ввод данных осуществлялся через проведение линий пером по поверхности экрана монитора.

Первые графические планшеты, подобные современным, были представлены в 1964 году под названием «графакон» (от англ. Graphic Converter). Они содержали сетку тонких проволок, создающих последовательность слабых магнитных импульсов, которые улавливались пером, что позволяло определять текущее положение пера.

Первые планшеты для потребительского рынка назывались «КоалаПэд». Изначально они были созданы для компьютера Apple II, но со временем «Коала» распространилась и на другие персональные компьютеры. Позже свои модели планшетов стали выпускать и другие фирмы.

Английская фирма Wacom создала технологию на основе электромагнитного резонанса, когда сетка и излучает, и принимает сигнал, а перо лишь отражает его. Поэтому в таком устройстве подпитывать перо не нужно. На таком же принципе действия основаны некоторые тачпэды.

В наше время так же существует оптический планшет, представляющий собой ручку с тушью, на кончике которой расположена маленькая камера, синхронно копирующая изображаемое на бумаге; лазерный планшет – устройство, считывающее положение пера на определённой площади.

Кроме координат пера в современных графических планшетах также могут определяться давление пера на рабочую поверхность, наклон, а также вращение вокруг вертикальной оси.

Фирмы, выпускающие дигитайзеры – Wacom, Apple, Genius, Aiptec, Trust, ACECAD, Anoto, NAVIsis, Hanvon.

Потребности и культура. К концу XX века объем информации в мировом пространстве увеличился более чем в 30 раз. Это явление получило название «информационный взрыв». Причем 70% информации имеет графическую форму предъявления. Потребность в ее оформлении делает необходимым использование графического планшета. В свою очередь сфера услуг и рекламная индустрия неразрывно связаны с культурой, и, в некоторых случаях, могут оказывать влияние на ее формирование.

Дигитайзер используют вместе со специальными пакетами художественно-графических и инженерно-конструкторских программ, включая трехмерную графику и мультипликацию. Что позволяет не только сократить время выполнения работы, но и, в каком-то смысле, заменить целую группу смежных специалистов.

Одними из самых требовательных пользователей являются дизайнеры, художники и фотографы, для которых дигитайзер – не просто

дополнительный аксессуар к арсеналу их инструментов, а необходимое средство для выпуска конечных изображений. Другая группа профессионалов: архитекторы, конструкторы, инженеры. Так же существует большое количество пользователей – любителей, как среди детей, так и взрослых, причем дигитайзер в этом случае может использоваться не только для досуга, но и для выполнения работы.

Гифты, трейды, реквесты, коллабы и т.д. – дигитайзер стал средством коммуникации и взаимодействия в связи художник – художник, заказчик – художник.

Таким образом, появление дигитайзера не только упростило работу специалистам, оно стало неотъемлемой частью жизни обычного человека.

Список использованных источников:

1. <http://www.creaturedesign.org/obzornaja-statja-po-graficheskim-planshetam;>
2. И.Б. Афанасьева, Е. В. Князева, статья «СОВРЕМЕННЫЕ ЭЛЕКТРОННЫЕ СРЕДСТВА ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ГРАФИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ»;
3. <http://elibrary.ru;>
4. <http://www.muslim-info.com/forum/viewtopic.php?p=2969;>
5. [http://www.hardnsoft.ru/academy/theory_and_practice/26867/;](http://www.hardnsoft.ru/academy/theory_and_practice/26867/)
6. А. Ю. Лихачев, научная работа «Способы создания графической информации средствами компьютерных технологий»

©Матвеева А.С., 2016 г.

УДК 72.012

КОНСТРУКТИВИЗМ – СТИЛЬ СОВЕТСКОГО ДИЗАЙНА 20-х ГОДОВ

Гринь М.А., Жорова Е.В.

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

Конструктивизм – авангардистский стиль (метод, направление), получивший развитие в 20-30-х годах XX века, основой художественного образа которого выступает не композиция, а конструкция [1, с. 1].

Отличительными чертами советского конструктивизма считаются:

- функциональность;
- геометрия простых фигур (прямоугольник, квадрат, треугольник, окружность) и прямые четкие линии;
- свободное пространство с нечетким зонированием;
- простые цвета с минимальным использованием оттенков – красный, черный, желтый, синий;
- отсутствие игры света;

отсутствие декора.

Конструирование – один из приемов формообразования, основанный на точных расчетах физических свойств материалов и функций объекта. Цель конструирования – организация оптимальной функциональной связи элементов композиции. Минимальный декор и максимальная функциональность, отсутствие орнамента и сияние металла, цветовая гамма: черный, белый, красный, желтый, синий – это стиль конструктивизм.

Все вещи, спроектированные конструктивистами – мебель и интерьеры в целом – отличались максимальной функциональностью и минимальным декором. Орнамент в них отсутствовал полностью, допускались цветовые акценты – блеск металла, благородный черный, чистый белый и насыщенные простые цвета – красный, желтый, синий. Эти цвета считались отражением философских и духовных ценностей эпохи.

Художники-конструктивисты создают новаторские ткани, одежду, посуду, в которых ясные и простые по форме цветовые пятна в сочетании с четкими колючими линиями и броским шрифтом создавали характерные для эпохи вещи-плакаты. Особенно интересно конструктивизм проявился в графическом дизайне [1, с. 2].

Графический дизайн – интернациональное явление, решающее такие комплексные задачи, как выработка единых систем знаков, создание фирменных стилей, образа целых отраслей промышленности, обновление зрительно-информационного ряда учебников, создание визуальных комплексов для крупных мероприятий, выставок и т.д. [6, с. 78].

Графический дизайн представляет собой результат постепенного слияния популярного коммерческого искусства и современного изобразительного искусства.

Первоначально этот термин означал художественное расположение и монтаж на печатном листе текста с изображением. В настоящее время сфера деятельности графиков-дизайнеров существенно расширилась, включив компьютерную графику, теле- и видео программы, пространственно-конструктивные эксперименты и др.

В отличие от зарубежного дизайна, который возник из потребности промышленности каким-либо образом стимулировать сбыт товаров, русский дизайн вышел из беспредметного искусства в основном через творчество производственников и конструктивистов. Они осознали необходимость определения базовых составляющих произведения искусства, с помощью которых можно передать зрителю любую чувственную информацию [3, с. 4].

На первом этапе развития (1917-1922) дизайн формировался на стыке производства и агитационно-массового искусства (политические шествия, уличные празднества). Оригинальная конфигурация и устройство

трибун, агитационных и театральных установок, киосков доказали обоснованность переноса акцентов с разработки новых стилистических приемов на художественно-конструкторские проблемы. Наиболее интенсивно развивается графический дизайн, что проявляется в принципиально новом подходе к созданию плаката, рекламы, книжной продукции.

Преобладание в социальном заказе на дизайн элементов агитационно-массового искусства предопределило активное участие в движении «от изображения к конструкции» прежде всего художников и их профессиональных организаций [4, с. 1].

Однако признание новой концепции формообразования пришло лишь в 1921 году, когда произошли определенные изменения в экономической ситуации. Конструктивизм перерос производственное искусство, утвердив собственную эстетику и самостоятельные цели.

Второй этап развития дизайна в России (1923-1932) можно считать временем становления его профессиональной модели. Россия становится одним из важнейших центров формирования дизайна. Происходит становление школы профессиональной подготовки дипломированных дизайнеров – производственных факультетов ВХУТЕМАСа.

Дизайн переориентируется на решение практических задач: разработку бытового оборудования для жилищ, обстановки рабочих клубов, общественных интерьеров. Основная цель – организация предметной среды с учетом общих процессов в сферах труда, быта и культуры.

В этот период формируются оригинальные творческие концепции дизайна, определившие его дальнейшее развитие.

Задача создания новой среды жизнедеятельности придала особый импульс развитию конструктивизма. Производственные факультеты ВХУТЕМАСа охватывает эйфория изобретательства. Безусловно, тон задавали их лидеры – А. Родченко и Л. Лисицкий, которые наиболее ярко проявили себя именно в графическом дизайне.

Фотомонтаж, коллаж, шрифтовые композиции, рекламная и плакатная графика, книжные конструкции составляют золотой фонд мирового дизайна.

Третий этап (1933-1960) – конструктивизм теряет свою актуальность. Однако потенциал, накопленный авангардом, еще какое-то время сказывался в проектных работах. В первую очередь в продукции графического дизайна: политических плакатах, киноплакатах, книгах, рекламе [2, с. 1].

На примерах плакатов таких художников как Варвара Степанова, Владимир Маяковский, Александр Родченко, хорошо прослеживаются основные стилистические направления графического советского конструктивизма:

большой размер текста, содержащий призыв к действию «Купи в ГУМе!», «Раскупай!», «Айда на биржу трудоустроиваться!» и т.д.;
 узкий спектр цветов: черный, белый, красный, желтый и синий;
 активное использование фотомонтажа;
 простота изображения, незначительная детализация;
 композиции из простых геометрических форм;
 различное расположение текста (прямое, горизонтальное, по форме, наклонное).

Конструктивизм был встречен критически, но затем приобрел большую популярность. В современном графическом дизайне довольно популярна стилизация под советский конструктивизм. Она используется в плакатах, рекламе, буклетах, иллюстрациях, листовках и другой печатной продукции. Помимо прочего советский конструктивизм способствовал формированию новой современной тенденции в графическом дизайне, которая подразумевает под собой активное использование различных графических элементов [5, с. 15].

В современном графическом дизайне советский конструктивизм так же присутствует, но уже не в таком кричащем виде, как раньше. В первую очередь данный стиль проявляется в использовании геометрических фигур в дизайне, что особенно стало популярным в веб-индустрии.

На примерах представленных плакатов можно увидеть, как преобразился конструктивистский стиль. Плакаты более не пестрят крупными, громоздкими заголовками, в тексте реже встречается призыв к действию, цветовая гамма преобразилась незначительно, но основные цвета стали менее открытыми и кричащими.

Конструктивизм занимает значительное место в истории дизайна. Мы повсеместно наблюдаем влияние стиля конструктивизм на современный дизайн и особенно яркое его проявление в графическом дизайне. Нас впечатляют и вдохновляют сохранившиеся произведения этой удивительной эпохи.

Список использованных источников:

1. <http://www.raruss.ru/soviet-constructivism/3942-soviet-constructivism.html>
2. http://www.plakat.ru/Info/p_r01.htm
3. <http://www.arteveryday.org/konstruktivizm-v-sovetskom-plakate/>
4. <http://expositions.nlr.ru/construct/text4.php>
5. Елена Сидорина «Конструктивизм без берегов. Исследования и этюды о русском авангарде», 2012
6. Виталий Устин «Композиция в дизайне», 2006

©Гринь М.А., Жорова Е.В., 2016 г.

УДК 76.01:070

ПРОБЛЕМЫ В ФОРМООБРАЗОВАНИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ МНОГОСТРАНИЧНЫХ ПЕРИОДИЧЕСКИХ ИЗДАНИЙ

Мосина А.А., Сидоренко В.Ф.

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

Проблемы в формообразовании профессиональных многостраничных периодических изданий для дизайнеров, всегда были актуальными в проектной культуре. Дизайн журналов всегда находился под влиянием перемен, художественный образ трансформировался, отвечая актуальным стилеобразующим тенденциям, также изменялись и сами методы формообразования.

К концу XX в. завершился длительный процесс перехода формообразующих приемов языка графического дизайна от модернизма к постмодернизму. Постмодернизм возвел в парадигму «эстетику хаоса», тем самым противопоставив интернациональному и общепринятому набору «швейцарского стиля». Визуальная эстетика постмодернизма внесла огромный вклад в современный графический дизайн, подарив многообразие приемов верстки и «раскрепостив» модульную сетку, а также иллюстративные и фото материалы в оформлении многостраничной журнальной периодики для дизайнеров.

Верстка многостраничных периодических изданий для дизайнеров, на примере журнала «КАК», в стиле постмодернизма.

Привнесенный постмодернизмом визуальный эпатажный и эклектичный образ с избытком решил актуальную для своего времени задачу по демократизации художественного коммуникативного языка графического дизайна. Ярким представителем эстетики постмодернизма среди периодических журналов для дизайнеров является журнал «КАК».

Однако теперь философы, культурологи и теоретики дизайна говорят о кризисе визуального графического языка постмодернизма и в ожидании новых методов формообразования. Как пишет Владимир Семенко: «в постмодернизме принципиально невозможно никакое сотворение чего-либо нового; всякое «новое» здесь есть лишь коллаж из старого, а творчество – всего лишь перелистывание книги истории, мыслимое бесконечным» [1]. Кризис постмодернизма также связан с исчерпанием актуальных формообразующих приемов, с повсеместной интерпретацией средств графического языка, в том числе в дизайне многостраничных изданий, включая профессиональные журналы для самих дизайнеров. Понятие «художественный хаос» больше не является синонимом абсолютного художественного вкуса и креативности в дизайне

многостраничных изданий. Стеценко Е.А. обозначает проблему постмодернизма как «выражение хаоса, в котором не существует никакой формы, никаких границ, никакой направленности, никакого определенного пространственного, временного или исторического измерения. Он содержит в себе огромное многообразие традиций и стилей, но все это осколки разбитых целостностей» [2].

Журнальной форме необходима реконструкция, новый стиль, новая парадигма в современной культуре печатных изданий.

Вопрос заключается в том, какая новая концепция стиля в графическом дизайне придет на смену постмодернизму и предложит актуальные средства и методы проектирования многостраничных изданий.

Речь идет о разработке новых методов и средств формообразования профессионального журнала в условиях смены культурных парадигм: от постмодернизма к минимализму. Журнальную форму необходимо «очистить» от лишней эклектики, упорядочить и вернуть лаконичность и «стройность» модульной сетке, избавиться от «неряшливости» в верстке.

Одним из актуальных направлений в решении этой проблемы является разработка концепции «нового минимализма», как эстетики, стиля, и метода формообразования в дизайне многостраничных периодических изданий.

Список использованных источников:

1. «Ситуация постмодерна» и деконструкция культуры. Краткий очерк философии постмодернизма», статья Семенко В.П.

2. «Постмодернизм и современная теория хаоса», Статья Е.А. Стеценко.

©Мосина А.А., Сидоренко В.Ф., 2016 г.

УДК 7

ЛОГОТИП КАК СРЕДСТВО ВИЗУАЛЬНОГО ПРЕДСТАВЛЕНИЯ БРЕНДА В СФЕРЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Кащеев О.В., Подугольникова К.И.

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

На формирование сильного бренда влияет множество факторов, одним из которых является его визуальное представление. Главные составляющие фирменного стиля бренда – это логотип, палитра цвета и графика – его дизайнерская концепция. Известно, что большую часть информации человек усваивает посредством зрительного восприятия, первостепенным аспектом которого является форма как символ, поэтому для создания успешного бренда необходимо через данный атрибут

отобразить главные преимущества, качества и особенности товара, выстроив определенный ассоциативный ряд, создающий дифференциацию и идентификацию бренда в сознании потребителя [1, с. 25].

В настоящее время высшее образование, это не только социальный институт, но один из субъектов рыночной системы. На формирование потребительского выбора и положение на рынке образовательных услуг влияет имидж высшего учебного заведения, его репутация и позиционирование, поэтому наиболее актуальным становится аспект визуального представления бренда университета.

Первое, на чем акцентируется внимание в визуальной концепции – это форма, представленная через символ в виде эмблемы или логотипа, выражающий комплекс традиций и ценностей, гарантирующий качество и стабильность, выстраивающий ассоциации и устанавливающий отношения с потребителем.

Проблемой данного исследования является изучение воздействия на выбор и восприятие потребителем логотипа, как средства визуального представления бренда, а также на формирование позиций учебного заведения в современной среде конкурентного рынка.

Данную тему освещали в своих работах такие авторы, как Дэвид Аакер, исследуя проблему создания четкого позиционирования и сильной идентичности бренда, Тимоти Самара, рассмотревший вопрос взаимодействия пяти областей, в том числе и формы, для создания эффективного визуального представления продукта, Майкл Эвами, изучивший значение формы при создании логотипа.

Одной из главных задач при создании логотипа как символа учебного заведения, является выражение его общей концепции и направленности, в зависимости от того, какие характеристики и качества необходимо донести до потребителя. Эмблема позволяет идентифицировать бренд посредством определенных визуальных атрибутов.

Выбор абитуриента осуществляется исходя из преимуществ, которые ему принесет образование в данном ВУЗе, таким образом, логотип должен символизировать тот набор ассоциаций и обещаний, который формирует спрос среди своей целевой аудитории [2, с. 12].

Анализ существующих логотипов российских ВУЗов показал, что все они условно подразделяются на три типа. Концепция первого – оригинальность, ясно и необычно показывающая, на что ориентирован бренд. Одним из наиболее ярких примеров данного типа является логотип ВГИК или РАМ имени Гнесиных. Второй случай – минималистический символ, выраженный простой формой или же буквой, которая впоследствии становится прочной и уникальной ассоциацией. В качестве примера могут быть представлены логотипы ВШЭ или РУДН. Третий тип – статус и представительность, лишенный исключительной

оригинальности, но демонстрирующий прочную репутацию и надежность. В данном случае примером может послужить эмблема МГУ или РАНХиГС.

Стоящие перед современным ВУЗом задачи в условиях конкурентной борьбы и рыночной экономики, анализ теоретической базы и существующих логотипов позволил сформировать гипотезу, которая представляет собой выявление зависимости между логотипом как средством визуального представления бренда высшего учебного заведения и его воздействием на выбор потребителя, формирование репутации и конкурентоспособности.

Для подтверждения того, насколько логотип как средство визуального представления бренда оказывает влияние на выбор потребителя, в рамках данного исследования был проведен опрос в формате закрытого анкетирования и стандартизированного интервьюирования, в котором приняли участие три группы респондентов. В первой группе находилось более 50-ти студентов, представляющих различные московские ВУЗы. Вторая группа была сформирована также более чем из 50-ти человек, являющихся абитуриентами. Респонденты третьей группы – люди, имеющие полное среднее или высшее образование, а также родители потенциальных абитуриентов.

Участников всех трех групп опрашивали на предмет важности логотипа как визуального представления высшего учебного заведения, а также как данный атрибут влияет на их выбор, какие конкретно критерии наиболее значимы, какие ассоциации устанавливаются с уже известными брендами и с теми, о которых респонденты мало осведомлены, либо не знают вовсе.

Исходя из результатов опроса, можно заключить, что в первых двух группах логотип ВУЗа является одним из первостепенных факторов, формирующих о нем мнение и способствующих выбору участников. Наибольшее одобрение и интерес среди респондентов получали те эмблемы, где в центре концепции стоял конкретный образ или персонаж – уникальный символ, вызывающий прямую ассоциацию с направленностью учебного заведения или его статусом. При этом приветствовалось неперегруженное цветовое решение, а также уход от стандартных форм.

В третьей группе предпочтение, напротив, отдавали простым и общепринятым обозначениям, выражающимся в виде атрибутов государственной принадлежности, флага, стереотипов о символах стабильности и силы.

В каждой из трех групп участники сходились во мнении, что наиболее яркие цвета уместны в простых и лаконичных эмблемах, не перегруженных деталями и образами. А также напротив, если символ сам по себе уникален и имеет определённую ассоциацию, то цветовая палитра должна быть умеренной или ограничиваться черно-белым решением.

Результаты исследования подтверждают приведенную выше гипотезу о выявлении зависимости между логотипом как средством визуального представления бренда высшего учебного заведения и его воздействием на выбор потребителя, показатели его ценности, конкурентоспособности и формирование репутации в сфере образования.

Однако данная закономерность действует и проявляется по-разному в зависимости от категории потребителей в рамках критериев их возраста и статуса, а также направленности образовательной программы высшего учебного заведения, определяющей один из выявленных типов логотипа. Следовательно, в зависимости от концепции содержания, образа и дизайнерского решения эмблемы, совокупность всех выделенных факторов в неравной степени влияет на целевую аудиторию.

Для того чтобы повысить эффективность воздействия логотипа как атрибута визуального представления бренда на средне статистического потребителя и расширить охват целевой аудитории, при создании символа необходимо совместить каждое из качеств трех обозначенных групп логотипов высших учебных заведений, сохранив единообразие визуальной концепции, а также отобразить основную направленность ВУЗа.

В том случае, если учебное заведение имеет широкий спектр образовательных программ в разных областях, помимо основного логотипа университета также могут использоваться эмблемы для каждого из институтов, объединенные общей концепцией.

Логотип, как средство визуального представления бренда в сфере образования, оказывает прямое влияние на восприятие учебного заведения потребителем, формирует спрос, а также дифференцирует его на конкурентном рынке, выстраивая положительный ассоциативный ряд, способствующий укреплению статуса, репутации и уверенному развитию.

Исходя из теоретического анализа, выявленной типологии при изучении существующих логотипов российских ВУЗов, а также результатов практического исследования, можно сформулировать определенные рекомендации по созданию логотипа Российского государственного университета им. А.Н. Косыгина. Так как специализация ВУЗа имеет такие основные направления, как технология, дизайн и искусство, то наиболее эффективно будет объединить характеристики двух типов эмблем – яркость и оригинальность, а также статус и представительность. Таким образом, в логотипе может использоваться официальная государственная символика – герб, цвета флага, а также формы и архетипы, ассоциирующиеся с силой, властью, порядком и надежностью. Кроме этого, важно подчеркнуть индивидуальность и специализацию ВУЗа, используя яркую и гармоничную цветовую гамму, а также конкретный запоминающийся образ.

ВУЗ имеет множество направлений, подразделяющихся на институты, то для каждого из них могут быть созданы отдельные эмблемы,

отражающие их специализацию, что способствует привлечению широкой целевой аудитории вне зависимости от основной направленности университета.

Список использованных источников:

1. Аакер Д. Создание сильных брендов. – М., 2008.
2. Барт Р. Система моды. – М., 2003.
3. Самара Т. Эволюция дизайна. От теории к практике. – М., 2009.
4. Эвами М. Создание логотипов. Самые современные разработки. – М., 2009

©Кашеев О.В, Подугольникова К.И., 2016 г.

УДК 004.94

**ИНТЕРАКТИВНЫЙ ДИЗАЙН
В СОВРЕМЕННОМ ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ**

Сидоренко В.Ф., Фокеева А.В.

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

Развитие дизайна напрямую связано с технологическим прогрессом, при том не только дизайн – двигатель прогресса, но и развитие технологий ведет к расширению функций дизайна.

Сегодня графический дизайн является одной из самых широких сфер дизайна, которая активно развивается.

В современном графическом дизайне с недавнего времени особое место занимает интерактивный дизайн. Интерактивный дизайн заключается в максимально гармоничном и функциональном комбинировании контента, графики, звуковых и визуальных эффектов с применением программирования. Интерактивный дизайн используется при разработке веб-сайтов, программных продуктов, интерфейсов и игр. В основе такого дизайна заложено взаимодействие носителя информации и пользователя, где последний тесно соприкасается с информацией.

Под интерактивным дизайном часто подразумевают WEB-дизайн, однако это лишь одна составляющая огромного списка того, что объединяет в себе интерактивный дизайн. Однако именно с WEB-дизайна начинает зарождаться этот вид графического дизайна. Появление инфографики, иконок и кнопок, иерархии информации, структурированная система меню – все это было востребовано и необходимо человеку для оперативного и комфортного получения информации. Однако со временем современные технологии дали возможность использования мультимедиа, звук, анимация 3D-модели, что в свою очередь потребовало грамотного использования перечисленных элементов. Именно с момента появления таких возможностей и появляется такое понятие, как «интерактивный

дизайн», его основной особенностью была способность решать поставленную проблему с помощью нестандартной подачи информации с точки зрения технологии.

Брет Виктор утверждает, что понятие «интерактивный дизайн» составляет не только новые технологии. Они являются лишь инструментом. Брет Виктор говорит: «Мне нравится определение: «Инструмент служит удовлетворению потребностей путем усиления возможностей человека»... Другими словами, инструмент преобразует то, что мы можем сделать, в то, что мы хотим сделать. Я не буду говорить о технологиях, потому что это просто, технологии развиваются и все о них говорят. Но вопрос в том, что кроется в нас самих, в нуждах общества и в том, что можем сделать мы сами» [3].

Непонимание того, как технологии могут решать задачи, но при этом абсолютная уверенность в необходимости их использования не ведет к ловкому и уникальному решению проблемы. Необходимо понимать, что интерактив – это сложный инструмент в решении поставленной задачи, представляющий собой нематериальную среду, в которой отсутствуют, привычные для нас, правила и законы, что, в свою очередь, позволяет дизайнеру создавать любые экосистемы, придумывать любые законы природы. Прежде всего, она позволяет решать широкий спектр проблем, связанных с потребностями человека: начиная от информационного голода и заканчивая даже развитием физических возможностей. Это достигается за счет 4 главных особенностей интерактивного дизайна: безграничные возможности, наличие обратной связи, возможности аналитики, возможность сочетания и взаимодействия всех дисциплин в одной среде [1].

Интерактивный дизайн включает в себя 3 составляющие: пользователь с его потребностью, метод или способ решения и технологии. На выходе мы должны получить результат, который представляет собой не дизайн-объект как таковой, здесь уже дизайнер проектирует сценарий взаимодействия пользователя со своим продуктом. Именно коммуникация – остается основной задачей интерактивного дизайна.

Робин Кемме, креативный директор стратегического дизайнерского агентства «Fabrique», занимается разработкой интерактивного дизайна ведущих голландский и мировых музеев. Главной стратегией его работы стало влияние через интерактивный дизайн на аудиторию. Робин Кемме практически доказал, что вовлеченность пользователя зависит от грамотного использования интерактивной среды в графическом дизайне. Цифровые технологии способны сделать искусство ближе и понятнее для посетителей, возбудить интерес к музеям и их коллекциям: виртуальные пользователи интернета становятся реальными посетителями музеев, а приложения, используемые во время визита в музей, заменяют традиционные этикетки и позволяют глубже узнать мир искусства [2].

Работа с Военным музеем Нидерландов – один из успешных примеров успешного интерактивного дизайн-проекта. Стенд с медалями требовал информационного табло, где каждая из наград должна была иметь описание и краткую характеристику. Решением стало интерактивное приложение на электронном стенде, где проецировался солдат в натуральный рост в форме, на груди которого располагались определенные медали. Дотронувшись до медали на сенсорном экране стенда, человек слушал или читал данные об указанной награде. Это был простой на первый взгляд ход, однако проектировщики агентства «Fabrique» придумали еще один элемент. Так как музей посещали семьями, то для детей была разработана специальная функция: солдат на интерактивном стенде вставал на колени. Это было не только сделано для удобного пользования, но являлось неким чисто человеческим жестом, отражающим гражданскую позицию армии. Небезразличие, честность и осознанность – вот что стало концептом данной коммуникации, как дизайн-продукта.

Польза и образование – эту цель Робин Кемме и его агентство «Fabrique» достигли, разработав специальное приложение, которое распознает музыку. Аудитория часто не посещает концерты камерной или симфонической музыки лишь потому, что не знакома с классикой, на это нет времени у современного человека, либо он держится своих знаний. Поэтому решением стала разработка такого приложения. Оно позволяет в процессе представления указывать краткую информацию о том, что звучит на сцене.

Таким образом, интерактивный дизайн обогащает развитие современного графического дизайна с точки зрения пользы. Интерактив как инструмент имеет широкие возможности, однако его грамотное использование должно нести в итоге решение проблемы. Решение, основанное на глубоком понимании взаимодействия носителя информации и пользователя.

Список использованных источников:

1. Родион Арсеньев «Веб-дизайн мертв. Да здравствует интерактивный дизайн!» публикация от 26.02.2013 [Электронный ресурс] // www.slideshare.net. URL: <http://www.slideshare.net/RedKedsagency/ss-16774685>
2. Робин Кемме лекция «Искусство и коммуникации» 15.10.2016 лекторий Музея «Гараж» / Организатор лекции Журнал Проект International
3. Антон Запускалов «Короткая речь о будущем интерактивного дизайна» публикация от 23.07.2012 [Электронный ресурс] // www.cossa.ru. URL: <http://www.cossa.ru/152/20643/>

©Сидоренко В.Ф., Фокеева А.В., 2016 г.

УДК 74.01/.09

**ДИЗАЙН ТУРИСТИЧЕСКОГО ЛОГОТИПА СТРАНЫ:
АНАЛИЗ МИРОВОГО ОПЫТА И СОВРЕМЕННЫХ ТЕНДЕНЦИЙ
ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СИМВОЛИКИ**

Голубкова М.В., Яцюк О.Г.
Национальный институт дизайна

Сегодня в информационном поле графического дизайна можно уловить такой тренд как проектирование туристического логотипа страны. По данным лета 2016 года из 193 стран-членов ООН у 145 стран [8, с. 83] есть туристические логотипы. Более того, за несколько лет существования, некоторые из этих логотипов уже успели претерпеть модификации и ребрендинг.

Логотип для страны – это ответ времени, новое слово в системе визуальной идентификации страны, динамичное рекламное сообщение. Герб или флаг каждого из 252 государств мира (с тем или иным территориальным статусом) запомнить сложно, а туристический логотип – это яркий, информативный (в большинстве случаев на логотипе присутствует название страны), априори запоминающийся образ. Большое значение имеет его «эмоциональная окраска» в цветовом, пластическом и образном решениях.

Разработка туристического логотипа страны – элемент странового брендинга, который берет свое начало из брендинга территориального, который, в свою очередь, вырос из сплава корпоративного брендинга и территориального маркетинга. Явление станового брендинга и, в частности, туристического логотипа страны, еще только осмысливается как феномен графической проектной культуры.

Особенностью проектирования туристического логотипа страны является наличие устоявшихся визуальных символов – официальной государственной символики. Речь идет о гербе и флаге. Любая страна, по общепринятым международным правилам, обязана иметь герб, флаг и гимн. Иногда этот список дополняется девизом. Если проводить параллели с графическим комплексом фирменного стиля, то, в некоторой степени, любая страна, признанная мировым сообществом, имеет: логотип (герб), цветовую схему (флаг), а иногда и слоган – девиз. Конечно, эти параллели весьма условны, однако полностью их игнорировать нельзя, более того, существующий мировой опыт проектирования туристических логотипов стран, наглядно демонстрирует тенденции переноса элементов официальной государственной символики в туристический логотип страны.

Ситуации полного ребрендинга «стиля» страны, то есть замены официальных герба и флага (или одного из них) на логотип страны, в

мировой практике зафиксировано не было. Хотя проектирование логотипа страны (уже не туристического!), как суммы герба и флага, а также как новый этап в эволюции официальной государственной символики представляется вполне логичным и закономерным. Сегодня туристический логотип страны зачастую проектируется и воспринимается как добавление к имеющимся гербу и флагу.

Анализируя мировой опыт построения таких знаков, можно выделить пять способов их формирования.

1. Использование флага в туристическом логотипе страны.

Этот способ подразумевает прямое цитирование флага в графической части логотипа. Например, туристический логотип Швеции и Австрии. Они построены сходным образом: в логотипе присутствует название страны, набранное гротеском, рекламный призыв («Visit» «Посетите» (англ.) для Швеции и «Arrive and revive» «Приехать и возродить» (англ.) для Австрии), а также изображение флага, стилизованное под живописное рукотворное исполнение – это графическая часть логотипа.

2. Наследование (цитирование) черт флага в туристическом логотипе страны.

В таком случае происходит частичное цитирование флага. Например, логотипы Грузии и Швейцарии. Так, на флаге Грузии присутствует два типа красных крестов – Георгиевский крест в центре и четыре Болнисско-Кацхских (тип крестов, наиболее широко известных и используемых в Грузии с V века) креста по периметру. В логотипе можно угадать стилизацию Георгиевского креста, который своей бионической пластикой теперь больше напоминает цветок, а также реплику Болнисско-Кацхских крестов в виде трехлистной фигуры.

В туристическом логотипе Швейцарии белый крест на красном фоне интегрирован в композицию логотипа: он расположен под наклоном в центре графической части знака, которая представляет собой золотой цветок.

3. Наследование черт герба в туристическом логотипе страны.

Гербы стран зачастую представляют собой информационно-ёмкое графическое сообщение. В логотипе используется какая-то наиболее характерная часть, которая очищается от излишней декоративности и информативности, стилизуется и вписывается в общую композицию знака. Как пример – туристические логотипы Норвегии и Индонезии.

В логотипе Норвегии золотой коронованный лев цитируются практически полностью с небольшими изменениями: пропорций, цвета и, тем, что лев был лишен короны, однако, он узнается и считается в логотипе мгновенно и безошибочно.

Мифическая птица Гаруда (мифическая птица, элемент мифологии индуизма и буддизма) с герба Индонезии перепорхнула в туристический

логотип страны со значительной стилизацией, однако, этимология графической части туристического знака также не вызывает сомнений.

4. Наследование цветов флага в туристическом логотипе страны.

Это наиболее мягкий способ цитирования и наследования черт официальной государственной символики. Хотя, при этом принципе проектирования туристического логотипа страны есть и свои сложности, так как, зачастую, цветовое решение флага государства, рассматриваемое как часть бренда, отнюдь не уникально. Например, состав цветов флагов России, Люксембурга, Франции, Нидерландов, Чехии, Сербии и некоторых других стран, одинаков: их цветовая схема – белый, синий и красный. Уникальным каждый флаг делает взаиморасположение и форма цветовых пятен.

Тем не менее, некоторые страны позволяют себе цитировать цветовое кодирование флага в туристическом логотипе. Например, Маврикий и Соломоновы острова. Принципиальным различием в этих примерах является то, что в туристическом логотипе Маврикия цвета флага привнесены в шрифтовое решение, а в логотипе Соломоновых островов – в графическую часть знака.

Так, в логотипе Маврикия буквы окрашены в четыре локальных цвета флага: красный, синий, желтый и зеленый, последовательность прочтения сохранена, с тем лишь отличием, что во флаге цвета читаются сверху вниз, а в логотипе слева направо.

В туристическом же логотипе Соломоновых островов цвета флага процитированы в графической части логотипа, где сохранена их последовательность и пропорции: синий, желтый, зеленый цвета, где желтого значительно меньше по площади.

Кстати, любопытной особенностью обоих логотипов является реплика природных особенностей каждой страны. Для Маврикия это абрис горы Питер Бот, с характерной вершиной, которая в логотипе обыграна в прописной букве «М», а для Соломоновых островов это изображение географического очертания нескольких островов, входящих в состав государства, в графической части знака.

5. Отсутствие взаимосвязи между официальной государственной символикой и туристическим логотипом страны.

Этим путем пошли около половины из всех тех стран, что уже спроектировали свои туристические логотипы, а точнее 74 из 145 стран [8, с. 83], у которых на сегодня есть туристический логотип (из 193 стран-членов ООН).

Таким образом, видно, что если оценить мировой опыт, то наследование черт герба или флага в туристическом логотипе страны представляется часто используемым (около 50%) и вполне удачным решением.

Туристический логотип, в таком случае, органично встаёт в один ряд с официальной государственной символикой и вполне может брать на себя некоторые функции идентификации и дифференциации страны на международной арене в событиях спортивного, развлекательного или информационного характера. Если же туристический логотип страны строится на абсолютно других принципах, отличных от тех принципов, которые использованы при проектировании официальной государственной символики (другие символы, цветовое кодирование, пластические ходы и т.п.), то зрителю, воспринимающему знаки, приходится запоминать каждый из них в отдельности – и логотип, и флаг, и герб. То есть информация усложняется и умножается. Тогда как туристический логотип с чертами официальной государственной символики, наоборот, способствует объединению знаков в сознании зрителя и облегчает его ориентацию в информационном пространстве при необходимости идентификации и дифференциации страны.

Список использованных источников:

1. Анхольт С. Бренд Америка: мать всех брендов. – М.: Добрая книга, 2010.
2. Волковский Н.В. Символы и регалии России. – М.: АСТ; СПб.: Полигон, 2006.
3. Динни К. Брендинг территорий. Лучшие мировые практики. – М., Манн, Иванов и Фербер, 2013.
4. Конституция Российской Федерации. Государственные символы России. – Новосибирск: Норматика, 2015.
5. Котлер Ф. Маркетинг мест: привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы. Санкт-Петербург, Стокгольмская шк. экономики в Санкт-Петербурге, 2005.
6. Панкрухин А.П. Маркетинг территорий. – М.: Питер, 2006.
7. Родькин П.Е., Визуальная политика: фирменный стиль России. – М: Совпадение, 2007.
8. Голубкова М.В. Государственная символика и туристический логотип страны как объекты графического дизайна: дис. магист. Нац. инст. дизайна, Москва, 2016.
9. Википедия – свободная энциклопедия – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/>
10. Словари и энциклопедии на Академике – Режим доступа: <http://dic.academic.ru/>

©Голубкова М.В., Яцюк О.Г., 2016

УДК [77.04:004.92]:655.3.026.23

ФОТОГРАФИЯ В СОВРЕМЕННОМ ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ

Щигорец Н.А., Щербакова А.В.

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина

(Технологии. Дизайн. Искусство)

Графический дизайн представляет собой специфическую область художественно-проектной деятельности, которая направлена на создание визуальных сообщений, распространяемых с помощью средств массовой коммуникации. Графический дизайн реализует при проектировании множество систем и объектов, т.е. знаков, визуальных комплексов, идентификаций, рекламных объявлений, плакатов, макетов журналов, упаковок, телевизионной и кинографики, графики машин, приборов и т.д. Он создает контекст понимания информации обществом, обладает целью и замыслом, а также возможностью объединять людей. Графический дизайн персонализирует идею и дает ей лицо.

В первую очередь дизайнер это коммуникатор – «визуальный интерпретатор», переводчик информации на язык, понятный миллионам людей. С помощью образных знаков он доносит до адресата практически любые сведения, не прибегая к длительным словесным объяснениям. «Цель графического дизайна – побуждать людей к действию или информировать их» (Милтон Глейзер) [9, с. 72].

Таким образом, задачей графического дизайнера является проектирование визуальных коммуникаций и проектирование самого визуального языка. Графический дизайн рассчитан на привлечение большего количества людей, он, безусловно, не может обойтись без языка понятного каждому человеку, т.е. визуального языка, языка иллюстрации и фотографии. Иллюстрация построена на раскрытии художественно-образных особенностей текста с помощью пластических средств. Она воспринимается лучше текстовой информации. В отличие от фотографии, иллюстрация воспринимается не как отражение реальности, а как символическое, упрощенное изображение. Здесь задача дизайнера состоит, прежде всего, в поиске образа, соответствующему данному содержанию и характеру публикации.

Фотография появилась гораздо позже иллюстрации и сейчас активно используется в современном дизайне, поэтому исследование функций и особенностей, которые проявляются в этом аспекте, является актуальной проблемой в современной дизайн теории. Большинство современных дизайнерских работ той или иной степени содержит в себе фотоизображения или его элементы, поэтому можно утверждать, что фотографические средства являются столь же неотъемлемой частью современного дизайна, как шрифт или графический рисунок.

«Фотография – это, прежде всего, объективность, экспрессия, эмоции. Фотография – графика – фотографика – составляющие современной визуальной культуры» [3, с. 332.]. Сегодня фотографии используются практически во всех направлениях графического дизайна. К фотографии относятся: плакат, книга, открытка, календарь, упаковка и т.д., если в художественном решении главенствует фотографическое изображение.

Фотография – разновидность СМИ, ее мы видим везде – на билбордах, в журналах, в семейных альбомах, в медицинских и архитектурных изданиях, в музеях, в галереях, и даже в залах суда. Для создания нужной реакции у целевой аудитории к фотографии, используемой в объявлениях, очень важно понимание наилучшего подхода к предмету. Необходимо создать фотографию, привлекающую внимание, т.е. с одной стороны, показывающую продукт, а с другой – оставляющую место для фантазии.

В творческой практике дизайнеров наблюдается как использование материала созданного специалистом, так и собственноручная съемка. Однако фотограф и дизайнер воспроизводят реальность в различных визуальных системах. Фотограф оперирует завершенным кадром, отдельно индивидуализированным изображением, которое рассчитано на то, чтобы рассматривать его как самооценочный объект. Для дизайнера снимок – это один из многообразных средств выразительности, которыми он владеет, и если это необходимо, он может адаптировать фотоизображения до дизайнерского продукта. Фотографический язык имеет определенный ресурс выразительности, который использовался дизайнерами с начала развития фотографии. К нему относятся такие средства как: фотомонтаж, фотографика, крашенная фотография, фотография с наложением различных графических фильтров и т.п.

Фотографика, как и другие составные части графического дизайна, имеет свои особенности. Ее использование зависит от того, какие задачи стоят перед дизайнером. Дизайнер ищет изобразительное решение плаката или рекламного объявления. Он занимается подбором характерной «фотонатуры», шрифтов, смотрит, как будут соотноситься текст и изображение, учитывает законы восприятия и особенности предполагаемой потребительской аудитории и т.п. «Эмоциональный заряд, который несут такие произведения, во многом возникает благодаря синтезу двух противоположных начал – вымысла и документальности, творчества и ремесла в высоком понимании этого слова» [2, с. 89]. Особое впечатление производят работы, которые выстроены на границе двух техник, слияние графики с фотографией. Также одним из изобразительных средств графического дизайна является фотомонтаж. Фотомонтаж – это композиция, составленная из фотографий и их фрагментов, часто дополненная текстом и графическими элементами. По технике создания

фотомонтаж – разновидность коллажа, т.е. своеобразного способа создания картин или графических произведений, скомпонованных из плоских или объемных частей различного материала. Фотомонтаж дал основу фотоплакату. В этом жанре работали такие мастера, как Дж. Хартфилд, А. Родченко, В. Корецкий, А. Житомирский, Г. Клуцис, Л. Лисицкий.

Возможности фотографии в графическом дизайне реализуются с помощью различной фотоаппаратуры и фотографических материалов. Полученные с их помощью изображения являются своеобразным «полуфабрикатом» для создания нового оригинального произведения. Обычно дизайнер использует снимки профессиональных фотографов или выбирает иллюстрации из печатных изданий. Однако лучшие образцы фотографии прошлых лет созданы специалистами, которые были способны самостоятельно экспериментировать с фотоаппаратурой и фотоматериалами. Так же в графическом дизайне важную роль играют средства ретуширования. Известно, что ретушь может изменить облик фотографии до неузнаваемости. В традиционной фотографии ретушь помогает исправить технические недостатки отпечатков или «подправить» изображенную натуру, но фотографика этим не ограничивается. Мастер экспериментирует, пытаясь найти необычные приемы художественной выразительности. Особое внимание дизайнеров, работающих в жанре фотографии, привлекают специальные виды съемки и обработки изображений. К специальным видам съемок относятся рефлексография, макрофотосъемка, съемка в невидимых ультрафиолетовых и инфракрасных лучах и др. В среде фотохудожников считается, что фотографика – это сумма всех специальных техник съемки и обработки фотоматериала.

С появлением современной компьютерной техники технология создания фотомонтажа упростилась и позволила дизайнеру-графику полностью сосредоточиться на творческом процессе.

Компьютерная фотографика, основанная на принципах цифровой записи, хранения, обработки и компоновки изображений, совершила буквальный переворот в графическом дизайне.

В современном мире, мире коммуникаций, рекламы и инноваций графический дизайн не может обойтись без такого важного визуального языка, как фотография.

Список использованных источников:

1. Арнхейм Р. Искусство и визуальное восприятие/[пер. с англ. В.Н. Самохина]. - Москва: Прогресс, 1974. - 386 с.
2. Курушин В.Д. Графический дизайн и реклама. - Москва: ДМК Пресс, 2008. - 272 с.: ил.
3. Лесняк В.И. Графический дизайн(основы профессии)/ Москва: IndexGroup, 2011. - 415 с.:ил.

4. Лэнгфорд, Майкл. Искусство фотографии/М. Лэнгфорд, А. Фокс, Р.С. Смит; [пер. с англ. Е. Тортуновой]. - Москва: Экспо, 2015. - 464 с.: ил. - (Мастер фотографии).
5. Михалкович О.И., Стигнеев. Поэтика фотографии. - Москва. "Искусство", 1989. 296 с.: ил.
6. Розенсон И.А. Основы теории дизайна/ СПб.: Питер, 2003, 218 с.
7. Руйе. А. Фотография. Между документом и современным искусством/ пер. с фр. - СПб.: Клауберри, 2014. - 712 с.:ил.
8. Рэнд П. Дизайн: форма и хаос/ Пол Рэнд; [пер. с англ. И. Форонова]. - Москва: Изд-во Студии Артемия Лебедева, 2013. - 244 с.:ил.
9. Туэмлоу, Элис. Графический дизайн: фирменный стиль/ пер. с англ. - СПб.: Астрель, 2014. - 256 с.: ил.
10. Хеджкоу Джон. Искусство цветной фотографии. - Москва. "Планета", 1985. - 240 с.

©Щигорец Н.А., Щербакова А.В., 2016 г.

УДК 658.512.2

ЭВОЛЮЦИЯ ФОРМООБРАЗОВАНИЯ В ДИЗАЙНЕ ТРАНСПОРТНОГО СРЕДСТВА ТИПА «АВТОДОМ»

Изотов А.С., Мыскова О.В.

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

Исторически сложилось, что одной из лидирующих областей дизайна с точки зрения художественного проектирования, внедрения и эксплуатации инновационных технологий и материалов является совершенствование транспортных средств. Основным по сложности в силу многих факторов, связанных с эргономикой внутреннего пространства и учётом особенностей использования и конструкции, является проектирование автомобилей типа «Кемпер», иным словом – «Автодом».

Как только автомобиль стал привычным явлением на дорогах, исследователи начали конструировать и первые автодома. Автофургоны или дома на колесах были актуальны еще в прошлом веке, когда многие люди переезжали из одного места в другое, преодолевая тысячи километров. Сегодня данный транспорт используется чаще всего для семейных поездок на природу, для туристических целей, а также для постоянного или временного проживания. Понимая высокую актуальность передвижного дома, компания TouringLandau в самом начале прошлого столетия представила общественности первый полноценный трейлер. Он представлял собой скорее небольшую будку, которую можно было закрепить к автомобилю. Тогда комфорту было уделено минимальное внимание (если сравнивать с нынешними автофургонами). Первый дом на

колесах имел две скамейки, одна из которых превращалась в кровать при помощи откидной спинки. В трейлере также примитивный туалет и умывальник. Художественное формообразование же отсутствовало, так как на первый план была поставлена экономия, как во времени производства, так и в стоимости материалов, которыми, в основном, были дерево и листовая фанера [1, с. 14].

Автофургоны быстро завоевали популярность, и уже к 30-м годам клуб любителей путешествовать при помощи практичных домов на колесах насчитывал более ста тысяч человек. Тогда и стала появляться конкуренция среди производителей, следовательно, и востребованность улучшения внешнего вида транспортного средства. Одним из первых выдающихся был HuntHouse 1937-го года выпуска, спроектированный по канонам популярной тенденции формообразования автомобилей, именуемой «Аэростиль», напрямую связанной с расцветом мировой авиации. Для большего же сходства с самолётами был выбран материал кузова – алюминий, детали из которого вручную выколачивались для придания нужной формы.

Примечательным является тот факт, что это был первый в истории дом на колёсах, оборудованный полноценным санузлом и спальным местом, что делало его невероятно привлекательным для длительных экспедиций.

После Второй Мировой войны начался настоящий бум на строительство автодомов. Это подтолкнуло FlxibleCompany отделать некоторые междугородние автобусы под роскошные автобусы-дома и продать их богатым отдыхающим. Они назвали новую линию «LandCruiser».

С тех пор переоборудование автобусов стало популярной темой у любителей рекреационных автомобилей (RV). В 40-х и 50-х годах Flxible были фаворитами.

Однако на тот момент все автомобили данного класса были весьма дорогостоящими и недоступными даже среднему классу граждан. Эту ситуацию радикально изменил автоконцерн Volkswagen, упрочив свои позиции в Америке, не оставив без внимания растущий рынок автодомов/кемперов моделью WestfaliaCamper, производства 1967-го года. Это был по-настоящему доступный автомобиль, который при этом выглядел весьма привлекательно. Его форма обусловлена многими факторами, один из важнейших – низкая конечная стоимость, из-за этого в нём отсутствуют изыски, присутствует только функционально нужное и необходимое. Большинство исследователей автомобильной истории утверждают, что именно с этой модели можно начать счёт современного дома на колёсах.

Самоходные дома на колёсах являются самыми дорогими, так как представляют собой полноценный дом и приспособлены к длительному

проживанию. В них есть все признаки полноценного дома, в самых дорогих мелкосерийно выпускающихся версиях имеется даже гараж для автомобиля [1, с. 30].

Формообразование данного кемпера является одним из наиболее сложных, несмотря на визуальную простоту, так как скрывает в себе невероятно широкий функционал и со стороны того, кто им пользуется и того, кто его обслуживает, так как в этой ценовой категории это разные люди. Представляет собой однообъемное минималистичное транспортное средство, которое по предварительному исследованию можно отнести к школе немецкого минимализма.

Седелный прицеп – самый распространённый класс, так как является самым дешёвым и неприхотливым в эксплуатации. Из многочисленного ассортимента, представленного на рынке, в основном различаются только внутренним наполнением, при однообразном внешнем формообразовании. Основным недостатком этого типа является невозможность самостоятельного передвижения, так как в конструкцию не заложен двигатель, а предусмотрено передвижение по аналогично прицепу [1, с. 46]. Примеры автомобилей данного класса, спроектированные с учётом художественного проектирования в ходе первичного исследования найдены не были.

Список использованных источников:

1. James B. “TwichelWinnebagoNation: The RV inCulture” 2014.

©Изотов А.С., Мыскова О.В., 2016 г.

УДК 74.01/.09

**ДИЗАЙН ТЕНТОВЫХ СОЛНЦЕЗАЩИТНЫХ УСТРОЙСТВ В
ЛАНДШАФТЕ ПАРКОВЫХ ЗОН**

Китаков Г.А., Мыскова О.В.

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

Современные задачи строительства вызвали необходимость создания легких и подвижных конструктивных систем, отличающихся предельной гибкостью, мобильностью, коротким сроком возведения и регулируемым сроком эксплуатации. Тентовые пространственные структуры, обладающие новыми, в том числе и уникальными формами, геометрические размеры которых практически не ограничены, сегодня уже нельзя рассматривать как сугубо инженерные объекты: легкие, пропускающие дневной свет и разнообразно, сценографически продуманно, подсвеченные ночью, они изменили роль и понимание архитектурной формы, создали виртуальное ощущение необыкновенной

свободы, простора интерьера, его раскрытости окружающему пространству и ландшафту, слитности с ним.

В России потенциальные возможности применения тентовых сооружений – быстровозводимых, мобильных, легко трансформирующихся в соответствии с изменением функции, и обладающих высокими эстетическими достоинствами, также значительны. Тентовые сооружения, дающие богатое разнообразие форм, для развития современной архитектуры и в нашей стране не менее важны, чем другие строительные системы.

Тентовые конструктивные структуры, как показывает мировая практика, дают возможность проектировать и осуществлять уникальные выразительные архитектурные формы, которые являются изящными, динамичными, скульптурными. Эти формы, в большинстве случаев не могли бы быть осуществлены при использовании другой конструктивной техники. Как одна из линий архитектуры высоких технологий тентовая архитектура в современной архитектуре заняла самостоятельное место и практически претендует на то, чтобы на сегодняшний день стать ее кульминационным моментом. В ближайшее время она может стать одним из ее лидеров. Во всяком случае, уже сейчас она, как никакая иная, является формой освоения высоких технологий, открывающей путь к индивидуальным решениям. Применение той или иной формы тентового покрытия каждый раз создает соответственно новый объект с новыми внешними и внутренними пространственными характеристиками. Архитектурные формы, найденные при сравнительно невысоких затратах в тентовой архитектуре могут художественно осмысливаться и в других материалах и технологиях.

©Китаков Г.А., Мыскова О.В., 2016 г.

УДК 74.01/.09

ПРИНЦИПЫ ФОРМООБРАЗОВАНИЯ В ДИЗАЙНЕ МОБИЛЬНОГО МОДУЛЯ

Никитина М.А., Мыскова О.В.

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

Интерес к многоаспектной и актуальной теме как мобильный модуль становится все больше. Потребность исследования проектирования мобильного жилого модуля так же заключается в том, что необходимость пребывания человека в местах максимально удаленных от цивилизации и лишенных всех средств обеспечения комфортного существования остается столь же актуальной, как и много веков назад. В настоящее время рост спроса на отдых и работу в неадаптированной для пребывания человека

местности с целью получения и развития системы навыков обитания в природной среде, выполнения исследовательской, учебной и другой познавательной работы, увеличился, за счет растущей популярности «эко-туризма», экстремального туризма, а так же профессиональной необходимости людей пребывания на нетронутых антропогенным воздействием природных территорий, занимающихся научной деятельностью (геология, биология, фотография и другие). Данный рост интереса обуславливается многими социально-экономическими факторами, например, массовость и доступность внутреннего туризма по сравнению с внешним туризмом; прогрессирующая урбанизация, где человек, являясь частью природы, испытывает необходимость в единении с ней на психофизиологическом уровне; практические достоинства (лечебный, спортивный туризм).

Одним из важных аспектов при проектировании модуля так же является проблема растущего антропогенного давления на природную среду, неизбежно приводящее к обострению экологической ситуации. Оно сопровождается одноцелевым использованием природных ресурсов, отсутствием системы переработки бытовых и производственных отходов, нарушение взаимосвязи системы «человек – природа», преобладание потребительской психологии, слабое развитие экологической культуры и этики, отсутствие формирования понятия организации и адаптации жизнедеятельности в окружающей среде. Все это указывает на необходимость совершенствования существующего оборудования, которое должно отвечать всем требованиям эргономики и безопасности современного пользователя.

Мобильный модуль – это временное жилище, предназначенное для защиты от неблагоприятных погодных условий и временного размещения и проживания людей, производства работ. В задачи модуля входит: устойчивость к воздействиям внешней среды, удобство в использовании и транспортировки пользователем, надежность и универсальность, компактность конструкции, соответствие стандартам эргономики.

Разработка метода формообразования мобильного модуля заключается в разработке принципов моделирования нового подхода к формообразованию, с целью улучшения эксплуатационных параметров, эргономических и функциональных свойств, применяя современные производственные и проектировочные подходы. В ходе исследования предусматривается решение следующих задач: расширение функциональных возможностей, эксплуатационных свойств и технических нюансов; применение более износостойких и современных материалов; переосмысление и усовершенствование эстетической формы, соответствующей эргономическим стандартам. Практическая значимость разработки метода формообразования структуры оболочки на примере мобильного модуля определяется возможностью применения данной

технологии для сокращения и рационального использования материалов при производстве, а так же применение данной технологии при проектировании аналогичных объектов.

Специфика формообразования мобильного модуля зависит от климатических природных факторов, вида используемых материалов, особенностями установки и эксплуатации. Изделие должно сохранять целостность и форму при различных физических и механических воздействиях, соответствовать заданным показателям нагрузки при разрыве и обладать повышенными прочностными свойствами для отдельных деталей и выделенных зон. Существует различные типы и модификации мобильных модулей, отвечающие различным задачам пользователей. Анализ аналогов и исследование экспедиционного оборудования выявил наиболее перспективные направления для разработки конфигурации модуля. В связи с этим в основе теоретических аспектов разработки формообразования применяется понятие «оболочка», а сам модуль является сложным текстильным изделием, которое следует рассматривать как объект с учетом комплексного и системного подхода к его проектированию.

В настоящее время тенденции в дизайне ориентированы на вычислительные технологии, изучение физических и биологических процессов, формообразование объектов природы.

Бионический принцип формообразования, реализуется посредством метода идейно-функциональных аналогий с различными образцами природных форм, что в свою очередь обеспечивает высокую структурно-компоновочную вариабельность, развитую конструктивно-декоративную пластику, а так же имитация естественно-природных закономерностей на основе примеров из мира природы обуславливает поиск новых вариантов конструкторской проработки. Опора на биологические прототипы и законы их организации и функционирования в настоящее время признается наукой как одно из направлений научно-технического прогресса [1, с. 312]. Это повлекло за собой появление и развитие новых инструментов, способов, методов и подходов при проектировании объектов.

Алгоритмический дизайн («параметрический», «генеративный») основывается на алгоритме, состоящим из исходных данных или параметров. Данное проектирование основано на геометрическом моделировании объекта с использованием параметров элементов формы и соотношений между этими параметрами. Появление программных систем параметрического моделирования позволило создавать сложные объекты, имитирующие природные структуры, путём геометрического моделирования, обеспечивающего математически точное представление поверхностей произвольной формы, имитирующих аналоги из мира живой

природы, что в дальнейшем позволяет воплотить в жизнь проект, в основу которого положена бионическая форма любой сложности [2, с. 53-56].

Синтез идей бионического формообразования и новейших подходов параметрического моделирования осуществляется посредством метода функциональных аналогий, сопоставления принципов и средств формообразования проектируемого объекта. Таким образом, предлагается альтернативный подход к проектированию формы объекта, основанный на заимствовании и ассоциативности, при котором на смену привычным линейной формам приходят бионические формы нелинейной, неортогональной геометрии в различных сочетаниях. Так, формы несущих конструкций (в архитектуре, дизайне) генерируются на основе строения механизмов природы. Благодаря синтезу дисциплин, бионический подход к проектированию ввел понятие мембраны и оболочки, которые позволяют решать сложные конструктивные особенности некоторых изделий, а так же позволяют воплотить форму, отвечающую эстетическим требованиям. Исследования, проведенные специалистами разных стран, показали, что природные оболочки обладают повышенными прочностью, формоустойчивостью и легкостью, а также красотой и привлекательностью геометрического строения [3, с. 26-27]. Проектирование оболочек по принципу строения природных структур является актуальной задачей, так как позволяет найти оптимальное соотношение между весом и прочностью изделия за счет локального распределения массы и прочностных свойств.

Активно развивающийся рынок композиционных материалов на тканой основе определяют не только особенности конструкции изделия и технологии его изготовления, но и необходимость обеспечения ряда специфических свойств, таких как строгое соответствие заданной внешней форме, отсутствие швов, двустороннее применение, устойчивость к деформационным разнонаправленным нагрузкам, наличие водоотталкивающего покрытия. Реализация таких требований может быть осуществлена благодаря внедрению армирующих элементов в текстильный материал, что позволит так же усилить конструкцию в определенных зонах, наиболее подверженных внешнему воздействию. Композитные материалы с повышенной гибкостью могут быть установлены точно по направлению деформации линий проектируемой конструкции.

Преимущества тканевых конструкций обусловлены их низкой стоимостью по сравнению, например, с металлоконструкциями, высокой мобильностью и возможностью их производства в цеховых условиях с последующей простой сборкой на месте эксплуатации. Более того, подобные текстильные конструкции могут быть исполнены из комбинации разнообразных поверхностей двоякой кривизны, что позволяет воплотить гармоничные эстетичные формы.

В рамках бионического принципа формообразования, природные оболочки характеризуются сочетанием прочности и гибкости, позволяющим противостоять воздействию окружающей среды. Проектирование изделий по принципу строения природных оболочек позволит улучшить прочностные и эксплуатационные характеристики изделия. Создание текстильной армированной оболочки, как основы мобильного модуля, является актуальной задачей, так как позволяет найти оптимальное соотношение между весом и прочностью изделия, что расширяет возможности применения данной конструкции во многих отраслях.

Список использованных источников:

1. Сапрыкина, Н.А. Основы динамического формообразования в архитектуре: учебник для вузов. / Н.А. Сапрыкина.– М.: Архитектура – С, 2005, с. 312.

2. Стессель С.А. Заимствование природных принципов формообразования в параметрической архитектуре/С.А.Стессель //Вектор науки Тольяттинского государственного университета. –2015 г, с. 53-56.

3. Руднева Т.В. Проектирование швейных изделий по принципу строения природных оболочек / Т.В. Руднева, Е.М. Базаев // Швейная промышленность. — 2012 г, №4, с. 26-27.

©Никитина М.А., Мыскова О.В., 2016 г.

УДК 74.01/.09

**АКТУАЛЬНОСТЬ И ПРЕИМУЩЕСТВО
ДИЗАЙНА ДЕКОРАТИВНЫХ АКУСТИЧЕСКИХ
ПАНЕЛЕЙ И КОНСТРУКЦИЙ**

Пономарев Д.Ю., Мыскова О.В.

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

Современный мир мегаполисов, полных динамики и энергии, в купе с техническим прогрессом, несущим улучшение качества жизни, к сожалению, всё чаще обращается совсем иной стороной. С одной стороны, он облегчает наш быт, увеличивая наши потенциальные возможности, но с другой – оказывает негативное влияние на психоэмоциональный фон и здоровье. Человеку вынужден защищаться не только от городской пыли, загрязненного воздуха и воды, но и от создаваемого растущим числом источников плотного шумового фона, который в свою очередь оказывает повышенное стрессовое давление на психику. К примеру, большой современный офис неизбежно наполнен шумом техники, телефонными звонками, голосами сотрудников и клиентов. Посторонние звуки не дают сосредоточиться на работе и снижают к минимуму релаксирующее

воздействие отдыха дома. В работах Петрова К.М. («Общая экология. Взаимодействие общества и человека») и Кацай В.В. («Влияние шума электрооборудования на электротехнические характеристики тела человека») и многих других авторов отмечается, что звуковые раздражители способствуют общей утомляемости и снижению уровня стрессоустойчивости человека, оказывают негативное влияние на нервную, сердечно-сосудистую и пищеварительные системы, влияют на адекватное восприятие цвета. Также во многих исследованиях говорится об увеличении среднего уровня шума, производимого транспортом, на 12-14 дБ. Проблематике организации акустики помещений посвящено большое количество научных публикаций лаборатории архитектурной акустики «Арис». В такой ситуации логичным и рациональным решением проблемы с шумом должно было бы стать проектирование зданий с учётом предотвращения проникновения и воздействия агрессивного шума на каждое помещение. Но наблюдения за текущей ситуацией говорят об обратном. Современная практика быстрого строительства и сдачи домов без отделочных работ, обеспечивающих высоких шумопоглощающих характеристик, снижает уровень комфорта жилья. Когда вопрос квадратных метров жилья перестал быть единственным основополагающим фактором, проблема обеспечения «акустического комфорта» помещений становится всё более актуальной. В помещениях с низким или нулевым звукопоглощением образуется эхо, что влечёт за собой следующие проблемы: 1) дезориентация оказывает отрицательное воздействие на концентрацию внимания (это происходит, когда звуковая волна достигает слушателя по всем направлениям с приблизительно одинаковым уровнем звука); 2) речь не слышна на расстоянии, что вызвано многократными отражениями звука, которые накладываются друг на друга.

Согласно научным исследованиям недостаточная акустика вызывает следующие последствия:

в школах ученики не могут расслышать более 70% произносимых преподавателем слов;

в офисах обычный шум на 66% снижает эффективность работы;

в магазинах теряется 5-10% прибыли от продаж;

в больницах «нежелательный звук» неблагоприятно сказывается на здоровье пациентов (возможны учащения сердечного ритма, давления и ритма дыхания).

Важнейшей акустической характеристикой помещения является время реверберации (процесс постепенного уменьшения интенсивности звука при его многократных отражениях). Создание акустического комфорта в помещении любого назначения подразумевает сбалансированное сочетание трех факторов: высокая разборчивость речи,

низкий шумовой фон, достаточная звукоизоляция, создание диффузного звукового поля, исключение эха.

Для улучшения акустического комфорта необходимо уменьшать время реверберации в помещении до приемлемых значений. Для этого применяются декоративные звукопоглощающие панели. Правильный баланс количества звукопоглощающих материалов и акустической конструкции обеспечивает высокую четкость и разборчивость речи, что, несомненно, улучшает общение присутствующих друг с другом. Область применения акустических панелей и конструкций очень широка. Основными местами использования декоративных акустических панелей являются офисы, конференц-залы, переговорные комнаты, рестораны и кафе, гостиницы, концертные залы, кинотеатры, лекционные аудитории, спортивные залы, залы ожиданий аэропортов и т.п. Звукопоглощающие акустические конструкции и панели предназначены для поглощения звука как в помещениях с источником, так и в соседних помещениях.

В последнее время «акустический дизайн» помещений рассматривается не только как функциональный аспект, но и как источник инноваций в дизайне окружающей среды. Акустические панели давно примерили на себя роль декоративных элементов в оформлении пространства. Например, первые акустические панели Offect Soundwave, которые смело можно поместить в учебники по дизайну как пример высокой эстетичности и функциональности, появились в далёком 1999-м году. И с тех пор дизайнерский подход к созданию акустики помещения становился только популярнее.

В архитектурной акустике различают два основных направления формообразования: акустические настенные панели и акустические конструкции. Акустические панели – это своего рода модули, массив которых образует полотно, которое крепится к стене или подвешивается на специальных креплениях. Акустические конструкции – это отдельно стоящие элементы, которые выполняют роль «уловителей» шума.

На крупнейшей выставке по офисному обустройству ORGATEC, проходящей в Кёльне каждые два года, с каждым разом представлено всё больше экспонатов с уделением внимания к акустике. Последнее время стало актуальным объединение функции акустических конструкций и предметов мебели. Растущий интерес к «акустическому дизайну» прослеживается и на ежегодной выставке 100%DESIGN.

О тенденции к использованию концепции open space в оформлении офисов и целесообразности применения в них акустических конструкций говорит в своей статье инженер-физик и руководитель компании «Акустик Трафик» Андрей Смирнов: «В этом случае в общем пространстве офиса выделяются необходимые функциональные зоны, широко используются мобильные и стационарные офисные перегородки. Организованный таким образом офис больше соответствует современным формам управления и

позволяет использовать новые способы внутренней координации и коммуникации. Отсутствие же дверей и коридоров существенно экономит площадь...». Также в его статье отмечается уменьшение уровня шума в 2-3 раза при использовании акустических панелей.

В журнале *Mach Acoustic*, посвященном акустическому дизайну, говорится о «жизненно важной необходимости обеспечения правильного воздействия звука» в классных комнатах и учебных аудиториях. Там же приводятся схемы организации звуковых и воздушных потоков с применением акустических конструкций и панелей.

Известно, что условия, в которых ведется трудовая деятельность, являются одним из факторов, влияющим на производительность труда. Понятие производственного комфорта в административно-офисных центрах неразрывно связано с двумя аспектами архитектурно-строительной акустики: это создание в рабочих помещениях комфортной акустической среды и обеспечение информационной безопасности кабинетов руководителей и комнат переговоров. Эти проблемы решаются при помощи создания акустической отделки помещения.

Стоит отметить важный момент, что формообразование акустических панелей имеет прямой выход из их функциональности и материала воплощения. «Декоративность» акустических панелей скрывает за собой чисто рациональное решение – определённая форма акустической панели или конструкции создаёт определённый акустический эффект (звукопоглощение, звукоизоляция, отражение) и влияет на коэффициент звукопоглощения. Формообразование акустических панелей один из тех случаев, когда эстетика напрямую связана с функциональностью.

Необходимо отметить, что современная тенденция применения в зданиях больших остекленных поверхностей, перегородок из стеклоблоков, различных декоративных пластмассовых покрытий, улучшая эстетический облик предприятия, приводит к ухудшению шумовых условий, поскольку звукопоглощающие свойства таких конструкций очень малы. Поэтому проведение акустической обработки подобных помещений часто является необходимым мероприятием.

Наиболее эффективное снижение воздушного шума можно достичь путем установки звукоизолирующих преград в виде стен, перегородок, кожухов, кабин, выгородок и т.д.

Обеспечение звукоизоляции в помещении, будь то обычная квартира или студия звукозаписи, является весьма сложной задачей. При расчете эффективности звукопоглощения в помещении учитывается множество различных факторов, таких как площадь помещения, назначение помещения, уровень шума в помещении и за его пределами, с какого расстояния будет поступать шум, вид шума и его частота, температура в помещении, уровень влажности в помещении, возможность использования

подвесных, стеновых или стационарных акустических конструкций, выбор материала.

Понятие «акустическая среда» отличается чрезвычайно высокой емкостью и включает все свойства и факторы окружающего пространства, которые создают «средовую атмосферу», воздействующую на чувства, мысли и ощущения погруженного в нее человека. Именно это делает акустический подход инструментальным для анализа и описания новых представлений об объекте дизайнерского проектирования.

Подводя итог, хочется отметить преимущества применения акустических панелей и конструкций:

снижение уровня шума;

повышается комфорт во время работы и нахождения в помещении с правильно выстроенной акустической средой;

увеличение работоспособности.

Благоприятная акустическая среда положительно влияет на психоэмоциональный фон и здоровье человека, что стимулирует и позволяет более продуктивно работать. Разумеется, это вписывается в концепцию экологического дизайна – ориентацию на гармонизацию отношений человека с окружающим миром.

Организация пространства. Декоративные акустические конструкции и подвесные системы помогают организовать пространство в open space офисах и создать индивидуальное пространство для каждого сотрудника.

Обеспечение мобильности. В силу лёгкости конструкции и простоты монтажа акустические конструкции и панели можно без проблем перемещать, например, при переезде в новый офис или на время ремонта.

Возможность точной настройки уровня шума. Модульный принцип обеспечивает вариативность при установке и, как следствие, для каждого помещения возможно создать свою собственную акустическую среду.

Дополнительные возможности для декоративного оформления. Формообразование акустических панелей может легко решить проблему облицовки больших площадей для придания эстетичности.

Вариативность изменения пространства. Лёгкость при перемещении и монтаже позволяет регулярно менять планировку пространства, тем самым регулярно, без затрат ресурсов, обновляя образ помещения.

Список использованных источников:

1. Снижение шума в зданиях и жилых районах / Г.Л. Осипов, Е.Я. Юдин, Г. Хюбнер и др.; Под ред. Г.Л. Осипова, Е.Я. Юдина. - М.: Стройиздат, 1987. - 558с.: ил.

2. Скучик Е., Основы акустики. Т.2. М.: Мир, 1976. -544с.

3. СП 23-103-2003 Проектирование звукоизоляции ограждающих конструкций жилых и общественных зданий. - М., 2003. – 34 с.

4. Бобылев, В.Н. Определение снижения уровня шума на рабочих местах. учеб. пособие / В.Н. Бобылев, В.А. Моисеев, Д.В. Минич, Д.Л.

Щеголев. Нижегород. гос. архит.-строит. ун-т; - Н.Новгород: НГСАУ, 2008.

5. Кацай В.В. «Влияние шума электрооборудования на электротехнические характеристики тела человека»

6. Петров К.М. Общая экология. Взаимодействие общества и природы. – С-Пб.: Химия, 1997.

7. Природопользование: Учебник. Под редакцией проф. Э.А. Арустамова. – М.: Издательский Дом «Дашков и К», 2000.

8. С. Н. Овсянников «Распространение структурного звука в гражданских зданиях», 2001.

9. П. В. Мурзинов «Разработка звукоподавляющих облегченных структурированных панелей с заданными акустическими характеристиками», 2011.

10. <http://buzzi.space/>

11. <http://www.orgatec.com/ORGATEC/index-2.php>

12. <https://www.baux.se/>

13. <http://www.acoustic.ua>

14. <http://www.texaa.com/>

©Пономарев Д.Ю., Мыскова О.В., 2016 г.

УДК 658.512.2

БИОМОРФНЫЙ ДИЗАЙН ТРАНСПОРТНЫХ СРЕДСТВ РОССА ЛАВГРОУВА

Александрова Ю.В., Стрижак А.В.

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

Росс Лавгроув – британский промышленный дизайнер. Одной из сфер его интереса является дизайн транспортных средств. При создании предметов Лавгроува вдохновляет, прежде всего, логика и красота природного мира, он является поклонником органических форм, соединяя их с современными технологиями и материалами. Именно в этом он находит новую эстетику XXI века. «В мире слишком много предметов, – говорит Лавгроув, – Пусть всего будет меньше и меньше». Фантастические вещи Лавгроува, созданные из биополимеров, невероятных футуристичных форм и характеристик, многие относят к «индустриальной биологии» и сравнивают студию дизайнера с научной лабораторией. «Я не ученый и работаю интуитивно, – комментирует Лавгроув. Дизайн, Природа, Искусство – эти три сферы определяют мой мир. Посмотрите на рисунок Леонардо да Винчи, созданный 500 лет назад, до появления фотографии. Он показывает, как наблюдение, любознательность и интуиция создают удивительное произведение искусства. Такие люди, как

Леонардо, а их было не так много, обладали удивительным инстинктивным любопытством. Я действую в аналогичном ключе и развиваюсь параллельно со всеми теми, кто, как я думаю, продолжает настойчиво менять подходы к созданию формы».

Лавгроув делает ставку на «материалы будущего»: биополимеры, кевлар, карбон, стеклопластик. Он часто экспериментирует, соединяя один материал с другим. Конечно, не избегает традиционных стекла, фарфора, натуральных тканей, считает синтетику более подходящим материалом для своих проектов. Она позволяет передать почти невербальные явления: движение воздуха, отблески света.

Компания Renault и британский дизайнер Росс Лавгроув утверждают, что у автомобильного мира и мира мебели есть много общего. И там, и там важную роль играет дизайн. Поэтому новый французский концепт Twin'Z решено было представить не в рамках какого-нибудь автосалона, а на выставки мебели в Италии.

Twin'Z полностью электрический городской автомобиль с задним приводом. В его внешности отчетливо просматриваются черты старушек Renault 5 и Twingo. Автомобиль олицетворяет собой новое направление в дизайне, которого в дальнейшем планирует придерживаться компания. Этот концепт является пятым элементом из шести «лепестков», которые, по задумке дизайнеров Renault олицетворяют жизненные циклы человека. Команда Росса Лавгроува работала над отдельными элементами кузова автомобиля. Британский художник решил добавить некоторые детали, тем самым дополнив не до конца оформленный образ электрокара.

По утверждению англичанина, Twin'Z для него стал неким подобием полотна, куда он мог выплеснуть все свои эмоции, которые у него вызвал этот автомобиль, при их первом знакомстве. Лавгроув уделил этому проекту все свое время, не отвлекаясь на внешние факторы, всецело погрузившись в творческий процесс.

«Путём изучения природы, её систем и энергетических ресурсов, этот проект направлен на повышение информированности и понимания её явлений и их текущего воздействия» – говорит автор проекта.

Работая с современными методами проектирования и используя параметры моделей, Росс Лавгроув и его студия намерены раскрыть природу, лежащую в основе чертежей, и перенести её на новый язык дизайна. Поэтому эти методы являются движимым процессом, направленным на изучение перформативной поверхности, лёгких конструкций и новых свойств материалов, а не на буквальный перевод найденных в природе явлений визуального дизайна.

Список использованных источников:

1. FTF-interior [Электронный ресурс]//Росс Лавгроув– Режим доступа: <http://www.ftf-interior.com> (Дата обращения: 12.11.2016).

2. Официальный сайт Росса Лавгроува/[Электронный ресурс]. www.rosslovegrove.com(Дата обращения: 12.11.2016).

3. Интерьер + дизайн[Электронный ресурс] / Интерьер + дизайн // Росс Лавгроув: человек будущего и промдизайнер 21 века– Режим доступа: <http://www.interior.ru> – (Дата обращения: 12.11.2016).

©Александрова Ю.В., Стрижак А.В., 2016 г.

УДК 658.512.2(092)

ТВОРЧЕСТВО НАОТО ФУКАСАВА

Коновалова Н.А., Стрижак А.В.

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

Наото Фукасава – японский индустриальный дизайнер-минималист. Один из самых востребованных японских дизайнеров в мире и у себя на родине. Он возглавляет, курирует или консультирует порядка 5 компаний одновременно.

Он очень любил итальянский дизайн и считал его передовым, но, по его мнению, в нем было слишком много деталей, слишком много авторского самовыражения. Фукасава же старался обойтись без этого, для него была важна суть вещей. Тогда он решает открыть собственное дизайнерское агентство, после чего его приглашают параллельно работать еще в 5 крупных компаний.

Самые известные работы: дизайн проигрывателя компакт-дисков для компании MUJI, мобильный телефон info.bar, серия креативных упаковок для фруктового сока.

Дизайн проигрывателя компакт-дисков для компании MUJI. Первоначально придуманный в 1999 году в рамках дизайнерского исследования «Без раздумий» (англ. Without Thought), этот удивительно простой проигрыватель компакт-дисков имитирует настенный вентилятор, в котором на виду вращается диск. Единственный динамик встроен в корпус, а крышка отсутствует. Шнур питания просто свисает, действуя так же в качестве выключателя: достаточно потянуть за него, чтобы включить музыку. В 2005 году Нью-йоркский Музей современного искусства включил проигрыватель компакт-дисков Muji в свою постоянную коллекцию.

В 2001 Фукасава создает концепт телефона info.bar, который сразу выделяется на рынке, наводненном складными моделями. По его словам, Infobar задумывался как «аппарат, удовлетворяющий противоречивые желания», который стал бы не только средством связи, но и модной, отличительной чертой его владельца. Наото Фукасава: «Несколько лет назад на берегу реки я нашел камешек овальной формы и придумал дизайн

мобильного телефона. Я заметил, что, когда человек держит в руках мобильный телефон, он всегда его вертит, как бы играет. А лучшей формы для игры, чем гладкие камешки, не найти. Модель телефона InfoBag я создал уже для другой цели: это простой, но очень представительный и интеллигентный мобильный телефон, который нужно чинно держать в руках на важных встречах и таким образом декларировать свою статусность». В каждой его работе можно заметить тонкий контакт между человеком и предметом.

Серия креативных упаковок для фруктового сока. Пакеты с напитком выглядят точь-в-точь так же, как и плод, из которого, собственно и было изготовлено питье. Автор учел даже такие мелочи, как ворсинки на «кожице» киви, мелкие пятнышки на бананах и прочие нюансы, без которых плод выглядит пластмассовой бутафорией. Наото Фукасава считает, что такая упаковка не только привлекает внимание покупателя, но и поднимает ему настроение, и даже если человек, заглянувший в супермаркет, не купит сок в дизайнерском пакете, он все равно останется довольным, – настолько позитивно, ярко и свежо выглядит такая «сочная» упаковка.

Фуаксава, как и многие промышленные дизайнеры, ищет формы вокруг себя, он не придумывает, он воплощает в жизнь то, что уже есть в воображении многих людей как нечто необходимое и полезное. Он не читает газеты, не смотрит телевизор, и не ищет идеи в интернете, для него главное наблюдение. Поэтому каждый его новый проект, будь то мобильный телефон, подставка для карандашей или, например, CD-проигрыватель, он старается делать, совершенно абстрагируясь от моды. Он не любит замысловатых дизайнерских вещей, ему больше нравятся функциональность и простота. Он, один из самых востребованных минималистов получил всемирное признание (и добился коммерческого успеха, в том числе), сделав красивое и необычное для европейцев дизайн-шоу, но при этом остался верен своему стилю и в первую очередь – «дизайну продукции», раскрывающей душу предмета – свойства материала, конструктивные особенности, функциональность.

Список использованных источников:

1. Наото Фукасава. Д.Журнал2. Блог про дизайн интерьера. <http://homy.com.ua/article/fukasawa-naoto> Архивировано из первоисточника 17.11.16
2. Наото Фукасава (Naoto Fukasawa): Душа предмета. Д.Журнал (19.10.2007). <http://www.djournal.com.ua/?p=122> Архивировано из первоисточника 17.11.16
3. Нина Фаризова. Интервью с Наото Фукасава. журнал SALON-interior №2 (113). Салон–Пресс (2007). Архивировано из первоисточника 17.11.16

УДК 658.512.2**ДИЗАЙН СВЕТИЛЬНИКОВ РОССА ЛАВГРОУВА**

Махарадзе Ю.Г., Стрижак А.В.

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

Британский дизайнер Росс Лавгроув – проповедник «органического эссенциализма». Он призывает любить природу и отказаться от лишнего. По мнению многих, работы Росса Лавгроува олицетворяют новую эстетику XXI века: чувственный органический дизайн, воплощенный в красивых и эргономичных объектах [3].

Биоморфный, изоморфный, органический – Лавгроув оперирует этими терминами уже больше тридцати лет. Для многих его лампы, стереоколонки и стулья – всего лишь предметы обтекаемых форм. Но у Лавгроува не все так просто. «На тумбочке возле моей кровати всегда лежит кipa научно-технических журналов. И, придумывая стол, часы или бутылку для воды, я занимаюсь исследованиями и подвожу теоретическое обоснование под каждый создаваемый предмет. Самое важное – не цвет и не материал, а форма. Она должна быть удобной для всякого «пользователя» современного дизайна. Когда я разрабатываю, например, раковину, то, прежде всего, представляю, как человек будет двигаться вокруг нее. Мои вещи только выглядят непривычно, на самом деле они сделаны по всем законам эргономики». В полном соответствии с принятой им концепцией футуризма для воплощения своих замыслов Лавгроув использует «материалы будущего»: стеклопластик, углеволокно, полипропилен. «Я часто экспериментирую, соединяя один материал с другим. Конечно, я не избегаю традиционных стекла, фарфора, натуральных тканей, просто синтетика для моих работ подходит лучше. Она позволяет передать почти невербальные явления: движение воздуха, отблески света». Дизайнер творит для самого широкого круга потребителей, в первую очередь, ориентируясь на широкое производство. Будь то светильники, мебель из магниевых сплавов и стеклопластика, дома из алюминиевых трубок, водонепроницаемые и ударопрочные фотоаппараты с корпусом из резины или бамбуковые велосипеды [1].

Лавгроув не использует привычные для нас формы, он старается уйти от обычного восприятия бытовых предметов. Например, потолочный светильник Skydro. Поверхность этой восхитительной люстры представляет собой подобие капель ртути, растекающихся по потолку и отражающих собственный свет, создавая невероятный эффект «неба». Отдельные части светильника изготовлены из литого термопластика с хромированным покрытием. Skydro оснащен выносимым осветительным

элементом с LED лампой малой мощности. Люстра Skydro также интересна тем, что она может отражать свет не собственного источника, например направленный настенный или напольный прожектор. При таком интересном способе освещения создается восхитительное присутствие трехмерного эффекта.

Также недавняя творческая удача дизайнера – ажурный подвесной светильник отраженного света Chlorophilia LED, вызвавший огромный интерес у посетителей миланской ярмарки. Chlorophilia выражает давнее предпочтение и любовь дизайнера к органическим формам и изящным растительным природным мотивам. Первичный излучатель – это светодиодные модули, расположенные на металлической тарельчатой подложке, хорошо отводящей тепло от чипов. Их световой поток направлен только вверх, на композицию из трёх (частично перекрывающих друг друга) ажурных «листьев». Они изготовлены из оптически чистого полиметилметакрилата методом литья под давлением и снабжены преломляющей и линзовой фактурой. В результате падения излучения светодиодов на «листву» она слегка становится ярче сама, а прошедшее через неё линзы и призмы излучение образует на потолке мягкую игру света и теней, создающую своеобразную сценографию освещения интерьера и интересный декоративный эффект.

Лавгроув создал еще множество светильников. Cosmic angel представляет собой двухметровую поверхность сложной формы, которая захватывает и рассеивает свет оригинальным и визуально очень привлекательным способом. Производится из специального термопластика. Подвесной потолочный светильник Cosmic Leaf Suspension. К стальному основанию с встроенной галогенной лампе подвешен декоративный диффузор из прозрачного метакрилата с необычной шероховатой поверхностью. COSMIC Landscape в переводе с английского означает космический пейзаж, светильник полностью оправдывает это название, создавая впечатление вращения объектов как в космосе. Светильник представляет собой поверхность сложной формы, которая захватывает и рассеивает свет оригинальным и визуально очень привлекательным способом. Производится из специального термопластика [2].

Преследуя концепцию предполагающую, что у вещей есть некая глубинная реальность, истинная природа, которую нельзя узреть напрямую, и та загадочность, дизайнерские проекты Лавгроува приобретают формы, которыми восхищается весь мир. Вдохновившись облаками, льдинами, ветром и растениями он может создать поразительные предметы, которые определенно украсят интерьер и превратят ваш дом в нечто волшебное и сказочное. В проектах этого дизайнера природа властвует над промышленностью, он пытается отойти от стереотипов и мыслить иначе.

Список использованных источников:

1. Ссылка на on-line статью
ARCHITECTURAL DIGEST. 2012-2016. № 9: [Электронный ресурс].
URL: http://www.admagazine.ru/mebel/37844_portret-dizayner-ross-lavgrouv.php . (Дата обращения: 09.11.16.)
2. Ссылка на web-страницу
Описание светильников: [Электронный ресурс] // NOVAROOM.2013-2016. URL: <http://novaroom.ru/flor-lamps/cosmic-leaf-terra/>. (Дата обращения: 09.11.16.)
3. Ссылка на on-line статью
Интерьер + Дизайн. 2007-2016. № 6079: [Электронный ресурс]. URL :<http://www.interior.ru/design/name/458-ross-lavgrouv-chelovek-budushchego-i-promdizajner-xxi-veka.html> . (Дата обращения: 09.11.16.)

©Махарадзе Ю.Г., Стрижак А.В., 2016 г.

УДК 72.012: 612.68

**ПРОБЛЕМЫ ГЕРОНТОЛОГИИ В ФОРМИРОВАНИИ
ПРЕДМЕТНО-ПРОСТРАНСТВЕННОЙ СРЕДЫ**

Петрова В.И., Бытачевская Т.Н.

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

Пожилые люди в нашей стране занимают наиболее незащищенное положение в обществе. Важность повседневного внимания к решению социальных проблем этой категории граждан возрастает в связи с увеличением удельного веса пожилых людей не только в структуре населения России, но и во всём мире.

В классификации Всемирной организации здравоохранения к пожилому возрасту относится население в возрасте от 60 до 74 лет, от 75 до 89 лет – к старому, а 90 лет и старше – это долгожители.

В работе с пожилыми людьми необходимо учитывать всю специфику их социального статуса не только в целом, но и каждого человека в отдельности, их нужды, потребности, биологические и социальные возможности, определенные региональные и другие особенности жизнедеятельности.

Возрастно-половая структура населения – результат длительной истории изменений рождаемости, смертности и миграции вследствие как нормальной исторической эволюции этих процессов, так и демографических катастроф.

Возрастная структура населения – это распределение численности населения по возрастным группам. Самым надежным источником для анализа являются данные Федеральной службы государственной

статистики. Именно на них мы и будем опираться. По данным на 1 января 2012 года население Российской Федерации составляет 143,056 миллиона человек, из них 33,1 миллиона пожилых людей. За прошедшие 10 лет численность населения старше трудоспособного возраста выросла на 3 миллиона человек [3].

Проблема достойной заботы о пожилых людях стояла в обществе во все времена. Несомненно, она актуальна для всех стран на всех континентах. С возрастом пожилые люди становятся наиболее уязвимы и требуют особой опеки, которую способны дать мы вместе с государством. Однако способы ухода за пожилыми людьми во все времена были разными. И Россия – не исключение. Далее я бы хотела раскрыть данную проблему и способы ее решения, а также сделать краткий экскурс в историю появления и становления российских домов престарелых.

Дом престарелых в царской России. Самый первый и наиболее распространенный дом престарелых – это церковная богадельня, существовавшая на Руси во многих храмах и монастырях. Все крупные обитатели обустроивали и содержали интернаты для пожилых людей и тех, кто по каким-либо причинам не мог самостоятельно себя обеспечивать. Под данную категорию попадали малолетние сироты, инвалиды и старики. Богадельни содержались на пожертвования и были благотворительными учреждениями. Также немалый вклад в содержание приютов делали монаршие особы, которые публиковали указы, призванные облегчить жизнь пожилых людей, организовывали фонды, строили новые богадельни. Примером такой деятельности является Инвалидный дом, учреждение которого принадлежит государю Павлу Первому в 1766 году [2].

Дом престарелых Советских времен. В Советском Союзе подразумевалось максимальное социальное обеспечение и забота о гражданах всех возрастов. Эти стремления напрямую касались и людей старшего поколения. Пожилым людям предоставлялась возможность переехать в дом престарелых. Там они были полностью обеспечены всем необходимым до конца своих дней. Для тех, кто в период активной деятельности добился выдающихся результатов и прославил страну, предоставлялись специальные дома престарелых. Там проживали преимущественно ветераны войны и труда. Отдельно существовали дома инвалидов для людей с определенными группами заболеваний. Практически все вышеупомянутые учреждения действуют и сегодня. Однако качество жизни в них стало значительно ниже, нежели в Советские времена [2].

Дом престарелых для пожилых людей современности. С приходом Перестройки произошли изменения и в социальной политике по отношению к пожилым людям. У людей появилась возможность самостоятельно выбирать дом престарелых для себя или пожилого

родственника. Список государственных заведений значительно пополнился частными.

Изначально подобные учреждения появились в столице и крупных городах. Немного позже негосударственные дома престарелых и интернаты стали распространяться по всей стране. Частные заведения составляют прекрасную альтернативу государственным пансионатам, цены на услуги в которых вполне приемлемы. Уровень сервиса и условия проживания в них на порядок выше, чем в государственных учреждениях. В наше время в таких интернатах существует масса услуг, с помощью которых можно пройти курс реабилитации, улучшить состояние здоровья или просто приятно проводить досуг. Здесь для жильцов организуют развлечения и обеспечивают достойное отношение [2].

Дома престарелых являются местом, обеспечивающим защиту, опеку и помогают облегчить жизнь не только своим обитателям, но и, что особенно важно, их родственникам.

Проблемы граждан пожилого возраста являются предметом изучения геронтологии как специальной области познания. При формировании этой специфичной среды обитания наряду с функциональными аспектами интерьера, необходимо учитывать социальные, геронтологические, психологические, физиологические аспекты старения человека, позволяющие интерпретировать поведение пожилых граждан с учетом их индивидуальности.

В разработке интерьеров необходимо учитывать ряд особенностей: разную направленность деятельности; разные функции; учитывать эргономические показатели; цвето-фактурные решения, отвечающие за комфортное психологическое состояние пожилых людей; технические моменты; экологичность используемых материалов; экономичность решения интерьеров.

Проблемы пожилых людей: проблема одиночества, проблема адаптации, разъединения, проблема дискриминации, проблема активности, проблема разрушения традиционных семейных устоев и др.

Создавая дизайн интерьера для пожилого человека, нужно учитывать не только его характер и привычки, но проблемы пожилых людей в целом. Пожилему человеку, как и любому другому, прежде всего, хочется уюта, комфорта и удобства. Необходимо предусмотреть некоторые особенности преобразования пространственной среды в сторону максимальной функциональности проживания и безопасности людей в возрасте: безопасность предметного наполнения помещения; удобство обслуживания помещений; комфортное мебельное решение.

Натуральное дерево и ткани, материалы нейтрального оттеночного спектра – более комфортны для пожилых людей. Предпочтительно для пожилых людей использование скандинавского стиля, где из мебели обязательно присутствуют кресло-качалка и непрременный торшер.

Цветовое решение. Никаких цветовых контрастов и ярких цветов. Все это является неизбежными раздражителями пожилого человека. Не подходят и темные тона. Только пастельные тона теплой и спокойной гаммы.

Нужно обеспечить пожилым, их беспрепятственный доступ к привычным и необходимым предметам. Многочисленные полочки, низкие антресоли и шкафчики на приемлемой высоте обеспечат выполнение именно этого требования.

Следует учесть привязанность всех пожилых людей к дорогим их сердцу «реликвиям», которые непозволительно выбросить. Для этого можно использовать различные элементы интерьера.

Семейные фотографии отлично подойдут для создания уютной атмосферы.

Вспоминая знаменитую пирамиду потребностей А. Маслоу, хочется отметить, что удовлетворение эстетических и познавательных потребностей, наряду с органическими потребностями, потребностями в безопасности, любви и уважении, являются неотъемлемой частью гармоничного внутреннего мира любого, а еще в большей степени пожилого человека.

Правильная организация интерьера является неотъемлемой частью обустройства гармоничного внутреннего мира пожилого человека, позволяющая сделать и эту часть жизни счастливой и комфортной.

Очевидно, что уровень цивилизованности страны напрямую зависит от того какое положение занимают пожилые люди в обществе. Совершенно понятно, что от решения проблем пожилых граждан зависит будущее страны и ее социальное развитие.

Список использованных источников:

1. Коновалов Я.С., Лебедев И.В., Чернова О.А. ИСТОРИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ДОМОВ ПРЕСТАРЕЛЫХ И ДРУГИХ УЧРЕЖДЕНИЙ ПРИЗРЕНИЯ В РОССИИ // Современные проблемы науки и образования. – 2011. – № 6 – статья. Дата обращения: 12.11.16 <http://pansionat-vologda.com>

2. <http://www.rosmintrud.ru/>

©Петрова В.И., Бытачевская Т.Н., 2016 г.

УДК 658.87

**НЕОБХОДИМАЯ КВАЛИФИКАЦИЯ И ВОВЛЕЧЕННОСТЬ
ПЕРСОНАЛА В ПРОЦЕССЫ ВИЗУАЛЬНОГО МЕРЧЕНДАЙЗИНГА
ТОРГОВОГО ПРОСТРАНСТВА**

Платонова Ю.В., Бытачевская Т.Н.

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

По масштабам истории, не так давно, полных 25 лет, как наше общество, а вместе с ним и социальная реальность, перешли из одной экономической системы в другую. Между тем, уже полностью выросло и достигло определенной финансовой зрелости и самостоятельности в новое капиталистическое время целое поколение, которое живет по другим законам социальной реальности, нежели их родители.

Они воспитывают детей, живут в браке, проводят свой досуг, тратят деньги – иначе. Сферы, которые предоставляют услуги «новому обществу» озадачены способами предоставления этих самых услуг, во многом опираясь и учась у своих коллег из Европы и Америки. У всех выходит преемственность по-разному: какие-то модели и технологии вполне успешно (допустим даже с минимальными корректировками) легли на наши реалии, какие-то более трудно поддаются «состыковке», какие-то отвергнуты обществом, вообще или временно, пока не известно.

По распространенной версии большинства, новая цивилизация выросла в «общество потребления», что не может не звучать угрожающе и пессимистично. Но с другой стороны, как у медали, можно обнаружить сторону, на которой целое раздолье для деятелей в новых, только открывшихся областях, практически во всех сферах, включая самую важную для «нового общества» – сферу потребления, сферу продаж товаров и услуг.

На этом поле одну из главных ролей занимают люди, в прошлом называемые только дизайнерами, ныне – специалисты широкого формата, люди умеющие разработать, создать и продать, где слово «продать» выступает главным, в качестве показателя того, что предложенный товар был действительно востребован, качествен и хорош, где более того, реклама и презентация данного товара сыграла «на ура» и выполнила все заложенные в нее функции.

Одна из таких многочисленных «масок» слова «дизайнер» – это визуальный мерчендайзер, человек, который работает с торговым пространством магазина. Дословный перевод слова merchandise – товар, visual merchandising – товароведение визуальное.

Чаще всего понятие визуальный мерчендайзер применяется, если говорим о торговой марке одежды и аксессуаров, нежели других товаров

(например, продукты питания, фармацевтика используют те же принципы, но работают с категорийным мерчендайзингом), реже канцелярия, книги.

О важности визуального мерчендайзинга для компании заговорили в России как раз с наступлением 90-х годов. Этим инструментом стали пользоваться первыми такие компании, как Crocus Group, Mercury, Bosco и Jamilco (здесь и далее упоминаются только события и явления влияющие конкретно на визуальный мерчендайзинг; такие компании как Coca-Cola, хоть и являются крупнейшими в развитии мерчендайзинга, но в большей степени они занимаются категорийным мерчендайзингом, что является отдельной масштабной темой для рассмотрения) [1].

Какое стремительное развитие данной сферы случилось за последнее время, можно описать таким интересным фактом. Даниил Берг пришел работать на торговый дом Москва (ныне ЦУМ), тогда в его ведении было все торговое пространство и многочисленные витрины – 38. Со временем возникла острая необходимость в создании креативного отдела, так что сейчас это 14 художников по рекламе и оформлению, отдел визуального мерчендайзинга и сотрудники, работающие с мерчендайзингом конкретного бренда [2]. Что не может не говорить о том росте и потребности таких специалистов в российском ритейле.

Однако у рекрутеров очень часто возникает вопрос – какого рода специалистов следует искать на эту вакансию. Должны ли это быть художники, дизайнеры, стилисты, маркетологи или психологи. Кто лучше всего справится с поставленной задачей – грамотное, эстетически привлекательное оформление витрин и торгового пространства с целью увеличения продаж.

Исходя из опыта работы в этой сфере, можно выделить такие важные составляющие идеального кандидата на роль визуального мерчендайзера.

Во-первых, нужны хотя бы базовые знания в дизайне, композиции, цветоведении. Без этого, без явного ощущения чувства прекрасного и хорошей теоретической базы в композиции, невозможно создать эстетически привлекательную структуру.

Во-вторых, необходимо понимание психологии своего покупателя. Важно уметь анализировать, прогнозировать и предугадывать поведение конкретной группы людей. Существенно отличаются рычаги воздействия в масс-маркете, в премиум и люкс сегменте (так же как и возраст, вид деятельности и семейное положение покупателя).

В-третьих, огромным плюсом является развитое пространственное мышление. Это поможет верно просчитать движение покупателей и сориентировать их, выполнить необходимые акценты в торговом пространстве.

В-четвертых, владение аналитикой будет хорошим подспорьем, ведь зная на чем ритейл хочет сделать акцент и, умея проследить работу своих

же проведенных методик, направленных на увеличение продаж, будет говорить как о специалисте высокого уровня.

В завершение, не помешают личностные качества, которые являются важными сопутствующими всем вышеперечисленным навыкам. Пунктуальность и аккуратность, стрессоустойчивость и высокая работоспособность, перекроют все пробелы в теории и в кратчайшие сроки сформируют превосходного визуального мерчендайзера.

Можно выделить несколько проблем визуального мерчендайзинга в России:

1. Недостаток кадров, о которых говорилось выше, неумение их находить и нежелание растить таких специалистов. К сожалению, многие компании хотят видеть уже готовых мерчендайзеров, работающих «в полях» многие годы и владеющих всеми необходимыми знаниями и приемами.

2. Плохая информированность мелких и средних ритейлеров о возможностях и уникальных преимуществах визуального мерчендайзинга в торговле. Это бросается в глаза, по сравнению со странами Европы, пройдя по улицам столицы и внимательно изучив, что выставляется в витрины, как построено торговое помещение.

Эти пробелы связаны, прежде всего, с пока еще незрелостью нашего «нового» строя. Не все аспекты тщательно изучены, не на все направлен притязательный взор.

Чтобы заполнить эти пробелы, нужно начинать с образования, в первую очередь.

Например, ритейлер должен доносить до всего персонала, работающего в торговой точке, принципы, возможности, преимущества визуального мерчендайзинга, ведь это, прежде всего, инструмент в работе и торговле. Проводить, без исключения для всех, обучающие лекции и практикум, повысить чувство важности и ответственности в этом вопросе. Этот метод не только поможет поддержать уровень мерчендайзинга, но и поможет выявить талантливых специалистов, которые уже работают на данную компанию, и готовы расти дальше, но уже по стопам ценного сотрудника – визуального мерчендайзера.

Второй момент, это развитие дополнительного образования по этой специальности. Уже появляются небольшие школы, обучающие ремеслу, некоторые даже выходят в заметные лидеры. Но, к сожалению, рынок, несмотря на эти явления, продолжает пустовать и не появляется сильных конкурентов среди школ. Собственно, как и печатных материалов, освещающих данный вопрос. Их не много и все они достаточно обобщенно работают с инструментами и приемами визуального мерчендайзинга.

Возможно, это связано с нежеланием предавать свои наработки и авторские решения. Но для того, чтобы сфера развивалась, появлялись

новые квалифицированные специалисты, и уровень российского мерчендайзинга рос, рано или поздно нужно начать заниматься доступными образовательными процессами.

Список использованных источников:

1. Статья в Wikipedia, Мерчендайзинг - <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B5%D1%80%D1%87%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D0%B0%D0%B9%D0%B7%D0%B8%D0%BD%D0%B3>

2. Лобанова В. Интервью с Даниилом Бергом на The Village - <http://www.the-village.ru/village/service-shopping/shops/112519-windows>

©Платонова Ю.В., Бытачевская Т.Н., 2016 г.

УДК 656.2

**ПРОБЛЕМА ПЛАЦКАРТНОГО ВАГОНА: АНАРХИЗМ ИЛИ
МОДЕЛЬ РУССКОЙ ЦИВИЛИЗАЦИИ**

Капнина В.А., Бытачевская Т.Н.

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

Наверное, каждый из нас когда-нибудь путешествовал в плацкартном вагоне поезда. Это доступный и относительно дешевый вид транспорта. Однако, я, как и многие другие, неоднократно сталкивалась с различными неудобствами в течении поездок. Главные недостатки, которые я замечала это:

- эргономика. Длина кроватей 1600-1700 мм, высокие люди просто не помещаются на них. Окно в купе неудобно открывается прямо на верхнюю кушетку, если на ней уже кто-то спит, открыть окно не представляется возможным. Очень узкие проемы в коридоре, все 550-600, полные люди с трудом в них проходят и так далее.

- нет розеток. Это проблема не только плацкартного вагона, но и купейного.

- нет душа, хотя небольшой гигиенический душ вполне мог бы быть.

- нет возможности изолироваться от проходящих мимо людей.

- невозможно нормально переодеться, нужно это делать либо в туалете, либо занавешиваться простыней.

- все пассажиры ложатся спать в разное время, мешают друг другу шумом, разговорами и т.п.

- духота в вагонах.

- мало мест для хранения небольших вещей, дамских сумок, кружки, зубной щетки... И этим списком проблемы не ограничиваются.

В связи со всем этим, поискав информацию, я поняла, что проблема некомфортности плацкарта злободневна. Рассматривается вопрос об

избавлении от плацкартных вагонов, которым нет аналогов ни в одной стране мира. Например, в статье «Якунин назвал плацкартные вагоны анахронизмом» в газете «Взгляд. Деловая газета» от 6 июля 2012 написано, что президент компании «Российские железные дороги» Владимир Якунин уверен, что «анахронизм плацкартных вагонов нельзя поддерживать, а строительство одного плацкартного вагона по своей стоимости уже примерно сравнивается со стоимостью вагона купейного» [3].

Однако чтобы полностью избавиться от плацкартного вагона, необходимо предложить достойный аналог. Если просто упразднить дешевые вагоны, многим будет не по карману путешествия и переезды, не все могут позволить себе билет в купейный вагон.

Здесь есть несколько вариантов решения проблемы. Первый – это отказ в пользу двухэтажных купейных вагонов. На сайте www.livejournal.com 11 декабря 2013 года появилась статья «Прощай, плацкарт!». В ней сказано, что «на смену общим и плацкартным вагонам придут двухэтажные купейные – они комфортабельнее и вмещают больше пассажиров, а стоимость проезда, почти не изменится. Недавно первый двухэтажный состав начал курсировать между Москвой и Адлером. В каждом вагоне – 64 спальных места, на десять больше, чем в обычном плацкарте [2].

Преимущества:

1. □ Вмещают больше пассажиров – 64 места вместо 54-х в плацкартном вагоне.
2. □ Входные двери находятся ниже, это позволяет обойтись без высоких платформ.

Недостатки:

1. □ Большая высота вагона увеличивает высоту его центра тяжести, а следовательно, и угрозу опрокидывания.
2. □ Меньше места для багажа.
3. □ Проводнику приходится обслуживать больше пассажиров.

Второй вариант – отказ в пользу кушеточных вагонов европейского типа. Все поезда в Европе делятся на дневные и ночные. Все дневные поезда имеют только сидячие места. Кушеточные – это ночные поезда. Это аналог нашего купе, только более распространенным вариантом являются все же не четыре, а шесть полок – по три с каждой стороны. Для проезда в таком вагоне надо заранее зарезервировать кушетку. Проводник здесь есть в каждом вагоне, он собирает билеты и возвращает их перед прибытием поезда на станцию назначения. В случае, когда поезд пересекает границу, он собирает и паспорта, чтобы не беспокоить пассажиров при пограничном контроле.

Внутри купе – столик, причем, судя по его размерам и форме, он не предназначен для еды. Полки по три ряда справа и слева, на них можно

только спать и нельзя сидеть. Если пассажир хочет позавтракать, то он пользуется услугами буфета или ресторана в особом вагоне.

Достоинство кушеточного вагона в том, что нет общего коридора, как в плацкартном. Однако недостатков, по сравнению с плацкартом, на мой взгляд, больше. Сравнение плацкартного вагона с кушетным, примерно равным по классу, которым и собираются заменить «плацкарты» РЖД, вполне выигрышно. Если взглянуть на вещи непредвзято, наш плацкартный вагон гораздо комфортнее западного кушетного. Он отапливается, количество услуг со стороны проводника в нем намного больше (бесплатные вода, лекарства, игры, предупреждение о прибытии, уборка и т.д.). В нашем плацкартном вагоне предусмотрены удобства для пассажиров, которые питаются своими продуктами. Наконец, в нашем плацкартном вагоне можно просто свободно сидеть и даже стоять, глядеть в окно с верхней полки (в кушетном с третьей полки окна не видно).

Кушетный вагон предназначен для очень недолгого путешествия, максимум в течение одной ночи. Днем ехать в нем шестерым пассажирам практически невозможно: тесно, невозможно всем одновременно сесть, не говоря уже о том, чтобы попить в купе чаю или перекусить. Кушетный вагон хорош для небольших по территории стран, где путешествие занимает всего несколько часов, и, кроме того, для стран с обеспеченным, относительно богатым населением, так, чтобы пассажиры имели деньги есть в вагонном ресторане или буфете. Таковы страны Западной Европы, но именно этим они и отличаются от России. В нашей стране железные дороги тянутся на тысячи километров, путешествие занимает до нескольких дней и ночей, а то и неделю, провести все это время в тесном шестиместном купе, где можно только лежать, но нельзя сидеть, во всяком случае, всем одновременно – это значит превратить путешествие в сущий кошмар.

Третий вариант – не отказываться от плацкартного вагона, а решить существующие проблемы. Давайте немного разберемся, что из себя представляет плацкартный вагон. Об особенностях плацкартного вагона хорошо описано у Рустема Вахитова, кандидата философских наук, публициста и писателя в статье «Апология плацкартного вагона или модель советской цивилизации». Вахитов пишет, что «плацкартный вагон – яркий пример такой же институциональной матрицы советской цивилизации, вобравшей в себя ценности народной русской цивилизации. Он сконструирован так, что вынуждает своих пассажиров вести себя по правилам советского, коллективистского жизнеустройства. Например, они вынуждены общаться друг с другом, становиться коллективом, состоящим из коллективов меньшего размера, пусть и существующим лишь несколько часов или суток (и этим плацкартный вагон отличается и от купейного, где пассажиры разделены на обитателей изолированных купе, и от общего, где пассажиры представляют собой атомизированную толпу). Они не могут

оставаться сообществом обособленных индивидов, уже в силу того, что они сидят на общих полках (пассажиры, имеющие места на верхних полках, чтобы сидеть, а не лежать всю дорогу, должны спуститься вниз, попросить разрешения у своего попутчика, а значит, и познакомиться с ним). Сама конструкция вагона подталкивает пассажира к тому, чтобы брать еду в дорогу, а не тратиться на вагон-ресторан. Кстати, наличие обеденных столиков еще и подталкивает пассажиров к тому, чтобы они разделяли друг с другом еду (во всяком случае, есть за таким столиком удобнее всего вдвоем), а общая еда сближает еще больше, душевные разговоры, перетекающие в совместную трапезу, делали еще крепче пассажирский коллектив [1].

Наконец, специфическая конструкция вагона предполагала взаимопомощь между пассажирами, умение учитывать интересы другого и соединять усилия. Пассажиру нижней полки «боковушки» нужно встать, если его попутчик сверху хочет позавтракать, ведь его полка содержит в себе сложенный столик, и наоборот, пассажир верхней полки должен повременить с завтраком, если его попутчик сверху хочет поспать. Если они соберутся поесть вместе, то легче кому-нибудь одному сбегать за кипятком для всех и т.д. и т.п.».

Вывод. Я считаю, что плацкартный вагон не нужно упразднить, его нужно перепроектировать, устранить недостатки. Например, сделать гигиенический душ в санузлах, пересмотреть размеры полок, подумать о планировочном решении и так далее. Нужно улучшать уже имеющееся у нас изобретение. Улучшение интерьера и экстерьера плацкартного вагона я взяла как тему моей магистерской диссертации. Устранив недостатки, можно вдохнуть в плацкарт новую жизнь.

Список использованных источников:

1. «Апология плацкартного вагона или модель советской цивилизации». Вахитов Рустем. nevmenandr.net
2. www.livejournal.com 11 декабря 2013 года статья «Прощай, плацкарт!».
3. vz.ru, статья «Якунин назвал плацкартные вагоны анахронизмом» в газете «Взгляд. Деловая газета» от 6 июля 2012

©Капнина В.А., Бытачевская Т.Н., 2016 г.

УДК 72.012

**СПЕЦИФИКА ФОРМООБРАЗОВАНИЯ СОЛНЦЕЗАЩИТНЫХ
ТРАНСФОРМИРУЕМЫХ ОБЪЕКТОВ**

Кузнецов А.К., Мыскова О.В.

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

Современные тенденции дизайна диктуют образ и форму конструкций, которые пользовались бы спросом у современного потребителя. Исторический анализ изменения форм, показывает, что понятие формообразования в дизайне основополагающее так, как в начале предметы возникали в качестве простейших конструкций, затем по мере развития и усложнения, преображались в формы, имеющие эстетическую ценность.

Одним из наиболее перспективных направлений, которое имеет к формообразованию прямое отношение, является изготовление навесов с автоматическим дистанционным управлением и защитой от солнца, исключая при этом воздействие ультрафиолета и атмосферных осадков.

Лидирующее место занимают солнцезащитные трансформируемые объекты с применением акриловой ткани, что делает область их применения практически безграничной. Российские дизайнеры и архитекторы отдают предпочтение легко трансформирующимся покрытиям, как гарантии защищенности, эстетики и мобильности. Сфера применения таких покрытий весьма широка среди потребителей использующих каркасно-тентовые конструкции для постоянно действующих выставочных комплексов, кафе и ресторанов и т.п. Такие конструкции хорошо защищены от загрязнений. «При помощи антипиленовых и других добавок удается достичь высокой огнестойкости, соответствующей стандартам ближнего зарубежья. Температура варьируется от – 50 до + 80°С». Разработано множество различных цветов и фактур, есть возможность нанесения цветопечати, не только сольвентной, но и УФ. В производстве солнцезащитных трансформируемых объектов используются тентовые ткани, которые высокопрочные, в их содержания состава входят полиакриловые нити с тефлоновым покрытием. Все это дает покрытию выдерживать большой температурный диапазон. В дождливую погоду материал не провисает и не промокает. При правильной эксплуатации навесные конструкции в течение эксплуатационного времени не потеряют яркость красок. Элементы каркаса имеют высокую надежность и долговечность, так как изготовлены из коррозионно-стойких материалов таких как алюминий и АБС-пластика обладающего ударопрочностью, эластичностью и влагостойкостью. [1]. Хорошие теплоизоляционные свойства надежность, прочность, а также

гармоничность и универсализм приведет каркасно-тентовые конструкции на новый уровень мирового рынка.

Эксплуатация солнцезащитных трансформируемых объектов не потребует серьезных затрат. Управление происходит как в ручном режиме, так и при помощи электродвигателя с использованием дистанционного пульта управления. Усовершенствованные датчиками системы предоставляют возможность автоматического управления. Ветер и солнечное излучение воздействуют на датчики, подавая сигналы на управляющее устройство, и навесные конструкции автоматически раскрываются с восходом солнца. При сильном ветре или пасмурной погоде, конструкции автоматически закрываются по вечерам [2]. В закрытом состоянии солнцезащитный трансформируемый объект выглядят как аккуратная кассета, она малозаметна и не портит вид.

Солнцезащитные трансформируемые объекты классифицируются в соответствии с ГОСТ 33125 по следующим показателям:

- месту установки и положению относительно светопрозрачной конструкции;
- типу солнцезащитного устройства и конструкции затеняющих элементов;
- способу управления и методу регулирования;
- ориентации затеняющих элементов;
- материалу изготовления затеняющих элементов;
- уровню солнцезащиты.

Солнцезащитные трансформируемые объекты не должны препятствовать мешать эвакуации людей в случае пожара или других стихийных бедствий в соответствии с Федеральным законом от 22.07.2008 № 123-ФЗ «Технический регламент о требованиях пожарной безопасности» (Федеральный закон от 10.07.2012 г. № 117-ФЗ). В книге Н.А. Сапрыкиной дается определение, что «в основе всех способов формообразования рациональных стационарных солнцезащитных устройств лежит геометрия видимого движения Солнца по небосводу, а именно – геометрическая модель процесса инсоляции точки на поверхности Земли в течение суток» [3].

Существуют такие виды солнцезащитных трансформируемых объектов как классические, арочные и сферические. Классические являются самыми распространенными конструкциями, которые устанавливаются для защиты от неблагоприятных погодных условий. Существует несколько видов арочных конструкций: восьмигранник, шестигранник, прямоугольник и т.д. Сферические модели арочных конструкций используют в качестве рекламы и внешней эстетической привлекательности.

Варианты изготовления солнцезащитных трансформируемых объектов могут быть различными: тент и элементы конструкции в

закрытом виде остаются открытыми. Что касается кассетного типа, то вся конструкция вместе с тканью скрывается в корпус. Главное преимущество кассетных солнцезащитных трансформируемых объектов заключается в том, что все механизмы в закрытом виде располагаются в защищенном корпусе, а пыль и влага не смогут испортить ткань и внутренние детали. Передняя балка плотно стыкуется с корпусом кассеты, прикрывая и защищая сложенную ткань [4].

Полуоткрытые или полукассетные солнцезащитные трансформируемые объекты являются компромиссом между открытой конструкцией и конструкцией кассетного типа. «В закрытом виде объект визуально имеет сходство с кассетными объектами и имеет полуоткрытый корпус: Г-образный или С-образный», который защищает конструкцию от внешних влияния. Прочные, легкие и доступные по цене акриловые ткани и сборно-разборные конструкции расширяют возможности границы дизайнерского мышления и творчества.

Эластичность подобных конструкций позволяет изготовить любые солнцезащитные трансформируемые объекты, подчеркивая особенность стиля, визуально увеличивающие и уменьшающие масштабы, что создает простор для дизайнерских решений.

Таким образом, в тенденциях развития современного мира подобные солнцезащитные трансформируемые объекты становятся актуальными, потому как мобильность и трансформация являются характером нашего времени. Солнцезащитные трансформируемые объекты помогают создавать новую эстетику и выразительность в предметно-пространственную.

Список использованных источников:

1. «Устройства солнцезащитных конструкций». Правила проектирования ФГБУ. «Научно – исследовательский институт строительной физики РА архитектуры и строительных наук (НИИСФ РААН) при участии Крымского Федерального Университета имени В. И. Вернадского – М, 2014. – 67 с.
2. Молчанов В. М. «Основы архитектурного проектирования» Социально – функциональные аспекты. – М. : «Архитектура – С, 2004 – 176 с.
3. Сапрыкина Н. А. – М. : «Архитектура – С.» 2005 год – 312 с.
4. Акбаралиев Р.Ш. «Принципы построения архитектурных пространств – М. : 2010 г.

©Кузнецов А.К., Мыскова О.В., 2016 г.

УДК 72.012

**БИОНИЧЕСКОЕ ФОРМООБРАЗОВАНИЕ
ТЕНТОВЫХ И МЕМБРАННЫХ КОНСТРУКЦИЙ**

Кузьмина Д.А., Мыскова О.В.

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

Тентовые покрытия, палатки, различные зонты – известны человеку с древнейших времен. Во всем мире они использовались в качестве укрытия от погодных явлений, поэтому существует огромное количество разнообразных тентовых конструкций. Например, шатры считаются традиционным жилищем для бедуинов, монгольские кочевники живут в юртах, а для европейского общества характерны палатки-цирки. Около 100-300 км² земной поверхности перекрываются ежегодно во всем мире различными видами тентов, мембран или сеток. Они используются как для стационарных, долговременных сооружений, так и для временных, некоторые виды легко трансформируются и транспортируются [1, с. 260].

В современном мире тентовые покрытия применяются в различных областях жизнедеятельности человека: их используют для различных выставок, складских помещений, оранжерей, также они служат временным укрытием для людей пострадавших от стихийных бедствий и т.д.

Но что же такое бионика? И какое отношение она имеет к формообразованию в промышленном дизайне? Официально бионика, как наука появилась в 1960 г., ее задачей было объединить биологов и инженеров, с целью создания «улучшенных» изобретений. На заседании, посвященном программе исследований в центре Райт-Паттерсон (ВВС США), Джек Стил (автор доклада по бионике) дает этой науке следующее определение: «это наука о системах, функции которых копируют функции живых систем, о системах, которым присущи специфические характеристики природных систем или которые являются их аналогами» [2, с. 13]. Промышленные дизайнеры, являясь в какой-то степени инженерами, широко используют достижения бионики в своих работах. Одним из примеров практического применения этой науки является создание искусственных покрытий, копирующих кожу дельфина (подводные лодки с таким покрытием могут достигать более высоких скоростей, при этом мощность мотора остается прежней) [2, с. 18].

Одним из тех, кто в своем творчестве успешно использовал исследования бионики, был Фрай Пауль Отто – немецкий архитектор, который создавал удивительные тентовые и мембранные конструкции. Довольно интересно то, что родители этого известного инженера-изобретателя принадлежали к ассоциации художников и промышленников Deutscher Werkbund; их стремлением было совместить творчество и

массовое промышленное производства и создать новые концепции дизайна [3].

Фрай Отто был одним из членов штутгартской группы «Биология и строительство», организованной в 1961 г. в ФРГ. Работа этой группы происходила в максимальной связи биологии, техники и строительного искусства. Фрай Пауль Отто часто задумывался о проблеме воздействия человека на природу и окружающую среду. Он считал, что, защищаясь от сил природы постройками, архитектурой, человек тем самым уничтожает ее. Эту проблему он поднимал на семинарах перед своими студентами. И решить эту проблему, по мнению Отто, можно было путем создания биоморфных объектов. Это объясняется и тем, что использование таких форм целесообразно (они уже апробированы естественным отбором), и тем, что они имеют свою особую художественную эстетику. Фрай Отто считал, что перед каждым проектом надо исследовать природу. Например, найти форму и размеры глазных петель в сетчатых конструкциях удалось при помощи опытов с мыльными пленками (были получены минимальные поверхности, образующиеся между высокой и низкой точками) [1, с. 260].

Довольно интересным фактом стало открытие, сделанное в 1962 г. Отто Фраем и биологом-антропологом Иоганном Герхардом Хельмке: они обнаружили, что некоторые ранее созданные (полностью независимо от природных образов) легкие конструкции имеют большое сходство с биологическими объектами. А именно – знаменитые «геодезические» купола Букминстера Фуллера (а также его знаменитый павильон США на всемирной выставке в Монреале) выглядели, как скорлупы-оболочки диатомей, увеличенные в 5-50 тыс. раз. Следует уточнить, что «геодезический купол» – пространственная стальная сетчатая оболочка из прямых стержней. А диатомеи (диатомовые водоросли) – группа одноклеточных и колониальных водорослей, у которых формируется особый клеточный покров (панцирь) [4, с. 79].

С 1953 г. рабочая группа, сформировавшаяся вокруг Фрая Отто, занималась созданием палаток, развивала теорию легких конструкций и создавала большие преднапряженные сетки-покрытия. Ситуация, возникшая с ними в дальнейшем была идентична случаю с куполами Фуллера. Исследователи этой группы, заявили, что бионическая форма, прослеживающаяся в их работах (палатки на швейцарской сельскохозяйственной выставке в Лозанне 1963 г., павильон ФРГ в Монреале и последующее Олимпийское сооружение в Мюнхене), есть не что иное, как копия паутины паука. В действительности же картина была иной, когда набрасывались эскизы легких сооружений, когда они конструировались, статически прочитывались и испытывались, виновник – паутина – была знакома специалистам не больше, чем любому дилетанту. Когда же новая техника конструирования сетчатых покрытий достигла

определенной ступени развития, стало возможным смотреть на паутину паука достаточно квалифицированным взглядом и их различать [1, с. 248].

Исследовательская группа, которую возглавлял Отто Фрай, достигла высот в области изучения взаимодействия тентовых конструкций и окружающей среды. Ими была разработана технология подъемной крыши, которая соответствовала идеалу так называемой «реконструкции», так как в поднятом состоянии они представляют собой лишь незначительный, не мешающий окружающей среде объект. В развернутом состоянии такие покрытия благодаря своей форме, легкости и прозрачности хорошо вписываются в традиционные ансамбли архитектуры [1, с. 262]. Первая небольшая палаточная конструкция, поднимаемая вручную, была построена в 1965 г. над театральной сценой казино в Каннах. Более обширные крыши, автоматически раскатываемые и скатываемые обратно за несколько минут, были созданы для театра под открытым небом в г. Бад-Херсфельд, а также для плавательных бассейнов в Париже и Лионе. Подъемные крыши особенно выгодны для таких спортивных сооружений, так как этим значительно продлевается период их использования в течение года. Последняя конструкция – это прототип для серийного производства автоматических крыш в виде зонтов, применяемых на небольших или нерегулярно используемых площадках [1, с. 262]. Все эти процессы «раскрывающихся и закрывающихся» конструкций аналогичны процессам, происходящим в живой природе.

Таким образом, бионика является особым подходом, способным обогатить развитие современного дизайна и архитектуры. Бионические принципы формообразования целесообразно применять в этих отраслях, т.к. достижения идеальных форм живой природы можно достигнуть только путем использования ее особенностей, принципов, закономерностей и форм. Также использование форм и пластических систем живой природы помогает создать новую эстетику и привнести особую выразительность в предметно-пространственную среду [1, с. 264].

Список использованных источников:

1. Архитектурная бионика / Ю.С. Лебедев, В.И. Рабинович, Е.Д. Положай и др.; Под ред. Ю.С. Лебедева. – М.: Стройиздат, 1990. – 269 с.
2. Бионика / Л. Жерарден. Перев. с франц. М.Н. Ковалевой. Ред. и предисл. проф. В.И. Гусельникова. М., «Мир», 1971. – 232 с. с илл. (В мире науки и техники)
3. Архплатформа Пионер легких конструкций [Электронный ресурс] // archplatforma.ru URL: <http://www.archplatforma.ru/?act=2&tgid=3022&stchng=2>
4. Водоросли и грибы // Ботаника: в 4 т. / Белякова Г. А., Дьяков Ю. Т., Тарасов К. Л. — М.: Издательский центр «Академия», 2006. — Т. 2. — 320 с.

УДК 7

РОЛЬ КОНСТРУКТИВИЗМА В СОВРЕМЕННОЙ АРХИТЕКТУРЕ, СКУЛЬПТУРЕ, ДИЗАЙНЕ

Билецкая М.Д., Османова А.Г., Аккуратнова Г.А.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

Конструктивизм – авангардистское направление в изобразительном искусстве, архитектуре и декоративно-прикладном искусстве, зародившееся в 1920 – первой половине 1930 годов в СССР. Термин «конструктивизм» использовался советскими художниками и архитекторами ещё в 1920 году. Конструктивистами себя называли Александр Родченко и Владимир Татлин – автор проекта Башни III Интернационала. Впервые конструктивизм официально обозначен в том же 1922 году в книге Алексея Михайловича Гана, которая так и называлась «Конструктивизм».

Особенности стиля. Характеризуется строгостью, геометризмом, лаконичностью форм и монолитностью внешнего облика.

Монолитность. Архитекторы-конструктивисты стремились к созданию слитного образа здания. Даже, несмотря на деление на геометрические сегменты, о котором мы поговорим в следующем пункте, дома в конструктивном стиле воспринимаются единым целым, в отличие от функционализма, где это считалось бессмысленным украшательством.

Сегментированность. Эта особенность свойственна практически всем минималистичным стилям, однако, если функционализм позволял экстерьеру здания «осыпаться» на фрагменты, то в рамках конструктивизма четкое деление на отдельные фигуры и области не приводило к визуальному распаду.

Масштабность. Развиваясь в условиях, когда подчеркнутая рукотворность была популярным художественным решением, конструктивизм брал размерами. Более того, в отличие от функционализма, он не стеснялся быть действительно огромным.

Конструктивизм в архитектуре. В 1922-1923 годах в Москве, начавшей восстанавливаться после Гражданской войны, были проведены первые архитектурные конкурсы (на проекты Дворца труда в Москве, здания московского филиала газеты «Ленинградская правда», здания акционерного общества «Аркос»), в которых принимали участие архитекторы, начавшие творческий путь ещё до революции, Моисей Гинзбург, братья Веснины. Многие проекты были наполнены новыми идеями, позднее положенными в основу новых творческих объединений конструктивистов и рационалистов. Рационалистами было создано

объединение «АСНОВА» (Ассоциация новых архитекторов), идеологами которого были архитекторы Николай Ладовский и Владимир Кринский. Конструктивисты же объединились в Объединение современных архитекторов во главе с братьями Весниными и Моисеем Гинзбургом. Ключевым отличием двух течений стал вопрос о восприятии архитектуры человеком: если конструктивисты придавали наибольшее значение функциональному назначению здания, которое и определяло конструкцию, то рационалисты считали функцию здания второстепенной и стремились учитывать, прежде всего, психологические особенности восприятия.

Конструктивисты видели своей задачей увеличение роли архитектуры в жизни, и способствовать этому должны были отрицание исторической преемственности, отказ от декоративных элементов классических стилей, использование функциональной схемы как основы пространственной композиции. Конструктивисты искали выразительность не в декоре, а в динамике простых конструкций, вертикалей и горизонталей строения, свободе плана здания.

Конструктивизм в дизайне. Конструктивизм – направление, которое, прежде всего, связывают с архитектурой, однако, такое видение было бы однобоким и даже крайне неверным, ибо, прежде чем стать архитектурным методом, конструктивизм существовал в дизайне, полиграфии, художественном творчестве. Конструктивизм в фотографии отмечен геометризацией композиции, съёмкой в головокружительных ракурсах при сильном сокращении объёмов. Такими экспериментами занимался, в частности, Александр Родченко.

В графических видах творчества конструктивизм характеризовался применением фотомонтажа вместо рисованной иллюстрации, предельной геометризацией, подчинением композиции прямоугольным ритмам. Стабильной была и цветовая гамма: чёрный, красный, белый, серый с добавлением синего и жёлтого. В области моды также существовали определённые конструктивистские тенденции – на волне общемирового увлечения прямыми линиями в дизайне одежды, советские модельеры тех лет создавали подчёркнуто геометризованные формы. Среди модельеров выделяется Варвара Степанова, которая с 1924 года вместе с Любовью Поповой разрабатывала тканевые рисунки для 1-й ситценабивной фабрики в Москве.

Конструктивизм в скульптуре. В рамках развития конструктивистского направления немалое развитие получила и скульптура. В начале 20-х годов советскими конструктивистами был сформирован Институт художественной культуры (ИНХУК), объединяющий скульпторов, архитекторов, художников и искусствоведов. Конструктивистская скульптура исходила из концепции построения форм, основанной на выражении внутренних структурных связей между геометрическими элементами композиции и сочетания различным

фактурных материалов. На этом этапе скульптура носила абстрактный характер. Так вместо изображения привычных человеческих персонажей, мастера использовали замысловатые геометрические конструкции. Целью демонстрации последних было поразить зрителей, сформировать переход от изображения к конструкции.

©Билецкая М.Д., Османова А.Г., Аккуратнова Г.А., 2016 г.

УДК 7

РОЛЬ СКУЛЬПТУРЫ В СОВРЕМЕННОЙ ЖИЗНИ ЧЕЛОВЕКА

Саенко А.Р.

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

Мир скульптуры в нашей жизни представлен глубоко и обширно. В течение многих веков талантливые мастера создают свои произведения. В своих скульптурных творениях художник выражает духовный мир, представления об окружающем, воплощает свои эстетические идеалы, фантазии. Какую же роль играет скульптура в нашей жизни? Скульптура (от лат. *Sculpo* – вырезаю, высекаю) – вид изобразительного искусства. Это изготовленные из камня, бронзы, дерева или глины головы, бюсты, торсы людей или одного человека, статуя или скульптурная группа. Такое определение можно найти в словаре, однако скульптура – это нечто большее, чем просто обработанный мастером кусок материала.

Искусствовед В.В. Ермонская в книге «Основы понимания скульптуры» пишет: «Если спросить любого человека, знает ли он, что такое скульптура, «конечно, да», – ответит он. Но если спросить его, что он понимает под словом «скульптура», имена каких великих скульпторов ему известны, какими средствами скульптор выражает свой замысел, каковы, возможности и особенности искусства скульптуры, то на все эти вопросы не каждый ответит сразу. Искусство ваяния играет большую роль в нашей жизни. Отражая прекрасное в действительности, оно, в свою очередь, формирует наше сознание, наш вкус и наши представления о прекрасном. Научиться понимать его, расширять в этой области свой кругозор должен каждый культурный человек». Скульптура встречается нам всюду в повседневной жизни. Наш взгляд привлекают монументальные статуи великих деятелей и защитников города, рельефы, украшающие архитектуру, эстетические, изящные садово-парковые скульптуры, оригинальные, необычные изваяния из льда, песка, воска и т.д. При восприятии скульптурного творения у зрителя возникает желание, прикоснуться к нему рукой, почувствовать его объем и трехмерность. Д. Дидро говорил: «Живопись обращается только к глазам... Скульптура существует и для слепых и для зрячих». Исследователи в области

изобразительного искусства пришли к выводу, что у произведения скульптуры прямая осязательная сила убеждения. В «Трактате о скульптуре» ученый эпохи Возрождения Помпоний Гаурик, пишет: «Писатель воздействует словом, скульптор – делом, вещью; тот только рассказывает, а этот делает и показывает». Скульптура как вид изобразительного искусства играет значительную роль в нашей жизни. Пропагандирует различные идеи, отражает мысли, чувства, мировоззрение общества в целом. Таким образом, этот вид искусства может оказывать влияние на массы, поэтому важно отношение самого автора скульптурного произведения к жизни. Специфика скульптуры отражается в содержании, выборе материала для ее исполнения и выразительных средствах. Различные свойства материалов помогают зрителю в восприятии задуманного скульптором образа, автору передать его выразительность, особенность (динамику, пластичность движений, мягкость и т.д.). При рассмотрении скульптуры, обходя ее кругом, зритель воспринимает ее каждый раз, открывая для себя что-то новое в композиции, так создается ощущение что, фигуры движутся, изменяются. Большую роль искусство скульптуры играет и в воспитательном процессе. Многие скульптурные произведения могут быть интересным объектом для рассмотрения детьми. Педагоги и родители в доступной для определенного возраста форме могут объяснить детям содержание, историю того или иного произведения, рассказать, в чем заключается художественная ценность и значимость. Педагогами и психологами доказано, то, что эмоционально воспринято в детстве, запоминается на всю жизнь. В процессе восприятия прекрасного формируется у детей эстетическое, нравственное чувство, вкус, уважение к искусству. Расширяется кругозор ребенка, так как это искусство несет определенную информацию. В процессе знакомства со скульптурой дети познают «язык» скульптуры, многообразие выразительных средств и способов исполнения. Не меньшая роль и в том, что ребенок через скульптурные произведения искусства постигает социальный опыт, накопленный человечеством. Скульптура открывает возможности для обучения детей лепке, композиции, развития их творческого воображения и мышления. Искусство скульптуры обладает способностью заставить человека задуматься, взволноваться, сопереживать. С помощью своих творений мастера способны оставлять сообщения будущим поколениям, каждый художник поднимая свою проблему, оставляет след и способствует решению этой проблемы. Невозможно представить современный мир без такого важного и незаменимого вида искусства как скульптура, появившегося еще многие тысячелетия назад.

Список использованных источников:

1. Энциклопедия Аванта+
2. Студенческий научный форум

УДК 7**ПРОБЛЕМАТИКА И РАЗВИТИЕ ПРОМЫШЛЕННОГО ДИЗАЙНА В РОССИИ**

Жаркова К.И., Сабирзянова Л.Н.

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

Среди факторов, обеспечивающих конкурентные преимущества национальной экономики развитых стран, промышленный дизайн играет одну из ведущих ролей и является неотъемлемой частью производства и продвижения продукции. Лидерами промышленного дизайна считаются Италия, Япония, Голландия, Франция [1].

Что касается России, до последнего времени в нашей стране дизайну уделялось недостаточно внимания, были другие более насущные проблемы промышленности. В настоящее время в России промышленный дизайн остался в тех зонах, где есть штучные работы, а также некоторых отдельно взятых областях промышленности. Возникла необходимость развития российского дизайна, который ранее просто копировал мировые решения [2, с. 42].

Что интересно, у нас нет проблем с дизайном по части вооружений: наши боевые вертолёты, автоматы Калашникова, «Искандеры», «Панцири», «Торнадо» и «Тайфун» знает весь мир. И они выглядят соответствующе потому, что там не стоят задачи дизайна, чистая инженерия. А, как известно, любое военное инженерное изделие красиво и гармонично, потому что облик определяет чистая математика, направленная на достижение максимума возможностей [3].

Основные проблемы промышленного дизайна в России сегодня:

Начальный этап развития рыночных отношений в России, низкий уровень промышленности и международный экономический кризис;

Оторванность системы гуманитарного высшего образования, к которой относится сегодня дизайн, от производства;

Отсутствие высококвалифицированных специалистов;

Неверная оценка роли промышленного дизайна в производстве у руководства предприятий;

Малая заинтересованность предприятий в развитии промдизайна на своем производстве.

Предлагаемые решения и мероприятия для преодоления «дизайн-барьера»:

- Выделение в отдельное направление «Дизайн» в классификации специальностей высшего профобразования из группы «Культура и искусство»;

- Содействие развитию малого и среднего бизнеса (версия Минпромторга РФ), улучшению предметной среды городов и ряда секторов социальной сферы (версия Минэкономразвития РФ);
- Повышение уровня профессионального образования;
- Затраты на промышленный дизайн должны стать обязательной статьей расходов при разработке новых промышленных девайсов, в первую очередь, в гражданской сфере;
- Создание национальной сети поддержки сектора: дизайн-центры, дизайн клиники, госзаказ для дизайн-консалтинга и т.п., создаются различные формы субсидирования производителей (льготные условия использования инфраструктуры, образования, финансирование НИР и т.д.) и потребителей дизайнерских услуг (специальные ваучеры на оплату консультаций и т.п.);

В целом, учитывая всю совокупность проблем сектора промышленного дизайна в России, чрезвычайно малые масштабы рынка, а также явно существующий «дизайн-барьер» для вхождения на зарубежные рынки, имеющиеся модели государственной политики в отношении данного сектора можно оценить, как чрезвычайно «мягкие». Невозможно управлять рынком, который даже не фиксируется официальной статистикой. Устаревшая статистика не отражает того, насколько дизайн увеличивает стоимость производимой продукции [4, с. 70].

В последнее время от разговоров о необходимости массового внедрения промышленного дизайна у нас стали переходить к делу – государство в 2006 году, разработало проект концепции развития отрасли. Было принято решение изменить представление промышленности о промдизайне. Концепция развития предусматривает государственное софинансирование требующих дизайнерского оформления инновационных разработок промышленных предприятий, а также частичное субсидирование самих дизайнерских компаний и образования в этой отрасли.

Помощью, по налаживанию контактов и развитию отношений между дизайнерами и промышленностью, займутся специально учрежденные для этого Центры развития дизайна. Одним из первых таких центров станет Уральская государственная архитектурно-художественная академия (УралГАХА). Уральский центр развития дизайна призван обеспечить Восток страны молодыми специалистами в сфере промышленного дизайна.

Активно развивается направление промдизайна, включающее комплекс инновационной разработки продукта. Дизайн планируется включить в перечень видов деятельности, позволяющих претендовать на статус резидентов финансируемых государством технопарков, в том числе технопарков в сфере высоких технологий.

Согласно мнениям экспертов в ближайшем будущем для России прогрессирующими отраслями промышленного дизайна станут авиа-, вертолетостроение, а также автомобилестроения для частных лиц.

Промышленный дизайн начал своё развитие и в России, но стать серьезной индустрией он сможет, если предприятия поверят в возможности дизайна, а для потребителей он станет неотъемлемой частью жизни.

Удачные решения в области промдизайна связаны с анализом будущих тенденций развития промышленности и общества в целом. Дизайн – это способ материализации, создания технологии шага в будущее, поэтому успех для российских компаний заключается в сотрудничестве с национальной школой дизайна, чтобы словесные планы по развитию будущего реализовывались в конкретных материальных моделях дизайна. В настоящее время эти два процесса разорваны и существуют независимо друг от друга (стратегии пишут без дизайнеров, дизайнеры работают без современных технологий) [2, с. 47].

На данный момент для России существует несколько оптимальных решений по развитию промышленного дизайна. Формирование международных групп дизайнеров, ориентированных на экспорт продукции, работающих для рынков потребления продукции. Также необходимо улучшить базу национальной школы дизайна и наладить связь студентов с действующими дизайн-студиями.

Список использованных источников:

1. Трунов Е. Проблемы развития промышленного дизайна [Электронный ресурс],

<http://www.nakedart.ru/about-studio/articles/prom-design.html> - статья в интернете (Дата обращения: 02.11.2016);

2. Промышленный дизайн (Стандарты. Лучшая практика. Продьюсинг. Дизайн-школы.), под редакцией В. Н. Княгинина – Спб.: Фонд «Центр стратегических разработок. Северо-запад», 2012 год – 65 стр.;

3. Бровко В. Как возродить в России промышленный дизайн. О дефиците промышленных дизайнеров в России и путях решения этой проблемы [Электронный ресурс],

<http://www.sostav.ru/publication/kak-vozrodit-v-rossii-promyshlennyy-dizajn-22861.html> - статья в интернете (Дата обращения: 02.11.2016);

4. Промышленный дизайн Российской Федерации: возможность преодоления «дизайн-барьера»: учеб. пособие / под ред. М. С. Липецкой, С. А. Шмелевой; — Спб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2012.—80 с.

©Жаркова К.И., Сабирзянова Л.Н., 2016 г.

УДК 7

ИНЖИНИРИНГ И ПРОМЫШЛЕННЫЙ ДИЗАЙН

Куртова К.Г., Мыскова О.В.

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

Инжиниринг охватывает весь жизненный цикл промышленного продукта: от появления идеи, разработки опытного образца, внедрения в производство, в том числе его технологического оснащения, до маркетинга, поставки на рынок, сервисного обслуживания и последующей утилизации [1, с. 2].

По оценкам Минпромторга России, объем мирового рынка инжиниринговых услуг и промышленного дизайна на 2015 год составлял свыше 750 млрд. долларов, а к 2020 году прогнозируется его двукратное увеличение до 1,4 трлн. долларов.

Российский же рынок пока находится в стадии формирования. Однако, согласно экспертным оценкам, за последнее десятилетие российский рынок инжиниринговых услуг демонстрировал некоторый рост. У России есть все предпосылки для ускоренного развития инжиниринга. Появление новых и развитие существующих отечественных компаний будет способствовать технологическому прорыву, привлечению инвестиций в высокотехнологичные отрасли экономики и общему росту промышленного производства.

Инжиниринг и промышленный дизайн как инструмент преобразования промышленных производств является исключительно актуальным для обеспечения достижения целей социально-экономического развития Российской Федерации.

Этапами создания продукта в инжиниринге являются:

1. Генерация идеи и проработка концепции.
2. Разработка эскиза и макета.
3. 2d/3d-моделирование и визуализация.
4. Инженерные расчеты.
5. Привязка проекта к производству.
6. Поставка оборудования и материалов.
7. Строительство и пуско-наладка.
8. Эксплуатация и утилизация.

Условно эти этапы можно разделить на две части: проектная часть, объединяющая в себе промышленный дизайн и инженерию и производственный этап. Таким образом, промышленный дизайн является неотъемлемой частью инжинирингового процесса.

Промышленный дизайн – это прежде всего разработка внешнего вида продукта или оборудования и его функционала. Инжиниринг

продукта – 2d и 3d-моделирование, инженерные расчеты и привязка к его производству.

Порой звучит мнение, что дизайн затрагивает только внешний вид продукта, это вкладывает в понятие весьма упрощенный смысл, сводя все к эстетическим качествам изделия, которые являются только одной из его характеристик. На самом деле промышленный дизайн работает с объектом в целом, это проектная по своей сути деятельность. В процессе проектирования огромное внимание уделяется эстетическим, эргономическим, инженерно-технологическим и маркетинговым требованиям. Это органическое соединение технической эстетики и проективной эргономики в единое целое.

Перед работами на этапах промышленного дизайна, инжиниринга и запуском в производство проводятся предпроектные исследования.

На этапе эскизного проекта производятся художественно-конструкторские работы, разрабатывается эргономическое решение, прорабатываются варианты цвето-фактурного решения, детализируются состав изделия, определяются конструкционные материалов и технологии производства деталей и т.п. [2].

С целью проверки внешнего облика изделия или оценки работоспособности его основных конструктивных составных частей или узлов уже на стадии эскизного проекта может быть изготовлен предварительный поисковый макет будущего изделия с использованием любых доступных технологий.

На основе эскизного проекта начинается разработка Рабочей конструкторской документации или Технического проекта, основной задачей которого является согласование визуальной и конструкторской частей проектируемого объекта.

Результатом разработки является изготовление Опытной модели (Прототипа).

Говоря о трехмерном моделировании следует отметить, что дизайнерами выполняются первичные модели на пре-конструкторском этапе. Затем создаются трехмерные модели с учетом всех технологических особенностей, готовые для литья под давлением.

Трехмерную модель можно создать в десятке разнообразных программ, различающихся по специализации. Для инжиниринга (ПО для САПР) – это такие пакеты, как DassaultSystemesCATIA, Solidworks, Компас, AutodeskInventor, и другие, с их помощью создаются твердотельные параметрические трехмерные модели. Для дизайна, например, Rhinoceros 3D, Alias, они чуть в меньшей степени подходят для подготовки изделия к производству, но, тем не менее, предоставляют все необходимые инструменты. Для визуализации и анимации 3ds Max, AutodeskMaya, CINEMA 4D Studio, Blender, ZBrush и другие, трехмерной

модели, созданные в данных программах подойдут для печати на 3d-принтере, но для производства их потребуется перестраивать.

Удобство использования является важнейшим аспектом разработки продукта, которое берет на себя промышленный дизайн. Первое место отдается функции, всеми известная цитата американского архитектора Луиса Салливана: «форма следует за функцией» означает, что форма оправдана в том случае, когда она вытекает из требований функционала. В процессе проектирования очень важно проработать сценарии использования, продумать эргономику изделия, предугадать возможные сложности управления, сделать интуитивным интерфейс [1, с. 2].

Помимо этого, промышленный дизайн отвечает за продуманность изделия с точки зрения хранения пользователем, а также транспортировки, обслуживания и ремонта.

С точки зрения имиджа и позиционирования продукта дизайн тоже – один из самых четко работающих инструментов. При одинаковых технических характеристиках в условиях конкуренции решающее значение приобретает дизайн. Еще со времен Древней Греции люди верят в то, что красивые вещи работают лучше.

Очередной задачей промышленного дизайна является снижение затрат на производство. Дизайнеров от художников отличает, помимо прочего, умение учитывать требования к конструкции продукции массового производства и технологические ограничения производства, а также задачи оптимизации потенциальных трудоемкости, материалоемкости и финансовых затрат.

Достичь качественного результата можно только при комплексной разработке изделия, когда дизайнеры и инженеры работают в команде, где промышленные дизайнеры решают задачу предпринимателя о пользователях и имидже продукта, с учетом знаний о технических ограничениях конструкции и производства, понимая финансовые ограничения, а инженеры бережно относятся к спроектированному дизайну изделия и согласовывают изменения в режиме диалога, обязательно принимая в расчет финансовые и производственные ограничения, поставленные заказчиком.

Однако в сфере промышленного дизайна нет необходимой инфраструктуры, нет взаимодействия индустрии и дизайнеров. Говоря о проблемах промышленного дизайна, начать стоит с преподавания в вузах, где среди преподавателей очень мало практиков с реальным рыночным опытом, а работа студентов оценивается не по факту возможности реализации проекта или его удобства для потребителя, а просто по факту выполненного задания, то есть существует очень большая оторванность от производства, от реальных продуктов и технологий. Только подготовка специалистов в области промышленного дизайна на базе технического университета способна дать эффективные результаты. Разработка дизайн-

проектов должна осуществляться студентами с учетом возможности их внедрения в серийное производство. Поэтому уникальная возможность сочетания дизайнерской подготовки с инженеринговой отраслью должна быть использована максимально.

Интеграция инженеринга и дизайна, находящихся на стыке науки и производства, в инновационную деятельность оказывает позитивное влияние на экономический рост.

В России сегодня есть все предпосылки для создания мощной сети инженеринговых центров.

Перед российской промышленностью стоят амбициозные задачи по модернизации производств, которые определяют спрос на услуги по проектированию и созданию новых продуктов, совершенствованию технологий, расширению имеющихся мощностей. В этих условиях необходимо формирование комплекса мер государственной поддержки и стимулирования индустрии инженеринга и промышленного дизайна.

В настоящее время государство осознало необходимость массового внедрения промышленного дизайна и разработало проект концепции развития отрасли. Проект обсуждался и рассматривался на разных уровнях и в различных ведомствах, в том числе на семинаре в Минпромторге, в Аналитическом центре при Правительстве РФ, в деловой части главной промышленной выставки России – ИННОПРОМ-2013. В конечном виде этот документ был утвержден правительством под названием «Дорожная карта» по развитию инженеринга и промышленного дизайна в 2013-2018 г.г.» [3].

Приоритетным для Минпромторга России является сектор технологического инженеринга, как ключевой инструмент модернизации промышленных производств. Развитие данного сектора является исключительно актуальной задачей для достижения заявленных целей социально-экономического развития Российской Федерации.

В заключении следует отметить, что, исходя из рассмотренных функций инженеринга и дизайна, можно сделать вывод, что идеология инженеринга фактически совпадает с идеологией эргономики, которая является одной из значимых составляющих промышленного дизайна. Поэтому промышленный дизайн должен стать неотъемлемой частью современной технологии комплексного проектирования, создания и эксплуатации изделий и сооружений.

А для решения проблем, стоящих перед инженеринговыми компаниями, наиболее важную роль играют такие субъекты инженерингового бизнеса, как университеты и инженерные школы, а также рынок субподрядчиков. Наличие устойчивых взаимосвязей с научным сообществом в лице университетов и научных школ является одним из важнейших факторов конкурентоспособности инженеринговых компаний.

Список использованных источников:

1. И62 Инжиниринг и промышленный дизайн – 2015/ под ред.В.С. Осьмакова и В.А. Пастухова — М.: «Onebook.ru», 2015. — 124 с., 16 ил.ISBN 978-5-00077-262-1

2. Промышленный дизайн [электронный ресурс]
URL:<http://www.art-up.ru/>

3. Итоговый доклад о результатах экспертной работы по актуальным проблемам социально-экономической стратегии России на период до 2020года «Стратегия-2020: Новая модель роста –новая социальная политика»//Журнал "ИНТЕЛРОС –Интеллектуальная Россия": www.intelros.ru. URL: <http://www.intelros.ru/pdf/strategiy2020-2012-1itog.pdf>(дата обращения: 30.04.2013)

©Куртова К.Г., Мыскова О.В., 2016 г.

Авторский указатель

Аккуратнова Г.А.	138	Капнина В.А.	128
Александрова Ю.В.	115	Кащеев О.В.	89
Арсланова Н.Ю.	3	Киселева А.Ю.	11
Белозерова А.М.	79	Киселёва Д.Ю.	13
Билецкая М.Д.	138	Китаков Г.А.	105
Бобровская А.А.	8	Колташова Л.Е.	75
Большова С.И.	48	Коновалова Н.А.	117
Бусыгина Ю.В.	35	Корочкина А.Л.	28
Буфеева И.Ю.	11	Кудрявцев М.А.	77
Буцерава О.В.	73	Кузнецов А.К.	65, 132
Быгачевская Т.Н.	121, 125, 128	Кузьмина Д.А.	135
Власова Ю.С.	75	Куртова К.Г.	145
Голубкова М.В.	96	Лашков А.В.	70
Гринь М.А.	84	Литвин В.Р.	39
Денисов Д.А.	51	Мартынова О.Ю.	42
Доброва А.А.	32	Матвеева А.С.	82
Евсеева Д.С.	51	Махарадзе Ю.Г.	119
Ермолаева Л.П.	62, 65, 79	Мелихова Е.Д.	58
Жаркова К.И.	142	Морозова Е.В.	26
Жорова Е.В.	84	Мосина А.А.	88
Изотов А.С.	103	Мухаметжанова В.М.	73
Исрафилова С.Э.	26	Мыскова О.В. ...	103, 105, 106, 110, 132, 135, 145
Калашников В.Е.	13, 23		

Никитина М.А.	106	Середина А.А.....	18
Новикова Л.М.....	44	Сидоренко В.Ф.....	88, 93
Озерова А.Э.....	5	Стрижак А.В.	115, 117, 119
Османо́ва А.Г.	138	Тулякова Д.С.	48
Паверман А.М.....	51	Уваров В.Д.....	8, 15, 18, 28, 32, 44
Панина А.В.....	58	Филенко Ц.С.	53
Петрова В.И.....	121	Фокеева А.В.....	93
Платонова Ю.В.....	125	Шкунова А.О.	62
Подугольникова К.И.....	89	Шляпникова А.П.....	23
Пономарев Д.Ю.	110	Щербакова А.В.	5, 100
Рябкова Д.В.....	15	Щигорец Н.А.....	100
Сабирзянова Л.Н.	142	Январева А.Д.	56
Саенко А.Р.....	140	Яцюк О.Г.	96