

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



ВСЕРОССИЙСКИЙ ФОРУМ
МОЛОДЫХ ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ
«Дизайн и искусство – стратегия
проектной культуры XXI века»
ДИСК - 2021

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
ВСЕРОССИЙСКОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ
ЧАСТЬ 3

МОСКВА - 2021

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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

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

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
Всероссийской
научно-практической конференции
«ДИСК-2021»**

Часть 3

МОСКВА



УДК 378:001:891

ББК 74.58:72

В 85

В 85 Всероссийская научно-практическая конференция «ДИСК-2021»: сборник материалов Часть 3. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2021. – 251с.

ISBN 978-5-00181-220-3

Сборник составлен по материалам Всероссийской научно-практической конференции «ДИСК-2021», состоявшейся 22-26 ноября 2021 г. в рамках Всероссийского форума молодых исследователей «Дизайн и искусство – стратегия проектной культуры XXI века» в Российском государственном университете им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), г. Москва.

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

УДК 378:001:891

ББК 74.58:72

Редакционная коллегия

Силаков А.В., проректор по науке; Оленева О.С., доцент; Гуторова Н.В., начальник ОНИР; Рыбаулина И.В., заведующий кафедрой; Волкодаева И.Б., заведующий кафедрой; Андросова И.В., старший преподаватель; Бузькевич А.О., инженер

Научное издание

ISBN 978-5-00181-220-3 © Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», 2021

© Коллектив авторов, 2021



УДК 745

ТЕМА БОРЬБЫ С ТЕРРОРИЗМОМ В ТВОРЧЕСТВЕ БЭНКСИ

Абрамова А.С., Громова М.В.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования «Российский государственный университет
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

В наши дни объектом искусства способно быть совершенно все без исключения, даже сейчас ведутся споры – принадлежит ли граффити к искусству, либо является выражением вандализма. Во множестве уголков мира жители сталкиваются со стрит-артом на городских улицах и в метро, а не в музеях или картинных галереях. Слово «граффити» применяется для классификации не признанного пока что законом вида искусства. На сегодняшний день граффити может являться совершенно простым рисунком либо надписью, а также достаточно сложной композицией.

Творчество мастера граффити Бэнкси окружено огромным интересом. Художник, творящий инкогнито, с иронией порицает изъяны современного общества, заставляет задуматься над актуальными вопросами нашего времени.

О нем совсем немного известно, личность этого человека остается в тайне более двадцати лет. Одна из самых распространенных версий – исполнитель Роберт Дель Ная, лидер Massive Attack, музыкальной группы, стрит-художник, имеющий псевдоним 3D, также считается возможным владельцем псевдонима Бэнкси. Об этом свидетельствует подозрительное совпадение появления новых граффити художника с гастрольным маршрутом музыкантов по всему миру. Также в июне 2017 года рэпер Goldie случайно упомянул художника, назвав его Робом в одном из интервью. Предполагается, музыкант имел в виду некоего Робина Ганнингема, которого считают Бэнкси по уверению его знакомых из Бристоля. И, согласно самой популярной теории, за псевдонимом невероятного художника скрывается группировка британцев [1].

Творения Бэнкси стали возникать на улицах Бристоля в 90-х годах минувшего столетия, со временем трансформировавшись, простые картинки стали обретать более глубокое значение, зашифрованные послания, а так же описывать конкретные события. Данный вид стрит-арта еще именуют «партизанским» или «пост-граффити». Бэнкси осуждает военные конфликты, политику некоторых государств, привлекает интерес к болезненным социальным, экологическим вопросам, которые многие не понимают и не замечают. В истоке своего художественного пути он рисовал «от руки», однако уже после инцидента, когда неизвестный граффитист едва не был пойман властями города, художник стал наносить рисунки с

помощью трафаретов, они существенно упрощают процесс нанесения изображения и экономят драгоценное время.

Черно-белые рисунки стали фирменным приемом художника, нередко в работе присутствуют яркие акцентные пятна.

Тематика повседневной жизни находит наибольшее отражение в творчестве художника. Социальные темы, экономические и экологические проблемы, политические конфликты сатирические зарисовки, – все это частые темы в его картинах [2].

«Война и ее последствия» (рис. 1) показывает эволюцию орудий убийств. Опасное оружие разрабатывается постоянно, день за днем, становясь все более смертоносным. Художник обращает внимание на эту проблему, ведь данная эволюция может привести к геноциду и исчезновению человечества. Британец цитирует иллюстрацию антропогенеза, добавляя в руки оружие и показывает последствия его использования.



Рисунок 1 – «Война и ее последствия»

Также художник освещает тему терроризма. Картина «Метатель цветов» (рис. 2), которая появилась в Израиле в 2003 г., стала одним из самых популярных произведений Бэнки за всю историю. Многие люди убеждены, что букет цветов – знак благополучия, надежды и мира перед разрушениями и ужасами насилия. Бунтарь в маске бросает не «коктейль Молотова», а букет цветов.



Рисунок 2 – «Метатель цветов»

«В объятиях бомбы» (рис. 3) – еще одна знаменитая картина. На стене Лондонского Ист-Энда изображена юная девушка, которая прижимает бомбу к груди. Работа изображает ужас войны вблизи чистоты и невинности молодой девочки.



Рисунок 3 – «В объятиях бомбы»



Дети и оружие – также частая тема Бэнкси. Ребенок-солдат с ружьем в руках, появившийся в Вествуде, Лос-Анджелес, в 2011 году на серо-оливковой стене «Urban Outfitters» был покрашен вскоре после появления.

Изучая картины уличного художника Бэнкси, с уверенностью можно сказать: его произведения показывают те проблемы, что существуют в обществе в настоящее время. Полученная информация убеждает зрителей, что творец живет среди людей, понимая их быт, знает их жизнь и обращает внимание на важнейшие проблемы и, что очень важно, силой искусства призывает искать пути решения, компромиссы и менять мир к лучшему [3].

Список использованных источников:

1. <https://ru.wikipedia.org/wiki/Бэнкси#Примечания>
2. <https://artchive.ru/artists/67312~Benksi/biography>
3. <http://www.banksy.co.uk/>

©Абрамова А.С., Громова М.В., 2021

УДК 687

КОНЦЕПЦИЯ «РЕТРОФУТУРИЗМ» В ПРОЕКТИРОВАНИИ ФУТБОЛКИ С ИНДИВИДУАЛЬНЫМ ПРИНТОМ ДЛЯ ТРАФАРЕТНОЙ ПЕЧАТИ

Агеева А.А.

Научный руководитель Громова М.В.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования «Российский государственный университет
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Футболки с принтами, логотипами, рекламными интеграциями являются одними из самых востребованных изделий на рынке сувенирной продукции. Также большим спросом пользуется и текстиль с индивидуальным эскизом, ведь не всегда в магазинах можно найти продукцию, которая будет соответствовать требованиям заказчика. В этом случае удобнее воспользоваться услугами дизайнера и современными методами нанесения рисунка на ткань. Создать фирменную вещь для себя или же собственной компании.

Вещь с индивидуальным дизайном поможет не только самовыразиться, но и продвинуть вашу организацию. При соблюдении требований к качеству печати и нанесению изображения можно повысить имидж компании. Яркие краски и чёткое нанесение рисунка создаст хороший образ вашей фирме, а долговечность принта закрепит безупречную репутацию [1].

Первые футболки были созданы во время Второй мировой войны американцами. Прототипом было европейское лёгкое нательное бельё,



выполненное из хлопка. Такую многофункциональную одежду можно было носить как отдельный предмет гардероба в жару и бельё для сна в холодное время года. Таким образом футболки вышли в широкое применение не только среди солдат Америки, но и у обычных граждан. Позже они начали появляться как полноценный вид одежды, что привело их к использованию в коммерческих целях компаниями. Тогда на этих текстильных изделиях стали размещаться рекламные надписи, логотипы и слоганы компаний. Это повлияло на развитие рынка сувенирной продукции в целом. С тех самых пор дизайн принтов для футболок развивался, а сейчас тяжело найти человека в гардеробе которого нет футболки с яркими картинками, сюжетами или фотографиями. Такие вещи можно сочетать с любой одеждой, а также одевать как на работу, так и в парк на прогулку.

Не маловажным фактором в создании футболки с индивидуальным принтом является качество печати. Существует определённое количество возможностей нанесения изображений на ткань. У каждого есть плюсы и минусы. Одни уступают по качеству переноса картинки, другие могут отобразить лишь определённые цвета. Но самым лучшим и удобным на сегодняшний день считается шелкография – трафаретная печать. Она была придумана ещё в Древнем Китае. С тех пор изменилась техника, но суть печати осталась прежней. Под каждый цвет будущего принта изготавливается трафарет. Макет принта разбивается на цвета, которые наносят по очереди через трафареты, тщательно сушат, запечатывают в волокна воздействием горячего пресса. Данный метод печати самый надёжный. Краски не вымываются, выдерживают более 50 стирок. Так же он экономичен для компании. Но при этом выделяется качеством печати, яркостью изображений. Присутствуют и значительные минусы шелкографической печати, такие как дорогая стоимость изделия при создании маленького тиража продукции и отсутствие возможности перехода цветов, полутонов [2]. При этом данный вид нанесения изображения на ткань значительно популярен в России. Дело в том, что классические способы печати имеют ограничения в выборе формата, запечатываемых материалов и толщине красочного слоя. Тогда как шелкография обладает неограниченными возможностями, является относительно дешёвым и простым способом изготовления печатных форм. Данный вид печати можно использовать не только на футболках, но и на многих видах сувенирной продукции.

Почему изготовление футболок с принтом на заказ так популярно? Всё дело в изготовлении вещи на заказ по индивидуальным предпочтениям человека. Таким образом заказчик или компания может выбрать любую стилистику изображения, даже создать свою личную униформу, используя логотип компании, напечатанный на футболках [3]. Такие изделия можно вручать как корпоративные подарки для промо-акций. Футболка,



созданная по требованиям клиента, является отличным подарком коллегам, родителям, друзьям. Поэтому он остаётся популярен среди взрослой аудитории, и особенно у молодежи.

При выборе концепции принтов для футболок нужно учесть, как и классические, не теряющие с годами актуальность орнаменты, такие как геометрические, анималистические, цветочные, так и более современные направления – поп-арт, милитари, минимализм и т.д. Изучив тренды в дизайне за последний год и совместив основные и яркие их направления можно создать уникальные и коммерчески успешные решения принтов. Проанализировав тенденции дизайна 2021 года, можно обратить внимание на концепцию ретрофутуризма. Этот тренд наиболее подходит под разработку принта именно для футболок, так как он подразумевает яркие цвета, мультяшность, чёткие векторные грани и маленькую цветовую палитру, что прекрасно подходит под требования печати методом шелкографии. Данное направление возродилось из ушедшей эпохи. Научно-фантастические темы, вдохновленные ретрофутуризмом, привносят яркие цвета, персонажей космической эры и ретро-компьютерную типографику в тренд дизайна, который останется актуальным в будущем году. Таким образом основная концепция принтов для футболок органично переплетает реальное с сюрреалистичным: этот опыт люди переживают повсюду из-за пандемии, которая изменила привычный образ жизни [4].



Рисунок 1 – Образец авторского принта в стиле «ретрофутуризм».

Утвердив концепцию будущего принта и собрав базу примеров дизайнов, можно приступать к разработке собственного дизайна для футболки. Так как печать принта будет производиться по средствам шелкографии, создание дизайна стоит воплотить в векторном формате в программе Adobe Illustrator, для возможности разделения изображения на рабочие слои и точного контура каждого из них. Соблюдая важные критерии компании принт создаётся с наличием не более 6 цветов. 7 цвет – белый, является подложкой под печать и имеет контура на 0,2 мм внутрь, для полного перекрытия его верхними цветными слоями. С соблюдением данного аспекта палитры цветов ограничены. Чтобы предоставить представителям компании выбор, представляем две палитры цветов: зелёную – более возрастную, красную – яркую, вызывающую. Разработка каждого из вариантов иллюстраций происходит в двух цветовых палитрах. Создание принта начинается с отрисовки основных мотивов –



космический город, ракета, звёздное небо, горный склон, за которым веднеется лес, и на переднем плане отрисовываем водопад, через струи которого мы видим сам космический город будущего. Эффект присутствия – индивидуальная особенность итогового принта. Ставя точку в создании фирменной вещи для компании, создаём надпись «Universe» в стилистике ретрофутуризма, которую можно будет использовать не только на футболках, но и на всей сувенирной продукции компании. После окончания работы собираем все готовые варианты принтов в разных колористиках и предоставляем представителю компании. После вносим коррективы, согласовывая их с фирмой (рис. 1).

Трендовые принты на футболках – самый простой способ создать фирменный стиль и выделиться. Современные технологии позволяют наносить рисунки, которые не утрачивают яркость цвета очень долгое время. Материал не деформируется, не даёт усадку и не растягивается. А принты в стиле «ретрофутуризм» будут актуальны в этом и в следующем сезоне. Футболки в данной концепции выгодно выделяют компанию и индивидуальность своего обладателя.

Список использованных источников:

1. Print for you, [Электронный ресурс]. : Типография – Электрон. дан. – Print for you, 2021 – Режим доступа: <https://print4u.ru/>

2. Print-today, [Электронный ресурс]. : Магазин, печать на футболках – Электрон. дан. – Print-today, 2021 – Режим доступа: <https://print-today.ru/>

3. ООО «ЛОРД», [Электронный ресурс], : Комплексные решения по производству и печати текстильной продукции – Электрон. дан. – Принты на футболках: история появления, виды, способы нанесения, 2019. –Режим доступа : <https://lord-print.ru/printy-na-futbolkah-istoriya-poyavleniya-vidy-sposoby-naneseniya/>

4. Marketing Media Review, [Электронный ресурс]. : журнал о digital-design – Электрон. дан. – Marketing Media Review, 2020. – Режим доступа : <https://mmr.ua/show/trendy-graficheskogo-dizajna/>

©Агеева А.А., Громова М.В., 2021

УДК 677.312.2

THE HISTORY OF FELT AND ITS APPLICATIONS

Хамраева Д.А., Усанбаева Н.Б.

Научный руководители Самиева Ш.Х., Асадова С.С.

Бухарский инженерно-технологический институт, Узбекистан

One of the currently widespread types of needlework is felting from wool (felting from English felting, felting from German filzen) – a technique for making clothes, shoes, accessories, toys, paintings and much more from non-spinning wool.



Felting is perhaps one of the ancient ways of processing wool that arose before our era, its history is so deep that it is difficult to say exactly how and when felt appeared. We can only judge about this by the finds of archaeologists.

Probably, ancient people began to roll from the wool of wild animals, but such wool has a low roll ability (the ability to thicken as a result of convergence, interweaving and cohesion of fibers). Therefore, the wider production and use of felt began when people themselves began to raise sheep.

According to scientists, sheep began to domesticate about 8-12 thousand years ago in a vast territory from the Caspian Sea to the Himalayas. Since then, their wool has become the main raw material for both felting and weaving. For many peoples, especially nomadic ones felt was one of the main types of textiles that served a person throughout his life, with the help of which many convenient and necessary things were created: yurts, various carpets, bags, clothing, shoes and many other household items.

Accordingly, many cultures have their own legends associated with the emergence of felt. So the Sumerian legend claims that the secret of making felt was discovered by the warrior-hero, the king of Ur, Sumer and Akkad, Ur-Nammu, who ruled approximately in the XXII-XXI centuries. BC.

Another interesting legend says that Noah lined his ark with sheep's wool, which during the journey, as a result of getting wet and trampled by animals, became a felt carpet. In another interpretation, the legend sounds like this: the sheep placed in the ark molted, dropping their wool to the floor, under the influence of moisture and trampling by hooves, the wool turned into a felted carpet during a long journey. From a scientific point of view, there is no reliable data on where felting originated. There are many theories.

According to one of them, the creation of felt, like many other inventions, is attributed to one of the most ancient civilizations known to us, the Sumerians. It was revealed that already in 4-3 thousand BC. the ancient Sumerians wore felt clothing, mainly using it in the creation of military armor. This is how, for example, the army of one of the Sumerian rulers is described: heavily armed warriors were protected by heavy felt cloaks with large copper plates, dart throwers were the first to use a shield and "soft" armor made of felt or leather, spearmen were protected by "soft" armor or felt capes.

During excavations in the Sumerian city of Ur, remnants of a felt-like material were found, with which the famous golden helmet of Mescalamdug, one of the first kings ruling in the XXVI century BC, was lined.

It is known that the Egyptians used felt hats resembling wigs for protection, and the torso was protected by light felt armor made according to the Sumerian model. The light infantry wore felt, fabric-lined aprons.

In ancient Babylon and Assyria, felt was used in the manufacture of clothing. Vikings (IX-XI centuries) used variants of leather or felt armor. Felt hats were also in use. In general, it is very likely that felting arose almost simultaneously in different places where a person domesticated a sheep.



At the moment, the oldest felt is fragments of felt made of sheep wool discovered by archaeologists in one of the oldest Neolithic settlements, Chatal-Huyuk, which existed in 7-6 thousand BC on the territory of Anatolia in Turkey.

At the beginning of the XX century, the burial of Europeans, the so-called Tarim mummies, the oldest of which date back to 2 thousand BC, were found on the territory of China. Among other things, their felt cloaks were well preserved.

One of the oldest products preserved in good condition and striking in its splendor are found by scientists in numerous graves of ancient Altai nomads of different periods, such as the Scythians, the Huns: thin felt boots and various clothes with colored felt appliques, felt carpets, among which there are made of multicolored pieces of felt, felt caps with appliques of fine leather and colored felt used for saddles.

For example, in the Pazyryk mounds discovered in the Altai mountains (V-IV centuries BC), magnificent samples of felt products with complex patterns were found: carpets made of white felt decorated with colored applications, huge panels (about 30 sq. m.) with compositions of colored felt, characterized by amazing plasticity and softness of lines, felt hats.

Thanks to the findings of scientists, it is known that the ancient Altaians rolled felt of various varieties and qualities from wool and sheep down. The natural color of the felt is white or black, depending on the color of the sheep, but often the felt was dyed. The yellowish color now observed is the result of a long stay of felt in wet ground. The felt of the best grade is thin, no more than 2-3 mm, and it was from this felt that caftans, stockings, socks were sewn, carpets and saddle blankets were made.

In general, in the old days, the technology of felt production was quite simple: sheep wool was laid out in a layer 6-7 cm thick, when making a carpet – several layers at once, one of which consisted of the future ornament, and the other layer served as its background. Then the wool was moistened with hot water and clapped with palms, trying not to move the layers if there were several of them.

This process, called primary felling, was the most important. After that, if necessary, the wool was watered again and rolled into a roll, usually wound on a wooden roller, wrapped with leather, mat or cloth on top and wrapped with rope.

From the middle of the XVIII to the middle of the XIX century. the production of felt was a dangerous occupation, because during this period mercury was used to wash the skins. And cases of poisoning of hatmakers as a result of the action of toxic fumes were very common.

In the first half of the XX century. many men in the West wore felt hats (Fedora, trilby, Homburg, etc.), it was an integral part of their costume.

Currently, felt is used in various areas of our life: in the automotive industry, construction, in the manufacture of musical instruments and, of course, the most familiar – shoes and clothes are made from it. Also, felt cloth can be



used to eliminate a fire at the initial stage: when it is densely covered with a burning object, it prevents air from entering the burning zone.

But the history of felt does not end, over the past couple of decades, the art of felting has been experiencing its rebirth.

Artisans create wonderful felted things: clothes, shoes, bags, toys, various accessories.

There are two felting techniques: dry and wet. Dry felting is felting with the help of special needles with serifs. This technique is suitable for creating voluminous things (jewelry, toys) and applying patterns to felt or already piled product. Wet felting – felting with water and soap. This method is used in the manufacture of flat products (paintings, clothes), using a soap solution, various products are made.

Список использованных источников:

1. Асадова С.С., Ражабова Н.Б., Шамситдинова М.К. Истории возникновения создания одежды в устойчивом виде из шерстяных волокон., Вестник магистратуры. 2021. № 1-4 (112). с.45-48.

2. Батырова С.Г. Войлок в традиционном быту калмыков, художественная обработка // Искусство Евразии. – 2017. – №3(6). – С. 8–15. DOI 10.25712/ASTU.2518- 7767.2017.03.001 [Elektron manbaa] URL: <https://readymag.com/u50070366/821476/7/>.

3. Фирсова Ю.Ю. Бионический объект как источник взаимодействия систем "силуэт- структура-форма" в художественном проектировании одежды / Фирсова Ю.Ю., Зарецкая Г.П., Алибекова М.Б. // Дизайн. Материалы. Технология. Санкт-Петербургский Государственный Университет технологии и дизайна том 3, № 33, 2014. С. 17-19 .

4. Самиева Ш.Х., Джураева Т.С., Асадова С.С. Инновационные технологии в швейной промышленности. Учебник. Б.:“Дурдона”, 2020. с.256

5. Самиева Ш.Х., Бутко Т.В. Аспекты кастомизации швейной продукции Вестник молодых ученых Санкт-петербургского государственного университета технологии и дизайна. Периодический научный журнал. Россия, Санкт-петербург. 2020.с. 109-114.

©Хамраева Д.А., Усанбаева Н.Б., 2021



УДК 745/749

СИМВОЛИКА ЦВЕТА В КИТАЙСКОЙ КУЛЬТУРЕ

Байкова Д.В.

Научный руководитель Куликова М.К.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования «Российский государственный университет
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Китайская культура необъятна и прекрасна. При этом мы очень мало о ней знаем. Запад издавна увлекается всем, что связано с Китаем. Чтобы преодолеть эту большую пропасть, которая создается как минимум языковым барьером, необходимо углубиться в историю культуры нации. Существенное отличие, от имеющихся в России и СНГ, а также принятых в западных странах, в восприятии цвета преобладает в Китае. Там, как нигде больше, огромное количество скрытого смысла заложено во всём: в движениях и словах, одежде и её цвете. В современном мире люди могут позволить себе носить какие-либо одеяния в любой цветовой палитре. Цвет – один из фундаментальных элементов восприятия мира. Если заглянуть немного в прошлое, то цветовой символизм играл большую роль в древнем Китае. Известно, что вплоть до династии Юань по цвету одежды можно было судить о социальном положении человека. Так, ношение желтой одежды кем-либо, кроме императора, воспринималось как покушение на власть и каралось смертью.

Цвета окружают нас везде, оказывают воздействие на настроение, чувства, мысли и, в целом, на здоровье человека. Но несмотря на обширное использование цветовой гаммы в повседневности без каких-либо целей и скрытых подтекстов, цвета всё равно не утратили свое символическое значение. Ни в одной стране мира не относятся так ревностно к цветам, как в Китае по сей день.

При анализе данной темы появились цели: изучить цветовую гамму в Китае, выявить их значение в современном мире и углубиться в историю, что способствовало постановки задач: проанализировать историю цвета в китайской культуре, проследить употребление данных цветов в современных модных тенденциях.

Пять цветов в Китае. Хуань-гун, князь царства Ци, говорил: «Гармония пяти элементов рождает все вещи».

«От пяти цветов у людей слепнут глаза. От пяти звуков глухнут уши. От пяти ароматов люди не чувствуют вкуса». «Пять цветов обозначают основные цвета спектра, традиционно различаемые в китайской культуре. Таковы зелёно-синий, желтый, красный, черный и белый, то есть все образы, воспринимаемые физическим зрением» – высказывал Лао Цзы о «Пяти цветах».



Все «десять тысяч вещей» в природе имеют свой цвет. В реальной жизни мы встречаем огромное количество цветов и их оттенков. Как доказали ученые посредством анализа цветового спектра, в мире существует более 10 млн. различных цветов. Но для китайцев дело обстоит гораздо проще: они считают, что базовыми выступают всего пять цветов: белый 白 (металл), черный 黑, красный 红, сине-зеленый 青 и желтый 黄. Эти цвета признаны «чистыми», «благородными». Каждый из цветов являлся символом жизненных процессов, протекающих и в человеке, и во вселенной. Все остальные представляют собой не более чем различные комбинации упомянутых базовых цветов. Благодаря столь богатой цветовой гамме костюма можно определить его назначение: одежда для торжества, для проведения ритуалов или повседневная одежда.

Основное значение белого цвета в русском языке традиционно «чистота, непорочность», а также во многих странах «богатство» и «власть», но как заметно из китайских образных выражений, белый цвет часто несет в себе траурный смысловой оттенок, а также ассоциируется с пустотой, отсутствием чего-либо. Например, «白白» значит «попусту, напрасно». В Китае, белый конверт с деньгами преподносится семье умершего. В настоящее время под влиянием западной культуры многие молодые люди надевают белый костюм во время бракосочетания, но все же красный до сих пор остается основным цветом этой церемонии. Согласование чёрного и белого – основа каллиграфической эстетики. Целое направление в живописи – шаньшуйхуа – основано на сочетании двух этих цветов. Неудивительно трепетное отношение китайцев к черному цвету. Современный китайский художник Фэн Цзикай описал черный цвет следующим образом: «Когда три основных цвета (красный, желтый и синий) смешивают на белой бумаге в равной пропорции, то получается насыщенный черный цвет, вызывающий чувство стабильности, завершенности и умиротворения». Однако у черного цвета в Китае также есть негативный окрас. 黑-данный иероглиф присутствует в выражениях зловесной окраски «做黑活 – совершить тайное убийство». Именно поэтому в Китае фотография умершего стоит в чёрной рамке.

Если у русских в контрасте стоят чёрный и белый цвета, то в китайском же языке часто белое противопоставлялось красному «红白事»- «красно-белое событие» или «свадьба и похороны». «Белый конверт», который традиционно преподносится семье умершего, и «красный конверт» с деньгами в подарок молодоженам или детям. В Китае красный олицетворяет процветание и счастье, удачу и прибыль (если носить красные носки). В современном мире красный является основным цветом при проведении китайских праздников, государственных торжеств и церемоний. Невесты надевают красное одеяние на свадьбу. (По мнению известного китайского модельера Го Пэй, красное свадебное платье также



является данью традиции, однако нередко современные китайские невесты следуют западным модным тенденциям, и постепенно традиционный красный свадебный наряд стал вытесняться европейским белым платьем, что противоречит древним китайским традициям и поверьям о белом цвете). Чтобы родился сын, необходимо было носить только красные наряды, поскольку исторически данный цвет ассоциировался с мужским началом мира. В Пекинской опере раскраска лица соответствует характеру персонажа. Так, у положительных героев лица раскрашены в красный цвет: «唱红脸» – «петь в красной маске» – изображать положительного героя. Но красный цвет обладает и негативными значениями. Он строго запрещен на похоронах; однако поскольку имена мертвых были ранее написаны красным цветом, можно считать оскорбительными использование красных чернил для китайских имен в других контекстах, кроме официальных печатей. Из-за этого красный цвет чернил в письмах зачастую нес получателю грустный контекст: расставание, погибшие чувства. (В южной Африке, однако, красный – это цвет скорби). Значение китайского фразеологизма «红眼病» совпадает со значениями таких русских фразеологизмов, как «позеленеть от зависти», «завидовать по-черному». Буквально он переводится как «болезнь красных глаз». Интересно, что в русском языке с завистью ассоциируются зеленый и черный, но не красный.



Рисунок 1 – Свадьба и её перемены

Желтый цвет символизировал императорскую власть и национальную государственность. С течением времени семантика этого цвета приобрела отличное от этого значение. По мере того, как в Китае активизировались контакты с внешним миром, желтый цвет стал означать «порнографию» в современном китайском. Теперь, когда вы увидите китайских полицейских, вешающих огромный баннер “扫黄打非” – «очистим желтое, ударим по пороку», знайте – они совершают очередной рейд против торговцев порнографией и девушек лёгкого поведения. Такое кардинальное изменение значения желтого цвета свидетельствовало о сильном влиянии на Китай культуры Запада. В русском языке самым известным образным выражением, включающим в себя желтый цвет, является «желтая пресса», обозначающая беспринципную погоню за сенсационностью.

Как такового синего не существовало в цветовой гамме Китая. Он слился воедино с зелёным, поэтому их не разделяли на разные секторы. Зелёный имел значение «чистоты», но не той, к которой привыкли на



западе. В Китае «зелёные» овощи – это те, которые не содержат пестицидов, что никак положительно не воздействует на природу. Она от этого может даже страдать. «Зелёное» молоко – это молоко без вредного для людей меламина также, как и «зелёные» публикации – материалы, которые не нарушают введённые запреты. Всё это влияет непосредственно на человека, но никак не создаётся во благо природы. На западе же «зелёные технологии» ассоциируются с экологически-чистым материалом, что поможет не навредить матушке-природе. Как можно заметить, «зеленый» в Китае подразумевает именно пользу для потребителя, но не для окружающей среды. Но с данным цветом нужно быть осторожным, когда дело касается одежды, а точнее шляп. В Поднебесной «зеленая шляпа» сигнализирует окружающим, что у её носителя неверная жена (в древнем Китае мужья проституток носили зеленые головные платки). При выборе подарков для китайцев, следует избегать зеленых предметов одежды, особенно если те носятся близко к голове. У синего цвета всё проще. Он олицетворяет древесину и символизирует весну, бессмертие, исцеление и прогресс.

Отходя от стандартного спектра цветов, можно заметить немаловажные оттенки.

Фиолетовый – означает божественность, благородство и бессмертие. Так считают по сей день. Сегодня фиолетовый цвет ассоциируется с любовью, в частности у молодых поколений.

Цин – цвет, который не попал в стандартный набор, многим напоминающий слияние зелёного и голубого цветов. На самом деле он является чем-то посередине: зелено-голубой, голубовато-зеленый. В дополнение к данному цвету может примешиваться серый, так что зеленовато-серо-голубой и прочие вариации на тему допустимы. Характер цвета происходит от идеи прорастания растений: считается, что цин символизирует энергию и жизненную силу, ассоциируется с весной, а также связан с фарфором и одеждой, поэтому тоже является традиционным цветом, широко использовавшимся в древнем Китае и по сей день.

Радужный в древние времена радуга поперек солнца считалась предзнаменованием скорой смерти императора, либо посягательств на его трон, но с течением времени значение приобрело другой характер.

Спустя годы и столетия китайцы, следуя традициям, в настоящее время продолжают трепетно относиться к цвету и его символики. Конечно, уже нет классового деления, что было присуще древнему Китаю, нет запретов и наказаний. Сейчас каждый может использовать в своем образе любую цветовую гамму. Во многом так оно и есть, что не отменяет очевидное: в Китае уже успело народиться новое поколение, которое в вопросах моды и комбинаций цвета, демонстрирует разборчивость и вкус,

он по-прежнему остается для модного мира одним из самых лакомых кусков.

Мода в современном мире перетерпело множество изменений. «Ципао» – это наряды в пол, с длинными рукавами (рис. 2а). В 20 годах рукава убрались, платье стало более кокетливым (рис. 2б).



Рисунок 2 – а) «Ципао» раньше; б) «Ципао» в настоящее время

Как менялась мода, традиции и их отношение к цвету в предыдущие эпохи можно легко увидеть и заметить, посмотрев исторические драмы Китая. Сегодня традиционный наряд редко используют для выхода в свет, в этом случае используются высококачественный и дорогостоящий материал. За спиной остались серые, тоскливые времена, мода Среднего государства удивляет своим радужным разнообразием.

Цвет окружает нас везде. Не многие задумываются о его смысле и предназначении. В настоящее время в Китае происходит постепенная утрата смысловой связи между цветом одежды. Общество стало относиться свободнее к его выбору в своем гардеробе: давно перестала существовать такая функция, как разделение классов по принципу цветовой гаммы одежды. Но всё же есть те, кто чтит традиции, что позволяет больше узнать о нации. Всё также многие дизайнеры продолжают придерживаться старым традициям в своих новых коллекциях и образах, что позволяет держать связь в уходящими стандартами, такого недалекого, но уже уходящего прошлого.

Список использованных источников:

1. Духовная культура Китая: энциклопедия: в 5 т. / гл. ред. М.Л. Титаренко; Ин-т Дальнего Востока. – М.: Вост. лит., 2006–. Т. 6 (дополнительный). Искусство / ред. М.Л. Титаренко и др. – 2010. – 1031 с.
2. Цвет в китайской культуре [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://www.hisour.com/ru/color-in-chinese-culture-26285/>
3. Культура Китая [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://studychinese.ru/articles/8/196/>
4. Чаплинская Ю. А. Цветовая символика традиционной и современной китайской одежды // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2017. – Т. 37. – С. 176–185. – URL: <http://e-koncept.ru/2017/771266.htm>.
5. Ань Миньин Эстетика одежды (服饰学): Пекин, 2001. - 237 с



6. Fashion Shenzhen – New York Fashion Week. – URL: <http://nyfw.com/fashion-shenzhen>;

7. Хуа Мэй. Китайский костюм (中国服饰). Пекин, 2004. - 152 с.

8. Сен-Клер, К. Тайная жизнь цвета: изд. Бомбора/ 2018.-320с.

©Байкова Д.В., 2021

УДК 75.022.81.052

АНДРЕЙ БЕРГЕР: ВАНДАЛ ИЛИ ХУДОЖНИК?

Баталова Е.П., Громова М.В.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования «Российский государственный университет
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Искусство напрямую связано с сознанием человека и ни на шаг не отстаёт от него, а даже идёт впереди. Оно непрерывно развивается и меняется до неузнаваемости. Во все времена новаторы с огромным трудом пробивались к успеху и признанию. Художники, открывающие новые просторы в искусстве, поначалу были непоняты, однако через какое-то время их идеи укоренялись к обществу и становились фундаментом для дальнейших поисков нового.

На нашем веку появился такой вид искусства, как стрит-арт (в переводе с английского street-art – уличное искусство) Как это часто бывало, он поначалу не признавался и даже считался преступлением. Однако спустя время люди поняли, что это не всегда вандализм, ведь если его направить в нужное русло и снять ограничения с творческих людей, то стрит-арт может лишь украсить повседневные серые пейзажи. Для современных уличных художников рисование на улицах стало способом прямого общения с аудиторией, а для бизнеса и муниципальных властей – украсить город.

Одним из заметных мировых представителей данного направления в искусстве стал российский художник Андрей Бергер.

31-летний Андрей Бергер называет свой путь в стрит-арт классическим. Сначала увлекся хип-хоп культурой, потом стал рисовать граффити – а где еще подросток может самовыражаться, как не на стенах зданий?

В середине 2000-х гг. художников стрит-арта считали хулиганами. Так что Бергер оттачивал мастерство на территориях заброшенных заводов и в недостроенных зданиях в родном Барнауле, а учился по «картинкам», которыми художники обменивались на дискетах. И усилия оказались не напрасными: его творчество привлекло внимание местных жителей. Еще будучи школьником, Бергер стал расписывать дома и гаражи на заказ. Художник вспоминает, что сначала работал за краску – остатки он мог



забрать себе, и это уже было счастьем. Первая коммерческая работа – роспись ларька принесла Бергеру первый заработок.

Бергер поступил было в алтайский Институт архитектуры и дизайна, но очень быстро разочаровался в высшем образовании и забросил вуз. Все свои работы он обязательно выкладывал в «живой журнал». В 2007 году Бергер стал одним из инициаторов и художников стрит-арт объединения Paint Methods, которое объединило создателей граффити из Новосибирска, Омска, Красноярска и Барнаула. Вместе с единомышленниками Бергер стал проводить фестивали уличного искусства, перебиваясь случайными заработками. Он взял творческий псевдоним Абер.

Современный стрит-арт – это не только рисунки на стенах домов. Многие райтеры работают в студиях и продают работы в галереях. «Это очень большой пласт художников в мире. Сегмент растущий, молодой и сильно востребованный. В психологии человека заложен страх бесконечности. И для того, чтобы осознать бесконечные, длинные, ровные и пустые стены, нужны визуальные якоря», – говорит Бергер.

В 2011 году Бергер переехал в Новосибирск и вместе с более опытным художником Маратом Данильяном (Мориком) попытался превратить свое хобби в бизнес. Они организовали первое, по их словам, в России граффити-агентство, которое так и назвали – First Graffiti Agency (FGA). Стрит-арт платформа FGA объединяет художников, которые хотят помочь брендам «коммуницировать через настоящее искусство, а не стилизацию, не вступая в сделку с совестью».

Партнеры вместе расписывали стены и оформляли интерьеры на заказ и параллельно работали над некомерческими проектами, в том числе принимали участие в многочисленных стрит-арт фестивалях. «Коммерческая и некомерческая деятельность смешалась. Это легло в основу философии нашего бренда: мы не делим проекты на коммерческие и некомерческие. К каждой новой задаче подходим как к арт-проекту», – утверждает Бергер [1].

На вопросы интервьюеров, как отличить стрит-арт искусство от вандализма, Андрей отвечает: «Вандализм – это то же граффити, только радикального направления, а граффити является частью стрит-арта, просто имеет характерные особенности. Уличное искусство – это, как правило, все виды художественной деятельности в уличном пространстве. Она может быть легальной, полуправильной и нелегализованной».

Также художник рассказал и о цели создания платформы FGA: «Все художники нуждаются в материальной базе для того, чтобы работать над персональными проектами. Но особенно сложная ситуация складывается у уличных художников, которых не представляет никакая организация, никакой профсоюз... Мы с моим хорошим другом и напарником решили создать организацию, которая представляла бы наши интересы, интересы

художников «уличной волны». Сегодня это многопрофильная платформа, включающая также образовательные и выставочные проекты» [2].

Также хочется рассказать о последних проектах Андрея Бергера. В сентябре Андрей с командой работал над масштабным проектом. Они расписали опоры Рогачевского моста через канал имени Москвы в Дмитрове специально к запуску пилотного участка велосипедной трассы Москва – Санкт-Петербург.

Мост – не просто архитектурное сооружение для перехода. Это самая понятная метафора соединения, связи, перемещения из одного мира в другой. В основу легла идея соединения двух миров и двух противоположностей – Москвы и Санкт-Петербурга.

На опору на берегу близкой к Москве, художник нанес динамичную бело-красную графику. Рисунок сформирован наложением двух сеток и напоминает стилизованный куаркод, шашечку (рис. 1). Орнамент символизирует быстрый, интенсивный ритм. А «петербургская» сторона в синих оттенках расписана более плавными линиями, напоминающими о воде, белых ночах и размеренности ритма.



Рисунок 1 – Велосипедисты на открытии моста, расписанного А. Бергером.

Отметим ещё один проект, который создал художник – это арт-резиденция и выставка «На поверхности», которые прошли в Нижнем Новгороде в декабре 2020 г. Андрей Бергер связывает эту серию со своими уличными практиками: расклеенные на стенах зданий в разных городах, бумажные постеры трансформируются и мимикрируют к окружающей среде. Естественный распад, закрашивание, стихийные рекламные объявления, граффити. Другой уровень трансформации происходит при документации этих изображений и переносе их в цифровое пространство. Диджитал-переход накладывает новый слой деформации, который связан как со спецификой фото оборудования, так и со спецификой работы матриц экранов гаджетов, через которые мы наблюдаем изображение. Результатом работы стала выставка [3].

Список использованных источников:

1. Красота и доход в одном баллоне. Сколько можно заработать на уличном искусстве. [Электронный ресурс] <https://www.rbc.ru/newspaper/2017/06/06/593153199a79475dd894256a>

2. Андрей Бергер. Искусство, не вступающее в сделку с совестью. [Электронный ресурс] <https://artifex.ru/граффити/андрей-бергер/>

3. Инстаграм аккаунт Андрея Бергера. [Электронный ресурс] <https://instagram.com/andreyberger>

©Баталова Е.П., Громова М.В., 2021



УДК 687.1

ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНАЯ МОДА: МАСТЕРА ГРОТЕСКА И ДЕКОНСТРУКЦИЯ

Белякова С.А.

Научный руководитель Громова М.В.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования «Российский государственный университет
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

В 1930-е годы искусствовед Михаил Бахтин охарактеризовал гротеск как феномен сбивающего с толку смещения и разрыва границ.

В прошлом веке появилась так называемая «борьба» между классической и гротескной концепцией моды и самого человеческого тела. Если то, что было раньше, было призвано сглаживать выступы тела, убирать неровности и стремиться к субъективному «идеалу», то новая экспериментальная мода поставила на этом потоке идеализации и аккуратности большую точку.

Тела и субъекты, с которыми имеет дело мода миллениума, не дисциплинированы. Они не пытаются входить в какие-либо рамки общепринятого: гендерные, правила приличия и эталоны красоты. Можно сказать, это некая провокация против прошлых устоев, которые изжили себя [1].

Мартин Маржела: деконструкция. Мартин Маржела – бельгийский дизайнер, благодаря которому появился термин «деконструктивная мода». В его работах можно проследить пуританскую строгость, а вместе с ней – революционный дух и доходящую до крайности агрессивность. По легенде, обустроивая первую мастерскую, Мартин Маржела не мог позволить себе новую мебель – он собирал ее на блошиных рынках и свалках. В итоге все получилось настолько разношерстным, что Мартин просто покрасил мебель и стены в одинаковый белый цвет. С тех пор белый стал очень важным для Маржелы как символ «единения и чистоты». Отчасти по этой же причине все сотрудники ходят в белых «лабораторных» халатах: мол, так исчезает иерархия и коллектив творчески мыслит в одном направлении. Команда бренда называет себя «единым голосом во множестве разных тел».

Бельгийский модельер намеренно разрушает конструкцию модели – швы изгоняются со своих мест, а поверхности подвергаются пыткам с применением режущих предметов. И все это ради того, чтобы привести в моду элегантность физического распада. Маржела отрицает неизбежность линейного течения времени и в буквальном смысле меняет местами прошлое и будущее. Кроме того, модельер вмешивается в процесс

старения вещей и вносит неразбериху в хронологию моды, заставляя ее историческое время течь не в ту сторону [2].

«Сапоги таби – это самое важное достижение в моей карьере: их легко узнать, 25 лет спустя (осенью 2021 года исполняется 32 года) они всё ещё пользуются популярностью и их ни разу не скопировали», – это одна из цитат Мартина, выражающая достаточно высокое мнение об этой обуви. Сама история этих ботинок берет истоки в древней Японии периода Эдо, но модельер смог дать этому силуэту новую жизнь (рис. 1а).



Рисунок 1 – Коллекционные костюмы: а) автор Мартин Маржела; б) автор Рей Кавакубо

Рей Кавакубо: границы своего «я». Рей Кавакубо – японский дизайнер, которая обладает способностью проблематизировать границы человеческого «я». Упрощенная эстетика приглушённых оттенков и «непритязательных» материалов – дизайн Кавакубо, основанный на философии дзен и эстетике бедности, известной как ваби-саби. В 1983 году Анжела Картер сравнила ее с «обычаями монахов-францисканцев» и с тех самых пор стиль «бедности» воспринимался некоторыми критиками как антитеза нарочитой пышности модного мейнстрима (рис. 1б). В 1969 г. Рей основала марку *Comme des Garçons*. Во франкофонное название «Как мальчики» дизайнер по собственному признанию «не вкладывала ничего особенного». Не умея шить, она буквально на пальцах объясняет портным, что хочет видеть. Обнаружилось, что хочет она вещей экстравагантных, но, определенно, пользующихся успехом. Через четыре года *Comme des Garçons* превращаются в компанию, а вскоре запускается линия для мужчин.

Рей Кавакубо создавала одежду, подобную беременному материнскому телу для балета *Scenariò* (Сценарий). При движении танцора, силуэт костюма изменялся и принимал совершенно новые формы. В 1997 году в своей «горбатой коллекции» она ставила под вопрос самый базис – форму женского тела. По подиуму вышагивают модели, похожие на квазимодо. Вшитые в накладки деформируют силуэты горбами, вспухшими плечами, ассиметричными бедрами. За подобные демарши Кавакубо любят величать феминисткой, от чего она всегда отреклась.



Пока другие дизайнеры по старинке драпируют моделей, Кавакубо работает с силуэтами, словно поэт с замашками вивисектора – скручивает, кромсает, оставляя незаконченные швы, отрывая рукава и переворачивая карманы. «Я ненавижу симметрию». Стоит услышать в этом признании не столько любовь к деконструкции, сколько манифест непривычного отношения к прекрасному: жизнь начинается там, где случается отклонение от мертвой правильности [3].

Согласно Фрейдю, «жутким» становится нечто когда-то знакомое и близкое, но затем оказавшееся вытесненным и подавленным.

Список использованных источников:

1. Граната Ф. Экспериментальная мода. – М.: Новое литературное обозрение, 2021.

2. Рей Кавакубо. Главный японский авангардист всех времен | Журнал Vogue - <https://www.vogue.ru/fashion/whoiswho/designer/459242/>

3. Загадки дома Margiela | <https://m.buro247.ua/fashion/encyclopedia/maison-margiela-facts.html>

©Белякова С.А., 2021

УДК 659.1

ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ РОЛЬ ЦВЕТА В СОВРЕМЕННОЙ РЕКЛАМЕ

Бузькевич А.О.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования «Российский государственный университет
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

В психологии рекламы цвет играет большую роль. Именно этот фактор может вызвать у человека определённые ассоциации, которые простимулируют дальнейшую покупку, и желание купить рекламируемую вещь прямо сейчас. К тому же, учёные доказали, что цветовое решение материалов непосредственно воздействует на человеческое восприятие. Поэтому, если производитель хочет в конечном итоге получить большую выгоду и спрос на свой товар, к этому выбору необходимо подойти более ответственно.

Все цвета и их оттенки вызывают у человека ассоциации – как сознательные, так и бессознательные. Например, жёлтый сразу проецирует солнце, белый – снег, зелёный – траву и т.п. С развитием рекламных материалов конкретные цвета стали олицетворять с определёнными фирмами [1]. Удивительно то, что в разных странах это олицетворение разное: если в России зелёный чаще всего ассоциируют с сервисом доставки Delivery Club, то в зарубежных странах этот цвет соотносят с органическим онлайн-маркетом iHerb. Помимо этого, восприятие зависит



и от других, не менее важных факторов. К ним принято относить пол, возраст, род занятий, сферу увлечений человека.

Интерес исследователей к теме цветовых решений в рекламе привёл к проведению ряда разнообразных экспериментов, главной целью которых было установление взаимосвязи цвета и возникающего ощущения от него у человека [2]. Таким образом, было выявлено, что у многих людей кислота напитка ассоциируется с жёлтым цветом, сладость или даже приторность – с розовым, свежесть – с зелёным и голубым. Эти исследования также показали, что выбор цвета напрямую влияет на восприятие времени. Например, загрузка сайтов, выполненных в тёплых тонах, кажется нам более быстрой, нежели тех, которые используют в оформлении холодные оттенки.

Для того чтобы определить психологическую роль цвета в современной рекламе, необходимо провести анализ восприятия людьми основных цветов: белого, жёлтого, оранжевого, красного, зелёного, синего, коричневого, фиолетового и чёрного. В качестве показателей выбраны следующие критерии: чувственная ассоциация; место цвета в культуре; роль в рекламе; посыл.

Белый цвет встречается в современных рекламах довольно часто. На уровне чувственных ассоциаций он вызывает ощущение чистоты, спокойствия, умиротворения. Многие воспринимают это цвет, как знак безопасности и защищённости. Похожие представления о белом можно найти и в большинстве культур. В европейской и американской он символизирует богатство, роскошь, деньги [3]. В мусульманских странах белый, наряду с зелёным и чёрным, считается священным цветом. В современных рекламных материалах этот цвет чаще всего используют в качестве фонового, так как он помогает сделать акцент на важных моментах и выделить необходимую информацию. Его посыл заключается в том, чтобы человек обратил внимание именно на детали рекламного послания. Белый цвет можно встретить на многостраничных сайтах, например, на новостных порталах. Помимо этого, данный цвет активно используют производители эко-товаров, одежды, косметики и фармацевтических препаратов («Эвалар», «Mixit», «Zara» и т.д.).

Радость, счастье, движение, солнце – всё это ассоциируется с жёлтым. Однако не во всех странах и культурах этот цвет вызывает столь положительные эмоции. В Бразилии жёлтый символизирует отчаяние, в Мексике – трагедию, в России – измену и разлуку (благодаря неизвестной песни про жёлтые тюльпаны) [4]. Несмотря на это, данный цвет считается одним из самых популярных в современной рекламе: как в отечественной, так и зарубежной. Во-первых, он помогает привлечь внимание и «запомниться» целевой аудитории. Особенно, если производитель дополнительно выбрал чёрный для некоторых элементов. Во-вторых, жёлтый вызывает радостные чувства, дарит оптимизм – такой



товар хочется купить и поделиться им. Таким образом, этот цвет наиболее распространён среди сетей быстрого питания, такси, банков, мобильной связи. Яркими примерами служат всевозможные сервисы от «Яндекс», «Билайн», «Burger King», «McDonald's», «Юнистрим».

Приятные эмоции можно получить и от рекламного материала, в котором присутствует оранжевый. У большинства этот цвет ассоциируется с удовольствием, наслаждением, радостью, праздником и движением. В отличие от жёлтого, оранжевый в культурном пространстве представлен более положительно: в Индии он символизирует смелость и мужество, в буддизме – смирение [4]. Несмотря на положительную характеристику, оранжевый не так широко представлен на рекламном рынке. Он редко встречается у «люксовых» производителей, поэтому в последнее время сформировалось устойчивое мнение, что данный цвет олицетворяет более бюджетные товары. Чаще всего к оранжевому оформлению обращаются производители детской одежды и обуви, например, детский бренд «Антилопка». К тому же, этот цвет можно встретить на сервисах онлайн-бронирования, в магазинах техники и продукции массового потребления: «EasyJet», «DNS», «Галамарт» и т.п.

Пожалуй, самым кричащим и призывающим цветом является красный. На уровне чувств он вызывает любовь, страсть, агрессию, активное движение, боль, страх. Похожие эмоции от этого цвета и во многих культурах мира: в странах Азии красный олицетворяет удачу, благополучие, счастье, в России – почёт. На рекламном рынке данный цвет, прежде всего, привлекает внимание к товару или бренду в целом [3]. Именно поэтому ярко-красный стал «постоянным спутником» специальных акций и распродаж. Многочисленные исследования также показали, что этот оттенок пробуждает аппетит, что вызвало огромную популярность использования среди кафе и ресторанов быстрого питания («KFC», «McDonald's») [5]. Другие оттенки красного могут символизировать солидность, дороговизну, качество, поэтому их чаще всего используют для логотипов машин, люксовых марок одежды, обуви и ювелирных изделий («Ferrari», «Christian Louboutin», «Cartier»).

В последнее время зелёный стал олицетворением натуральных, органических компаний. И это неудивительно, ведь данный цвет всегда вызывает ощущение чистоты, мира, гармонии, свежести, молодости и роста. Сложно найти хотя бы одну мировую культуру, в которой бы зелёный ассоциировался с чем-то негативным. Чаще всего он символизирует удачу, везение, новую жизнь, надежду, благие перемены. Современные рекламные материалы именно зелёным цветом стараются подчеркнуть проблемы экологии и здорового образа жизни. К тому же, такой цвет помогает снять напряжение и расслабить человека, хотя бы на небольшой промежуток времени. Наряду с яркими цветами – от жёлтого до красного – зелёный также может привлекать внимание целевой



аудитории. С этой целью его активно используют производители бытовой химии, продуктов питания, экологических средств и лекарственных препаратов («Synergetic», «Перекрёсток», «Teva»).

На рынке современной рекламы синий принято считать деловым цветом, поэтому именно его чаще всего используют в корпоративных файлах и программах. На чувственном уровне этот цвет вызывает лояльность, доверие, надёжность, логичность действий. То же самое наблюдается и на культурном – синий считается «безопасным» цветом во всех странах мира. Всё это привело к тому, что на сегодняшний день синий цвет активно используется на онлайн-платформах, в банковских и платёжных сервисах, а также в области туризма («Meta», «Skype», «ВКонтакте», «ВТБ», «TEZ TOUR»). Эксперты не рекомендуют использовать этот цвет для оформления пищевой продукции, так как синий может сделать вид еды неаппетитным.

Несмотря на мрачность и сдержанность, коричневый весьма распространён в современных рекламных материалах. Чаще всего этот цвет ассоциируется с традициями, преемственностью поколений и вызывает такие чувства, как безопасность, спокойствие, дружелюбие. Во многих мировых культурах – например, европейской и американской – коричневый символизирует надёжность. Все эти факты привели к тому, что данный цвет стал универсальным для мебельной, строительной и автомобильной сфер. Помимо этого, многие олицетворяют коричневый с домом и домашней, уютной атмосферой. Поэтому всё чаще можно встретить рекламные материалы (сайты, вывески, листовки) кафе и ресторанов, выполненные в такой цветовой гамме. Однако важно отметить, что для конкретных целей используется определённый оттенок коричневого: для корпоративной документации – тёмный (вызывает доверие написанному), для распространения с целью привлечения внимания – светлый (располагает и дарит ощущение дружелюбия со стороны компании). Хорошими примерами использования коричневого цвета считаются «Кофемания», «Шоколадница», «Терем» и т.д.

«Магическим» цветом в рекламе является фиолетовый, поэтому эксперты советуют использовать его с осторожностью и в малых количествах. Несмотря на то, что на чувственном уровне он вызывает положительные ассоциации – мудрость, свободу, фантазию, утончённость – на деле фиолетовый часто олицетворяют с бунтарством и противоречиями [3]. Поэтому данный цвет весьма распространён среди товаров для подростков, молодёжи и творчества. Но это касается только основного цвета. Всевозможные оттенки фиолетового, например, лавандовый, вызывают у целевой аудитории положительные эмоции. Именно эта цветовая особенность легка в основу упаковки знаменитого шоколада «Milka».



Чтобы придать своему продукту изысканность, загадочность и элегантность, рекламные эксперты советуют обращаться к чёрному. Этот цвет вызывает у людей противоречивые ассоциации: с одной стороны, тайна, сила, роскошь, а с другой – страх и мрак. Однако, используя чёрный в рекламе, можно добиться увеличения продаж. К тому же, данный цвет может выступать в качестве как основного фона (для видеороликов и баннеров), так и дополнительного цвета для подчёркивания важных деталей. Чаще всего чёрный встречается в рекламных материалах элитных брендов часов, гаджетов, одежды, обуви, в марках машин («Apple», «Chanel», «Mercedes»).

Таким образом, можно сделать вывод, что цвет играет важную психологическую роль в современной рекламе. Он не только влияет на ассоциации целевой аудитории, но и побуждает их к конкретным действиям. Лидеры рынка умело используют эти цветовые особенности, что позволяет ловко и профессионально влиять на умы потребителей. Нам, обычным покупателям, важно помнить об этих «уловках» и разумно подходить в своим покупкам.

Список использованных источников:

1. Мокшанцев Р.И. Психология рекламы. – М.: ИНФРА-М, 2000. - 184с.
2. <https://bukivedi.com/> [электронный ресурс] (дата обращения: 05.11.2021г.)
3. Гёте И.В. Учение о цветах.-М.: Наука, 1994. - 240с.
4. https://www.canva.com/ru_ru/ [электронный ресурс] (дата обращения: 05.11.2021г.)
5. Волкова В.В. Дизайн рекламы. М, Высшая школа, 2003. - 245с.

©Бузькевич А.О., 2021

УДК 687.01

РАЗРАБОТКА ПЛАТКОВ И ШАЛЕЙ В СТИЛЕ АМПИР НА ОСНОВЕ ЦИФРОВОЙ ПЕЧАТИ НА ТКАНИ

Буцких А.А., Коробцева Н.А., Кузьмин А.Г.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования «Российский государственный университет
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Одним из важных процессов создания одежды является её художественное оформление. А именно процесс печати различных принтов на ткани. Создание принтов на одежде позволяет сделать её более яркой и выделяющейся. Многие бизнесы используют принты, чтобы привлечь внимание к собственному бренду.



Этот процесс довольно популярный: с помощью принта можно создать совершенно уникальный образ. К тому же выбор рисунка или надписи на ткани может многое рассказать о его обладателе [1].

Цель нашей работы – исследовать процесс создания цифровой печати на ткани и выполнить авторские принты, вдохновляясь орнаментом в стиле ампир.

При создании коллекций одежды модельеры часто прибегают к историческому костюму: используют элементы и стилизацию моды прошлых лет. Так, известный дизайнер John Galliano неоднократно говорил о том, что главный источник вдохновения для создания его коллекций – это история моды прошлых лет [2]. Стиль ампир часто используют в показах вечерних нарядов для торжественных мероприятий такие дизайнеры, как Bill Blass, Martine Sitbon, Stella McCartney и другие.

Исследуя историю возникновения стиля ампир, можно выделить некоторые черты, присущие женской моде начала XIX века. В пошиве платьев использовали глубокий вырез лифа, завышенную линию талии, длину юбки до пола, переходящую в шлейф, рукава-фонарики с широкими манжетами. Одежда изготавливалась из прозрачно-тонких или шелковых тканей. Под платье подбирали подкладку из плотного шелка. В отделке платьев использовали различные орнаменты, которые вышивали гладью, используя серебряную или золотую нить. Постепенно шлейф перестали применять, а юбка стала короче: сначала были открыты туфли, а затем и щиколотка.

Сами платья были довольно простого силуэта, но отличались изысканной отделкой и наличием дорогих украшений. Платья понизу были затканы античными орнаментами, золотом и серебром, имели бархатный накладной шлейф. Украшения выбирали из жемчуга. Дамы носили камни, перстни, колье и ожерелья, браслеты, серьги.

На сегодняшний день стиль ампир по-новому проявляется в женской одежде. Современные дизайнеры стилизуют данный стиль под современные тенденции. Первым, кто возродил и сделал модным этот силуэт – John Galliano в коллекции Dior Couture в 1998 году. Дизайнеры отказываются от прежнего свободного кроя и отдают предпочтение женственному силуэту, который подчеркивает линию бюста, делает визуально талию тоньше, скрывая мелкие недостатки. Roberto Cavalli в одной из осенних коллекций воссоздает образ шекспировской Офелии, используя в моделях одежды завышенную талию и обнаженные плечи. Француз Gilles Mendel, работающий под маркой J. Mendel, включает в свою коллекцию несколько подобных силуэтов, повторяя грацию и аристократизм самой Жозефины. Сам модельер высказался так: «Этот стиль не только символизирует даму из высшего света или особу королевских кровей, но и очень идет большинству женщин» [3].

Основными особенностями орнаментов стиля ампир являются: использование античных мотивов, сетчатой структуры, растительных мотивов (часто используют мотив виноградной лозы, канделябр, помпезный венок, вензеля). Орнаменты отличаются лаконичностью. Платки в эпоху ампир в основном шили из тонких шелковых тканей, на которых нашивали орнаменты золотными нитями (рис. 1).



Рисунок 1 – Примеры орнаментов на платках эпохи ампир

На сегодняшний день при изготовлении одежды используется множество способов изображения орнаментов на тканях, таких как шелкография, флексография, вышивка, сублимационная печать. В нашей работе по созданию принтов на основе орнаментов стиля ампир мы использовали сублимационную печать.

Принцип сублимационной печати заключается в переносе сублимационной бумаги на ткань под воздействием высокой температуры и давления. При этом краситель не только остается на поверхности ткани, но и проникает вглубь волокна. Это позволяет рисунку выглядеть более четким и ярким, а также устойчивым к любым воздействиям. Кроме этого, данный способ позволяет нанести рисунок на ткань произвольным способом. Для изготовления принтов сублимационной печатью, необходимо использовать ткань с содержанием синтетических волокон не менее 50%, либо использовать двуслойную ткань. Это позволяет красителю более прочно закрепиться на ткани [4].

Существует прямая и непрямая сублимационная печать. Прямая печать предполагает нанесение принта напрямую без промежуточных этапов. Нагревание и смешивание красок происходит внутри аппарата. После этого следует наносить рисунок на заготовку. Непрямая сублимационная печать происходит в 2 этапа: сначала создается зеркальное изображение на сублимационной бумаге, затем при помощи термопресса рисунок переносится на ткань [5].

В качестве оборудования в работе был использован принтер для сублимационной печати Mimaki (рис. 2), термопресс (оборудование Инжинирингового центра РГУ им. А.Н. Косыгина). А также понадобились чернила, бумага и термоскотч [6]. Преимущество данного оборудования состоит в том, что данная печать обеспечивает плавную и естественную градацию без зернистости, характерной для печати с фиксированной точкой. Различные размеры точек обеспечивают более высокое разрешение. Также есть возможность печатать сразу на готовом изделии.



Для того, чтобы воссоздать интересующий нас орнамент для последующей печати, необходимо нарисовать его в графической программе. Для создания принтов можно использовать такие программы как, Corel Draw, Adobe Illustrator и другие.



Рисунок 2 – а) принтер для сублимационной печати Mimaki; б) пример процесса изготовления принтов на сублимационной бумаге.

Таким образом, для реализации яркого и точного орнамента на платках и шалей на основе стиля ампир была подобрана современная техника сублимационной печати. Добавление в изделия исторических орнаментов сейчас довольно актуально. Многие дизайнеры используют данный стиль в показах своих коллекций.

Список использованных источников:

1. Ващейкин, А. И. В мире модных принтов / А. И. Ващейкин, М. П. Рязанова. – 2021. – № 4 (45). – С. 136-140. – URL: <https://moluch.ru/young/archive/45/2412/> (дата обращения: 04.11.2021).

2. Миронова В. Летние платья в стиле ампир / В мой Мир // <http://beautifulyou.ru/content/articles/1513> (дата обращения: 08.11.2010).

3. Стиль «ампир»: талия «на высоте» // <http://www.fashiontime.ru/news/1690.html>

4. Гарифуллина Г. А. Изготовление печатных рисунков на полимерных тканях методом сублимационной печати/ Г.А. Гарифуллина, С. А. Муртазина// Вестник Казан. технологического ун-та. - Казань: КНИТУ - 2012. - №3. – С. 73-75.

5. Шпитцнер К. Печатание текстильных материалов/ К. Шпитцнер, - М., 1966.

6. Белокурова О. А., Щеглова Т. М. Перспективные технологии, материалы и оборудование для текстильной печати: учебное пособие / Белокурова О. А., Щеглова Т. М./Ивановский гос. хим. – технол. ун-т. – Иваново, 2008.

©Буцких А.А., Коробцева Н.А., Кузьмин А.Г., 2021



УДК 677

ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ МЕДИА ФРАНШИЗЫ «МАТРИЦА» НА ТВОРЧЕСТВО ДИЗАЙНЕРОВ ОДЕЖДЫ

Вагнер В.В.

Научный руководитель Гамаюнов П.П.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна», Санкт-Петербург

Фильм «Матрица», давший начало всемирно популярной серии фильмов в жанре научной фантастики, был снят сёстрами Вачовски и выпущен в кинопрокат 31 марта 1999 года. Позднее, в 2003 году он был дополнен еще двумя сиквелами: «Матрица: Перезагрузка» и «Матрица: Революция». Премьера четвертой картины «Матрица: Воскрешение» ожидается в декабре 2021 года – спустя 18 лет после заключительного фильма оригинальной трилогии.

Действие первой картины, как и всех последующих, разворачивается в будущем, где знакомый для каждого человека мир есть ни что иное как симуляция, компьютерная программа, создающая имитацию привычной всем жизни. Реальностью же является совсем иное пространство, где человечество уже долгое время поработано искусственным интеллектом. Машины используют Матрицу, поддерживая людей в состоянии сна, чтобы обеспечивать себе постоянный источник энергии человеческого тела. Лишь немногим было дано пробудиться и основать «сопротивление», способное входить и выходить из матрицы по своему желанию. Главный герой кинофраншизы – хакер Нео, после череды загадочных событий, а также вследствие всей известной сцены с синей и красной таблетками, был «вытащен» из Матрицы в действительность XXII века. Уже в новой обстановке не менее значимые герои, Морфеус и Тринити, которые и освободили Нео от пут виртуальной реальности, вводят героя в курс дела, также освещая существование легенды, согласно которой лишь «Избранный» сможет наконец полностью разрушить программу. И Морфеус уверен, что Нео и есть избранный [1].

Сегодня без сомнения, можно сказать, что на протяжении более двадцати лет фильм не только не потерял своей популярности, но и до сих пор остается всё также горячо любимым фанатами [2]. Практически мгновенно став культовой картиной нового поколения, «Матрица» оказала существенное влияние на множество областей, от индустрии кино до индустрии моды. Спустя буквально полгода после выхода в прокат, знаменитый замедленный эффект «bullet time» был использован уже в десятках других фильмов, а на подиумах и красных ковровых дорожках массово появились кожаные плащи и узкие солнцезащитные очки [3].



Костюмы в «Матрице» выполняют не только эстетическую функцию, но и во многом являются ключом к пониманию сюжета и устройства мира, созданного в рамках фильма. Зритель может наблюдать гранж в ярких его проявлениях на главных героях в «реальном мире», а также на обитателях Сиона, последнего человеческого города на планете Земля. В виртуальном же мире Матрицы жители предпочитали классику [4].

Для художника по костюмам австралийки Ким Барретт работа над картиной началась с работы над цветом. От нее требовалось создать визуальные образы повстанцев, которые бы четко выделяли их из рафинированного виртуального мира, созданного суперкомпьютером. Художник старалась предельно дистанцироваться от тогдашней моды и не использовать те приемы, что были в тренде. Вместе с художником-постановщиком Оуэном Патерсоном Ким разработала важное цветовое правило: в мире Матрицы доминировал зеленый цвет и всячески избегался синий; в реальном мире, напротив, был синий и полностью отсутствовал зеленый. Таким образом зритель мог мгновенно считывать, в каком из миров происходят события. Кроме того, все белые и серые ткани, будь то костюмы или декорации, пропускались через ванну с легким зеленым красителем. Даже белые рубашки на агентах Матрицы имели тонкий зеленый отлив.

По словам Ким, ей помогло то, что съемки проходили по большей части в ее родной Австралии – в Сиднее, где она училась. Она старалась создать максимально далекие от мирной и цветущей Австралии образы. Главные герои «Матрицы» смотрелись бы на Зеленом континенте пришельцами из другого мира, кем они в сущности и были внутри созданной суперкомпьютером виртуальной реальности.

«Когда я впервые прочитала сценарий, я подумала, что Матрица – это мир теней, в котором люди появляются и исчезают неожиданно. Поэтому у них должен быть гладкий, будто намазанный маслом внешний вид, контрастный и отражающий реальность. При взгляде на героя должен был возникать вопрос: он здесь или нет?» – рассказывает Барретт [2].

Затем Барретт вместе с командой приступила к изготовлению многочисленных версий одних и тех же костюмов, чтобы использовать их для разных задач в разных сценах. Для одного и того же костюма могло использоваться до трех видов ткани. Так, дубль-костюмы, сделанные из стрейчевых материалов, давали актерам большую свободу движения в сценах драк и погонь, а костюмы из более плотных и дорогих тканей идеально работали на крупных планах. Несмотря на кажущуюся простоту и однотипность костюмов с ними было связано множество трудностей. Например, вскоре после начала съемок оператор-постановщик Билл Поуп обнаружил, что зеркальные очки актеров отражают всю съемочную группу, и все группе приходилось одеваться во все белое, чтобы не отражаться в очках или, наоборот, во все черное, когда действие



происходило в темном помещении. Проблема с очками была далеко не единственной. Много трудностей было связано и с техническими вещами, например, как спрятать под одеждой тросы для подъемов, или вентилятор для раздува ткани, или пластину для полетов. Такая пластина из стеклопластика со множеством шнуровок была спрятана под костюмом у каждого актера, для того чтобы он мог держать тело прямо во время сцен полета по воздуху.

Костюмы Нео (Киану Ривз), Тринити (Керри-Энн Мосс) и Морфиуса (Лоуренс Фишборн) в реальном мире и внутри Матрицы кардинально различаются. Если на борту корабля «Навуходоносор» его команда носит простую и удобную в работе одежду, то в виртуальном мире их костюмы призваны выделять из толпы. Они загадочны и выглядят чужаками. Внутри Матрицы все трое носят исключительно черные костюмы и прячут глаза за черными солнцезащитными очками.

Тринити единственная из центральных персонажей носит латекс. Так художница по костюмам хотела добиться сочетания сексуальности, силы и отражения реальности [2]. «Мне хотелось, чтобы она выглядела блестящей, словно в масле. Она здесь, но в то же время её нет. Она будто вездесуща и постоянно обманывает ваш взгляд. Она появляется, когда вы меньше всего этого ожидаете», - говорила Ким Баррет о ПВХ, из которого изготавливались наряды для героини.

Из-за маленького бюджета команде дизайнеров во главе с Барретт пришлось использовать довольно дешевый ПВХ, из разных типов которого были разработаны разные (но идентичные внешне) костюмы. Из более качественного и плотного ПВХ был создан костюм для крупных планов, из более дешевого и эластичного – костюм для общих планов и драк. В фильме никто, кроме Тринити, не носит ПВХ, поэтому если зритель видит в темноте что-то лакированное или блестящее, то точно знает, что это она. Позже исполнительница роли Тринити Керри-Энн Мосс признавалась в одном из интервью, что костюм нравился ей настолько, что, стоило ей его надеть, как она сразу начинала чувствовать себя не тихой романтической Керри-Энн, а крутой беспощадной Тринити [3].

Стоит заметить, что художница по костюмам также не раз отмечала, что «блеск» костюмов Тринити несколько не помешал раскрыть её как сильного персонажа, с ответственностью подходящего к заданиям. К тому же, через фирменные костюмы героини зритель может воспринять её не только как ловкого бойца, но и как женщину. Вся её одежда функциональна и удобна, но несколько не мимикрирует под костюмы мужских персонажей [5].

Однако, одним из главных костюмов «Матрицы», повлиявших в дальнейшем как на фэшн-дизайнеров, так и на уличную моду начала нулевых, является безусловно пальто Нео. Правда, большинство подражателей и фанатов ошибочно считают это пальто кожаным, что в



корне не верно. По словам Ким Барретт, дешевую шерстяную ткань для пальто она приобрела в Нью-Йорке по три доллара за метр: «Это была идеальная ткань, идеально подходящая под задачу сделать полы пальто плотными, но развевающимися. Самое смешное, что люди постоянно говорят мне о кожаном пальто Нео, но на самом деле у него никогда не было кожаного пальто!» За несколько месяцев до начала съемок Барретт вместе с сестрами Вачовски сделала множество тестов разнообразных тканей в воздухе и определила, какого веса и какой плотности должна быть ткань, чтобы правильно развеяться в сценах драк и погонь, именно поэтому художник по костюмам остановила в итоге свой выбор на легкой, но плотной шерстяной ткани.

Гардероб еще одного героя «Матрицы» Морфеуса должен был показать его статусность. Со слов Барретт, в реальном мире все выглядят куда более неопрятно, чем в «Матрице», но Морфеус всегда в форме. У Лоренса (роль Морфеуса исполнил Лоренс Фишберн) очень благородная осанка, и чтобы еще больше это подчеркнуть, мы одели его слегка официально, так как он официальный персонаж – кто-то вроде проводника по миру». Барретт также разработала и изготовила вручную пару фиолетовых ботинок для Морфеуса из искусственной кожи под крокодила. Сам Фишберн признается, что ключевую роль в создании образа харизматичного лидера сыграли не туфли и не плащ, а зеркальные очки.

Костюмы «Матрицы» невозможно представить без узких солнцезащитных очков. Именно очки сыграли решающую роль во вселенной фильма: «Персонажи проснулись в Матрице, и они единственные, кто знает правду, поэтому солнцезащитные очки нужны для того, чтобы скрыть глаза и не выдать себя», – говорит Барретт. Немаловажное значение также играет форма линз. Все агенты носят очки прямоугольной формы, что обозначает их принадлежность ко всему структурному, упорядоченному, в то время как у сопротивления линзы округлой формы, что намекает на их «человечность». Снятие же очков символизирует снятие защиты и уязвимость, как, например, в сцене пытки Морфеуса, где он без очков [3].

Сразу же после выхода первого фильма «Матрицы» стало понятно, что этот источник вдохновения для дизайнеров наверняка долгое время продержится на самом верху списка популярных. Буквально спустя пару месяцев после премьеры в осенней коллекции модного дома Кристиана Диора 1999 года, можно было почувствовать, как через всю коллекцию красной нитью тянулась антиутопическая тема новой киноленты [5]. Второй стала Вера Вонг с коллекцией осень-зима 2000, в которой были представлены многочисленные пальто в стиле Нео и Морфеуса. Не обошло влияние «Матрицы» и красные ковровые дорожки. В 2000 году Джанет Джексон появилась в образе Тринити на MTV Movie Awards.

Совершенно неожиданно одежда в стиле «Матрицы» вдруг возникла на подиумах в 2017 году во время показов коллекции осень-зима 2018. Первым, кто добавил в свою коллекцию длинные кожаные плащи, узкие темные очки и кожаные куртки, стал Демна Гвасалия. Причем «матричные» мотивы прослеживались и в коллекции Vetements, и в коллекции Balenciaga (рис. 1). За ними последовали Balmain и Alexander MacQueen, а в следующем году коллекцию осень-зима, посвященную фильму, представил Александр Вонг.



Рисунок 1 – Сравнение костюма Морфеуса из к/ф «Матрица» и модели из коллекции Balenciaga осень-зима 2019

Вероятно, столь повальное, сколь и запоздалое увлечение «Матрицей» связано с выходом на авансцену поколения дизайнеров, выросших на этом фильме. В 1999 году, когда вышла первая «Матрица», Гвасалии было 18, Вонгу – 16, а креативному директору Balmain Оливье Рустену – 14. Так что фильм наверняка произвел на них сильное впечатление. Остается загадкой почему к фильму рубежа веков обратилась креативный директор Alexander MacQueen Сара Бёртон, которая на 15-20 лет старше вышеперечисленных дизайнеров.

Интересно, что большинство луков в «матричном» стиле – женские, как например в весенней коллекции 2020 года известного бренда 1017 Alyx 9SM (рис. 2). Пожалуй, только Vetements предложил что-то в стиле Морфеуса, остальные явно вдохновлялись Тринити. В связи с этим у Ким Барретт возникло другое объяснение всеобщему увлечению одеждой в стиле «Матрицы». На ее взгляд, дело в феминизме: «Я думаю, образ Тринити резонирует больше всего, потому что она является тем, что мы хотим видеть в феминизме. Она революционна, она не отказывается от своих убеждений, она противостоит условностям и борется за благо человечества. При этом ее манера одеваться суперженственна. Я думаю, что сила женских персонажей в «Матрице» подчеркивается точно так же, как сейчас подчеркивается роль женщин в современном обществе».



Рисунок 2 – Сравнение костюма Тринити из к/ф «Матрица» и модели из коллекции весна 2020 года 1017 Alyx 9SM

После того как вдохновленные «Матрицей» костюмы прогремели на подиумах, к ней обратились героини и главным образом героини стрит-стайла. В черных плащах, тренчах и кожаных куртках в комбинации с черными очками были замечены Белла и Джиджи Хадид, Кендалл и Кайли Дженнер, Хейли Бибер, Зейн Малик и многие другие, а Лупита Нионго однажды появилась в плаще, напоминавшем костюм Нео из второй части фильма [2].

Тематика этой культовой медиафраншизы и до сих пор читается в творчестве многих современных дизайнеров. Вероятно, это можно объяснить двадцатилетним юбилеем киноленты, а также анонсом выхода в прокат новой части «Матрицы» без изменения главного актёрского состава. Но существуют и другие причины, благодаря которым деструктивное, тёмное, но в то же время такое притягательное представление о будущем ощущается таким актуальным именно в настоящее время.

«По сути, недоверие – это основной тренд, которому мы следуем уже достаточное время, поэтому не удивительно, что такие фильмы как «Матрица» и сегодня вдохновляют дизайнеров на создание коллекций», - говорит Майкл Фишер, вице-президент и креативный директор Fashion Snoopers Агентства по прогнозированию трендов. «Что же реально, а что нет? Главный наш вопрос на настоящий момент. Мы не доверяем нашим лидерам, не доверяем тому, что читаем в интернете, мы даже не доверяем нашим работодателям время от времени. Так что это вполне объяснимо, что дизайны становятся жестче, экспрессивнее и агрессивнее» [6].

Список использованных источников:

1. Kurt E. K. The Analysis of the Design Concepts of the Movie «The Matrix» // Taksim, ITU. – 2008. 3 pp.
2. А. Ширяев «Матрица повсюду» URL: <https://m.lenta.ru/articles/2019/08/27/matrixinfluenceon-fashion/amp/> (дата обращения 09.10.2019)
3. А. Баштовая «Стиль в фильме «Матрица» URL: <https://theblueprint.ru/culture/matrix> (дата обращения 03.02.2020)



4. 6 of the biggest fashion trends from The Matrix as a fourth movie is announced. URL: <https://www.irishe Examiner.com/breakingnews/lifestyle/fashionandbeauty/6-of-the-biggest-fashion-trends-from-the-matrix-as-a-fourth-movie-is-announced-945245.html> (дата обращения 13.01.2020)

5. Fashionista. URL: <https://fashionista.com/2019/03/the-matrix-20th-anniversary-costumes> (дата обращения 13.01.2020)

6. Fall Fashion: For men, looks inspired by ‘The Matrix’ are one of this season’s biggest trends. URL: <https://www.latimes.com/lifestyle/story/2019-09-06/fall-fashion-menswear-trends-matrix-suits> (дата обращения 24.01.2020)

©Вагнер В.В., 2021

УДК 749

ДЕКОРАТИВНАЯ ШИРМА В ИНТЕРЬЕРЕ И ЕЕ ЗНАЧЕНИЕ В ЗОНИРОВАНИИ ПРОСТРАНСТВА

Войнова А.Д., Куликова М.К.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования «Российский государственный университет
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Данная статья поднимает тему оформления интерьера с помощью декоративной ширмы. Такой вид мебели легко вписывается в пространство и делит его на несколько зон. В статье рассматриваются виды декоративных ширм и материалы, из которых можно создать изделие.

Для зримого деления пространства на несколько зон подходят текстильные шторы, однако далеко не каждое помещение позволяет использовать подобное решение для интерьера. Исходя из этого, следует воспользоваться ширмой – мобильное и удобное каркасное изобретение, оригинальный вид которого может не только применяться для декора, но и использоваться как арт-объект

Технически ширма представляет собой одну или несколько створок, соединенных между собой петлями. Каркасы мебели могут быть изготовлены из экологичных и металлических материалов, за счет них перегородка может добавить в пространство воздушность или напротив, добавить веса.

Этот удобный элемент обстановки был впервые изобретен в Китае. В Конструкции древней ширмы створки были бумажные, шелковые, из парчи и состояли в основном от 4 до 8 перегородок. В Китае это изобретение служило показателем роскоши и богатства, в то время как в Японии, ширма, украшенная с применением росписи, служила оберегом от злых духов и ветра. В наши дни этот предмет мебели может изготавливаться из совершенно разных материалов, а также непременно может вписаться в любой интерьер.



В современном мире ширма пользуется популярностью в офисах, медицинских учреждениях, примерочных, отелях в студиях, кафе и в ресторанах. Уникальность ширмы позволяет людям ощутить комфорт и личное пространство, а также позволяет воспользоваться возможностью делить пространство на зоны по желанию на любой срок. Магазины мебели имеют огромный ассортимент ширм. Перегородки различны по размеру, форме, каркасу, по количеству створок и материалу. Не исключается услуги по заказу нужного варианта у мастеров и художников.

Различают несколько видов ширм:

1. Створчатые перегородки – самый надежный вариант для временного зонирования. Складывается гармошкой и чаще всего делается из 4 створок. Имеет широкую популярность в обустройстве дома или медицинских учреждениях. Может присутствовать перегородкой для переодевания в ванных комнатах, палатах, или в спальнях комнатах. Так же применяется в отелях для того, чтобы разделить пространство между кухней и гостиной зоны. Однако, установленная ширма-перегородка неспособна обеспечить достаточную звукоизоляцию. Устойчивость зависит от угла раскрытия. Наибольшая устойчивость обеспечивается при угле в 90°.

2. Одноэкранные перегородки – элемент декора в любом помещении. Уникальность ширмы в том, что состоит из одной длинной створки. Может придать пространству ощущение простора. Имеют особую популярность в офисах и кафе так как разграничивает рабочее или личное пространство. Для удобства конструкция имеет опоры или колесики для передвижения. Единственный недостаток в том, что конструкция не собирается в более компактную версию ширмы.

3. Гибкие перегородки – модернизированный вариант, напоминает синтез между классической и одноэкранной ширмы. Уникальность его в том, что конструкция словно отрывается от старой прямоугольной формы и представляет собой динамичную активную форму, которая может изменяться по желанию с помощью гибких палочек внутри каркаса. Однако удобство этой ширмы особенно подчеркивает способность собираться в рулон, который занимает минимум пространства для хранения.

4. Полотнища перегородки – конструкция, отличающаяся от всех предыдущих. Уникальность перегородки основывается на крепежах и материале. Полотнище устанавливается на специальные потолочные крючки и служит воздушной перегородкой для деления пространства. Основным материалом служит текстиль, однако это не подвергает ширму безвкусному решению оформления пространства. Кружевная ширма добавит воздушности, Ширма из шнурков и разноцветных бусин добавит колорит, а художественное оформление полотна в виде пэчворка внесет яркое пятно в интерьер. Конструкция собирается в рулон, что обеспечивает надежное хранение.



5. Каминные перегородки – перегородки, изготавливаемые из металла. Основная задача – защита помещения от пламени и искр во избежания пожара. Как правило, конструкция ширмы строится по принципу створчатых, однако форма каркаса может быть необязательно прямоугольной. Чаще всего распространен вариант художественной обработки металла для ширмы, в котором форме каркаса повторяет изгибы пламени, а основная часть ширмы украшена металлической непроницаемой противопожарной сеткой.

6. Оригинальные перегородки – ширмы, выполненные художниками и мастерами на заказ. Подобные конструкции не имеют определенной формы и конкретного применения. Могут быть использованы в качестве арт-объекта в общественных местах, парковых зонах, торговых центрах и выставках. Выделяются особенным решением в исполнении ширмы, возможна витиеватая, абстрактная форма и уникальное цветовое решение. Нельзя оставить без внимания ширмы-мозаики, содержащие в себе разное количество декоративных элементов. В зависимости от конструкции подбираются уникальные крепежи и детали. Незаменимым достоинством является возможность изменять конструкцию по цветовому решению или по размерам добавляя или убавляя детали.

Стоит заметить, что материалы, из которых изготавливаются ширмы, могут существенно повлиять на интерьер.

При выборе нужной перегородки следует учесть особенность пространства и выбранный стиль интерьера, его основную цветовую гамму. Конструкции могут содержать в себе несколько материалов при определенном решении и комбинации, а также, напротив, изготавливаются с помощью одного конкретного материала. Стоит отметить, что многие материалы могут отлично подходить друг к другу, благодаря чему каркас может не только быть более долговечным, но и изменить интерьер, добавив ему определенной воздушности или уюта. В производстве ширмы для комнаты могут принимать участие такие материалы, как:

1. Дерево – наиболее применяемый материал для изготовления ширм. Отличается экологичностью, прочностью, разнообразен в обработке, что и делает его популярным. Однако стоит заметить, что деревянные изделия требовательны в уходе. Одной из самых распространенных декоративных ширм, является ширма из ротанга. Данный материал особенно популярен в декорировании. Деревянный каркас можно украсить трафаретной печатью. На поверхность фанеры, оргалита, ПВХ. Деревянного листа соответственно по желанию заказчика наносится первый слой орнамента из пятен с помощью трафарета. Спустя некоторое время наносится контурный слой печати, который будет дополнять орнамент новыми элементами и внесет точность в рисунок. Еще одним способом украшения деревянной мебели является Декупаж. Сюжетные или растительные орнаменты из бумаги, дерева, кожи, салфеток



можно нанести на поверхность створки и закрепить лаком. Стоит учесть и различные техники данного мастерства, Например применение яичной скорлупы в декупаже может создать рельеф на рисунке и поверхности. Художественный декупаж изумительно украсит центральную створку ширмы. Дополнительный слой краски на рисунке только внесет колорит в изделие. Не стоит забывать о традиционной росписи. Городецкая роспись, Петриковская, Мезенская издавна украшают элементы мебели в доме. Створки могут украсить различные элементы растений, птиц, вязь цветов, выполненных позолоченной хохломой и так далее. Техники росписи можно сочетать с резьбой по дереву. Ширму могут украшать красивые резные ножки или другие, выступающие элементы.

2. Металл – в основном применяется в комбинациях. Материал служит для долговечности и прочности ширмы, в то время как для декора служит материал-компаньон (стекло дерево, текстиль, кожа). Естественным минусом для металла служит его тяжесть.

3. Стекло и зеркало – данные материалы могут визуально расширить пространство в интерьере. Подобные конструкции вносят изысканность и добавляют в помещение свет. Декоративная обработка стекла является неотъемлемой частью ширмы. Стекло украшают витражами, росписью или мастера вставляют многослойные стеклянные изображения, придающие объем при зрительном восприятии данной обработки. Конструкции изготавливают из сверхпрочного стекла. Ширмы пригодны к условиям любых помещений.

4. Текстиль и кожа – материалы создают особый уют в интерьере. Они удобны в применении, их легко заменить, а также они не добавляют веса в помещение. Присутствует большой выбор колористического решения, возможен выбор рисунка или текстильной мозаики, тем не менее они могут быть однотонными. Подобные ширмы нередко устанавливают в детских. Нельзя недооценивать колоссальные возможности этого материала. Текстиль можно украсить орнаментом с помощью шелкотрафаретной печати. Узоры можно напечатать вручную или заказать у художника, а готовое полотно можно натянуть на металлический или деревянный каркас. Декором в текстильной ширме может быть и вышивка. Готовую вышитую ткань можно зафиксировать на центральной створке ширмы в качестве главного украшения ширмы. Стоит не забывать и росписи полотна акриловыми или анилиновыми красками. Техники росписи тоже имеют огромный выбор на вкус любого.

5. Пластик – наиболее дешевый вариант. Не обладает износоустойчивостью и непрочный, однако не требует особого ухода.

6. Бумага – наиболее хрупкая конструкция. Чаще всего встречается в комбинации с деревом или пластиком, очень прихотливый материал. Ширмы в японском стиле изготовлены из рисовой бумаги.



При создании текстильной ширмы стоит подумать о конкретной конструкции, среди которой, данный материал будет выделяться, а также, о материале-компаньоне, с которым ширма будет выглядеть привлекательной в интерьере. В ходе выполнения каркаса из дерева, может получиться оригинальный предмет мебели, которого будут дополнять переплетения в технике макраме. Непременно стоит учитывать размеры конструкции и определенную цветовую гамму, подходящие под интерьер. Исходя из личного опыта, можно назвать минимальной высотой ширмы длину в 120 см, а ширину изделия в 240 см. Текстильное дополнение из шнуров для макраме, позволяет воспользоваться уникальной возможностью выбора многообразной цветовой гаммы и создания контрастных элементов в декоре ширмы. Готовая перегородка может украсить детскую комнату или уютную гостиную.

Подводя итог всему выше сказанному, можно сделать вывод, что в современном мире декоративная ширма является очень востребованным атрибутом в любом интерьере. Независимо от изменения её конструкции, декорирования, формы и стиля, она продолжает выполнять свои основные функции и вносит новые возможности в оформлении пространства.

Список использованных источников:

1. <http://piramida-stroi.ru/raznoe/dekorativnaya-shirma-v-in...irmy-v-interere.html>
2. <http://ss-p.ru/mebel/delim-prostranstvo-na-zony-ili-zache...ka-dlya-komnaty.html>

©Войнова А.Д., Куликова М.К, 2021

УДК 687.016.6

ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ПОЛОТЕН АРИСТАРХА ЛЕНГУЛОВА ПРИ СОЗДАНИИ КОЛЛЕКЦИЙ ОДЕЖДЫ

Духанова К.О., Гончарова Т.Л.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования «Российский государственный университет
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Идеальная одежда сегодня воспринимается как высокохудожественный, естественный и функциональный продукт одновременно. Изделие, вышедшее из-под руки настоящего модельера, является выражением его знаний, мироощущения, чувств, и все это, через творчество художника, передается человеку, который приобретает и в последствие носит такую вещь. В гардеробе одежды роль текстильного дизайна становится значимой. По этой причине работа конструктора-модельера над новой коллекцией включает в себя выбор материалов, в наибольшей степени соответствующих проектируемому образу одежды. Та



или иная пластика материала, характер его поверхности, оформление – вот что несет на себе основную образную нагрузку.

Нередко создатель одежды ловит свое вдохновение среди прекрасного – полотен великих художников. Живопись авангардистов, к примеру, дает хорошую возможность анализа колористического решения, сочетания различных фактур, форм и линий для последующего их отражения в одежде.

16 января 2022 года исполняется 140 лет со дня рождения Аристарха Васильевича Лентулова – русского и советского художника, живописца, сценографа, ставшего одним из родоначальников русского авангарда. Анализ картин Аристарха Лентулова показал, что он выработал вполне самобытную манеру письма, в которой большую роль играли яркий цвет, декоративное начало, этюдность композиции и колорит. Кубизм стал для него открытием и источником вдохновения. Однако, чёткие принципы кубизма художник разбавил своим видением – яркой красочностью и монохромной палитрой [1].

В первое десятилетие XX века Аристарх Лентулов посвятил себя «встраиванию» в современный выставочный процесс, поиску единомышленников, самоидентификации. Пиковым моментом можно считать 1910 год, когда он знакомится с Машковым и Кончаловским. В 1910 году Лентулов вместе с Кончаловским, Машковым, Ларионовым, Гончаровой стал одним из учредителей объединения «Бубновый валет». Эти мастера в своем творчестве ориентировались на искусство Сезанна, но только Лентулов воспринял искусство великого французского художника в виде его следующей стадии – кубизма. Эпоха «Бубнового валета» продлилась шесть лет, с 1910 по 1916 года.

Если внимательно проанализировать серию натюрмортов художника, созданных в этот период, то видно, что цветовая сочность и насыщенность играют главную роль, а пространство становится максимально абстрагированным. Ярким представителем манеры такого письма служит полотно «Астры» (рис. 1а), написанной им в 1913 году.

Знакомство с западными шедеврами развязало художнику руки, помогло ему писать легко, свободно и вдохновенно, щедро наполняя свои картины солнечным светом. Испытывая воздействие кубизма, футуризма и орфизма, Лентулов вместе с тем стремился придать своим образам отчётливый национальный характер, обращаясь к мотивам допетровского зодчества, осмысляя традиции иконописи и лубка. В этот период из-под кисти художника вышел ряд ставших знаменитыми архитектурных пейзажей, таких как «Москва», «Звон», «Василий Блаженный» (рис. 1б). Следует отметить, что особенность перечисленных картин заключается в ощущении звона, шума, гула, некоей озарённостью удивительным сказочным светом.



Рисунок 1 – Картины Аристарха Лентулова [2]

Картина «Василий Блаженный», написанная в 1913 году, по праву считается лучшей в ряду его живописных панно на тему древнерусской архитектуры. Художник не устал восхищаться этим уникальным памятником. Аристарх Лентулов хотел увидеть собор как бы «сразу отовсюду», со всех сторон. «Десятки раз ходил он кругом него, запоминал причудливые ракурсы, следил за меняющимся, как в калейдоскопе, во время ходьбы положением отдельных главок, стараясь передать эту сказочность, эту безудержную фантазию формы и цвета на полотне» [3].

Художник не изображает храм, он воплощает на полотне уникальное произведение мировой архитектуры – ведь замысел и воплощение Покровского собора поистине фантастичны. В начале XX века Лентулов новыми живописными средствами продолжает мысли древнерусских зодчих, объемно-пластическое чудо XVI века претворяется в двухмерном пространстве картины. Вместо объема на холсте невероятное богатство «звучащего» цвета. В «Василии Блаженном» Лентулов решительно использует коллаж, золотую фольгу, из которой он вырезает звезды, наклеенные на изображения куполов. Лентулов писал об этом: «Материал, который я применил... состоял из цветных золотистых бумаг, сусального золота – то, что так ярко выражает сущность внутреннего уклада, вкуса и любви москвичей к декоративно-мишурно-пышной красоте... Пестрые, как петрушки, купола чередуются с наклеенными блесками цветных бумаг» [1, 4].

Можно констатировать, что возникновение подобной живописи связано с целым рядом существенных социально-эстетических факторов. Здесь и стремление молодых художников к новой художественной выразительности, поиски средств, помогающих раскрыть специфическим языком живописи новые явления в социальной жизни страны и начавшуюся тогда урбанизацию жизни. Это и расширившиеся в те годы связи с художественной культурой других стран, особенно с Францией; обращение художников к забытым традициям русского народного искусства – к иконе, лубку, декоративным росписям, игрушкам, вывескам. И, главное, это ощущение приближающихся исторических революционных сдвигов, которое жило в душах некоторых передовых художников и неизменно порождало творческий подъем, жажду открытий и оптимистическое по всему своему строю искусство.

Проведенный анализ живописи авангардиста Лентулова позволяет найти колористические решения, сочетания различных фактур, форм и

линий для последующего их отражения в изделиях любого вида, из разнообразных материалов, в том числе и в одежде из пушно-мехового полуфабриката.

Дизайнерские модели меховой одежды воспринимаются потребителями как эстетический эталон и воплощают новаторские художественные и технологические идеи. Для улучшения эстетических свойств и повышения потребительской стоимости меховые изделия промышленного изготовления должны иметь целостную композицию, состоять из соразмерных или ритмически связанных частей, отличаться гармонией цветового и фактурного решений, органичностью декоративной отделки. При проектировании коллекции женских меховых уборов важно уделять внимание не только выбору материалов верха, но и материалов подкладки, которую можно индивидуализировать росписью [5, 6].

Роспись по ткани занимает ведущее место в ряду декоративных искусств. Она позволяет создавать эксклюзивные материалы, востребованные и мастерами высокой моды, и модельерами, создающими более демократичную одежду. Так, на основе исследования творчества художника А. Лентулова, предложена художественная репликация подкладочного материала с помощью технологии росписи по ткани, что позволит в дальнейшем придать дополнительную выразительность, ценность меховому изделию, рассматривать подкладку изделия как объект дизайна (рис. 2).



Рисунок 2 – Варианты росписи подкладки мехового изделия по мотивам картин Лентулова

Если говорить об одном из трендов осенне-зимнего сезона, то нет ничего более практичного и функционального, модного и оригинального, чем двустороннее изделие. Здесь, при правильном выборе вида изделия и пушно-мехового полуфабриката, альтернативного классическому методу обработки низа изделия, рукавов и застежки, подборе модели воротника, подкладка с ручной росписью может выступать на изделии в виде материала верха. Так, стильная двусторонняя пелерина, выполненная из шелковистой каракульчи с муаровым рисунком, обработанная по низу тонким витым шнуром, позволит быстро менять свой образ, экономить место в гардеробе, вызывать восхищенный взгляд окружающих (рис. 3).



Рисунок 3 – Модель двусторонней пелерины из каракульчи

Оригинальная интерпретация полотен Аристарха Лентулова на основе художественной репликации на ткани позволяет создавать невероятно яркие, с множеством красок, стильные изделия, достойные модных подиумов. Выполненные в единственном экземпляре, они подчеркивают изысканность и благородство полотен великих мастеров, становятся своеобразным магнитом, привлекающим внимание окружающих, индивидуализируют одежду, делая ее эксклюзивом.

Список использованных источников:

1. Дрозд А.Н. Декоративная графика: учебное наглядное пособие. – Кемерово: КемГУКИ, 2015. – 84 с.

2. Буйство форм и красок. Жизнь художника Аристарха Лентулова в картинах. – [Электронный ресурс «Аргументы и факты»] – URL:<https://aif.ru/culture/gallery/1424337#id=5315427> (дата обращения 10.11.2021г.)

3. Смекалов И.В., Шлеюк С.Г. Изучение классических произведений живописи дизайнерами: учебно-методическое пособие. – Оренбург: ОГУ, 2014. – 97 с.

4. Коллекция: мировая художественная культура. – [Электронный ресурс Российский образовательный портал] – URL:<http://artclassic.edu.ru> (дата обращения 10.11.2021г.)

5. Гусева М.А., Андреева Е.Г. Композиция пространственной формы меховой одежды. // Политематический сетевой электронный научный журнал: КубГАУ, №119(05), 2016г. С.31-43

6. Гуляева К.Е., Телятникова А.И., Зарецкая Г.П., Гончарова Т.Л. Рисунки на мехе: от традиций к инновациям. // Научный журнал «Молодые ученые – развитию национальной технологической инициативы (ПОИСК)»: ИвГПУ, №1, 2021г. С.520-523

©Духанова К.О., Гончарова Т.Л., 2021



УДК 74

ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН ДЛЯ ДЕТЕЙ С ЗАДЕРЖКОЙ ПСИХОРЕЧЕВОГО РАЗВИТИЯ

Горячева А.А.

Научный руководитель Денисов Д.А.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования «Российский государственный университет
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

В исследовании рассмотрены актуальные проблемы графического дизайна для детей с задержкой психоречевого развития, испытывающих трудности связанные с обработкой информации, восприятием цвета и формы.

Восприятие детей с задержкой психологического и речевого развития (далее ЗПРР) в значительной степени отличается от обычного. Оно поверхностно, зачастую дети упускают характеристики свойственным тем или иным предметам. У детей с ЗПРР обнаруживается низкая концентрация и узкий объем внимания, также дети не могут длительно заниматься одной и той же деятельностью из-за низкого уровня устойчивости внимания и быстрой отвлекаемости. Эта проблема была, есть и будет актуальна, особенно у детей в дошкольном возрасте с задержкой психологического и речевого развития, так как восприятие тесно связано с таким психологическим аспектом как внимание, память и мышление. Чем лучше происходит процесс зрительного восприятия действительности, чем внимательнее наблюдатель, чем больше у него объема памяти, тем быстрее и лучше развиваются все виды мышления. Накопленный опыт позволяет легко ориентироваться в окружающем мире и служит залогом своевременной и успешной социализации индивидуума.

Проекты для лиц с задержкой развития, будь то ЗПРР, или, например, РАС (расстройство аутического спектра), остро нуждающихся в дизайне, создаются на основе научных и экспериментальных данных, если их недостаточно, то дизайнеры начинают проводить свои исследования. Но есть ряд ситуаций, когда к проекту подходят не профессионально, что может повлиять на дальнейшее развитие.

У некоторых детей наблюдается задержка речевого развития. Если ребенок не разговаривает или с трудом произносит слова, то необходимо с ним заниматься, а также обучать общению с людьми. В таких случаях часто используют систему альтернативной коммуникации с помощью обмена карточек – PECS (рис. 1).

Карточки PECS – Picture Exchange Communication System (англ.) – Коммуникационная Система Обмена Изображениями (карточками). Придумали в конце 1980-х годов докторами Лори Фрост и Эндрю Бонди,

работавшим над программой исправления расстройств аутического спектра. Подробно работа описана в книге «Система альтернативной коммуникации с помощью карточек PECS». Задачей проекта заключалась в побуждении ребенка спонтанно начать взаимодействовать и общаться. Таким образом невербальный ребенок становится хорошим коммуникатором. У него предоставляется возможность выразить то, что он хочет: свои желания, потребности, чувства, когда он не может передать это словами. Обычно эта система предназначена для детей младше 5 лет и используется как в домашних условиях, так и в специальных учреждениях.

В методологии заложен принцип, что побудительная причина для коммуникации предшествует наступлению речи. Для освоения системы карточек Pecs требуются базовые умения такие как отработка зрительного контакта, слов, жестов (таких как «да» и «нет», «дай»); стабильный навык обучаемости; имитация действий «сделай как я».



Рисунок 1 – Пример карточек PECS (Пекс).

Основная масса карточек PECS, доступная родителям и психологам детских реабилитационных центров, представляет собой самостоятельную разработку специалистов-психологов (ввиду отсутствия должного финансирования и редкости подобных материалов в России), не имеющих специального художественного образования, а значит, лишенная необходимых средств выразительности и должных критериев привлекательности оформления.

Дети с ЗПРР испытывают трудности связанные с обработкой информации, восприятием цвета и формы. Большинство существующей литературы, которая помогает в коррекции и лечения задержки развития оформлена в абсолютно разных графических стилях. Зачастую неизвестно на что опирались авторы при разработке концепции. Например, иллюстрации к книге Юлии Кисляковой «Маленькие открытия окружающего мира: пособие для работы с детьми с ЗПР дошкольного возраста» (рис. 2), карточки к развивающей игре на липучках компании Frenchorponcho «Кто что ест» (рис. 3), графический дизайн настольной игры «Запуск речи» от DoJoy (рис. 4).

В одних материалах используются упрощенные, в других детализированные реалистичные изображения. Цветовое решение иллюстраций российского пособия неяркое, используются приглушенные тона. Можно предположить, что на печати сэкономили из-за чего оно контрастирует с реальным изображением действительности. Также подчеркнем, что в одних случаях иллюстрации являются плоскостными и

более нейтральными, в других авторы передают объем человека или животного. В одном случае используют фотографии вместе с иллюстрациями героев из мультфильмов не имея между собой визуально общего стиля.

Разная стилистика формирует различные картины мира. Плоскостной мир связан с уходом от живости и динамизма реального мира. Объемное изображение кроме того предполагает детализацию, но она далеко не всегда нужна и значима для детей с задержкой психоречевого развития.



Рисунок 2 – Пример изображения из книги Ю. Кислякова «Маленькие открытия окружающего мира: пособие для работы с детьми с ЗПР дошкольного возраста».

Издательства, презентующие продукты, информирует о специфике целевую аудиторию, но не подвергает их серьезной экспертной оценке. Между тезисами выразительных средств, приемов подачи графического материала может осложнить процесс образования, затруднять социализацию и просто обмануть ожидания ребенка. Конкретная ситуация обусловлена отсутствием четких специальных требований к оформлению изобразительного материала для детей с задержкой психоречевого развития, на которые опирались бы дизайнеры, публикации на такую тему все еще только мелькают.



Рисунок 3 – Пример изображений игры на липучках от Frenchorponcho.

На сегодняшний день в системе специального образования психологами выработаны рекомендации по особенностям применения наглядных средств:

1. Естественность, натуральность предлагаемых объектов и предметов для ознакомления и исследования.
2. В словах должно отображаться воспринимаемые чувственные и наглядные образы, признаки предметов.
3. В наглядно-действенном характере знакомства предметов, объектов, получив максимально полную информацию с учетом использования всех сохранных анализаторов, включая осязание, обоняние и вкус.



Рисунок 4 – Настольная игра Запуск речи от DoJoy.

Необходимо признать, что часть этих требований выводит на достаточно индивидуальные моменты. Например, представления об естественности и натуральности у разных людей могут быть очень сильно различаться. Два других пункта рекомендаций, напротив, весьма интересны и продуктивны для дизайн-проектирования. Учет восприятия – это момент, в котором проектирование графических продуктов для людей с ЗПРР пересекается с активно ведущимися проектно-исследовательскими действиями в области создания дизайн-образовательных продуктов, дизайн-рекламы и др. Если рассуждать о приоритетных направлениях графического дизайна в изучаемой области, то, разумеется, наилучшим средством для реализации наглядно-практических методов обучения является дидактический материал и настольные игры, которые учитывают специфику детей с ЗПРР. Это средство развития предназначено для практической деятельности ребенка с расчетом на максимальную степень самостоятельности. Его использование позволяет детям легче усваивать материал, он может быть подобран в наиболее полном соответствии с индивидуальными особенностями и возможностями каждого ребенка. Настольные игры, используемые в коррекционно-образовательном процессе, бывают предметным, изобразительным и словесным. При этом изобразительный материал (рисунки, серии картинок, схемы, чертежи, предметные карты) является более абстрактным по отношению к предметному. Его применение должно способствовать развитию наблюдательности и внимания, умению сравнивать, анализировать, выстраивать логическую последовательность. В «детском дизайне» важно не только развитие замысла, но и планирование результата, что способствует развитию ребенка. Таким образом графический дизайнер повышает квалификацию и социальную ответственность.

Как показал анализ, многообразные подходы к проектированию визуального материала не всегда учитывают не только требования методик, но и особенности зрительного восприятия детей с ЗПРР. Все более ощущается потребность для конкурентно-способного продукта, привлекающего внимание потребителя, обеспечивающего дальнейшее развитие ребенка с ЗПРР необходимы рекомендации к проектированию изобразительного дидактического материала для этой группы детей в психологических и социальных механизмах, структурных элементах, эстетике и стилистике продуктов, их форм и функций. Особенности графического дизайна на которые должен быть сделан упор при



проектировании: читабельность, ясность данных, минимум отвлекающей информации, графические элементы единой стилистики, передача цвета, формат поля и карточек, оформлении инструкции.

Список использованных источников:

1. Кислякова Ю.Н. Маленькие открытия окружающего мира: пособие для работы с детьми с ЗПР дошк. возраста. Выпуск 2. Москва, Изд-во Владос, 2010.

2. Frenchorponcho - альбомы и игры на липучках. [Электронный ресурс] // Toys store – Москва, 2021. – URL: <https://www.frenchorponcho.ru> (дата обращения: 17.10.2021)

3. Издательство настольных игр doJoy. [Электронный ресурс] // Toys store – 2021. – URL: <https://dojoy.ru/speech> (дата обращения: 17.10.2021)

©Горячева А.А., 2021

УДК 645.481

ОСОБЕННОСТИ КОЛОРИСТИЧЕСКОГО РЕШЕНИЯ ПОСТЕЛЬНОГО ТЕКСТИЛЯ ДЛЯ НОВОРОЖДЕННЫХ

Гришина Н.И., Кузнецова А.Н.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования «Российский государственный университет
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Детские постельные принадлежности являются одними из самых востребованных товаров на рынке по производству текстиля. В качестве особой ассортиментной группы можно выделить спальные комплекты для новорожденных (грудных) детей. На данный момент научных исследований, посвященных именно этой группе, практически не проводилось. В связи с этим представляется актуальным проведение ряда исследований, направленных на выявление особенностей художественного проектирования текстиля для этой возрастной группы.

В данной работе проводится анализ психологических особенностей восприятия колористического решения окружающего предметного мира и текстиля детьми от 0 до 3-х лет.

Первым, кто научно изучил цвет с психологической точки зрения, является Василий Кандинский. В своем трактате «О духовном в искусстве» 1910 г. он описывает не только принципы взаимодействия и гармонии цветов, но и психологическое влияние цвета, оказываемое им на зрителя [1]. «Желтый цвет... беспокоит человека, колет, будоражит его... Синий – типично небесный цвет. ... Погружаясь в черное, он приобретает призыв нечеловеческой печали... Абсолютный зеленый цвет является наиболее спокойным... Если вывести абсолютно-зеленое из состояния

равновесия, то оно поднимется до желтого, станет живым, юношески-радостным... Красный цвет, как мы его себе представляем – безграничный характерно теплый цвет; внутренне он действует, как очень живая, подвижная беспокойная краска...» – писал он в своем трактате [2].

Теория Кандинского подтверждается современными научными исследованиями в области влияния цвета на психологическое и физическое состояние человека в целом. Они показывают следующее: красный цвет повышает кровяное давление, пульс и дыхание, а синий наоборот – понижает. Оранжевый, желтый и салатовый цвета улучшают настроение. Голубой и зеленый – помогают сконцентрировать внимание [3].

Детское постельное белье для грудных детей всегда имело ограниченный спектр цветовых сочетаний. На протяжении последних пяти десятилетий в постельном убранстве для них наиболее распространена светлая цветовая гамма с преобладанием пастельных тонов и белого цвета [4].



Рисунок 1 – Типичная цветовая гамма постельного текстиля для грудных детей, на примере комплектов от российского бренда «Ткапо»

Исследования в области цветового восприятия у детей показывают, что у грудного ребенка цветовое зрение развивается с течением определенного времени. С момента рождения ребенок сначала видит и различает только светлые и темные цвета, с 3-х месяцев он начинает воспринимать яркие красные и оранжевые цвета, с шести месяцев – желтые и зеленые, а позже – голубые и синие. Именно поэтому грудных детей больше всего интересуют вещи ярких цветов и контрастные сочетания. На фоне спокойных пастельных цветов они их лучше воспринимают. Отмечено, что окружение в голубых тонах обычно делает ребенка более спокойным, а вот желтые и салатовые цвета, наоборот, улучшают малышу настроение [5].

В книге «Психология цвета» Борис Алексеевич Базыма упоминает про изучение цветовых предпочтений у детей дошкольного возраста. В ходе эксперимента дети отдавали предпочтение именно красным, оранжевым, желтым и салатовым цветам. На основании полученных результатов автор полагает, что яркие цвета с длинной волной спектра являются своеобразными «витаминами», необходимыми для полноценного умственного развития нервной системы детей [6].

Профессор Уайт из Гарвардского университета, занимавшийся исследованиями в области психологии и раннего развития детей доказал, что от разнообразия в окружении таких факторов, как цвет, свет, звуки и

изображения, которые ребенок видит и слышит в начале своей жизни, зависит формирование его интеллекта [7].

Поэтому, чтобы избежать задержек и искажений нормального хода развития нервно-психической деятельности ребенка, необходимо обогащать визуальный мир малыша яркими вещами. Обычно, очень яркие цвета можно встретить, в основном, в детских игрушках, так как постельное убранство должно успокаивать, а не будоражить ребенка.

На рис. 2 дана классификация цветовых предпочтений у детей разного возраста, по мнению педагога и дизайнера детских интерьеров Паршихиной Юлии. Как видно из крайнего левого столбца, для детей до 3-х лет предпочтительны пастельные цвета теплой гаммы, такие как бежевые, кофейные, розовые, желтые и салатные [7].



Рисунок 2 – Часто встречающиеся цветовые предпочтения у детей [7]

Пастельная гамма получается путем добавления белого цвета к любому исходному цвету, одному из двенадцати цветов цветового круга [8].

Такие цвета, как бежевый, розовый и персиковый являются, по сути, осветленными цветами длинной волны спектра: желтым, красным и оранжевым. Белый цвет является нейтральным. Пастельные цвета, являясь приближенными к белому цвету, приобретают седативное влияние на зрителя, создают ощущение чистоты, легкости и комфорта.

Поэтому спальное убранство в пастельных тонах с одной стороны обладает успокаивающим эффектом, но при присутствии теплых пастельных тонов, оно становится привлекательным для новорожденного ребенка, так как благоприятно воздействует на умственное развитие его нервной системы.

Белый цвет и цвета, приближенные к белому олицетворяют чистоту и невинность, и как бы подчеркивают все те чувства, что возникают при появлении в доме новорожденного. Следует отметить, что и молодые матери, покупающие спальное убранство для своего малыша так же нуждаются в уравновешенном состоянии в противовес активной современной жизни с ее темпами и стрессами.

Таким образом, по итогам проведенного исследования можно сделать следующие выводы: во-первых, цвет имеет сильное воздействие на психическое и эмоциональное состояние детей, в том числе новорожденных; во-вторых, цвета длинной волны спектра являются необходимыми составляющими колористического оформления предметов интерьера и текстиля для полноценного умственного развития малыша; в-третьих, в связи с тем, что теплые пастельные тона имеют положительное



и седативное влияние на психику не только ребенка, но и его матери, целесообразно их использовать как основные цвета для детского спального текстиля.

Список использованных источников:

1. Цветаева А.А., Морозова Е.В., Аксенова А.Н. Психология цветового решения костюма // Всероссийская научно-практическая конференция «ДИСК-2017»: сборник материалов Часть 1. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2017. – С. 140 – 143.
2. Кандинский В.В. О духовном в искусстве. – М.: Архимед, 1992. – 107 с.
3. Браем Г. Психология цвета. – М.: АСТ: Астрель, 2009. – 158 с.
4. Коновалова О.А. Дизайн текстильных постельных принадлежностей: дис. канд. искусствоведения. – М.: МГУДТ, 2014. – 357 с.
5. Серов Н.В. Светоцветовая терапия. Терапевтическое значение цвета: информация – цвет – интеллект. – СПб: Речь, 2001. – 256 с.
6. Базыма Б.А. Психология цвета. – СПб.: Речь, 2007 – 205 с.
7. Паршихина Ю. Проект "Детская": Дизайн-подсказки для создания современной детской комнаты. – М.: Альпина Паблишер, 2020. – 184 с.
8. Гилл М. Гармония цвета. Пастельные тона. – М.: АСТ Астрель, 2004. – 106 с.

©Гришина Н.И., Кузнецова А.Н., 2021

УДК 745:738/6663/7

ЭВОЛЮЦИЯ ОФОРМЛЕНИЯ ПОРТУГАЛЬСКОЙ КЕРАМИКИ «AZULEJO»

Евсеева Д.С., Морозова Е.В.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования «Российский государственный университет
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Португальская декоративная керамика «азулежу», используемая в архитектуре, обычно ассоциируется с плиткой, хотя, в зависимости от исторического периода, можно значительно расширить рамки этой формы керамического искусства. Плитка активно доминировала в спектре украшения зданий на протяжении нескольких столетий. Хотя керамика в португальской архитектуре применялась с незапамятных времен, ее использование в декоративных целях имело приоритетное значение только с конца позднего Средневековья.

К началу XVI века некоторые португальские дворцы, монастыри и церкви уже использовали керамическую плитку для облицовки нижних частей стен. Именно арабы принесли в Европу это искусство с Востока. Это был так называемый испано-арабский период изготовления предметов



керамики. На самом деле, многие из этих изделий были даже импортированы из региона Севилья. Поэтому к началу XVI века технология и декоративные узоры еще не были типично португальскими. К середине XVI века облицовка стен плиткой с испано-арабскими краями устарела. Итальянская техника майолики и ее ренессансные узоры воспринимались как современность. Однако решения, которые можно считать характерными для Португалии, к тому времени начали обретать форму. Так было в случае с геометрическими композициями с плоскими и монокромными плитками разных размеров и цветов, а затем с узорчатыми плитками, похожими на те, что используются в гобеленах. К середине XVII века основное влияние на португальскую плитку уже было голландским [1]. Это влияние можно увидеть не только в узорах 1x1, называемых *figura avulsa* (в которых каждая отдельная плитка имеет другой мотив посередине, хотя и с аналогичной рамкой и темой, как у других), но и в больших фигуративных панелях, окрашенных в кобальтово-синий цвет на белой глазури. Португальская плитка, датируемая первой половиной XVIII века, почти вся окрашена в синий цвет – это характерная черта, голландских керамических изделий, но в настоящее время ассоциируется с типично португальской. Этот архетип кажется вполне разумным, поскольку искусство португальской плитки довольно часто превосходило голландские плитки того периода не только с точки зрения навыков живописи, но особенно с точки зрения выразительности. Португальская плитка в стиле борокко оказала большое влияние на архитектурный образ церквей и дворцов, которые иногда полностью покрывались плиткой. Кроме того, сады дворцов и усадеб часто также украшались сине-белой плиткой.

В первой половине XVIII века Португалия была европейской страной, где плитка использовалась наиболее массово, придавая архитектуре отличительную особенность. Самые большие изображения плитки, когда-либо сделанные в Нидерландах, можно увидеть именно в Португалии. В монастырской церкви Мадре-де-Деус находится изображение, составленное из 931 плитки. Несмотря на это, в Португалии есть несколько гораздо более крупных изображений из плитки того же периода. Во второй половине XVIII века португальские художники по плитке постепенно заменили кобальтово-синий другими цветами, добавив также выразительные мотивы рокайля (орнамент XVIII века, содержащий стилизованные раковины, камешки, свитки; другое название – рококо). Одновременно появились новые и более практичные плиточные покрытия, в основном внутри домов, построенных в Лиссабоне после землетрясения 1755 года. Ограниченные нижними частями стен в вестибюлях, лестницах и некоторых главных комнатах, эти покрытия из так называемой плитки с рисунком помбалино предвещают то, что окончательно произойдет в Португалии к концу следующего столетия: активное использование плитки



в городском жилье, как в интерьерах, так и в фасадах. В фасадах португальские плиточные покрытия второй половины XIX века также можно считать золотым веком этого вида искусства в Португалии, влияющим на городской образ, что делает его архетипичным. К 1834 году в Португалии произошла резкая смена режима – от упадочной абсолютистской монархии к парламентской монархии. Плиточные покрытия имели подавляющее большинство португальских дворцов и некоторые особняки, которые находились в основном на окраине Лиссабона [2]. Во всех этих архитектурах плитка существовала только в интерьерах, а также в частных садовых сооружениях. Предполагалось, что этот тип покрытия распространится и на другие города, однако этого не произошло.

Политические перемены 1834 года привели к радикальным последствиям для старейшей португальской знати и монастырей. Из-за политических перемен спрос на фигуративные панели снизился, поскольку не было новых дворцов и церквей, которые нуждались бы в облицовке плиткой. Плитка с узором помбалино не подходила новому городскому романтическому стилю, связанному с новым городским средним классом, который занимал политические пустоты, оставленные прежним режимом. Новый социальный слой людей обновил облик существующих домов. Внутри отремонтированных городских домов обои с неоклассическими узорами, а также потолочная лепнина решали проблему нового декора. Тем не менее, фрески, примененные к существующим городским фасадам на виду у публики, были расценены как дурной вкус и, следовательно, как неподходящее решение. Кроме того, фрески были дорогими, если их делали хорошие художники, и могли стать проблематичными с точки зрения обслуживания. Таким образом, плитка с соответствующими узорами была наиболее логичным и эффективным решением для обновления этих городских фасадов, поскольку Португалия обладала таким большим ноу-хау в этом виде производства. Простые и неприхотливые в уходе плитки придавали фасадам яркий вид, соответствующий новому социальному положению владельцев [3].

К 1850-м годам это новое художественное явление уже распространилось от городских элит Лиссабона и Порту к элитам других городов. К концу XIX века это явление достигло своего пика. Тем не менее, оно ограничивалось городскими районами или некоторыми новыми домами вдоль главных дорог, на окраинах городов. К 1880-м годам португальская городская элита уже отказывалась от полного покрытия фасадов плиткой. С одной стороны, почти все переехали в поместья на окраинах городов, где построили коттеджи и поместья, окруженные прекрасными садами. В этих новых домах, часто расположенных в зонах отдыха, таких как Эшторил (пляж недалеко от Лиссабона) или Гранья (пляж недалеко от Порту), плитка на самом деле не была необходима для



украшения унылых фасадов, поскольку эти новые дома уже были построены с архитектурными деталями, которые делали покрытие плиткой расходным материалом. Кроме того, окружающие сады создавали романтическую атмосферу, которую облицовочная плитка могла только имитировать. Движение в стиле модерн предоставило еще больше возможностей выбора с точки зрения узоров плитки. Однако к началу 20-го века полные покрытия из плитки считались старомодными, даже при принятии обновленных моделей. Более того, португальские архитекторы предложили использовать плитку на фасадах только как часть сложной декоративной композиции, которая должна была включать другие материалы [1]. Во втором десятилетии XX века только в некоторых интерьерах – в основном на кухнях и в ванных комнатах – плитка продолжала использоваться для покрытий как высшими, так и низшими классами городского населения Португалии, вероятно, по практическим соображениям. Даже плитки с рисунком потеряли свое качество, они все чаще изготавливаются с помощью аэрографов или механической штамповки, в соответствии с английскими технологиями, которые не очень подходили для плитки, используемой в экстерьерах. Как следствие, начиная с 1920-х годов некоторые португальские керамические фабрики стали специализироваться либо на строительных материалах, либо на плитках, специально разработанных для интерьеров.

Список использованных источников:

1. Гомеш Р. В., Гомеш М. В., Казимира Т. М., "Записи первой международной конференции португальской керамики (16-19 вв.)". Лиссабон 2016 г.
2. Кейруш Ф., Портела А. М. Qualicer 2010, XI Глобальный форум по керамическим покрытиям (Кастельон, 15-16 февраля 2010 г.) "Керамика в португальской архитектуре: 16-20 вв."
3. Столк М. Археологический журнал EX NOVO "Изучение идентичности иммигрантов: Связь между Португальской керамикой и иммигрантами в 17-м Столетии". Декабрь 2018 г., том 3, стр 101-120.

©Евсеева Д.С., Морозова Е.В., 2021



УДК 659.125.7

**ФОТОГРАФИЯ НА ОБЛОЖКЕ МУЗЫКАЛЬНЫХ АЛЬБОМОВ
СЕМИДЕСЯТЫХ- ВОСЬМИДЕСЯТЫХ годов XX века
И СОВРЕМЕННЫЙ МИР**

Ёкояма Д., Дергилёва Е.Н.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования «Российский государственный университет
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Упаковка, внешний вид многое говорит о самом продукте. Чем больший интерес она вызовет у человека, тем выше шанс того, что люди заинтересуются товаром. Дизайн обложки музыкального альбома – визуальный ключ к песням. Для некоторых людей может показаться, что обложка – это просто яркая картинка, но это не всегда так. Обложка может отражать идеи альбома, дух, стиль определенного времени и игру образных смыслов. Но в разное время к созданию обложки для своего альбома музыканты относились по-разному, и на это влияли различные факторы. До появления свободного доступа в интернет и изобретением формата MP3 для того, чтобы послушать новые альбомы любимых исполнителей, нужно было купить пластинку или диск. В то время обложка могла стать целым произведением искусства и ещё одним способом общения с аудиторией. В современном мире обложка является частью бренда и еще одним механизмом привлечения внимания слушателей в таких потоковых сервисах, как например Apple Music и Spotify. Слушатель не будет анализировать нюансы дизайна: он примет решение за доли секунды на подсознательном уровне. Именно фотография наиболее активно используется при оформлении обложек музыкальных альбомов и в 70-80-е года, и в современном мире.

Единого мнения о том, какой должна быть обложка альбома не существует. Одним группам подойдет обычная фотография, другим лучше изобразить что-нибудь необычное, а третьим сделать максимально минималистичное решение.

Обложка состоит из таких элементов как изображение (фотография), цвет и шрифт. Изображение включает в себя композиционное решение и цвет. При выборе сочетания цветов, нужно обращать внимание на психологию цвета. Шрифт может тоже передавать настроение и характер альбома. Многие музыкальные группы 70-80-х годов использовали именно этот прием. У фотографии для обложки нет определенной характеристики. Фотографией может быть снимок музыканта или группы, для этого проводят профессиональную фотосессию в стиле, который соответствует концепции альбома. В современном мире при создании особенно важен брендинг. Брендинг – это деятельность по созданию уникального имени и



образа товара или услуги в глазах потребителей. Фирменные цвета, шрифты, логотип отражают индивидуальность и помогают легко узнавать исполнителя в социальных сетях или на рекламных плакатах.

Фотография на обложке – это лицо альбома, которое создает первое впечатление о нем и сопровождает слушателей на каждом этапе пути. В 70-80-е года некоторые группы использовали только фотографию для своей обложки, чаще всего черно-белую, с названием альбома/группы и иногда даже без надписей. Среди ярких примеров можно выделить: Pink Floyd – Atom Heart Mother (1970), Ramones – Rocket to Russia (1977), The Clash – London Calling (1979), Queen – The Game (1980), Pretenders – Pretenders (1980), a-ha – Hunting High and Low (1985), Tears For Fears – Songs From The Big Chair (1985). Для некоторых обложек специально приглашали каскадеров, когда, например сейчас эффект горящего костюма можно было с легкостью создать в программе Photoshop (Pink Floyd – Wish You Were Here 1975).

Таланты многих фотографов были использованы для создания огромного количества незабываемых обложек. Например, фотограф Mick Rock выпустил некоторые из самых иконографических обложек альбомов 1970-х годов, включая Queen – Queen II (1974), Syd Barrett - The Madcap Laughs (1970) и Lou Reed – Transformer (1972).

Также в 70-80-е года на обложке часто использовали фотографии, где кадрирована та или иная часть тела (The Rolling Stones Sticky Fingers 1971, Bruce Springsteen – Born In The U.S.A. 1984), а сейчас большинство музыкантов помещают фотографию своего лица (Halsey – Manic 2020, Jōji – Nectar 2020). Однако в наше время многие исполнители специально создают обложки в стиле тех времен (The Strokes – This Is It 2001, Måneskin – МАММАМІА 2021). Возможно это выделяет их среди обложек альбомов, использующих в основном более современную графику и смелые цвета.

В 21-ом веке при создании фотографии для обложки альбомов активно используются цветные фильтры и фоны, Photoshop, добавление в фотографию шрифтовых композиций и других различных эффектов, которые можно сделать с помощью цифровых технологий.

На фотографию для обложек музыкальных альбомов повлияли прежде всего мода и стиль того времени, и развитие в технике и цифровых технологиях. В 1970-е был расцвет хард-рока, глэм-рока и диско. Люди одевались ярко и смело. Обложки стали более грубыми и дерзкими по своему содержанию. Одни исполнители делали более простые, но провокационные снимки на студиях или концертах, другие полагались на помощь художников с передовым взглядом на искусство. В современном мире многие артисты специально стараются подобрать необычный образ для фотосессии, посвященной обложке, часто не соответствующей концепции альбома, а просто для привлечения внимания. Также в те года

для обложек альбомов использовали аналоговые фотографии, которые имеют свой определенный дух из-за эстетики пленки. В наше время практически все обложки снимают на цифровой фотоаппарат, что дает хорошее качество и большие возможности при редактировании.

Удачная обложка альбома оказывает огромное влияние на успех исполнителя, но в 70-80-е года влияние фотографии на обложке было сильнее, чем сейчас. В то время, когда за музыкой нужно было идти в специальный магазин, альбомы конкурировали между собой в оформлении: чем ярче обёртка, тем выше шанс на покупку. В современном мире ценность обложки стала значительно меньше, так как влияние на слушателей оказывает не только обложка, а сама рекламная кампания исполнителя, особенно в социальных сетях и на других различных платформах. По мере изменения музыкального бизнеса, а также благодаря развитию интернета, яркие обложки перестали играть одну из важнейших ролей в продажах музыки.

На основе всей информации, которую я нашла, и проанализировав различные обложки музыкальных альбомов, я провела две фотосессии и сделала свои варианты обложек. Одни созданы в стиле 70-80-х годов (рис. 1), другие – в современном стиле (рис. 2).



Рисунок 1 – Группа «Глаза, дым». Обложка в стиле 70-80-х годов XX века

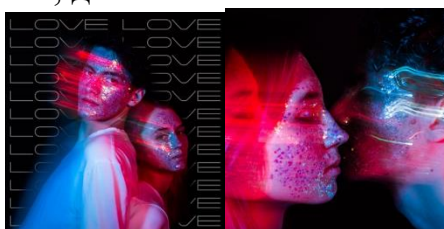


Рисунок 2 – Группа «A&D». Обложка в современном стиле.

Обложка стала важной частью культуры музыки. Фотография на ней может иметь коммерческую функцию, то есть продвигать продукт, на котором она отображается, но также и эстетическую функцию, и может быть художественно связана с музыкой создателя продукта. Она может выражать индивидуальность и смыслы, которые поймут слушатели, может говорить об идеи, которая объединяет все песни и о чувствах при прослушивании музыки. В современном мире больше возможностей сделать необычную фотографию для обложки, но парадокс состоит в том, что сейчас и сложнее создать что-то выдающееся и уникальное, чем в 70-80-е года. При определении визуальной концепции для обложки нужно в первую очередь уделять внимание отражению уникальности музыкальной группы и характера их альбома. Во вторую очередь изучить популярные и



коммерчески успешные приемы. Индивидуальность музыкантов ценнее и важнее.

Список использованных источников:

1. Онлайн-архив с более 800 000 обложек музыкальных альбомов с 1950-х до 2018 года Режим доступа: <https://archive.org/details/coverartarchive&tab=collection>
2. Официальный сайт группы Queen Режим доступа: <https://www.queenonline.com/>
3. Официальный сайт группы Pink Floyd Режим доступа: <https://www.pinkfloyd.com/home.php>
4. «Искусство рок-фотографии: увидеть, чтобы услышать» Режим доступа: <https://journal.learnoff.com/31003.html>
5. Обложка альбома – HiSoUR История культуры Режим доступа: <https://www.hisour.com/ru/album-cover-art-18894/>
6. «Как сделать обложку альбома самостоятельно» Режим доступа: <https://samesound.ru/pr/99805-how-to-make-album-cover>

©Ёкояма Д., Дергилёва Е.Н., 2021

УДК 741.021.2:677.027.511

КАСТОМИЗАЦИЯ КАК МЕТОД ХУДОЖЕСТВЕННОГО ОФОРМЛЕНИЯ ТЕКСТИЛЬНЫХ ИЗДЕЛИЙ

Емельянова А.Н.

Научный руководитель Щербакова А.В.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования «Российский государственный университет
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

История ручной росписи на текстиле уходит корнями в глубокую древность, если быть точнее, то первые упоминания о данном виде прикладного искусства найдены еще в вавилонском царстве (XVIII век до нашей эры).

Изначально красителями являлись природные материалы, поэтому рисунки были однотонными. Узоры на предметах одежды несли в первую очередь повествовательный характер о их носителе – о его происхождении, финансовом статусе и социальном положении. Ткани раскрашивались вручную, перьями или кистями для рисования.

Со временем, нанесение рисунка на полотно превратилось в целое искусство. В ряде стран ручная роспись до сих пор является лидирующим ремеслом по востребованности. В начале XII века стали появляться набивные рисунки, которые переносили на изделие при помощи деревянных штампов. Сейчас можно найти сходство с линогравюрой:



многие художники и мастера используют эту технику для упрощенной печати. Техники схожи в том, что на материале вырезали рисунок, покрывали рельефную плоскость краской и затем «отбивали на изделие», оттуда и произошел термин «набивной рисунок».

Широкое распространение имеет трафаретная техника ручной печати. Прикладывая трафарет на поверхность ткани, мастер постукивал по высеченным местам мешочком с красителем. Краска при ударе пробивалась сквозь мешочек, тем самым, окрашивая поверхность ткани. Первые упоминания об этой технике были в Китае. Сейчас чаще используется метод, когда на натянутую на подрамник сетку наносят специальный клей, не пропускающий влагу и затем, накладывая этот трафарет на ткань, внутрь подрамника наливают равномерной струей краску и скребком, похожим на шпатель, в несколько движений прокрашивают заготовку.

С середины XVIII века ручной процесс нанесения рисунка на ткань стали механизировать. К концу столетия создали первую печатную машину с деревянными, а потом с металлическими гравировальными валами. В начале XIX века первые печатные машины появились и в России, в ведущем, на тот момент, текстильном центре России – Иваново. Всего через пару десятков лет в Москве и Петербурге появились предприятия с печатными машинами.

Кастомизация (авторство термина приписано Стэну Дэвису в Future Perfect [8, с. 865] и было определено как «производство товаров и услуг, призванных удовлетворить потребности отдельного клиента с эффективностью, близкой к массовому производству») – это преобразование вещи, индивидуализация под того или иного человека. Сейчас активно применяется в дизайне и реализуется с помощью подручных материалов и прикладных техник. Для кастомизации прекрасно подойдет джинсовая или кожаная куртка, а также непосредственно джинсы. Обычные или старые вещи могут получить новую жизнь, если удачно их модифицировать. Также под кастомизацию может попасть и другая одежда или аксессуары.

Тренд на кастомизацию – возвращение моды 1970-х годов. Сам процесс кастомизации одежды на данный момент не теряет своей актуальности: в эпоху, когда изобретены все возможные виды промышленной печати, ручные изделия особенно ценятся. В первую очередь, их преимуществом является уникальность. Каждый человек, желающий приобрести роспись, в первую очередь получает изделие, которое вряд ли будет у кого-то еще. Более того, сама сфера кастомизации набирает невероятные обороты в развитии и работы некоторых художников на текстиле можно назвать шедеврами, которые не уступают картинам на холстах, украшающим стены галерей.

Согласно исследованию Business of Fashion, в 2018 г. кастомизация стала трендом номер один. Весь потребительский рынок хочет



транслировать свои ценности через свой образ. Кастомизация стала настоящей находкой, которая позволила через одежду демонстрировать свой внутренний мир, но при этом, согласно YouGov (британская компания, занимающаяся социологическими и маркетинговыми исследованиями во многих странах мира), более консервативные потребители в возрасте от 35 до 49 лет также полюбили кастомизацию. Именно поэтому модные бренды, и люксовые, и масс-маркет все чаще создают специальные сервисы-ателье или добавляют на сайтах функцию кастомизации.

Нынешний рынок имеет огромное количество качественных материалов для росписи, рисунки на ткани выполняют изящно-графичными, с тонкими линиями, грацией, что порой можно визуально спутать с производственной печатью, или же более хаотичная стилистика, которая сейчас наиболее актуальна. Художники создают на полотне настоящее обилие красок, реализуя свои самые смелые идеи, путем наложения плотных мазков и используя крупные, абстрактные формы.

Помимо основных актуальных стилистик существует множество разнообразных техник, выполняемых дизайнерами: батик (холодный, горячий, восковой) позволяющий создавать лессировочные заливки с аккуратным контуром с помощью резерва, или же создавать имитацию акварели, акриловая роспись, подходит как для плотных перекрытий, так и для легких мазков, создающих текстуру, также есть акриловые маркеры и контуры, которые можно сочетать с любым видом красок, вышивка (как стандартная, так и бисерная), искусственные повреждения тканного полотна для образования потертостей и дырок, лоскутное шитье. Сочетая все эти техники между собой, дизайнеры могут реализовывать самые смелые и яркие идеи для своих изделий.

Со временем кастомизация из простых рисунков на ткани преобразовалась в отдельную ветвь искусства современности. Этому термину сейчас больше подходит такое определение как модернизация, порой мастерам удается настолько сильно преобразовать изделие, что не всегда можно определить его первоначальный вид или же предназначение.

В настоящее время именно роспись является самой часто используемой вариацией кастомизации. Сам процесс включает в себя определенную последовательность, которая гарантирует длительную износостойкость изделия, соблюдая эти нюансы рисунок прослужит долгое время, не требуя коррекции. Один из основных аспектов – все краски, используемые на текстиле, требуют термической обработки на высоких температурах. Сами изделия с росписью после изготовления очень нежелательно подвергать прямому воздействию солнечных лучей (при сушке), но именно глажка или же отпаривание изделия просто необходимы. Так вещь с росписью прослужит ни один сезон, и будет украшать ваш гардероб.



Хочется отметить, что кастомизация стала настоящим феноменом в мире моды, который активно развивается и приобретает все большую популярность. Во времена, когда все полки магазинов полны разнообразных предметов одежды у потребителя складывается впечатление, что в этом бесчисленном многообразии теряется уникальность. Это одна из основных причин для возросшей актуальности секонд-хендов: существует огромное множество брендов, чьей основной концепцией становится оформление старых, винтажных изделий. Дизайнеры дарят вещам новую жизнь, что способствует как и развитию рынка моды, удовлетворяя нужды креативных покупателей, так и поддержанию экологии, что невероятно ценно.

Развитие этой относительно новой сферы модного мира прогрессивно и продолжает набирать обороты, но однозначно можно сказать, что это очень яркое, современное явление, которое еще ни один год будет занимать лидирующие строки модных каталогов и трендов.

Список использованных источников:

1. Уильям Лидвелл Универсальные принципы дизайна (Кимберли Элам, профессор кафедры графического дизайна Института искусств и дизайна Флориды, США), изд. КО-либри 2010-217 с.
2. Величко Ручная роспись. Энциклопедия Россия изд. АСТ-Пресс Книга 2014- 277с.
3. В.А. Бородулин Основы художественного ремесла /О.В. Танкус М. Просвещение, 1986-272 с.
4. Л.М Гороховская Теория росписи тканей Издательство: М.: Легкая индустрия;1969-182 с.

©Емельянова А.Н., 2021

УДК 7.05

ДЖОЗЕФ КАВАЛЬЕРИ: СЛИЯНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ОБРАЗОВ С ТРАДИЦИОННЫМ ПРОЦЕССОМ ИСПОЛНЕНИИ ВИТРАЖА

Ермакова Я.С., Шушлякова Е.А.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московская государственная художественно-промышленная академия им. С.Г. Строганова», Москва

Свет и стекло идут рука об руку. Большинство строительных материалов имеют вес и массу, будь то бетон, кирпич или отрезок конструкционной стали. Однако есть один строительный материал, который не имеет ни веса, ни массы. Это стекло. Введение стекла в конструкцию зданий, стало революционным решением, имеющее отражение на жизнь человека и по сей день.



В основном, стеклянные окна считались элементом роскоши из-за процесса изготовления и монтажа. В периоде с 11 по 18 век из цветных стекол изготавливались драматические витражи. В 17 веке цветные стекла изготавливались путем добавления красок в литое стекло и использовались в церквях и соборах, в основном в окнах в период готики и барокко.

В 19 веке американские мастера превратили древнее мастерство витража в современную форму искусства. Этот подход особенно заметен в работах Фрэнка Ллойда Райта, пионера движения «Школа прерий» – стиля архитектуры и дизайна интерьера, в котором особое внимание уделяется профессионализму и связи с природой. В то же время, когда Райт производил свои окна, в 1885 году Луис Комфорт Тиффани успешно переосмыслил древнюю форму искусства и основал Tiffany Glass and Decorating Company – нью-йоркскую студию, которая производила эффектные витражные лампы, используя совершенно новый подход к витражу.

Сегодня современные витражисты поддерживают вековую форму искусства. Как и их предшественники 20 века, эти художники продолжают придумывать новые креативные способы интерпретации древнего ремесла.

Один из самых необычных художников, работающих в технике витража, в настоящее время, является Джозеф Кавальери (Joseph Cavalieri) – художник отмеченный наградами и педагог из Нью-Йорка. Его работы можно увидеть в постоянной коллекции Музея искусств и дизайна, Музея Лесли-Лохман, Итальянско-американского музея и Музея Stax. Он выставлялся в Соединенных Штатах Америки и Европе. Кавальери выполнял частные и общественные художественные заказы. Кавальери работает с материалом, имеющим мощную духовную историю: расписным витражом. С 1997 года он проводит семинары по всему миру и был приглашен в более чем 12 резиденций для художников. В 2015 году он был основным докладчиком на конференции Стеклянного общества Ирландии и конференции Национального университета искусства и дизайна в Дублине по стеклу. Он занимается росписью витражей с 1997 года, а в 2009 году открыл свою стеклянную студию в центре Нью-Йорка.

Слияние современных образов с традиционными процессами росписи витражей привело к созданию узнаваемых и незабываемых работ Джозефа Кавальери. Используя форму искусства с мощной духовной историей, художник отдает дань уважения историческим басням, современному поп-арту, человеческим и архитектурным иконам в автономных панно, которые часто сочетают в себе подробное повествование и юмор (рис. 1). На сегодняшний день он создал множество работ по мотивам «Симпсонов» и Р. Крамба, некоторые очень нетрадиционные сюжеты для витражей.

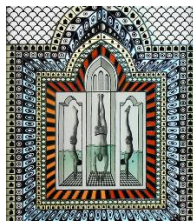


Рисунок 1 – Витраж, Джозеф Кавальери, 2015

Сюжеты Кавальери представляют переработку классических средневековых сцен. К примеру, можно взять работы, из серии витражей, посвященные Симпсонам, Сельма и Пэтти (сестры Мардж) предстают в роли ангелов в купальных костюмах, а на другой видим Барта возносящимся к небесам [3]. А на другом витраже из серии с Симпсонами, названный «Momento Della Morte» (Момент смерти), изображен достаточно популярный мотив с крестом в современном контексте (рис. 2).



Рисунок 2 – «Momento Della Morte» (Момент смерти), Витраж, Джозеф Кавальери

Сам автор называет себя «стеклянным миссионером», цель которого расширить представление о традиционных расписных витражах. Он часто говорит, что его миссия в жизни – вывести витражи из церкви в общество, начать своего рода «стеклянный ренессанс». [3]

Джозеф Кавальери говорит про свои работы следующее: «Очевидно, что в моих работах присутствует юмор, но еще важнее то, что каждое мое произведение несет в себе вызов. Я занимался графическим дизайном, работал арт-директором в журналах на Манхэттене, включая GQ, People и Good Housekeeping. Я рассматриваю свои произведения из стекла как визуальные макеты и планирую, как человек будет рассматривать работу. Я думаю о цвете, размере и расположении изображений и выстраиваю их так, чтобы последовательность завлекла зрителя вглубь работы, где он будет размышлять над смыслом истории».

Художник исследует форму, пространство и перспективу в своих произведениях, используя технику обожженного и многослойного окрашенного стекла, которая восходит к средневековым временам. Эго работа включает в себя такие технические задачи, как ручная роспись 25 зданий Эмпайр Стейт Билдингс, 13 клоунов Красти и 17 голов Мо. Еще он работает над произведениями исторической гравюры, таких как гравюра короля Франции Генриха III (1551-1589 гг.), который был сыном короля Генриха II и Екатерины Медичи. Портрет Кавальери интерпретирует

многочисленные стороны личности Генриха, а также форму, пространство и цветовые модели (рис. 3).



Рисунок 3 – Генрих III, Витраж, Джозеф Кавальери

По словам Кавальери, при производстве витражей он использует традиционную средневековую технику. Сначала стекло вручную разрезается на части, а затем раскрашивается. Фрагменты витражей термически обрабатываются при температуре 677°C , в результате чего частицы краски вплавляются в стекло. Только после этого уже раскрашенные фрагменты стекла помещают в металлическую раму [3].

По мнению автора публика легко воспринимает его «поп-арт стиль» и образы, поскольку в них представлены современные дизайны и актуальные личности (рис. 4).



Рисунок 4 – Хелен Хейс, Витраж, Джозеф Кавальери

Хотя на первый взгляд витражи вызывают в воображении образы старых церквей и домов с привидениями, а их идея звучит старомодно, сложно и экстравагантно, полупрозрачный цветной материал можно использоваться в очень актуальном стиле в обычных домах, создавая актуальные узоры, которые визуальнo поражают одновременно воображением и яркостью. На самом деле, витражи возвращаются, и дизайнеры используют их в креативных современных решениях.

Можно смело утверждать, что тысячелетнее ремесло ничуть не устарело. На протяжении всей древней истории витражи традиционно изготавливались в виде плоских панелей, украшались библейскими образами и использовались для оформления окон в церквях, мечетях и других культовых сооружениях. Сегодня произведения искусства из стекла можно увидеть не только в культовых сооружениях, но и в нынешних домах, коммерческих помещениях и художественных галереях.

Вдохновленные витражами эпохи готики и барокко, многие художники, работающие в наше время, используют средневековые техники в современном ключе. Другие работают над созданием поразительных трехмерных структур, которые преобразуют все окружение ослепительными, абстрактными лучами света и цвета. Самое главное, что точно можно сказать про витраж, как и много лет назад, он



остается актуальным способом выражения задумки автора, а также интересным объектом для наблюдения зрителем. Использование техники витража, художники нашего времени и применение новых, необычных решений, подтверждает ее актуальность, в современном искусстве.

Список использованных источников:

1. Biography: Joseph Cavalieri [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. –Режим доступа: <https://www.cmog.org/bio/joseph-cavalieri>
2. Artist of the Month May 2011 – Joseph Cavalieri [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – 2011 –Режим доступа: <https://contempglass.org/artists/entry/joseph-cavalieri>
3. В Нью-Йорке появились витражи с Симпсонами [Электронный ресурс] – Электрон. дан. – 2010. – Режим доступа: <https://www.lenta.ru/news/2010/01/19/simpsons/>
4. Kelly Richman-Abdou, Stained Glass: The Splendid History of an Ancient Art Form That Still Dazzles Today [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – 2019 –Режим доступа: <https://mymodernmet.com/stained-glass-history/>
5. Emma Taggart, 8 Contemporary Stained Glass Artists Who Are Redefining the Ancient Craft [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – 2018 –Режим доступа: <https://mymodernmet.com/contemporary-stained-glass-art/>
6. Hadley Mendelsohn, PSA: Stained Glass Windows Are Cool Again [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – 2021 –Режим доступа: <https://www.housebeautiful.com/home-remodeling/interior-designers/g35553197/stained-glass-ideas/>
7. Light and glass in modern architecture [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. –Режим доступа: https://www.wrightstyle.co.uk/light-and-glass-in-modern-architecture/?fbclid=IwAR3Re2Uwgc4IozErQ7kt-MJzAfhubYi9lGe8_zL1pjqhNcXyd4qqZTEf4RA

©Ермакова Я.С., Шушлякова Е.А., 2021

УДК 687.01, 7.05

ИССЛЕДОВАНИЕ НАРОДНОГО КОСТЮМА ЦЕНТРАЛЬНЫХ И ЮЖНЫХ РЕГИОНОВ РОССИИ

Ерохина Е.А., Волкова А.Д., Неоронова А.П.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования «Российский государственный университет
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Для деятельности реставратора текстильных изделий очень важно предметно понимать состав исторического костюма, в частности русского народного костюма. А именно, что представляет из себя русский народный костюм и каковы его главные составляющие. Данное представление

возможно сформировать благодаря предметному анализу костюма центральных и южных регионов как формообразующих.

В рамках исследования был проведен анализ курского, московского, смоленского, тульского, архангельского костюмов, которые, зачастую, состоят из нескольких комплексов (рис. 1).



Рисунок 1 – Пример курского, московского и архангельского костюмов

Отличительной чертой курских костюмах можно назвать следующие аспекты: костюм с поневой, который состоит из рубахи, поневы, передника, головного убора, шали, верхней одежды и обуви. Геометрическая форма – прямоугольник, характерные элементы декора – вышивки, аппликации (нашивки цветных полоса) узорного ткачества. В костюме присутствует разнообразие красных цветов, а также белый цвет с вкраплением желтого, черного и зеленого [1].

А также костюм с сарафаном, состоящий из рубахи, сарафана, передника, головной повязки, нашейных украшений, пояса-кушака, обуви. Геометрическая форма – чаще всего трапеция. Костюм отличается красочностью, большим количеством цветов и орнаментов. Основой является темный цвет сарафана [2].

В московском костюме можно выделить: костюм с красным сарафаном, в который входят рубаха, сарафан, головной убор, обувь. Геометрическая форма – большая трапеция. Костюм красный с вкраплением в отделку золотисто-желтых цветов.

Костюм с синим сарафаном состоит из рубахи, сарафана, передника, головного убора, обуви. Геометрическая форма – большая трапеция, в профиль – треугольник. Элементы костюма контрастны между собой, а декор создает завершенность образа [2].

В смоленских комплексах отмечают: костюм с поневой. В него входит рубаха, понева, передник, верхняя одежда, повязка на голову, обувь – лапотки пиковые с онучами. Геометрическая форма – большой прямоугольник, близкий к квадрату. В костюме сочетаются красные, желтые, белые и темно-синие (близкие к черному) цвета.

И костюм с сарафаном, состоящий из рубахи, сарафана, пояса, головного убора, лаптей, верхней одежды, платка. Геометрическая форма костюма – большая трапеция. Элементы в костюме контрастны друг с другом (рис. 2) [2, 3].



Рисунок 2 – Смоленский костюм – фото оригинала и реконструкции

Тулские костюмы: в первую очередь это костюм с поневой, который состоит из поневы, передника, головного убора, верхней одежды, обуви. Геометрическая форма – чаще всего трапеция. На фоне белой рубахи ярко выделяются красные цвета. А также костюм с сарафаном, состоящий из рубахи, сарафана, головного убора, обуви. Геометрическая форма костюма – трапеция. В костюме использованы красные цвета на фоне базовой ткани сарафана. [4].

Наиболее разнообразными являлись архангельские костюмы, среди которых можно выделить: костюм с душегреей, в него входит рубаха, сарафан, душегрейка, кокошник, платок, обувь. Костюм с пестрядинным сарафаном состоит из рубахи, сарафана, передника, верхней одежды, девичьей повязки, платка, обуви. Костюмер с пестрядинным сарафаном (поморский комплексный). Геометрическая форма – большая трапеция, в профиль – треугольник. Вид костюма построен на сочетании красных и белых цветов с деталями золотисто-серебристого и синего цвета [3].

В заключении моржонок сказать, что в большинстве случаев русский костюм состоит из рубахи, поневы, передника, сарафана, верхней одежды, головного убора (платок и кокошник) и обуви [5].

Геометрическая формат «русской бразды» для костюма – трапеция, реже прямоугольник (смоленский костюм с поневой) и треугольник (московский костюм с синим сарафаном). Основной цвет костюмов построен на сочетании красных и белых цветов, реже встречаются желтый и темные цвета [6]. Данное исследование становится очень хорошим подспорьем как для специалистов, занимающихся реставрацией, реконструкцией костюма, так и для дизайнеров одежды, работающих в русском стиле. Все вышеперечисленные данные раскрывают картину разнообразия костюма как в соответствии с регионом, так и внутри него. Что являет собой большой пласт работы для художника и возможность видеть особенности костюма.



Рисунок 3 – Реконструкция курского, смоленского, тульского и московского костюмов



Список использованных источников:

1. Работнова И.П. Русская народная одежда / И.П.Работнова // М.: Легкая индустрия, 1964.-73с.,ил.
2. Пармон Ф.М. Русский народный костюм как художественно-конструкторский источник творчества: Моногр. / Ф.М.Пармон// М: Легпромбытиздат, 1994.-272с.:ил.
3. Мерцалова М.Н. Поэзия народного костюма / М.Н.Мерцалова// М.: Мол. гвардия, 1988.-224 с., ил.
4. Мизонова, Н. Г. «Использование традиций национальной культуры в творчестве российских художников-модельеров XX-го века» - М.; МГУДТ, 2013.
5. Бланк А. Ф., Фомина З.М. Русская народная одежда и современное платье. – М., Легкая и пищевая промышленность, 1982. – 176.,ил.
6. Горина Г.С. - «Народные традиции в моделировании одежды» Народные традиции в моделировании одежды [Текст] / Г. С. Горина. - М. : Легкая индустрия, 1974. - 183 с.

©Ерохина Е.А., Волкова А.Д., Неоронова А.П., 2021

УДК 7.05

**БЕН ТРЕ – ПЕРВООТКРЫВАТЕЛЬ
В ИСПОЛЬЗОВАНИИ ЛИТОГО СТЕКЛА
КАК СКУЛЬПТУРНОГО СРЕДСТВА**

Зуева Е.К., Шушлякова Е.А.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московская государственная художественно-промышленная академия им. С.Г. Строганова», Москва

Говард Бен Тре – американский художник по стеклу, творчество которого привлекает внимание в использовании на первый взгляд совсем обычной техники – гутное, литое стекло в сочетании с камнем или металлом. Бен Тре первооткрыватель в использовании особой техники стекла как скульптурного средства. Его творческие работы показывают нам, насколько может быть многообразна и монументальна пластическая форма, от создания небольших скульптур до масштабных публичных произведений искусства. Как и другие виды пластических искусств, объемно-пространственные композиционные формы из стекла и камня имеют определенное влияние и на архитектурное пространство, и на зрителя.

Скульптуры художника находятся более чем в 101 музее и в публичных коллекциях по всему миру. Среди них Музей Метрополитен в Нью-Йорке, Музей изящных искусств в Бостоне, Филадельфийский Музей искусства, Музей искусств в Лос-Анжелесе (рис. 1), Музей изящного



искусства в Хьюстоне, Техас. Работы Бен Тре участвовали на 54 собственных выставках в Соединённых Штатах Америки и за рубежом. Участие в грандиозных проектах говорит о большом творческом потенциале художника и неиссякаемом энтузиазме.

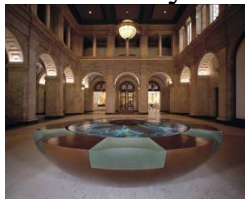


Рисунок 1 – Говард Бен Тре, монументальная работа в Музее искусств.

Бен Тре родился в Бруклине, штат Нью-Йорк, в 1949 году. Он получил степень бакалавра гуманитарных наук. Окончил Портлендский государственный университет в 1978 году и получил степень магистра в области дизайна в Школе дизайна Род-Айленда в 1980 году. Бен Тре является трехкратным стипендиатом Национального фонда поддержки искусств и трехкратным стипендиатом штата Род-Айленд. Монументальность форм и образа, нестандартный ход работы с сочетанием материалов, сама техника выполнения работ были отмечены в изобразительном искусстве Первой ежегодной премией «Пелла» за выдающиеся достижения в искусстве (1996), премией Художника за выдающиеся заслуги перед Национальным советом администраторов искусств (2005) и премией Эйлин Осборн Уэбб (2006). Бен Тре был отмечен наградами Общества сохранения городского дизайна Провиденс (1998 г.), Британского совета торговых центров по окружающей среде центра города (2002 г.) и Королевского института городского планирования за лучший проект городского дизайна (2002 г.).

Новые грани технического выполнения стекольных форм художник приобрел в результате обучения у Дейла Чихули в Род-Айлендской высшей школе дизайна. После окончания обучения он жил и работал в Провиденсе. Для реализации своих идей он не занимался больше плавлением, выдуванием стекла в форму из металла или дерева, как это традиционно делают на стекольных заводах. Художник стал использовать эту технику в более сложном, утонченном варианте, адаптируя его к своим художественным требованиям и сочетая стекло с другими материалами, такими как камень, железо и сусальное золото. Они определяли форму предмета, просвечивая через стекло, очень мистически. Выявлялось новое очертание стекла, свет проходил сквозь форму, задерживаясь в ней и рассеивая более нежным, приглушенным светом. Его первые работы представляли собой колонны (рис. 2), лингамы и урны, вдохновленные изучением античной и средневековой архитектуры.



Рисунок 2 – Колонны, выполненные из стекла.

Бен Тре приобрел студию, которая находилась в бывшем заводе по изготовлению стекла. Имея большой опыт в работе со стеклом, зная все нюансы работы с выдувным стеклом, со стеклом в технике моллирования, художник стал проводить экспериментальные работы по отливке стекла в заранее приготовленные песчаные формы, нагревая и затем охлаждая их в течение нескольких месяцев. После полного остывания форма подвергалась пескоструйной обработке, в зависимости от замысла художника форма разрезается, шлифуется и полируется до достижения определенного результата. Во многих работах Бена Тре использует сусальное золото; путем обертывания частей работ или установки свинцовых стержней в изделия, покрытые сусальным золотом.

Монументальные формы напоминают остатки храмов, церквей или гробниц и источают ауру торжественности. Впоследствии Ховард Бен Тре перешел от архитектуры к ландшафту, руководствуясь представлением о Земле как о высшем источнике всей жизни. Появляется новая философия образа. В своих группах фигур и сериях «Первичных сосудов» он вернулся к взаимосвязи между внутренними и внешними формами, к заключению форм, которые кажутся почти священными, что возможно только с прозрачным или полупрозрачным стеклом. За завернутыми формами, напоминающими человеческие фигуры, последовали более абстрактные несущие фигуры, с формами, укрытыми в пустотах как символы плодородия. Многие из этих скульптур были установлены в общественных зданиях, на площадях и в садах, часто в окружении фонтанов (рис. 3).

Говард Бен Тре – очень уважаемый художник, получивший множество престижных наград, мы не будем их перечислять, их очень много, стоит только отметить, что он получил стипендию от Музея стекла в Корнинге, а так же его работы хранятся в Музей Метрополитен в Нью-Йорке и так же в 95 музеях мира.



Рисунок 3 – Бен Тре. Ландшафтная композиция из стекла и металла.

Вдохновение художник получал, черпал в геометрии древних ритуальных объектов и исторической архитектуре. Касалось это либо

интерьерных работ, либо произведений в городской ландшафтной архитектуре. Его *Wrapped Forms* (1998-2000 гг.) вызывают реликвии и обычаи азиатского ритуала, в то время как «Легкость бытия» сочетает хрупкость и силу, мужское и женское начало. Поскольку свет проходит, рассеивается и преломляется через плотную стеклянную массу, скульптура Бен Тре обретает загадочную жизнь. Фигуры из стекла были обработаны сусальным золотом либо на поверхности, либо путем установки свинцовых стержней, покрытых сусальным золотом, внутри стеклянной матрицы, что добавляло волшебства. Бен Тре создает визуальное напряжение между формой скульптуры, которая является блочной и архитектурной, ее тактильной поверхностью и светящимся цветом. Позолоченное основание, а также вставленные в стеклянную массу прутья из резного и позолоченного свинца превращают объект в алтарный памятник с ритуальным подтекстом.

Искусство Бена Тре имеет определенные характеристики. Его формы из литого стекла концентрирует и излучает зеленоватый полупрозрачный свет. Тенденция к абстрактной симметрии придает изделиям ощущение декоративного блеска, выдают стремление к скромным масштабам пьедестала или скамейки (рис. 4.). В то же время гранильная полировка придает ощущение приглушенной роскоши. Истоки древних культур в его работах возвращают нас в древний мир искусства.



Рисунок 4 – Бен Тре. Скамейка из литого стекла.

Как прекрасна и изящна тонкая, литая стеклянная стойка, которая превращают колонну ее в научно-фантастические трансформации пучка частиц из месопотамской храмовой колонны в японский ритуальный лингам (рис. 5).



Рисунок 5 – Бен Тре. Стеклянная стойка с металлом

В своем творчестве художник показывает нам чистые, выразительные индивидуальные формы, которые многим вдохновлены древнем искусством. Искусствоведы говорят о том, что художник гомогенизировал исторические мотивы во взаимозаменяемые модули, которые выражаются больше в социальных, чем в личных терминах. В искусстве Бен Тре мы видим, что культура XXI века предполагает одновременное существование всей истории. А выразительная и сложная



техника исполнения работ в стекле свидетельствует о том, что в творчестве художника интенсивно чувствуется пульс эпохи.

Список использованных источников:

1. Кало, Кэрол Голд. «Публичное искусство / частное искусство: дихотомия или пересечение?». Public Art Review 15.1 (2003)
2. Френч, Меганн и Элеонора Хартни. Частные видения, утопические идеалы: искусство Говарда Бен Тре. Буффало: Университет Буффало (2005). ISBN0-9748932-4-2
3. Ссылки Википедия site:wikichi.ru

©Зуева Е.К., Шушлякова Е.А., 2021

УДК 738.23

ОСОБЕННОСТИ ВОЗРОЖДЕНИЯ НАРОДНЫХ ТРАДИЦИЙ В СОВРЕМЕННОЙ РУССКОЙ МАЙОЛИКЕ

Иванова Д.К., Куликова М.К.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования «Российский государственный университет
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Данная статья рассматривает особенности истории и развития русской майолики, а также ее традиционные черты. Дана общая характеристика такому виду декоративного искусства, как майолика, описаны технологии создания и оформления художественной керамики.

Художественная майолика является особой разновидностью керамики, которая отличается от других видов керамического искусства составом используемой глины, особыми приемами художественного оформления и собственными технологиями создания художественного образа. История майолики началась несколько тысяч лет назад в Древнем Египте, Ассирии и Вавилоне. Название за ней закрепилось в Италии и пошло от наименования изделий, вывозившихся с острова Майорка.

Керамическая плитка с сильнопористым дном, прошедшим двойной обжиг и состоящим из ингредиентов естественного происхождения (кварцевый песок, глина и окись железа) и покрытым разноцветной глазурью, являет собой классическую майолику. Ингредиенты смешиваются между собой и заливаются в специальные формы, которые проходят тепловую обработку с постоянным нагревом и обеспечивают изделию достаточную твердость и прочность. Печи для изготовления керамики имеют характерную конструкцию, поэтому для такой процедуры обжига становится очень важным достаточная циркуляция горячего воздуха. На поверхность изделия наносится слой непрозрачной цветной глазури, содержащей большое количество олова. В завершение изделие может быть повторно покрыто яркой прозрачной глазурью.



Майолика, как художественное направление, распространилась по разным странам. Технология создания изделий впитала в себя местный колорит и художественные традиции. К наиболее известным видам майолики относят: итальянскую, русскую, арабскую и турецкую, португальскую, северную майолики. При Петре I в Россию впервые были завезены майоликовые изделия из Италии и Голландии.

Начало же развития русской майолике было положено князем Меньшиковым в начале XVIII в. Первая керамическая мастерская, возведенная по образцу голландских мануфактур в городе Стрельне, приступила к изготовлению роскошных изразцов. Московский завод Гребенщикова также внес свой неповторимый вклад в развитие русской керамики. Именно здесь с 1724 года был начат выпуск крупной массивной плитки с монохромной росписью, майоликовой посуды и мелкой пластики.

Позже производство керамических изделий с русской майоликовой росписью было развито в Ярославле и подмосковном поселке Гжель. Изначально русские художники опирались на опыт западноевропейских и китайских мастеров, но со временем в росписи проявился русский национальный колорит. Эти художественные черты стали главным свидетельством зарождения уникального стиля под названием «русская майолика». Национальными традициями в русской расписной керамике являются её характерные сюжеты и колоритная роспись. Чаще всего классический рисунок русской майолики являет собой уникальные мифологические сюжеты и фольклорные мотивы, а также роскошные орнаменты, изображения растений и предметов быта. Русская майолика не ограничивается определенной палитрой цветов. Образцы народного искусства создавались с помощью окислов металлов, благодаря чему мастера смогли использовать в своих работах лимонную, сиреневую, малиновую, зелено-охристую, терракотовую, аметистовую и другие краски. Однако гжельская керамика представляет собой характерное сочетание синего цвета на белоснежном фоне.

Большое влияние на русскую культуру, оказала майолика 18-19 веков, рисунки для которой изготавливались известнейшими живописцами эпохи – Васнецовым, Врубелем, Головиным и другими. Выдающийся промышленник и меценат Савва Иванович Мамонтов собрал в усадьбе «Абрамцево» всех этих талантливых художников для восстановления русской майолики. Изначально майолика в Абрамцево создавалась художниками для актуализации моды на старинные усадебные печи XVI-XVII веков с богатейшими изразцами. Абрамцевская майолика получила широкое распространение на родине и за рубежом. За границей современники сравнивали работы «с музыкой в пластике и цвете». В 1900 году на Всемирной выставке в Париже производитель майоликовых изделий С.И. Мамантов был награжден золотой медалью. На этой же выставке также были награждены за свои работы Михаил Врубель и



Александр Головин. Абрамцевские изразцы определяют облик многих современных зданий. Сегодня мы можем рассмотреть неповторимые изделия гончарной мастерской «Абрамцево» в крупнейших национальных собраниях России: в Русском музее, в Третьяковской галерее, музее керамики Кусково и других.

Благодаря бережному отношению народные традиции создания русской майолики не утрачены по сей день. Город Ярославль считается центром производства майолики в России. С 1992 года искусство майолики возрождается в небольших мастерских, открытых художниками-керамистами. Ярославские мастера черпают вдохновение из старинных народных игрушек и продолжают создавать теплые орнаменты ручной росписи. Народный промысел продолжает развиваться и совершенствоваться. Изделия, изготовленные по древней технологии, теперь отличаются большей прочностью, экологичностью и разнообразным дизайном. Традиции народной игрушки, поливных изразцов, и даже ярославской иконы сохранились и прослеживается в росписи. Современная майолика по-прежнему расписывается только вручную, по сырой глазури – подобно фреске, и подвергается двойному обжигу. Вся изготавливаемая продукция является уникальной ручной работой с оригинальной росписью, поэтому не имеет аналогов.

Майолика – это настоящее произведение искусства. Современная майолика отличается свободой сюжета и лаконичностью рисунка, привлекает своей красочностью. Художники стараются следовать традициям и опираться на технологический опыт прошлых поколений, но в тоже время проявляют индивидуальный стиль, создают новые высокохудожественные узоры и формы. Изделия, выполненные в этой технике, имеют широкую сферу применения и пользуются оправданной популярностью. Сегодня эту технологию широко применяют для оформления перегородок и стен, посуды, плитки, скульптуры и сувенирной продукции.

Список использованных источников:

1. Марина Ушакова. «Русская майолика: национальный характер в красках» [Электронный ресурс] // Liveinternet, 2020. - Режим доступа: www.liveinternet.ru/users/4262933/post464922711/ (дата обращения: 29.10.21)

2. Абрамцевская гончарная мастерская [Электронный ресурс] // Histrf, 2021. - Режим доступа: https://w.histrf.ru/articles/article/show/abramtsievskaja_goncharnaia_mastierskaia (дата обращения: 29.10.21)

3. Возрождение русской майолики [Электронный ресурс] // Ariananadia, 2020. - Режим доступа: <https://ariananadia.livejournal.com/1916237.html> (дата обращения: 29.10.21)



4. Как меценат Савва Мамонтов возродил русскую керамику: уникальная майолика Абрамцево [Электронный ресурс] // Klikabol, 2019. - Режим доступа: <https://klikabol.mirtesen.ru/blog/43063349109/Kak-metsenat-Savva-Mamontov-vozrodil-russkuyu-keramiku:-Unikalna> (дата обращения: 29.10.21)

5. Русская майолика [Электронный ресурс] // Dahar, 2021. - Режим доступа: <https://dahar.ru/russkaya-mayolika-natsionalniy-kharakter-v-kraskakh/> (дата обращения: 29.10.21)

©Иванова Д.К., Куликова М.К., 2021

УДК 745/749:316.77

ОСНОВНЫЕ СТРАТЕГИИ БРЕНДА БОТТЕГА ВЕНЕТА В ДОСТИЖЕНИИ УЗНАВАЕМОСТИ И УСПЕХА

Касимович А.А.

Научный руководитель Куликова М.К.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования «Российский государственный университет
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Одним из самых важных элементов узнаваемости и успеха бренда на рынке – это его продвижение, создание заинтересованного и положительного отношения потребителей к данному бренду. Для этого необходимо кампании занять хорошую позицию в условиях жесткой конкуренции. В данной статье рассмотрим, на примере итальянского бренда Боттега Венета, какими методами и приемами пользовалось руководство компании для достижения наибольшей популярности, узнаваемости и продаваемости бренда.

Задачей в продвижении бренда является повышение узнаваемости путем наибольшего охвата целевой аудитории, привлечение и удержание покупателей и приверженцев бренда, укрепление в сознании потребителя благоприятного образа. Демонстрация оригинальности и уникальности бренда дает возможность платить покупателю большие деньги за него.

Долговременные конкурентные преимущества – вот ключевая цель успешного и эффективного бренда. Главным инструментом в продвижении бренда на сегодняшний день является интернет, а в частности социальные сети.

Bottega Veneta (Боттега Венета) – итальянский бренд по производству и дизайну одежды, обуви, мебели, предметов роскоши, он знаменит своими аксессуарами из кожи. Качество, исключительное мастерство и простота – основные принципы, которые послужили началом философии Боттега Венета.



Это компания, название которой сегодня вызывает стойкие ассоциации с люксовыми вещами и аксессуарами.

Италия славится не только безумно красивыми, но и качественными изделиями из кожи. Один из самых интересных и ярких образцов итальянского качества – бренд Bottega Veneta. (в переводе с итальянского – «Мастерская в Венето»).

В Венеции в 1966 году итальянцы Мишель Таддей и Ренцо Зенгиаро основали мастерскую по производству кожаных изделий. С этого момента берет начало история создания бренда Боттега Венета.

Изначально выполнялись заказы для Джоржио Армани, далее было сотрудничество с модными европейскими домами, для них выпускались на заказ аксессуары, изделия из кожи, а позднее, в 70-х годах, мастерская оформилась как самостоятельный бренд.

Вообще, у каждого бренда есть свой фирменный логотип, но у бренда Боттега Венета логотипа нет.

Отсутствие логотипа – это концепция торгового дома, она гласила: «Качество – наша визитная карточка. Что касемо логотипа, то будет достаточно лишь Ваших инициалов...».

В ситуации с Боттега Венета отличительный знак был не в подписи, а в кожаных полосах, именно из них сплетаются сумки.

В марке Боттега Венета существуют 3 концепции:

1. В производстве используется только редкий, дорогой и качественный материал.
2. Присутствует эксклюзивная и достаточно сложная отделка.
3. Роскошный, но в тоже время простой дизайн.

Свой высокий статус и известность марка получила за счет уникального метода плетения из натуральной кожи, который получил название «intrecciato» (интрэчато) (рис. 1). Тонкие полосы двусторонней кожи, называемые «феттуччи», переплетаются вручную, тем самым образуя ромбовый узор, за счет этого сумка выглядит одинаково прекрасно снаружи и внутри, а прочность изделиям придается без потери гибкости.

Для данного плетения нужна кожа высочайшего качества. Шкурки закупаются в Испании, во Франции или же в самой Италии. Сначала шкуры тщательно проверяют, только после этого доставляются на фабрику.



Рисунок 1.

Данное плетение уникально и по сей день, оно считается фирменным отличием бренда. Было принято решение строить успех кампании вокруг этого плетения. А уже скоро вся продукция Боттега Венета была узнаваема и не нуждалась в представлении.



Кожа Боттега Венета проходит тщательный и очень строгий отбор по качеству. Тонкие кожаные ленты переплетаются, что образует ромбовый узор и это является отличительной чертой плетения «интречато». Данная техника придает изделиям прочность, а также не теряется их гибкость.

Приобретается кожа высочайшего качества именно для такого плетения, шкуры закупаются в Испании, во Франции или даже в самой Италии.

Перед поставкой кожи на фабрику, шкуры тщательно проверяются. Уже после доставки на фабрику Боттега Венета, шкурки вновь проверяют по спецификациям. Если вдруг материал не проходит по параметрам, то его отправляют обратно поставщику. Кожа обязательно проверяется на прочность, растяжение и деформацию. Данные исследования осуществляются на специальных станках. Кроме контроля прочности материала, также контролируется цвет. Кожа должна сохранить исходный цвет даже после 10 тысяч потертостей. Также очень важна толщина шкурок, она должна быть от 0,8 до 0,9 мм для наиболее регулярного плетения. Стоит отметить, что палитра модного дома Боттега содержит более 700 тысяч оттенков разных цветов шкурок. В Италии, в регионе Венето находится мастерская для изготовления прототипов новой коллекции, а также специальных заказов. Компания Боттега Венета отказалась от использования логотипа, так как ручная работа высокого качества в сочетании со знаменитым плетением – это и есть их визитная карточка. Этот дизайн появился случайным образом. В конце 60-х годов фирма приобрела швейные машины, предназначенные для пошива одежды из ткани. Высота игл не позволяла применять более толстые материалы, характерные сумкам. Решено было взять мягкую, гладкую и гибкую кожу для изготовления перчаток. В 70-е годы полоски из данного материала сплетаются в сумки, кошельки, одежду и обувь, и вещи домашнего пользования.

Уникальная технология плетения интречато стала очень популярна благодаря первой модели сумки «Cavat» (Кабат) (рис. 2), которую выпустил Модный дом под своим именем.



Рисунок 2.

Сумка отделялась корпоративным плетением и изготавливалась (выпускалась) прямоугольной формы. Ей дали название «Кабат».

Мастера, которые работают на заводах Боттега, говорили о том, что нужно потратить 2 дня на изготовление одной сумки Кабат. Так как кожаные полоски переплетаются вручную, на это тратится много времени.



Такая сумка – это воплощение роскоши, произведение кожевенного искусства, практически икона стиля. Данная сумка стала лидером рейтинга самых дорогих сумок мира. От сумки были в восторге ценители сдержанного стиля еще и потому, что на ней отсутствовал логотип.

В первые годы не многие могли себе позволить то, что производилось под брендом Боттега Венета, поскольку принципиальной позицией основателей бренда было то, что продукция производится только из высококлассных материалов. Именно из-за этого популярность торгового дома в самом начале его развития была не слишком высока. «Золотым периодом» в истории бренда были 70-80-ые годы. Сам популярный Энди Уорхол снял для дома Боттега Венета короткометражный фильм.

Вещи бренда носили первые лица: Жаклин Кеннеди и императрица Ирана Фарах Пехлеви. Боттега Венета является иконой изысканного и богатого образа жизни, а также аристократического стиля. В каждом элементе прослеживается элегантный дизайн. Каждое изделие, изготавливаемое руками мастеров, с легкостью узнаваемо по переплетению кожаных лоскутков и исключительному исполнению.

В знаковом для торгового дома 2001 году изготавливают клатч Knot (Кнот), который удостоивается особого внимания и тогда, и в будущем. Он завоевал неслыханную популярность, стал легендой и одним из самых востребованных и желаемых всеми женщинами мира аксессуаром. Знаменитое и уникальное плетение присутствует и в этом шикарном изделии.

И по сей день принцип изготовления каждой сумки руками мастеров в течение не менее двух дней остался неизменным. Практика производства внутренней подкладки сумки также не изменилась, она выполнена из натуральной замши. Спрос на сумки и аксессуары модного дома велика, в связи с этим на такие популярные и ходовые цвета, как черный, серый и коричневый скидок не бывает. Интересен тот факт, что до 2018 года о бренде Боттега Венета массово никто не говорил, бренд был и оставался популярным лишь у его ценителей и поклонников. Креативный директор Томас Майер честно следовал архивам бренда, он не рискнул поменять его концепцию, хоть он и произвел ребрендинг. Но его преемник Дэниел Ли рискнул и все-таки поменял концепцию бренда, также он сменил почти всю команду дизайнеров. Остались лишь старые мастера, работавшие с кожаными изделиями. Он оставил безупречную, лаконичную и изысканную основу бренда, присовокупил так называемого креатива, и тем самым поднял бренд на новый уровень.

Дэниел Ли решил преобразовать базовую коллекцию во что-то новое и оригинальное, но добавив ключевые элементы модного дома.

После респектабельной шикарной эстетики Майера, который был сосредоточен на крое, коллекция Ли стала настоящим «модным взрывом».



Также очень талантливо он пересмотрел знаменитое плетение инртечато, основополагающего элемента бренда. Аксессуары из кожи с этим плетением принесли известность бренду и долгие годы остаются основным продуктом торгового дома. Ли просто увеличил размер плетения – получилось гигантское плетение. Новая интерпретация знаменитой сумки Кабат сделала из полос кожи шириной 4 сантиметра.

Ни для кого не секрет, что на сегодняшний день самое качественное продвижение бренда, а следовательно, повышение спроса, осуществляется за счет интернет продвижения.

Основные преимущества продвижения бренда в интернет – это качественные охваты целевой аудитории, доступность цены рекламы, оперативность, формирование потребности в товаре, осведомленность покупателя о бренде, своевременная обратная связь. Продвижение в социальных сетях – это мощный инструмент по работе с имиджем компании, а также социальные сети дают уникальную возможность контактировать с потребителем. В социальных сетях потребителю отводят активную роль, он становится не только участником коммуникации, но и инициатором и катализатором. Таким образом лучше усваивается информация, а ассоциации с брендом фиксируются намного устойчивее, а сам бренд становится намного реальнее и ближе.

Недавно все поклонники бренда и Дениэла Ли, в частности, обеспокоились тем, что из социальных сетей пропали все аккаунты модного дома Боттега Венета. Как оказалось, это было осознанное решение компании, а не хакерская атака или сбой. В наше время отказ от социальных сетей – это практически героический поступок. Однако, Боттега Венета заявили о том, что теперь будут сосредоточены на дизайне, а продвижение бренда будет осуществляться через сотрудничество с людьми, которые будут представлять бренд в позитивном ключе, амбассадорами бренда.

У бренда была многие годы особенная стратегия позиционирования, но теперь она изменилась. Креативный директор бренда в итоге рассказал, как он будет общаться в интернете с аудиторией без привлечения социальных сетей. Он выпустил онлайн-журнал, в котором присутствуют все фотоколлекции, а также видео и музыка. Печатный текст в журнале отсутствует. Также, после первых показов новой коллекции бренда, модные аксессуары Боттега Венета появились у самых популярных блогеров, а немного позже поползли слухи о том, что бренд подарил им сумки, потратив на подобного вида рекламу и продвижение в социальных сетях огромные деньги.

Одна авторитетная стилистка даже выложила в социальных сетях пост, положив свои туфли Боттега Венета в сумку этого бренда. Хештег был весьма ироничен: «Моя сумка ест мои туфли» (рис. 3). Этот флешмоб был подхвачен многими влиятельными людьми в сфере моды. Они брали

разные модели и марки туфель, но «голодная» сумка оставалась неизменной. Это была популярная модель модного дома Боттега Венета.



Рисунок 3.

Чтобы быть популярными, выделяться, продвигать коллекцию, нужно создавать хайп, слухи, практически поставить все с ног на голову. Кто-то уходит в крайности, создавая коллекции не пригодные к повседневной носке. Но Боттега Венета не создает яркие и кричащие образы, создаются привычные, понятные силуэты, но они весьма необычны и действительно приятны. У Дениэла Ли получилось завладеть вниманием всего мира, став тем самым дизайнером, которого не хватало современной индустрии моды.

Боттега Венета – это легендарный бренд для тех, кому важна индивидуальность в каждом изделии, для поклонников стиля и моды в целом, кому важна самобытность и роскошный внешний вид. Модники всего мира готовы платить огромные деньги за продукцию модного дома потому, что бренд занимает одну из самых высоких позиций в мире моды.

Некоторые бренды легко узнаваемы по принту, по фирменному логотипу, но чтобы узнать культовую сумку бренда Боттега Венета, людям нужно всего лишь открыть ленту на Pinterest, а еще можно посмотреть шикарные образы трендсеттеров, в которые они посещают модные показы. Люксовый бренд Боттега Венета не нуждается в дополнительных аксессуарах или деталях для того, чтобы заявить об отменной роскоши изделий. Под руководством креативного директора Дэниела Ли, называемого новой восходящей звездой модной индустрии, бренд Боттега Венета является наиболее обсуждаемым и востребованным брендом современности.

Список использованных источников:

1. Огилви Д. О рекламе – М: Манн, Иванов и Фербер, 2017-304с.
2. Березкина О.П Product Placement. Технологии скрытой рекламы. Спб: Питер, 2009, 208с.
3. Андреева А.Н. Дизайнерские бренды в фэшн-бизнесе. Спб: Высшая школа менеджмента 2006-256с.
4. Канал о моде «World Fashion Channel». <https://wfc.tv/ru>
5. Онлайн журнал Vogue <https://www.vogue.ru/>

©Касимович А.А., 2021



УДК 745/749

КУКОЛЬНОЕ ЛИЦО ИЗ ПОЛИМЕРНОЙ ГЛИНЫ: ТЕХНОЛОГИЯ ИЗГОТОВЛЕНИЯ И РОСПИСЬ

Клычникова Е.Н., Куликова М.К.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования «Российский государственный университет
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Статья посвящена созданию кукольных лиц из полимерной глины – достаточного нового и актуального материала. В ней рассмотрены история его создания, технология лепки головы и формирование лица, порядок росписи и завершающий этап работы над кукольной головой.

Прародителем современной полимерной глины является бакелит. Это – синтетическая пластмасса, которую создал бельгийский химик Лео Хендрик Бокеланд в 1907 году [1]. После чего материал совершенствовался, создавались новые пластики на основе разных компонентов. В большинстве современных полимерных глин основа состоит из поливинилхлорида. В массу так же добавляют пластификаторы для придания эластичности. Дополнительными компонентами могут быть красящие пигменты, каолин, белый фарфор [11]. В современном мире существует большое количество разных видов полимерной глины.

Одним из брендов такой глины является FIMO. История этого бренда началась в 1939-м году, когда кукольница из Германии Кэтти Круз изобрела свой материал для изготовления голов для кукол. Дело известной кукольницы продолжила её дочь Софи, которая в 1954 году создала современную полимерную глину. Софи Ребиндер-Круз стала автором бренда FIMOIK [2]. Далее состав полимерной глины не претерпевал особых изменений, в отличие от самого бренда. В 1964 году компания Eberhard Faber выкупила права на бренд Софи Круз, спустя 2 года переименовала его в FIMO. В 1978 году эту фирму выкупил концерн Staedtler. Сейчас фирма выпускает большой ассортимент полимерной глины, в том числе и полимерную глину для кукол.

Помимо указанной марки, существуют ещё и другие виды, например, запекаемая полимерная глина «LivingDoll» от американской компании Polyform Products Company [5], полимерные глины японской фирмы Padico: «La Doll», «Formo», «Clea», «Hearty», «Paper Clay» [9].

Для создания кукольной головы и лица потребуются следующие материалы: полимерная глина, проволока, фольга; инструменты – стеки для глины, металлические и пластмассовые палочки, наждачная бумага. При работе с самозатвердевающей глиной также понадобится ёмкость с водой, для запекаемой понадобится специальный размягчитель для глины и духовка. При росписи лица можно использовать многие материалы,



например, акриловые или акварельные краски, акварельные карандаши, пастель, декоративная косметика. Чтобы закрепить роспись, потребуется акриловый лак. Для создания причёски нужны волосы для кукол, которые могут быть как синтетическими, так и натуральными, например, из шерсти козы. Дополнительными материалами могут быть ресницы для кукол. Для их закрепления понадобится синтетический клей [6]. Ниже приведено описание процессов создания и росписи кукольного лица.

Процесс создания кукольной головы и формирование лица состоит из следующих этапов.

Нарисовать набросок головы и лица куклы. Его можно сделать как анатомически точным, так и стилизованным. Рисунок головы лучше выполнить в нескольких ракурсах, чтобы было легче создавать объёмную форму. Сделать проволочный каркас и создать объём с помощью фольги, обернуть голову тонким слоем глины, выровнять. Опираясь на выполненный набросок, наметить уши, разметить лицо. Далее сформировать уши, нос, губы, глазницы, глаза, веки при помощи дополнительных кусочков полимерной глины. Проработать все части головы и лица. Выполнить промежуточные обжиги, если выбрана запекаемая глина или подсушить, если работа выполняется из самозатвердевающей пластики. Тщательно разровнять, проработать детали. Запечь в духовке или оставить до полного высыхания [3]. После чего при необходимости убрать все неровности с помощью наждачной бумаги, очистить заготовку от пыли при помощи кисточки. После этого можно приступать к росписи.

Процесс росписи кукольного лица имеет следующий вид.

Придать лицу основной тон, проработать полутона, просушить. Прорисовать брови, веки, расписать глаза, ресницы, губы, дать высохнуть. Тонкой кистью добавить деталей, наметить родинки или веснушки. Высушить. Глаза и губы можно покрыть лаком для придания блеска, дать лаку высохнуть. При росписи можно сочетать различные красящие материалы. Например, основной тон лица нанести при помощи пастели, глаза и губы расписать при помощи акварельных карандашей или акриловых красок [4]. Для придания кукольному лицу реалистичности можно приклеить искусственные ресницы. Процесс росписи представлен на рис. 1. Результат росписи – на рис. 2.



Рисунок 1 – Процесс росписи кукольного лица



Рисунок 2 – Кукольное лицо. Автор: Елена Клычникова

Завершающий этап: приклеить кукле волосы, сформировать причёску. Пример причёски представлен на рис. 3.



Рисунок 3 – Формирование причёски

На рис. 1, 2 и 3 представлена кукла моего авторства. Каркас головы выполнен из проволоки и фольги. Голова и лицо куклы выполнены из японской самозатвердевающей полимерной глины LaDoll, которая состоит из высоко очищенной пемзы, талька, очень небольшого количество бумажной целлюлозы и волокон [9]. Волосы – трессы из шести козы. Роспись выполнена акриловыми красками, глаза покрыты акриловым лаком.

Описанная технология позволяет создавать уникальных и высокохудожественных кукол. Она популярна у мастеров-кукольников в наше время. Например, кукол при помощи полимерной глины создают такие кукольники, как Михаил Зайков, Ирина Куземина, Марина Минина [7, 8].

В будущем описанное направление в творчестве, скорее всего, будет развиваться и дальше за счёт совершенствования технологий изготовления кукол, создания новых материалов для лепки и росписи.

Список использованных источников:

1. Wikipedia [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Бакелит>

2. Ярмарка мастеров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.livemaster.ru/topic/513651-polimernaya-glina-fimo-istoriya-royavleniya-novogo-materiala-dlya-tvorchestva>

3. Ярмарка мастеров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.livemaster.ru/topic/1339281-sozdaem-chudesnuyu-kukolku-iz-polimernoj-gliny>

4. Ярмарка мастеров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.livemaster.ru/topic/2431581-master-klass-teddi-doll-dlya-nachinayuschih>



5. Ярмарка мастеров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.livemaster.ru/topic/2898805-sravnenie-materialov-dlya-kukol-livingdoll-i-ladoll>

6. Делаем поделки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sdelaem-podelki.ru/kak-sdelat-kuklu-iz-polimernoj-gliny/>

7. Zagge [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://zagge.ru/neveroyatno-realistichtnye-kukly-ot-mixaila-zajkova-i-iriny-kuzeminoj/>

8. Instagram [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.instagram.com/mininadolls/>

9. Allfordoll [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://allfordoll.ru/articles/obzor-yaponskikh-plastikov-padico-b14.html>

10. Академия творчества [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://akademiyatvorchestva.ru/polimernaya_glina-living_doll.html

11. Epolyner.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://epolymer.ru/article/vse-o-polimernoy-gline-vidy-sostav-i-primeneniye#sostav-polimernoy-gliny>

©Клычникова Е.Н., Куликова М.К., 2021

УДК 659.125.7: 77

СОВРЕМЕННАЯ АБСТРАКТНАЯ ФОТОГРАФИЯ

Ковалев А.С.

Научный руководитель Дергилёва Е.Н.

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

Что такое абстрактная фотография? Чтобы разобраться в этом вопросе, предлагаю сначала понять, что такое абстракция в сущности. Абстракция – отвлечение от каких-либо свойств или характеристик объекта и замещение начального объекта на идеальный объект, который, по сути своей, является моделью [1]. То есть в основе абстрактного искусства лежит отказ от попыток копирования и подражания реальности, создание моделей объектов окружающей действительности. При этом в абстрактном искусстве на первый план выходят инструменты художественного творчества. Таковыми могут быть цвет, форма, линия и прочие. При этом стоит отметить, что с потерей подражания реальности теряется и сюжет. Основной идеей становятся пластика, композиционные сочетания и взаимодействия объектов [2].

По сути, мы отказываемся от смысла в привычном смысле и начинаем говорить на отвлеченном от реальности языке, на отвлеченные от реальности темы.



В контексте фотографии мы должны задаться вопросом – а может ли фотография как вид искусства в большей степени, чем остальные построенные на работе с объектами окружающей действительности виды искусства, быть абстрактной? Я думаю, что, безусловно, может. Да, это намного сложнее, чем в любом другом виде изобразительного искусства, но это возможно.

Основная идея абстрактной фотографии – представление фиксируемых объектов так, чтобы они переставали быть самими собой, они должны становиться практически нечитаемыми, терять свою различимость или свое значение.

Собирая все вышесказанное, абстрактная фотография – это вид фотографии, в основе которого лежит фокусировка на общих чертах объекта, а не на его деталях [3].

История абстрактной фотографии начинается в первых десятилетиях после появления ремесла фотографии.

В 1842 году Джон Уильям Дрейпер создал изображения с помощью спектроскопа. Он рассеивал световые лучи света в видимом узоре, который не был ранее записан. Дрейпер получил отпечатки, которые не имели никакого отношения к реальности окружающей нас действительности. Это выделило его работы среди прочих, которые концентрировались на отображении реального мира, а также они показали способность фотографии показывать ранее невидимое и делать его осязаемым. Но автор рассматривал свои работы как научные записи, очевидно, что он придавал большее значение методу, а не содержанию.

Ранняя абстрактная фотография с интересом смотрела на открытие рентгеновских лучей. Многие фотографы использовали их для создания своих работ. Они помогали показать ранее невидимое человеческому глазу. Это помогало создавать сюрреалистические изображения скрытого от глаз человека, помогало выявлять скрытое и показывать ранее невидимое, из-за чего можно сказать, что это дрогой взгляд на видимую реальность, что делает такие фотографии абстрактными.

Можно сказать, что появление абстрактной фотографии связано с попытками найти новые методы получения изображения, и иногда метод получения изображения становился важнее, чем объект изображения. Ранняя абстрактная фотография была связана с наукой и ее достижениями, что приводило к появлению иного взгляда на окружающую действительность [4].

В современной фотографии существует отдельное направление в области абстракции, в котором работают множество фотографов.

Томаса Руфф – всемирно известный немецкий фотограф. Он живет и работает в Дюссельдорфе. Еще во время учебы в университете Руфф разработал свой метод концептуальной серийной фотографии. С самого

начала он акцентировал свое внимание на интерьеры немецких домов с характерными чертами 50-70-х годов 20-го века (рис. 1) [5].



Рисунок 1 – Работа Томаса Руффа.

Вольфганг Тильманс – современный немецкий фотограф, получивший известность в 90-х годах 20-го века. Большая часть его творчества посвящена молодежной культуре 90-х. Однако, в 2000-х он все больше начинает экспериментировать с абстрактной фотографией. Эти эксперименты приводят к созданию выставки «Freedom from the Known». Большая часть фотографий (рис. 2) была сделана без помощи камеры, а при помощи манипуляций светом на фотобумаге [6].

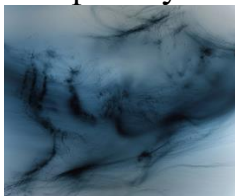


Рисунок 2 – Работа Вольфганга Тильманса

Урсула Абреш родилась в Аргентине, а детство и юность провела на родине и в Чили. Образование она получила в США. Сейчас Урсула живет и работает в Канаде. Для нее художественная фотография – метод самовыражения, она старается не передать действительность, как она есть, а создать абстрактные, сюрреалистичные образы. Подчеркивая красоту мира при помощи различных приемов, она создает особый мир (рис. 3), который включает фрагменты действительности, тем самым не разрывая с ним связь, а создавая ощущение его незримого присутствия где-то рядом с нами [7].



Рисунок 3 – Работа Урсулы Абреш

Джеймс Уэллинг – американский фотограф, художник постмодернист. Он экспериментировал с различными техниками и методами получения изображения, использовал Полароид, отпечатки на серебре, фотограммы и цифровые отпечатки. Ещё он использовал цветные фильтры при съемке в течение трёх лет Стеклоанного дома Филиппа Джонсона. В некоторых своих работах он пользовался фотомонтажом, как, например, в изображениях *Maison de Verre*. Также у него есть серия

фотографий прямоугольников чистого цвета, которые он снимал в темной комнате используя цветные фильтры (рис. 4) [8].



Рисунок 4 – Работа Джеймса Уэллинга

Кевин Сент Грей – американский фотограф из Лос-Анджелеса. Фотографируя небоскребы, он выбирает необычные ракурсы для съемки, что превращает дома в строгие, геометрические абстракции (рис. 5). Все его фотографии черно-белые, что делает изображение более холодным, строгим и безжизненным [9].



Рисунок 5 – Работа Кевина Сент Грея

Абстрактная фотография – малочисленное направление, в нем работает намного меньше фотографов, чем в остальных, но как показывает время, оно было всегда, с момента появления фотографии, а, значит, оно и будет всегда. Это направление построено на экспериментах и поисках, на необычных методах и техниках. Абстрактная фотография будет жить и развиваться, потому что люди не перестанут экспериментировать и искать что-то новое.

Актуально ли это направление? Я думаю, что абстракция в любом ее виде актуальна всегда. Абстракция – это модель чего-либо, это упрощение мира, другой взгляд на него. Нам всем важно иногда отвлекаться от действительности, смотреть на нее иначе. Альберт Камю однажды сказал, что абстракция - проявление разочарования действительностью. Я думаю, мы все когда-нибудь разочаруемся в действительности и, так или иначе, придем к абстракции, но каждый сделает это в одиночку.

Список использованных источников:

1. Электронная энциклопедия Википедия [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%B1%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BA%D1%86%D0%B8%D1%8F>.
2. Энциклопедия русского авангарда [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://rusavangard.ru/online/history/abstraktное-iskusstvo/>
3. Электронная энциклопедия Википедия [Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://en.wikipedia.org/wiki/Abstract_photography



4. photar.ru [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://photar.ru/evolyuciya-abstraktnoj-fotografii/>

5. Фотоконкурс «FotoPrizer.ru» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.fotoprizer.ru/foto-alboms/alboms/abstraktnie-fotografii-tomasa-ruffa/?q=488&albm=1105>

6. Электронная энциклопедия Википедия [Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B8%D0%BB%D1%8C%D0%BC%D0%B0%D0%BD%D1%81,_%D0%92%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D1%84%D0%B3%D0%B0%D0%BD%D0%B3#%D0%A2%D0%B2%D0%BE%D1%80%D1%87%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE

7. Cameralabs [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://cameralabs.org/2911-kreativnie-abstraktnie-fotografii-ursuli-abresh>

8. Электронная энциклопедия Википедия [Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A3%D1%8D%D0%BB%D0%BB%D0%B8%D0%BD%D0%B3,_%D0%94%D0%B6%D0%B5%D0%B9%D0%BC%D1%81

9. Today [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://etoday.ru/2010/12/neboskrebi-kevin-saint-grey.php>

©Ковалев А.С, 2021

УДК 745:688

ПЛАТОК КАК ПРОЯВЛЕНИЕ ИНДИВИДУАЛЬНОСТИ

Кондратьева Е.А., Морозова Е.В.

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

История платка насчитывает не одну сотню лет. Еще в начале первого тысячелетия платки носились женщинами и считались неизменным декоративным элементом гардероба.

В разных культурах и странах платок имеет свою символику, однако основной смысл ее сводился определению социального и семейного положения. В Риме платок считался важным функциональным аксессуаром, который защищал от холода и ветра [1]. Во времена первых христиан женщины покрывали голову в знак власти над ними мужа [1]. Во Франции, благодаря Людовику XIV, платок стал предметом роскоши и свидетельствовал о принадлежности дворянскому происхождению. На Руси образ замужней красавицы был немислим без головного убора-платка. Платок на её голове означал перемену социального статуса на замужний [2].



Предшественником платка на Руси считается белое льняное полотенце с вышивкой – убрус, которым женщины издревле покрывали голову. Убрус шили и из полотна, и из шелка, украшали в зависимости от достатка – камнями, золотой и серебряной нитью, речным жемчугом, вышивкой; носили такой платок поверх головного убора [2].

Огромную роль играет платок в ансамбле народного костюма как завершение головного убора или украшение, как повседневного, так и праздничного наряда. На примере традиций ношения головных уборов русского Севера (сорок, кокошников, подвойников) можно увидеть различные манеры ношения и завязывания платков Руси.

Понятие «русский платок» признано в мире благодаря кропотливому труду талантливых российских художников и мастеров по ткацкому и красильному делу. Они создали оригинальный художественный образ, истоками для которого были традиции народного искусства и творческое заимствование из культур других народов. Красочные композиции на платках вторят резным узорам на наличниках домов, вышивкам на домотканых полотенцах и рубрах, росписи икон и прялок и тесно вплетаются повседневный нелегкий быт простого народа.

В Российскую Империю шали и палантины впервые были привезены из Западной Европы и с Востока в эпоху наполеоновских войн, но очень быстро их производство налаживается и в России. Наибольшую известность получили в XIX веке шали и палантины мануфактуры Надежды Мерлиной. За год 16 мастериц могли сделать только 20 изделий. Колокольцовские шали были чудом мастерства. Ткали их из тончайшей пряжи, для которой годился лишь пух тибетских коз или сайгаков. Из 13 граммов такой пряжи вытягивали нить длиной в четыре с половиной километра. Шали получались невесомыми и нежными на ощупь. Каждую шаль, имевшую десятки оттенков и сочетаний, две мастерицы ткали от полутора до двух лет, и стоила она целого состояния – до 12 тысяч рублей. Такая шаль была основой приданного девицы: чем больше в сундуке таких платков – тем богаче невеста.

В крестьянской и купеческой среде во второй половине XIX века большой популярностью стали пользоваться «турецкие» квадратные шали, они были вполне доступны по цене, так как вырабатывались на жаккардовых станках. Разные мануфактуры делали разные рисунки, и именно по рисунку можно было определить место происхождения шали: на платках фабрики Шараповых из Владимирской губернии горели ярко-желтые, зеленые и синие цветы, а платки московской «Трехгорной мануфактуры» купцов Прохоровых славились орнаментом с темно-синими и красными розами, тюльпанами и гвоздиками.

В конце 1850-х годов начинают производить такие шали и в небольшом подмосковном городе Павловском Посаде на предприятии, принадлежащем купцам Якову Ивановичу Лабзину и Василию Ивановичу



Грязнову. Павлопосадские платки периода 1860-1870-х годов стилистически мало отличались от платков московских мануфактур, которые преимущественно украшались «турецким» узором. Этот узор предполагает использование определенных орнаментов в виде «боба» или «восточного огурца», геометризованных растительных форм. Но в 1870-х годах получает большое развитие оформление шалей и платков цветочными мотивами, где впервые этот декор стал применяться столь мощно и разнообразно [3].

А как обстоят дела с платками и шальями сейчас? Мировые дизайнеры по-прежнему считают, что «настоящая женщина всегда имеет наготове платок, а настоящая модница даже не один, который в одно мгновение делает неотразимым и нарядным даже самый заурядный костюм или платье». Действительно, платок и шаль являются универсальным аксессуаром, благодаря которым можно всегда выглядеть по-разному. Платок может быть и частью повседневной одежды, и нарядным аксессуаром. Мы можем использовать его не только как модный аксессуар, но и как элемент собственного неповторимого стиля.

Многие десятилетия образ истинной французской женщины немислим без элегантного шелкового платка, завязанного на шее. Именно Франция дала толчок моде на шелковые платки, которые можно повязывать как модный аксессуар и как шарфик, защищающий от ветра.

Шелковый шейный платок, который называют фуляром, родился во Франции. Там их стали выпускать в XVIII веке. Применение эти изысканные предметы гардероба находили лишь на шее их обладательниц. По сей день, многие француженки предпочитают оставлять за шелковым платком его историческое назначение, украшая им шею, в то время как в Америке этим небольшим ярком кусочком шелка стали декорировать абсолютно все – от головы до талии и рук.

Будучи сверхпопулярными во второй половине XX века, в наши дни шелковые платки переживают второе рождение. Они спускаются с головы на шею, затем на плечи или даже запястья, повязываются на ручке сумки и используются в качестве пояса на талии.

Крупнейшие Дома моды включают в свои показы шелковые платки, которые вписываются в общую тенденцию сезона бренда или представляют собой самостоятельную коллекцию. С 30-х годов прошлого века Hermès выпускает свои знаменитые шелковые каре – платки квадратной формы из тончайшего шелка. Платки в сочных тонах с геометрическим принтом выходят из мастерских Emilio Pucci. Цветочные мотивы – отличительная деталь аксессуаров Salvatore Ferragamo. Dolce&Gabbana, Yves Saint Laurent, Chanel и другие мастодонты fashion-индустрии радуют модников платками, выдержанными в главной тенденции коллекции.



Отдельного внимания заслуживают шелковые платки Hermes. Такого изобилия рисунков и красок, как на платках от Hermes, сложно найти на другой вещи. В общей сложности уже второе столетие дом моды Hermes создает красоту, роскошь и изыск.

Домом моды Hermes сейчас руководит модельер в пятом поколении Жан-Луи Дюма-Гермес, сменивший на этом посту своего отца Роберта Дюма. Преемственность поколений и «семейственность» – традиция Hermes.

Интересно, что французский бренд учитывает и этнические особенности того региона, куда поставляется партия платков, что в свою очередь способствует расширению ассортимента коллекции. Благодаря качеству и многообразию необычных рисунков, платки Hermès остаются для своих владельцев уникальными аксессуарами, не выходящими из моды.

Все платки Hermes выполнены только из 100% натурального шелка саржевого переплетения (твил), плотностью 18 мм.

Ни один платок Hermès не имеет центральной симметрии в своем рисунке (в этом и «изюминка» аксессуаров). Даже при кажущейся очевидной симметрии – все равно будут различия в рисунках, расположенных и по углам или в центре.

Российские тренды представлены сегодня, главным образом, павлопосадскими платками. Предприятие созданные более трехсот лет назад позиционирует себя, как марка, сохраняющая лучшие традиции производства шерстяных платков и шалей в России. Каждый рисунок знаменитого бренда создается профессиональными художниками вручную на основе старинных узоров. Старейшие мануфактурные предприятия нашей Родины занимаются изготовлением тренда, который отличается неповторимым колоритным дизайном, роскошью фактуры и цвета и стопроцентным качеством. Кроме традиционных аксессуаров из шерсти, предприятие в последнее десятилетие выпускает платки из натурального шелка, в которых художники стараются выпускать более современную продукцию.

Платки выступают в роли не только элемента декора, но и основы для кроя моделей верхней одежды, обуви, головных уборов, а также платьев, кардиганов, блузок, брюк и многого другого. Модельер превосходно драпирует такую сложную текстуру как шелк и поражает восхитительными решениями использования аксессуара из натуральной шерсти.

Хэдлайнер московских сезонных показов Константин Гайдай неоднократно демонстрировал свою симпатию к российским традициям в своих коллекциях нарядов для прекрасного пола. Эксцентричные манекенщицы стильно и смело преподносят полуторавековую тенденцию в духе традиций современности [5].



Молодой и прогрессивный дизайнер из Белоруссии Юлия Латушкина включает шерстяные павлопосадские платки в мужские образы. Они служат основой для вариаций верхней одежды и солируют в качестве самостоятельного аксессуара [5].

Гениальный дизайнер Жан-Поль Готье выпускает экстравагантный комбинезон по павлопосадским мотивам с длинными рукавами из меха.

Данные примеры красноречиво свидетельствуют, что павлопосадские платки являются благодотворной почвой для фантазии неординарных дизайнеров Высокой моды. Сегодня они даже более актуальны, чем несколько веков назад [6].

Российский бренд, специализирующийся на создании платков – Sirinbird. Эта марка, рассказывает об истории России при помощи орнамента, напоминая о нашем богатом и уникальном стилистическом наследии. Дизайнеры этой марки уверены, что наша культура – одна из самых обширных, многогранных и интереснейших в мире.

Визуальный язык Sirinbird – эмоциональный, современный, утонченный и наполненный смыслами. Каждый платок – это постмодернистское переосмысление национально-народного багажа, многослойная история, в которой затейливый рисунок – лишь первый слой. Как и положено историям, в них есть свои герои, драма, настроение и стиль – начиная от аутентичных орнаментов русского деревянного зодчества («Василиса Прекрасная») до нового взгляда на Хохлому и традиционные славянские орнаменты («Славянский»), от сказок про русалок («Русалка») до истории про волшебство, смерть и воскрешение, в которой нашлось место и мифической птице Сирину, и Гагарину («1-ый космонавт»). Абсолютно современные по духу, дизайну и смыслу, платки Sirinbird легко находят место в гардеробе современных женщин. Молодая марка постепенно приобретает своих почитателей [5].

Не только сам платок, но и стиль его ношения зависит от модных тенденций. Ведь любой шейный аксессуар, в зависимости от того, как его повяжешь, может смотреться слишком просто, а может – модно и суперактуально. В этом году на подиумах царит стиль семидесятых. Распространилась данная тенденция и на шейные платки, которые повязывают на шею на манер ошейника: широкой полосой. Платки можно завязывать как галстук, носить как браслет, украшать сумку [6]. Варианты, которые можно подобрать к такому аксессуару, как платок, безграничны. Действительно, нет более многопланового аксессуара, чем платок. При наличии двух-трех разных платков можно менять свой образ практически ежедневно, превращаясь то в элегантную даму, то в задорную школьницу, то в любительницу гранжа. Все зависит от фантазии. Таким образом можно сделать вывод, что платок, сегодня – это универсальный, многофункциональный аксессуар. Он элегантно подчеркивает индивидуальность своей владелицы и с легкостью меняет ее образ. Многие



дизайнеры активно включают платки, в свои коллекции, демонстрируя его на подиумах.

Список использованных источников:

1. Мировая история женского платка/<https://dompuha.ru/blog/mirovaia-istoriia-zhenskogo-platka> (режим доступа 19. 10. 2020)
2. История платка /<https://hystoryfashion.ru/golovnyie-uboryi/istoriya-platka.html/> (режим доступа 19. 10. 2020)
3. История платка на Руси/[https://www.rosaria.ru/ru/poleznye-statii/17347//](https://www.rosaria.ru/ru/poleznye-statii/17347/) (режим доступа 01.11 2021)
4. Екатерина Панкина/ Платки? Платки! / <https://www.matrony.ru/platki-platki/>(режим доступа 01.11 2021)
5. Павлопосадские платки - тренд а la Rus /<https://www.relook.ru/article/53603> (режим доступа 01.11 2021)
6. Модные платки и аксессуары/<http://www.37.ru/fashion/style-of-life/accessories/346276/> (режим доступа 01.01 2021)

©Кондратьева Е.А., Морозова Е.В., 2021

УДК 748

ЗНАКОМСТВО С ТЕХНИКОЙ ПОТЕРЯННОГО ВОСКА И ВАКУУМНОГО ВЫДУВАНИЯ В ФОРМУ В УСЛОВИЯХ СИМПОЗИУМА

Красова М.В., Афиногентова А.В.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московская государственная художественно-промышленная академия им. С.Г. Строганова», Москва

В статье рассказывается об истории возникновения техники выдувания стекла в форму, о работе в технике потерянного воска и вкладе Рене Лалика в усовершенствование этой технологии. Так же описываются опыт работы студенческой группы с техникой вакуумного выдувания в условиях симпозиума. Отмечается важность изучения студентами профильных художественных вузов этих процессов на практике.

Стекло часто имеет декоративное применение – стеклянные бусины, перстни, браслеты в археологических находках, утонченные, богато декорированные бокалы мастеров Мурано, гравировка богемского хрусталя. Красота и дороговизна стекла заставляла мастеров стеклоделия бережно относиться к красоте материала.

Разнообразие форм и декора стеклянных изделий во многом определяется изобретением различных приспособлений.

Развитие новой эры в стекле началось с применения стеклодувной трубки. Гутами называли печи и мастерские, где варили стекло. От этого стекло и затем само ремесло стали называть гутным. Стеклянные гутные

изделия стремились украшать и делали это в основном с помощью лепнины из стекла того же или другого цвета. Делались ручки, ножки изделий, нередко им придавали образы животных.

Выдувание в формы было альтернативным методом свободного выдувания стекла при формировании изделия. Шарик расплавленного стекла надувается в деревянную или металлическую резную форму. Таким образом, форма и текстура пузырька из стекла определяются пространством и рельефом внутри формы, а не навыками стеклодува [3].

Используют два типа форм: цельные и многосоставные раскрываемые формы. Первый позволяет извлекать готовый стеклянный объект одним движением, вытягивая его вверх из цельной формы, и в основном используется для производства посуды и утилитарных сосудов для хранения и транспортировки. В то время как последние изготавливаются в виде многослойных сегментов пресс-формы, которые соединяются вместе, что позволяет разрабатывать более сложные модели поверхности, текстуры и дизайна. Такие изделия названы тиходутыми [4].

Римский стакан с декором в виде листьев выставлен в музее Дж. Пола Гетти, был выдут в форме из трех частей (рис. 1).



Рисунок 1 – Римский стакан 1 век н.э., Стекло, диаметр 2,5 дюйма, Подарок Генри Г. Маркуанда, 1881 год.

Тем временем Тейлор и Хилл пытались воспроизвести сосуды, изготовленные методом выдувания, используя трехчастные формы, сделанные из разных материалов. Результат показал, что металлические формы, в частности бронзовые, более эффективны для создания рельефных рисунков на стекле, чем гипсовые или деревянные формы [1].

Развитие техники выдувания форм позволило быстро производить стеклянные изделия в больших количествах и с декором поверхности, что способствовало массовому производству и повсеместному распространению стеклянных изделий.

Французский художник Рене Лалик – особенная личность среди художников эпохи модерн. На выставке 1912 года, наряду с гарнитурами для письменного и туалетного столов, были представлены вазы, которые в будущем прославили Лалика, став тем вектором, в направлении которого развивалось его искусство [2].

С 1909 года вазы создавались по эксклюзивным эскизам художника в технике выдувания вручную или воздуходувкой в форму с рельефом, затем дорабатывались вручную, но никогда не полировались. Декоративные элементы ваз часто изготавливались отдельно в технике тающего воска с использованием керамической формы (рис. 2).



Рисунок 2 – Процесс создания изделия из восковой модели.

Первые пластические опыты со стеклом Лалик производит в 1895 году на небольшой мануфактуре Clairefontaine, недалеко от Парижа, которая в 1902 году стала его собственностью. Тут он претворяет в форму свои новаторские мысли в технике «потерянный (тающий) воск» (cireperdue). Этот метод круглой пластики либо рельефа восходит к глубочайшей древности: он был применен еще в египетском стеклоделии. Сущность этого способа в последующем: поначалу лепят восковую модель, которую потом окружают водянистой глиняной массой, высушивают и кладут в печь, где воск вытапливается. Полученную полую форму заполняют горячим стеклом. Когда процесс заканчивается и стекло внутри остывает, глиняную оболочку уничтожают. Данная древняя разработка добивалась высочайшего мастерства и сноровки исполнителей.

Лалик продолжил свои опыты со стеклом в технике «тающий воск», создавая небольшие пластические объекты и фигурные детали декоративных ваз. Вместо горячего жидкого стекла для заполнения полых форм из глины или металла он использовал стеклянные пасты, порошки или пудры. Художник почти не применял чистый прозрачный хрусталь, а работал с цветным стеклом пастельных тонов, полупрозрачным, напоминающим слегка окрашенный воск. Пластичный податливый материал позволял Лалику осуществлять его невероятные художественные фантазии, проявлять в этих неповторимых стеклянных произведениях свой талант и скульптора, и ювелира, и стеклодела.

Стекло ваз всегда было полупрозрачным, в отличие от хрусталя – эластичным и податливым, что создавало иллюзию ручной лепки. Пластика рельефов была неотделима от стеклянной формы, она «вибрировала», то погружаясь в массу стекла, то проявляясь на ее поверхности. Каждая ваза, созданная Лаликом до 1914 года, сегодня – большая редкость. Почти все его ранние стеклянные объекты, появившиеся как выставочные и заказные штучные экземпляры, находятся в музейных и частных собраниях (рис. 3) [2].

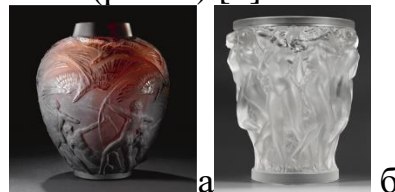


Рисунок 3 – а) Рене Лалик Ваза «Лучники» 1921 год; б) Ваза «Вакханки» начало 1920-х годов. Техника тающий воск

Вакуумное выдувание стекла – это процесс создания стеклянных объемных предметов в условиях полной откачки воздуха. Этот процесс сейчас в основном пользуется для производства научной стеклянной посуды химических, медицинских, фармацевтических и инженерных лабораторий.

Выдувание происходит в форму, к которой подведены трубочки, откачивающие воздух. Мастер раздувает каплю стекла внутри формы, а газы, которые находятся между стенками и стеклом, не дают полностью раздуть пузырь и заполнить рельеф. Для этого с внешней стороны воздух откачивается вместе с продуктами горения, стекло полностью заполняет форму в мельчайших деталях. Именно такой способ применял Рене Лалик.

Все используемые восковые формы являются одноразовыми – в этом и есть основной секрет техники. Каждое изделие уникально. Невозможно создать два абсолютно похожих предмета.

В связи с появлением огромного спроса на нестандартные виды изделий из стекла производители разработали новые методы изготовления стеклоизделий. Большие концерны активно и успешно сотрудничают со многими ведущими фигурами в мире современного искусства, предлагая к их услугам совершенно новые формы воплощения дизайнерских идей.

Знаменитые дизайнеры сотрудничают с фирмой Lalique начиная с 2011 года, например, коллекция для Lalique, созданная знаменитым современным архитектором Захой Хадид. Ее вазы представляют собой нечто совершенно уникальное: с одной стороны – это своего рода архитектурные сооружения в миниатюре, логичные, строгие и лаконичные; с другой – хрупкие и изящные произведения искусства (рис. 4) [2].

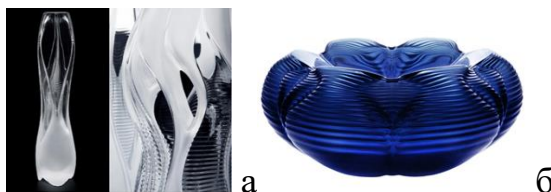


Рисунок 4 – а) Вазы Visio, Заха Хадид для Lalique, 2018 г.; б) Чаша Fontana, Заха Хадид для Lalique, 2018 г.

Студенты кафедры художественного стекла в мастерских академии осваивают традиционные техники обработки стекла. В том числе и технику потеряннного воска. Для знакомства с выдуванием наша студенческая группа посетила заводы города Никольск Пензенской области, где проходил симпозиум «Хрустальное сердце России». Часть группы самостоятельно выдувала небольшие гутные шарики. Так же была возможность работы с вакуумным выдуванием в форму.

В технике утекающего воска студенты изготовили стаканы по своим эскизам (рис. 5). Опыт работы в этой технике показал важность изучения лепки скульптурных объемов, получения профессиональных знаний в области моделирования и общих художественных навыков рисования.



Перспективы развития и усовершенствования этой техники очень велики.



Рисунок 5 – Процесс создания стакана в технике «Утекающего воска»

Спрос на уникальные, нестандартные, дорогие изделия декоративного искусства всегда остается. Техника потеряннного воска отвечает высочайшим требованиям современного общества. Возможность получить изделие в единичном экземпляре привлекает тем, что повтор невозможен. В обществе, где стандартизированные предметы массового потребления лишены этого качества, такой предмет приобретает особую ценность. Он имеет авторство. Для художников, работающих в студийном направлении в этой технике есть большие перспективы реализации творческого потенциала.

Список использованных источников:

1. wikichi.ru
2. antiqueland.ru
3. Елена ДОЛГИХ №5 (57) май 2007 Журнал Антиквариат. Предметы искусства и коллекционирования
4. The Origin of Glass Blowing Author(s): Gustavus Eisen Source: American Journal of Archaeology, Vol. 20, No. 2 (Apr. - Jun., 1916),
5. A handbook of laboratory glass-blowing London, G. Routledge & sons, ltd.; New York, E. P. Dutton & co.
6. smog.org
7. www.lalique.com

©Красова М.В., Афиногенова А.В., 2021

УДК 747.023.9

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ТЕХНИКА «FLUID ART» В ПРОЕКТИРОВАНИИ ПАННО ДЛЯ ИНТЕРЬЕРА ПОД ДЕВИЗОМ «СРЕЗ АГАТА»

Нечаева А.В.

Научный руководитель Громова М.В.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования «Российский государственный университет
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Декоративное панно – это произведение искусства, выполненное непосредственно на поверхности стены или потолка с использованием различных декоративных эффектов. Так, он может быть рельефным,



лепным или гладким, состоящим из отдельных фрагментов из различных материалов. Обычно панно создаются по теме или сюжету [1].

Декоративное панно в интерьере может нести не только эстетическую функцию, но и иметь практическое значение.

Целью данной исследовательской работы являлось определение главных современных тенденций в декоративных панно и монокомпозициях. В работе подробно рассмотрены основные виды декоративных композиций для дома и материалы, которые используют для их создания. Также, выбраны наиболее подходящий вид и стиль панно, и на практике благодаря полученным знаниям создана работа в материале. Подробно изучена тема, которая называется «разрез агатов», в частности – история, строение и происхождение камней. В итоговой работе с помощью нестандартных материалов будет передана текстура, цветовое сочетание и фактура разреза агатов.

В результате анализа современных тенденций сделан вывод, что на данный момент актуальными панно являются минималистичные, с хорошими цветовыми сочетаниями. Акцент делается на абстракцию, геометрию и легкость в восприятии. Композиция должна дополнять интерьер, но не перегружать [2]. Также изучены в деталях разрезы камней.

Агат – очень древний минерал, первые упоминания о нем относятся к III веку до нашей эры. Изделия из агата находят в египетских гробницах и древних захоронениях в Англии и на Урале. По разным версиям, его название происходит от реки Ахат на Сицилии или от греческого «агат», что в переводе означает «счастливый» [3].

Агат может быть частично полупрозрачным или полностью непрозрачным. Он имеет многослойную текстуру, и слои могут быть разных цветов, что создает уникальный узор на поверхности минерала, от концентрических узоров до изображений, похожих на естественные пейзажи.

Разнообразие расцветок и фантазийный орнамент на огранке обусловлено постепенным наложением халцедона, а также образованием пустот, которые со временем заполняются другими минералами, например, горным хрусталем, гематитом и другими. Благодаря своим декоративным свойствам и податливости в обработке агат высоко ценится ювелирами [4].

Выбирая технику для выполнения панно, было принято решение использовать естественные переливы акриловой краски. В подобной технике можно максимально правдоподобно повторить натуральные цветовые переходы агатов (рис. 1).



Рисунок 1 – Разрез агатов

В практической работе для создания более правдоподобной текстуры были использованы цветной контур и золотая паталь. Благодаря этому, панно приобретет более богатую и интересную трактовку.

Для детальности, было принято решение применить бисер и мельчайшую стеклянную посыпку. По завершению работы, изделие лакируется, чтобы создавался красивый глянцевый эффект.

Панно выполнено в технике «жидкий акрил» (рис. 2). На данный момент она пользуется большим спросом. Техника Fluid Art (жидкий акрил) как современное направление салонной живописи имеет гораздо более глубокие корни. По определению, в его основе – абстракция и комбинированная работа с жидким акрилом, и Resin Art, и Ebru, и древняя восточная живопись жидкими красками «по мокрому» при раскрашивании свитков и тканей, и роспись спиртовыми чернилами, и даже акварель. А это целое искусство – управлять жидким материалом, создавая осмысленную композицию, радующую глаз и вызывающую эмоции, подталкивающую к размышлениям [5].



Рисунок 2 – Готовое панно в технике «жидкий акрил»

Один из лучших способов придать оригинальность и эстетичность интерьеру – использование декоративных стеновых панелей. Этот вид дизайна уникален: он стар как мир, но вечно актуален; невероятно разнообразен по материалам и способам исполнения; очень выразителен и способен вписаться в интерьер любого стиля.

При разработке дизайна панно в первую очередь следует ориентироваться на два параметра: особенности дизайна интерьера и личные вкусы. Однако не бывает правил без исключений: во многих случаях правильно выбранные и размещенные арт-объекты могут сами по себе изменить или создать стиль среды. Панно – замечательный подарок к любому празднику, такой презент демонстрирует тонкий вкус как дарителя, так и виновника торжества.



Декоративное панно можно сравнить с покраской стен и потолка, оно играет ту же роль в интерьере, а именно создает определенные иллюзии в пространстве, таким образом, соединяет или разделяет зоны интерьера, зрительно расширяет или убирает определенные плоскости, или просто является ярким пятно, подчеркивающее особенность стиля [6].

Таким образом, можно сделать вывод, что декоративное панно, неотъемлемая часть для любого интерьера, которая может добавить необходимый акцент в любом помещении.

Список использованных источников:

1. Дерте Гераш. Картины-силуэты. Техника акриловой живописи / Дерте Гераш. - М.: Арт-Родник, 2008. – 56 с.

2. Крысько Н.А. Стильный коллаж: Техника. Приёмы. Изделия: Энциклопедия / Н.А.Крысько, Г.В.Нехорошева. – М.: АСТ-ПРЕСС КНИГА. – 128 с.: ил. – (Золотая библиотека увлечений).

3.

https://www.alltime.ru/blog/?page=post&blog=watchblog&post_id=kamen-agat-magicheskie-svoystva-komu-podkhodit

4. <https://aloris.ru/kamen-agat>

5. Лаврентьев А.Н. История дизайна: учеб. пособие / А.Н.Лаврентьев. – М.: Гардарики, 2007. – 303 с.: ил.

6. Логвиненко Г.М. Декоративная композиция: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Изобразительное искусство» / Г.М.Логвиненко. – М.: Гуманитар. изд. центр ВЛАДОС, 2006. – 144 с.: ил. – (Изобразительное искусство).

©Нечаева А.В., 2021

УДК 7.05

СРЕДСТВА ХУДОЖЕСТВЕННОГО ВЫРАЖЕНИЯ И ПЛАСТИКА СТЕКЛА В ТВОРЧЕСТВЕ ХУДОЖНИКА МЕЛЬНИКОВА И.А.

Овсянюк Д.А., Шушлякова Е.А.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московская государственная художественно-промышленная академия им. С.Г. Строганова», Москва

В жизни общества всегда есть личности, которые реализовывали свои творческие возможности, делились полученными знаниями и являлись хорошими педагогами для последующих поколений. Мельников Иван Андреевич (20.01.1947-13.09.2021) сочетал в себе художественный талант с педагогическим, работал творчески в разных направлениях, внес большой вклад в развитие авторских техник изготовления витража. Окончил Дагестанское художественное училище им. Джемалу в 1966 г. и Московское высшее художественно-промышленное училище им.



Строганова в 1971 г. С 1973 работал в качестве художника-монументалиста в г. Майский КБАССР, затем в Хабаровске. С 1984 г. жил в Липецке и работал в ЛХПМ ЛО ХФ РСФСР. Участник всесоюзных, республиканских, региональных, персональных и областных выставок. Член СХ СССР с 1985 г. Иван Андреевич – художник монументального и живописного искусства, лауреат премии им. И. Репина, член Союза художников России, педагог (рис. 1). Его педагогический стаж более 35 лет, в последнее время он преподавал в студии «Юный художник» центра технического творчества «Новолипецкий».



Рисунок 1 – Мельников И.А. на фоне авторского витража

Монументальные работы художника установлены в архитектурной среде города Липецка, создавая определенную атмосферу на улицах и площадях города. В металлургическом колледже и кинотеатре «Октябрь» художник проектировал и исполнял в материале витражные полотна в авторской технике, которая сейчас привлекает к изучению молодых художников. Витраж «Река времени» был представлен на художественном конкурсе в Риме и получил Гран-При, жюри отметило неповторимый почерк художника, актуальную технику работы со стеклом, где витраж построен на эмоциональном восприятии цвета и фактуры, стекла и искусственного камня.

В общепринятом понимании витраж – это цветное остекление, которое размещается на сквозном освещении, витраж изолирует внутреннее пространство в архитектуре от внешнего. В современной архитектуре витраж чутко реагирует на конструктивные принципы и художественный облик сооружения. Зародившись в стенах романской базилики, своего наивысшего расцвета витраж достигает в готике. Гигантские световые, светонесущие плоскости таких известных соборов Парижа и Кельна, Шартра и Руана, Амьена и Реймса и сегодня удивляют непревзойденностью художественных решений и эмоциональным воздействием.

Витраж классический всегда воспринимается плоскостным, однако мы видим, что активный рисунок протяжки, колористическая гамма и световой эффект при прохождении лучей света сквозь витраж противопоставляется плоскостному решению. При создании средневековых витражей вся композиция подчинялась архитектурным формам, дугам и сводам средневековых соборов. Эта динамика рисунка противопоставлялась монолиту средневековых стен и арок. В витражах контуры изображения подчеркивались функциональными протяжками для

закрепления стекла, линии изображений были пластичными и выделяли первостепенные фигуры в композиции графически и цветом. Цвет играл большую роль в изображении, стекло должно быть прозрачно и пропускать световой поток, создавая определенное звучание цветовых пятен. В этом заключается притягательная, светоносная сила витражного полотна. Есть и другая сторона, которая показывает нам не только набор декоративных элементов.

Витражные полотна являются носителем идеологической концепции средневековой культуры. В регионах Европы существовал разный стиль исполнения образов святых и библейских сцен в витражных окнах. Но витражи в готических соборах Франции были и остаются образцом художественного совершенства (рис. 2).



Рисунок 2 – Витражи Франции. Аббатство сен-Дени.

Продолжение развития витража, которое имеет не только связь с архитектурой и современными тенденциями в декоративном искусстве, но и имеет большое эмоциональное воздействие на человека, мы видим в творчестве липецкого художника 70-х годов прошлого столетия Мельникова Ивана Андреевича. Чем так актуален для нас витраж, что мы видим нового, как преобразуется плоскость витража в объемные монолиты? Как объемный витраж взаимодействует с архитектурой? Рассмотрим подробнее технику.

В 60-х годах прошлого столетия литовские художники уже использовали массивные куски колотого стекла, заключали его в панно при помощи бетона. Кроме колотого стекла, художники использовали и литые стеклянные блоки. Если вначале характер материала было легче подчинить замыслу, то в дальнейшем способы его обработки становятся настолько разнообразными, что подчас сам характер материала и технологии во многом определяют форму будущего произведения. Так витражи А. Стошкус, созданные в первой половине 60-х годов, отличаются угловатыми объемными формами (рис. 3).

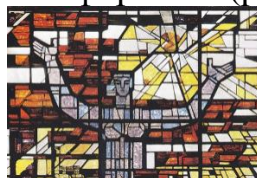


Рисунок 3 – А. Стошкус. Фрагмент витража в Ленинском мемориале в Ульяновске.

Вся эта технология отражала эстетику «Сурового стиля», распространенного тогда в искусстве. Иван Мельников взял за основу эти

индустриальные методы изготовления витража из стеклблоков, но выполнял свои работы методом набора листового стекла в определенные формы. Такой витраж, заключенный в арматуру из бетона или камня, выполнял не только образную и декоративную роль, но и конструктивную. Новая тематика, явно выраженная монументальность, пластическая выразительность материала, новые декоративные качества: широкий диапазон цветовых нюансов, преломление света, все это открыло новые возможности применения в архитектуре.

Некоторые композиции Мельникова И.А. были выполнены в сочетании с металлической арматурой – это памятник русским символистам (рис. 4). Либо стеклянные формы соединял бетоном, получался литой витраж из стекла и бетона, где все детали связаны композиционно и формируют контур заданного художником рисунка.

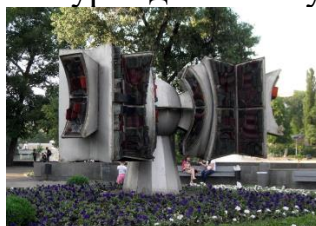


Рисунок 4 – Мельников И.А. Памятник русским символистам, Липецк.

Каким должен быть витраж, если он участвует в комплексе с современной архитектурой? Художник создал индивидуальный ход, а именно технический прием изготовления витража, не имеющий аналогов в России – рельефный, объёмный, где использует новые возможности стекла, его конструктивные особенности, построенные на эмоциональном восприятии цвета и фактуры (рис. 5). По сути это комбинированная авторская техника, которая помогает добиться оригинальных оптических и световых эффектов и позволяет мастеру наиболее полно реализовать свой замысел. Комбинированные витражи уместны в любых интерьерах, от классических до ультрасовременных.



Рисунок 5 – Витраж Мельникова И.А. в интерьере

Мы видим, как художник стремится через символы выразить современные идеи, все заметнее проявляется стремление художника эмоционально воздействовать на человека. декоративность форм и динамичность, основное внимание художник уделяет выразительности стеклянных блоков, которые рельефом выступают над плоскостью и создают дополнительные декоративные эффекты (рис. 6).



Рисунок 6 – Фрагмент витража.

Художник успешно работал в проектировании интерьеров, тонко чувствовал синтез искусств. В Липецке и области им оформлены конференц-зал администрации Липецкой области (витражи), Областной дворец культуры (витраж), Липецкое издательство, металлургический колледж. Художник проявлял себя не только в материале – стекле, но и работал в технике живописи и графики. Произведения хранятся в музее искусств народов Востока, Московском музее Рериха, галереях Франции, Германии и частных коллекциях.

Рассмотрев все стороны многогранного творчества художника, вернемся к витражам. В художественных витражах мы видим свою концепцию формы и цветовой пластики, красота которой раскрывалась в современных конструктивно-пластических решениях. Объемные витражи становились доминантами интерьеров и архитектурных ситуаций, являлись яркой пространственно-световой композицией в интерьере. Технология, использованная в творчестве Мельникова Ивана Андреевича, найдет применение в современном дизайне витража, так как является ярким выразительным приемом как в прошлом веке, так и в наше время.

Список использованных источников:

1. Л. П. Раманаускайте (Вильнюс). Уроки истории и современный витраж. Из сборника «Современный советский витраж. I Всесоюзный семинар по проблемам советского витражного искусства (14-25 октября 1978 г.)». М., 1980.

2. <https://gorod48.ru/news/1919129/>

©Овсянюк Д.А., Шушлякова Е.А., 2021

УДК 7

СОВРЕМЕННЫЕ ПРИЕМЫ В КОММЕРЧЕСКОЙ ПРЕДМЕТНОЙ ФОТОГРАФИИ

Озерова А.Э., Бесчастнов П.Н.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования «Российский государственный университет
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

На сегодняшний день предметная фотосъемка является одной из самых востребованных жанров в фотографии. Под предметной фотосъемкой сегодня подразумевают изображения, носящие рекламный характер, цель которых максимально привлечь внимание клиента, вызвать



эстетическое удовольствие, подчеркнуть все преимущества продукта, или даже скрыть возможные недостатки. Таким образом создается идеальный образ снимаемого предмета, изображение, увидев которое, у потребителя должно сформироваться желание приобрести рекламируемый продукт. Рекламные фотографии можно встретить на сайтах, в разворотах журналов, на упаковке самих товаров, на билбордах, на рекламных буклетах и т.д.

Коммерческая предметная съемка имеет множество технических особенностей по сравнению с художественными предметными фотографиями. Так как фотографу нужно очень точно передать свойства снимаемого предмета, найти наиболее выигрышный ракурс, грамотно передать его фактуру и форму, попасть в нужный цвет.

Рекламная фотография делится на каталожную и имиджевую. Каталожная фотография подразумевает под собой съемку предметов на однотонном фоне с использованием наиболее легких световых схем. Такой не сложный подход к съемки позволяет отснять большое количество предметов за один раз, и является более выгодным для заказчика. Такие фотографии чаще всего можно встретить на сайтах интернет-магазинов, или в каталогах товаров.

Имиджевая фотография подразумевает наиболее кропотливый подход и требует нестандартных решений. Обязательна предварительная подготовка к съемке. А именно: проработка идеи, продумывание композиции, дополнительного реквизита, выбор определенных фактур и фонов, подбор индивидуальных световых схем, для достижения желаемого результата. На съемку имиджевой фотографии уходит намного больше времени и средств, чем на каталожную. Такие фотографии можно встретить на банерах, в оформлении сайтов, в журналах, в упаковке и так далее.

В ходе своей исследовательской работы я провела анализ коммерческих рекламных фотографий и выявила для себя несколько основных приемов.

Flat Lay. Основной принцип данного приема – это расположение камеры строго параллельно поверхности, на которой находятся предметы. Такие фотографии очень приятно разглядывать, так как главным секретом в их построении является гармония всех составляющих – композиции, цветов и фактур.

Съемка в реальной обстановке – такие фотографии наиболее привычны нашему глазу, так как предмет, изображенный на них, погружен в свою естественную обстановку. И на фотографии мы видим его так же, как и могли бы увидеть в обычной жизни. Подобные изображения часто можно встретить в рекламных роликах.

Игра света и тени – еще один очень популярный способ съемки предмета. В таких фотографиях главную роль может играть тень от



главного предмета, или даже тень от предмета, вовсе не входящего в кадр, но подчеркивающая суть главного объекта.

Отражение. Фотографии с использованием каких-либо поверхностей, которые отражают рекламируемый предмет или среду вокруг предмета. Фотографии с зеркалом или его осколками всегда выглядят очень эффектно и необычно.

Градиент. Создание градиентного фона на фотографии является отличным приемом при съемке рекламных объектов, который может подчеркнуть цвет флакона или прозрачного стекла.

Съемка на просвет – один из популярных приемов, где один из источников освещения расположен за объектом съемки. Таким образом, его лучи «обрамляя» предмет попадают в объектив.

Ассоциация. Фотографии создаются по ассоциациям возникающих, на основе формы, запаха или цвета снимаемого объекта. Помещаются в ассоциативную среду, благодаря которой зритель может понять основные свойства предмета.

Мультиэкспозиция – прием, при котором несколько кадров и ракурсов одного снимаемого объекта накладываются друг на друга, и создают интересный многослойный эффект.

Light painting – очень яркий и эффектный прием в фотографии, достигающийся благодаря рисованию световыми источниками вокруг объекта на длинной выдержке.

Левитация – прием, в котором снимаемый объект находится в воздухе, будто не имея гравитации.

Игра контрастов – прием, где основную роль играет контраст цветов или фактур.

Погружение – прием, в котором объект полностью погружается в какую-либо однородную среду, не имея в кадре больше никаких элементов.

Нестандартный натюрморт – снимаемый объект в кадре является составным элементом натюрморта, который строится на гармонии и балансе всех предметов и цветов. Эти предметы также могут подчеркивать свойства рекламируемого объекта.

Коллаж – прием, в котором к рекламируемому объекту, снятому на однотонном фоне, дорисовываются различные элементы, указывающие на его главные свойства, характеристики или составные части.

Орнамент – прием, в котором один или несколько главных объектов расположены на равном расстоянии друг от друга и в одинаковой последовательности, создавая собой единый орнамент.

Брызги/распыления – прием, в котором главные свойства или характеристики показаны с помощью брызг от предмета, снятых на коротких выдержках.



Сюрреализм – прием в фотографии, заимствованный у художников. Главная идея – показать свойства рекламируемого объекта через другой предмет, вызывающий ассоциацию. Особенность приема в том, что он достигается за счет коллажирования, и мы не можем увидеть такое в реальной жизни.

Склейка планов – прием, в котором задействован метод съемки flat lay, который является продолжением переднего плана, снятого фронтально. Таким образом две разные плоскости будто сливаются в одну. Такой метод позволяет зрителю посмотреть на один и тот же сюжет с разных сторон, что безусловно вызывает большой интерес.

К современной предметной коммерческой фотографии предъявляются более высокие требования, для достижения которых применяется огромное количество техник и новых методов съемки, которыми, несомненно, должен уметь владеть фотограф в наше время, чтобы угодить пожеланиям заказчика.

Список использованных источников:

1. Плотников И. Предметная фотография в рекламе / Плотников И., Плотников М., Лерой А. – изд. Студия Артемия Лебедева, 2017 г. – 48с.
2. Гончарова Н. Фотография. Полный курс мастерства – Н.Гончарова: Москва АСТ, 2014 г. – 113с.
3. Light Science & Magic: An Introduction to Photographic Lighting, Focal Press, 4 изд., 2011 – 65с.

©Озерова А.Э., Бесчастнов П.Н., 2021

УДК 745.048:677:687.1

ВЛИЯНИЕ КИТАЙСКОГО ТРАДИЦИОННОГО КОСТЮМА НА КОНСТРУИРОВАНИЕ СОВРЕМЕННОЙ ОДЕЖДЫ

Павлюк М.М., Громова М.В.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования «Российский государственный университет
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Каждое государство имеет свою культуру, а также традиции и особенности. Гордостью любой страны является национальная одежда. Традиционный китайский костюм на протяжении длительного времени пользуется огромной популярностью среди модельеров и дизайнеров.

Национальная одежда Китая очень разнообразна. Национальный китайский костюм на протяжении продолжительного времени неслучайно изменяется, вследствие чего сформировались устойчивые современные формы одежды, которые успешно интегрируются в современный подиум [1].



Временем рождения китайской одежды можно с уверенностью назвать период, когда появилась цивилизация Китая. Каждая династия вносила свой вклад в историю китайского государства и изменяла по своему стиль одежды, внося свои коррективы [2].

Отличительные черты китайского костюма в разные эпохи включали в себя: яркая цветовая гамма, богато украшенный декор, роскошь образа.

Развитие традиционного китайского костюма в современном дизайне идет по нескольким направлениям и находит отражение в форме кроя, в цветовом решении, в использовании вышивки и аксессуаров.

Одно из направлений при моделировании современной одежды – это использование, прежде всего, конструктивной формы китайской традиционной одежды, ее закономерностей и пластических особенностей.

Дизайнеры стараются передавать этнические особенности традиционного китайского костюма.

Разделяется китайская традиционная одежда на поясную и плечевую. Более распространены в Китае основные плечевые виды. Традиционная одежда вся распашная, крой верхней мужской и женской одежды, а также нательной в основе своей идентичен. Женские наряды отличались от мужских главным образом красотой вышитых цветных узоров и совсем незначительно – по крою [3].

В современной одежде считается использование традиционного фасона при проектировании как своего рода новаторство, возрождение старого. Например, в настоящее время в повседневной одежде используются карманы в китайском стиле на юбке европейской формы. В повседневной одежде используется сочетание «ципао» и брюк (в англоязычных странах эта одежда более известна под названием «чонсам», что означает попросту «длинная рубаха») [3].

Изучение различных современных коллекций модных домов показало, что при проектировании одежды, используются такие виды кроя как закатка кромок, вертикальный воротник, боковой разрез. При этом можно заметить, что китайские традиционные детали кроя удачно сочетаются с деталями современного.

Но используется популярностью не только традиционный крой, но и китайский орнамент. Китайский орнамент – это достаточно широкое понятие. Корни его уходят в глубокое прошлое, но он существует и в настоящее время. В него входят традиционный узор, узоры малых народностей, придворный узор, религиозный узор.

В дизайне современной одежды больше всего используются «счастливые» рисунки, которые применялись в народной китайской одежде с давних времен. Согласно религиозным представлениям, эти изображения обеспечивали необходимые блага. Их скрытый смысл заключался в просьбе о счастье, благополучии и пр. В этих «счастливых» рисунках выражены любовь народа к жизни и тяга к красоте.



«Счастливые» рисунки обычно размещались на краю правой полы, на обшлаге и на нижнем крае. Иногда для того, чтобы выделить смысл, рисунки используют в определенном месте.

По внешнему признаку «счастливые» рисунки разделяются на следующие виды: животные, растения, различные знаки. Все они имеют скрытый символический смысл. Так, дракон с древних времен символизировал благополучие и счастливую судьбу, а также защиту от вредных поветрий и зла.

Рисунки растений также достаточно часто представлены в «счастливых» китайских рисунках, которые использовались в традиционной китайской одежде. Они также наделены определенными значениями. Так, пион – король цветов, символизирует изысканность и роскошь; китайская роза, которая цветет во все времена года, считается символом счастья; китайский абрикос символизирует негибаемость.

Что касается рисунков в виде знаков, то, как правило, они такие: фаншэн (наложение двух ромбов), хойвэн (слирам – соединенные кольца). Наложение двух ромбов (фаншэн) обозначает красоту, первенство, единодушие. Такой рисунок используется отдельно или с другими рисунками вместе. Рисунок соединенных колец обозначает тесную связь [3].

Сегодня «счастливые» рисунки используются в большом количестве в качестве отделки на юбке. При этом различаются второстепенные и главные рисунки. Например, на юбке спереди часто имеется вышивка, изображающая лошадиную голову. По бокам изображают рамку с облаками. На вставке юбки обычно вышивают изображения феникса или пиона.

Многообразие орнаментов позволяет придумать свою трактовку и осовременить её. А использование основных форм национального костюма Китая с современным орнаментом хорошо вписывается в моду нашего времени.

При проектировании проекта использовался за основу крой японского кимоно, но более упрощенный. Прототип кимоно – это традиционный китайский халат ханьфу. Исходя из его названия, «халат» берет свое начало со времен китайской династии Хань, которая царила в период с 206 года до нашей эры до 220 года нашей эры. Японцы же позаимствовали идею ханьфу и создали кимоно. В переводе с японского традиционный костюм означает: «Что-то носить на себе». Если разложить кимоно, то силуэт примет форму буквы «Т» [4].

После выбора кроя были разработаны эскизы будущего изделия и варианты расположения мотивов на нем. Орнаменты отрисованы сначала в ручном варианте, после перенесены в электронный формат и обработаны в графических редакторах.



Оформлено кимоно такими орнаментами, как волны, глицинии, солнце. Цветовая гамма спокойная, серых, бежевых, голубо-зеленоватых оттенков.

Элементы волн – достаточно распространенный мотив в дизайне и искусстве. Вода в виде нескольких волн – это символ моря. Вода – источник жизни, она обладает мистическим значением в культуре. А также этот символ пользуется уважением и почитанием [5].

Солнце – воплощение энергии Янь, его образ и символ играет в китайской культуре значительную роль. Оно воплощает: свет, тепло и жизненность, весну и Восток (где восходит солнце). Также означает Императора [5].

Глициния – символ женской красоты, исцеления и защиты, а также символизирует в китайской живописи этапы жизни. В Китае и других странах Востока глициния символизирует хрупкость, утонченность и нежность [6]. Ее можно увидеть на работах китайских мастеров. Это древовидное вьющееся растение, со светло-лиловыми или белыми кистями, расцветает весной и украшает сады и улицы в течение всего лета.

После этапов проектирования кроя изделия, разработки орнаментов, отрисовки их и переноса в электронный формат, настала очередь печати изделия на ткани с помощью сублимационной печати. После изделие сшито.

Традиционный китайский костюм остаётся основным источником вдохновения для современных модельеров и дизайнеров благодаря своему богатству и разнообразию форм, глубинным связям с историей народа и мифологией. Это привносит все новые образы на современный подиум.

Тема Китая безгранична и благодаря этому модельеры будут неоднократно к ней возвращаться.

Список использованных источников:

1. Старкович О. Вдохновение Востока в работах современных дизайнеров [Электронный ресурс]. - Электрон. дан. - М.: 2016. - Режим доступа: <https://www.livemaster.ru/topic/1715241-vdohnovenie-vostoka-v-rabotah-sovremennyh-dizajnerov/>

2. Электронный сайт Коротко о Китае Традиционная китайская одежда [Электронный ресурс]. - Электрон. дан. - М.: 2019. - Режим доступа: <https://kitaygid.ru/istoriya/traditsionnaya-kitajskaya-odezhda> - Загл. с экрана

3. Ли Су. Влияние особенностей национального костюма на моделирование современной китайской одежды [Электронный ресурс]: научная работа / Ли Су. - Электрон. дан. - М.: 2008. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-osobennostey-natsionalnogo-kostyuma-na-modelirovanie-sovremennoy-kitayskoy-odezhdy>



4. Константинова К. Восток – дело тонкое: вся правда о кимоно [Электронный ресурс]. - Электрон. дан. - М.: 2016. - Режим доступа: <https://iledebeaute.ru/ile-girl/moda/2016/5/11/70513/>

5. Горева Е. Символы природы в китайском искусстве [Электронный ресурс]. - Электрон. дан. - М.: 2019. - Режим доступа: <https://znak-simvol.ru/simvol-y-prirody-v-kitajskom-iskusstve/>

6. Электронный сайт Блог для дачника Глициния – цветок из пасти дракона [Электронный ресурс]. - Электрон. дан. - М.: 2017. - Режим доступа: <https://marina11.ru/interesnoe-o-tsvetah-i-ne-tolko/glitsiniya-tsvetok-iz-pasti-drakona> - Загл. с экрана

©Павлюк М.М., Громова М.В., 2021

УДК 7.74.746.344

ВЛИЯНИЕ ДЕКОРАТИВНОЙ ФУНКЦИИ СУМОК В МОДЕ

Павлюк М.М.

Научный руководитель Куликова М.К.

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

В создания стильного образа немаловажную роль в гардеробе играет сумка. Ее задача дополнить образ, показать вашу индивидуальность. С ее помощью можно придать нотки изящества, продемонстрировать свое настроения или же выделить вас из толпы.

Сумка – это одновременно самый простой, сложный и эмоциональный аксессуар. Простой, потому что он был необходим с незапамятных времен, порой без него даже невозможно было выжить. Сложный, поскольку с течением времени сумки стали предназначаться для выполнения самых разнообразных функций. У сумок престало быть только одно значение – практичность. У аксессуара появилось такое огромное количество видов, что даже бывает трудно уловить родственную связь между ними, например, между нейлоновой сумкой и элегантным изделием из телячьей кожи от Gucci или Moshino. Эмоциональный, поскольку его наиболее распространенный вид – дамская сумочка [2]. Это может свидетельствовать о жизни женщины: продемонстрировать ее социальный статус, средство самовыражения и другое.

Сейчас для женщин сумки всегда уместны. В любом образе она не будет лишней.

В настоящий момент сумки представлены в огромном разнообразии. Модельеры предлагают самые модные сумки осень-зима 2022-2023 года на любой вкус, демонстрируя тренды в каждой коллекции.



История женских сумок началась с кармана-мешочка. Он считался отдельным аксессуаром и крепился к поясу. Использовали его не только женщины, но и мужчины. Карман-мешок нужен был для хранения и переноса денег и различной мелочи. С 14 века карман-мешок имел не только практическую функцию, но и стала украшением костюма.

В средние века у женщин появился аксессуар – «омоньер». Он крепился к поясу цепочкой или шнурком. Использовались дорогие материалы (золотые нити, жемчуг, шелк, драгоценные камни) и отделка. С помощью таких сумок женщина показывала свой статус.

Начиная с эпохи рококо вплоть до 19 века, женщины носили богато украшенные, вышитые, вязаные и плетеные сумочки-кисеты.

Носить сумки в руке стали в 1790 году. Законодательницей такой моды принято считать Маркизу де Помпадур. В тот период появилась женская сумка трапециевидной формы из текстиля на длинном стягивающемся шелковом шнурке. Изделие украшали вышивкой, бисером, кружевом и другое. В этот момент сумка стала неотделима от дамского туалета. В ней женщины хранили нюхательную соль, духи, носовой платок [4].

С 19 века сумки увеличились в размерах. Им придавали разнообразные формы. В них появились дополнительные отделения. Впервые в аксессуаре появился рамочный замок. Сумка с такой застежкой получила название «ридикюль».

Теперь у сумок появилась классификация по значению: для прогулок, торжеств, визитов, свиданий, походов в театр и других случаев. Их декорировали жемчугом, вышивкой, лентами и другое.

С середины 1850-х годов с развитием железнодорожных путей и круизных лайнеров появились багажные сумки, так как люди стали путешествовать.

Большинство классических сумок, известных сегодня, были изобретены известными домами шорных изделий Парижа в конце 19 века.

В 1901 году появилась сумка «Steamer bag», созданная Гастон-Луи Виттона. Она стала предшественницей сумки-тоут. Обновленная версия этой модели остается в производстве и сегодня.

Сумку-тоут создал в 1932 году Ноэ. Она предназначалась для переноса шампанского. Позже она стала прообразом для всех современных моделей сумки-торбы (bucket bag).

С конца 1930 года стали дизайнеры экспериментировать с формой сумок. Стали создаваться сумки в виде яблока; телефона с вышитым золотым диском (Эльза Скиапарелли).

С 1950 годов в моду вошли небольшие стильные сумки. Они подчеркивали элегантность и женственность. Также этот год стал рубежом между функциональными сумками и сумками как статусной вещью.



В 1955 году Шанель создала свою знаменитую стеганую сумку «2.55». Она стала новаторской, так как можно ее было носить на плече, чего раньше не практиковали. Она стала образцом функциональности: в ней появились карманы для зеркала, помады и пудреницы, специальное отделение, закрытое от посторонних глаз и внешний карман, в котором можно хранить театральные билеты и мелкие купюры [4].

При проектировании коллекции сумок были взяты за основу некоторые тренды осень-зима 2022-2023 года. Например, сумка со значением «носи где угодно» [6]. Она представляет собой миниатюрную сумочку, имеющую декоративную функции, которую можно носить в качестве повестки, брелка и т.д. «Сумка-украшение» [6] – не отвечает за функциональность, нужна для привлечения внимания. Есть «сумки-браслеты». Также несут в себе признаки декоративности.

Тренд на мини-сумки пришел с 2019 года. Дизайнеры сошлись во мнении, что девушкам необходимо иметь при себе только зеркальце, помаду и ключи, и выпустили микроскопические сумочки, которые произвели настоящий фурор в фэшн-индустрии [3]. Они хороши для вечерних выходов, становятся элегантным и необычным дополнением к образу.

Тренд на микро-сумки появился после того, как Versace, Chloé и Valentino решили уменьшить свои традиционные модели, а Jacquemus просто создали миниатюрную сумочку, больше похожую на детскую или игрушечную. Эта тенденция полюбилась таким знаменитостям, как Рианна, Роза Хантингтон-Уайтли, Белла Хадид, Дуа Липа, Эмили Ратажковски и другие. В результате чего, микро-сумки получили еще большую популярность [3].

Выбор мини-сумок безграничен. Существует множество удивительных моделей, которые отличаются оригинальными силуэтами, интересными декоративными элементами и яркими оттенками.

Для коллекции сумок были использованы мифологический образ Китайского дракона, феникса вместе с растительными мотивами. Такая коллекция сумок зачаровывает изысканной строгостью и элегантностью. Она построена на стремлении подчеркнуть свою красоту, выразить свою индивидуальность.

Использование искусства Китая очень популярно. Многие дизайнеры обращаются к мотивам китайского орнамента. Китайские орнаменты имеют много значений: приносить добро, радость, создавать праздничную атмосферу, надежду на счастливое будущее.

Использование мотива с китайским драконом не перестает быть актуальным. Его используют дизайнеры из года в год. Это универсальный и очень сложный символ. Дракон или «крылатый змей» объединяет в себе змею и птицу, дух и материю [1]. Он символизирует собой божественную силу, могущество, величие.



Мотив феникса или Фэн-Хуан тоже популярен. Символизирует удачу, счастье, гармонию.

Мотивы растений также достаточно часто используются. Каждый имеет определенное значение. Так, пион – король цветов, символизирует изысканность и роскошь; китайская роза, которая цветет во все времена года, считается символом счастья; китайский абрикос символизирует негибаемость.

Коллекция сумок выполняется в технике «китайская резьба по лаку». Резьба по лаку – это уникальная старинная техника декоративно-прикладного искусства Китая. Основой для резьбы служат многочисленные слои лака. Существует 9 основных цветов, в которые может окрашиваться лак [5]. Эффект многоцветности достигается за счет того, что лак прорезается на нужную глубину.

Мода на сумки стремительно меняется, как и на любые другие элементы одежды. И в каждый сезон становится популярна та или иная модель, с той или иной функцией. Сумки могут быть не только практичными, некоторые из них могут нести в себе только декоративную функцию. Дизайнеры предлагают большой выбор моделей сумок, не лишенных оригинальности. Осталось только сделать выбор. И каждая выбранная сумка будет подчеркивать не только индивидуальность владелицы, но и станет изюминкой образа.

Список использованных источников:

1. Журнал Ярмарки мастеров Вдохновение китайскими драконами. Часть первая [Электронный ресурс]. - Электрон. дан. – М.: 2015. - Режим доступа: <https://www.livemaster.ru/topic/1114663-vdohnovenie-kitajskimi-dragonami-chast-pervaya> - Загл. с экрана

2. Журнал Ярмарки мастеров Спутница жизни сумка: история и традиции [Электронный ресурс]. - Электрон. дан. – СПб.: 2016. - Режим доступа: <https://www.livemaster.ru/topic/1739313-sputnitsa-zhizni-sumka-istoriya-i-traditsii> - Загл. с экрана

3. Ковалева Полина Super-тренд: почему весь мир помешался на микроскопических сумочках [Электронный ресурс]. - Электрон. дан. - М.: 2019. - Режим доступа: <https://super.ua/super-trend-pochemu-ves-mir-pomeshalsja-na-mikroskopicheskikh-sumochkakh-98766/>

4. Электронный сайт История сумок [Электронный ресурс]. - Электрон. дан. - М.: 2016. - Режим доступа: <http://dailystyleguide.ru/istoriya-sumok.html> - Загл. с экрана

5. Электронный сайт Культурология.РФ Китайская резьба по лаку: Как создается красота, способная пережить несколько тысячелетий [Электронный ресурс]. - Электрон. дан. - М.: 2019. - Режим доступа: <https://kulturologia.ru/blogs/140119/41950/> - Загл. с экрана

6. Электронный сайт Я модная! Стильные штучки Модные сумки осень-зима 2022/2023. Все тренды с фото [Электронный ресурс]. -



Электрон. дан. - М.: 2021. - Режим доступа: <https://ya-modnaya.ru/sumki-zima-mod> - Загл. с экрана

©Павлюк М.М., 2021

УДК 745

СИМВОЛИЗМ В РАБОТАХ УИЛЬЯМА МОРРИСА

Панова В.К., Куликова М.К.

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

Статья посвящена творчеству Уильяма Морриса – поэта, писателя и художника викторианской Англии. В ней рассматриваются символика, влияние природы и синтез литературы и искусства в его работах.

Первое впечатление, которое производят работы Уильяма Морриса – это огромное разнообразие. Живопись, графика, архитектура, дизайн витражей, текстиль, обои, книги – многообразие безгранично. Он выражает себя в искусстве с одинаковой беглостью и красноречием. Его работы с самого начала демонстрируют определенные символы. Эти символы сохраняют весь магнетизм для Морриса на протяжении всей его карьеры.

Важной для Уильяма Морриса темой была – жизнь растений, которые воплощали единство, синтез материального и духовного начал. Растительные мотивы дерева и цветка переходят из одной его картины в другую, живут в иллюстрациях и переплётках книг, на обоях, тканях, витражах, панно, гобеленах, коврах, плитках, мебели. Он почитал растения, наделял их символизмом, взятым из литературных источников. Один из дизайнов растительных мотивов показан на рис. 1.



Рисунок 1 – Дизайн обоев Уильяма Морриса

Моррис понимает под «декоративным» нечто большее, чем абстрактное оформление. В чем же его суть? Технически, говорит Моррис, это конвенционализация природы. Красивые и естественные формы будут напоминать ему не только о той части природы, которую, по его мнению, они представляют, но и о многом, что лежит за пределами этой части. Его модели основаны на точном и внимательном наблюдении за природными формами.



Характерной чертой растительной символики Морриса была метафора Сада как единения противоположных сущностей, формирования целого организма, одухотворённого красотой. Растения Морриса безмятежно уживаются с анималистичным миром, образуя многочисленное переплетение ветвей, цветов и птиц. Литературный смысл все время присутствовал в символизме живописных трудов Морриса: на ткани «Павлин и дракон» драконы – фениксы из восточных сказок; на плитке «Лебедь» эта птица олицетворяет кельтское вдохновение, древнюю поэтичность, мелодичность; ткань «Братец кролик» создана в честь главного героя «Сказок дядюшки Римуса» Дж. Харрис. Облик кролика воплощён Моррисом также в аллегорическом гобелене «Лес», в котором, как и в его Саду, все образы (животные, птицы и растения) сплетались в единое целое. Согласно Моррису, лес – мифический «средний мир», где уравниваются все без исключения оппозиции, стремясь к мировому всеединству. Гобелен «Лес» представлен на рис. 2.



Рисунок 2 – Гобелен «Лес»

Текстильные работы Уильяма Морриса отражают многие темы, стилистические предпочтения и приемы, характерные для его артуровской поэзии. Среда по своей природе накладывает определенные ограничения на произведения, созданные в ней. Каждый текстиль использует ограниченную цветовую палитру из нескольких различных цветов, которые отражают предпочтение синего и красного, ассоциирующихся с рыцарским боем, и зеленого и золотого, ассоциирующихся с раем и прекрасными девами.

Моррис превозносил архитектурные листья аканта, любимые дизайнерами и скульпторами неоклассицизма на протяжении веков за их элегантные, скрученные формы. Моррис ссылаясь на лист аканта во многих работах, часто накладывая листву слоями, чтобы создать богатый трехмерный эффект. Еще одной классической отсылкой к Уильяму Моррису был гранат, библейский символ вечной жизни. В своих более образных работах Моррис находился под глубоким влиянием средневековья и движения готического возрождения, преобладающего в викторианском искусстве. Одна из работ с изображением листьев аканта представлена на рис. 3.



Рисунок 3 – Дизайн обоев «Листья аканта»

Текстиль также выдвигает широко используемые поэтические символы, такие как птицы и цветы, на передний план дизайна. В текстиле Морриса «Голубь и роза» символы, которые обычно подчеркивают человеческие действия в поэзии Морриса, становятся центральным элементом дизайна. Голуби, которые регулярно появляются в своем белом разнообразии на типологических картинах прерафаэлитов, изображающих Святого Духа или мир, окрашены в красный и зеленый цвета на ткани. Форма птиц предполагает связь с традиционным значением белого голубя, но их цвет придает этому типу изюминку и делает их больше похожими на траурных голубей.

Моррис мыслил природу как одушевленную сущность. Ему было очевидно то, что связывает животный и растительный мир с людьми; в естестве он видел индивидуальное происхождение, близкое людской душе, обретал в ней удовольствие, успокоение, безграничный ресурс вдохновения. С ней были сплетены его поэтические «пейзажи души», которые он «рисовал» в минуты внутреннего покоя, применяя в стихах целую гамму человеческих чувств.

Уильям Моррис – один из немногих мастеров, чьи труды живут не только в тесных выставочных залах и музейных хранилищах. Также в XXI столетии по его эскизам производят обои и выпускают текстиль. С Уильямом Моррисом можно столкнуться как в модной галерее современного искусства, где очередной художник сделал арт-проект под влиянием знаменитого предшественника, так и в сувенирном магазине на Оксфорд-стрит, где продают футболки с его высказываниями. Творчество Морриса не прекращает существовать в народе, как об этом в своё время мечтал дизайнер.

Список использованных источников:

1. Символизм Уильяма Морриса [Электронный ресурс] // paperzz - Режим доступа: <https://paperzz.com/doc/8878887/the-symbolism-of-william-morris> (дата обращения: 27.10.21)

2. Уильям Моррис - дань уважения к 125-летию со дня его смерти [Электронный ресурс] // foxandchave, 2021 - Режим доступа: <https://foxandchave.com/blogs/all/william-morris-at-fox-and-chave/> (дата обращения: 27.10.21)

3. Уильям Моррис и взгляд художника [Электронный ресурс] // victorianweb 2009 - Режим доступа:



<https://victorianweb.org/authors/morris/delucia10.html> (дата обращения: 27.10.21)

4. Проблема синтеза искусств в эстетической концепции Уильяма Морриса [Электронный ресурс] // exdat, 2012 - Режим доступа: <http://rudocs.exdat.com/docs/index-476120.html?page=2> (дата обращения: 27.10.21)

©Панова В.К., Куликова М.К., 2021

УДК 745/749

**РУЧНАЯ ВЫШИВКА
ОТ ПРЕДМЕТОВ ЦЕРКОВНОГО ИСКУССТВА
ДО СОВРЕМЕННОГО
ДЕКОРАТИВНО-ПРИКЛАДНОГО ИСКУССТВА**

Прогунова Д.А., Куликова М.К.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования «Российский государственный университет
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Данная статья рассматривает историю, характерные черты и особенность развития ручной церковной вышивки. Дана общая характеристика технологиям вышивки и предметам церковного искусства. Рассматриваются этапы развития и актуальность церковных орнаментов и видам вышивки в современном дизайне и декоративно-прикладном искусстве.

Вышивка – один из распространённых видов художественной отделки изделий, вид декоративно-прикладного искусства. Все элементы мотивов и изображения выполняются вручную. Для этого используют нити различной плотности и состава (шелк, искусственный шелк, шерсть, хлопок), иглы или же крючок для вышивки. Материалы для основы используются разнообразные: войлок, хлопок, бархат, шелк, тонкая кожа. Часто вышивка дополняется бисером, драгоценными камнями, жемчугом.

Церковная вышивка вплотную связана с иконописью. В своих творческих методах вышивка повторяет сюжеты и композиции нитью и иглой. Основная церковная атрибутика, которая декорируется гладью: предметы лицевого шитья покровы, пелены (платок или небольшое полотно подвешиваемый под особенно почитаемые иконы, которые ставят в храме на отдельный постамент или в киот) хоругви (церковные знамена с изображением святых, особо чтимых покровителей, сюжетов значимых праздников), покровцы (матерчатое полотно для обрядов) и плащаницы (большое полотно с вышитым библейским сюжетом).

Церковная вышивка условно делится на орнаментальное и лицевое шитье. Лицевое шитье – это вид церковного искусства, изображения на

ткани с помощью вышивки, иначе говоря «живопись иглой». Вышитые изображения располагаются на богослужебных предметах, облачениях, каждое изделие было не копией, а своеобразным иконографическим вариантом иконы. Иконы и библейские текста полностью расшивают тонкими цветными и золотыми нитками. Для создания изделий для храма используют натуральные и драгоценные материалы.

Мастерская при Свято-Тихоновском богословском университете, Санкт-Петербургской духовной академии, является одной из известных и плодотворно работающих мастерских лицевого шитья.

Орнаментальное шитье выполняется одним цветом нити, в основном металлизированными золотыми нитями. Геометрический орнамент в церковной вышивке не требует наличия нескольких цветов и плавных цветовых переходов как лицевое шитье. Наряду с яркими шелковыми и золотными нитями начали применяться канитель и блески. В орнаментальном шитье большую роль играет жемчуг, драгоценные камни, дробницы. Количество находившихся в церкви тканей с орнаментальным шитьем значительно превышало число предметов с шитыми лицевыми изображениями.

Техники, используемые мастерами в вышивке предметов церковного искусства: гладью, в прикреп, по настилу, по форме.

Вышивка «в прикреп». Используется металлизированная нить – золотая или серебряная. Драгоценную нить пришивают к ткани при помощи другой, как правило, шелковой нити. Вспомогательная нить закрепляет основную не давая расползаться рисунку (рис. 1).



Рисунок 1. – Схема вышивки «в прикреп»

Гладь – вышивка, в которой каждый из стежков располагается плотно друг к другу (рис. 2). Таким способом вышивки можно создавать плавный переход цвета. Отличительная черта глади – это однонаправленные стежки, которые прокалываются сверху и снизу.

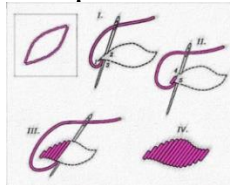


Рисунок 2. – Схема вышивки «гладь»

Вышивка по настилу выполняется по предварительному проложенному слою льняных нитей более толстых чем металлизированная золотая нить. Такую технику используют чтобы подчеркнуть объём или важность элемента композиции.

В вышивке по форме стежки выкладываются подобно мозаике. Под подающим отраженным светом создается особое движение формы.

В современной жизни такой вид церковного искусства как ручная вышивка развивается с новой силой. Она выходит далеко за пределы церкви.

Коллекция Dolce & Gabbana осень-зима 2013 года, посвящена католической иконописи и сюжетам мозаик Кафедрального собора Монреале. Дизайнеры работали под девизом: «Без прошлого нет будущего». Большое количество изделий богато оформлено объёмной вышивкой с использованием золотых нитей (рис. 3). Каждое полотно будущего костюма расшивалось и украшалось вручную. Растительный и геометрический орнамент полностью узнаваем, подобный орнамент наносят на церковную атрибутику и одежды для богослужений. Крой одежды являлся отсылкой к церковным канонам. Свободные блузы и платья скроены на манер христианских роб. Одежда была не единственным элементом коллекции, на котором была расположена вышивка. Она так же активно располагалась на сумках.



Рисунок 3 – Вышивка на костюме Dolce & Gabbana осень-зима 2013 год.

Во времена советского атеизма искусство ручного шитья почти полностью исчезло из храмов, изгнано как часть чуждой идеологии. Данный вид ремесла потерял свою уникальность. В последние пару десятилетий двадцатого века усилиями церковных деятелей, искусствоведов, художников, золотошвейное мастерство возродилось в России и странах СНГ, и сейчас успешно развивается. Каждое современное церковное изделие сейчас является не копией, а своеобразным иконографическим вариантом иконы. На сегодняшний день широко используются как натуральные, так и синтетические материалы. Такой подход делает изделия более доступными для приобретения. Так же используются элементы декорации из пластика и стекла, заменяя драгоценные металлы и камни. Не смотря на такую подмену натурального материала, ручная вышивка не теряет свою аутентичность и значимость.

Список использованных источников:

1. Маясова Н.А. Древнерусское лицевое шитье: Каталог. 2004. [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://viewer.rusneb.ru/ru/000199_000009_002693919?page=1&rotate=0&theme=white (дата обращения: 01.11.21)



2. Шабельская Н.П. Материалы и технические приемы в древнерусском шитье. 1926. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.ubrus-ru.narod.ru/375.html> (дата обращения: 01.11.21)

3. Vogue. coll ection fall winter 2013 ready-to-wear milan Dolce Gabbana. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2013-ready-to-wear/dolce-gabbana> (дата обращения: 01.11.21)

4. Золотошвейная мастерская «Убрус». Школа церковной вышивки и золотого шитья. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://ubrus.ru/node/144> (дата обращения: 01.11.21)

©Прогунова Д.А., Куликова М.К., 2021

УДК 741.021.2:677.027.511

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АБСТРАКТНОГО ОРНАМЕНТА В ТЕКСТИЛЬНОМ ИСКУССТВЕ

Ремнева А.Д., Щербакова А.В.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования «Российский государственный университет
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Абстракция – широкий термин, который обозначает отказ изображаемой зримой реальности. Предметом искусства становится инструментарий художника – линия, цвет и форма. Значимую роль играет ассоциативное начало в художественном процессе.

Применение абстрактных мотивов в текстиле можно разделить на следующие типы: изображение реально существующих форм – органическая абстракция; и самостоятельные, не опирающиеся на окружающий мир – беспредметная.

Первая группа абстрактных мотивов – изображение форм окружающего мира берет начало еще с древних времен. Люди изучали природные явления, животных, себя, и делали зарисовки на основе увиденного, используя простые формы. Например, в тканях Древнего Китая встречается абстрактное изображение природных явлений, которые имели символическое значение. Так, на одеянии императора династии Цин в нижней части можно увидеть водный узор, построенные при помощи спиралей и волнообразных линий. Так же в период династии Хань был распространен облачный узор из переплетающихся завитков.

Яркое проявление органической абстракции в текстиле можно встретить в стиле ар-нуво. Отличительной особенностью данного направления является использование природных форм в плоскостном и стилизованном решении. основополагающим мотивом стал так называемый «удар бича», термин ввел В. Орта. По принципу



волнообразного, пластичного построения изображались цветы, живые организмы, легкие ткани, природные явления [2].

Французский текстиль эпохи модерн 1900 годов включал в себя достаточно реалистичные цветочные мотивы, тем не менее они были выстроены в четкие раппортные композиции, имеющие изогнутую, плавную структуру, где элементы переплетались между собой, образуя непрерывную линию. Отличительные черты изображения цветов выделяются следующие: однородное или градиентное заполнение цветом, контур, стилизованные и упрощенные формы. Представители: Эдуард Колонна, братья Корний, Луи-Дезир-Эжен Геллар, Жорж де Фёр. В 1911 году художник Рауль Дюфи плотно работал с модельером Полем Пуаре, создавая новаторские для того время изделия. Художник использовал ограниченную палитру в цветочном орнаменте, делая его форму пластичной и упрощенной.

Австрийский модерн знаменуется созданием «Венского Сецессиона» в 1897 году, который отражал основные положения модерна, перечисленные выше. Его основателем считается Густав Климт. Посмотрев на женские портреты Климта, можно представить как выглядели текстильные задумки художника: орнамент платьев практически в точности повторял узоры на его картинах. Ткани отличаются изображением абстрактных природных форм с мелкой детализацией, использованием закругленных элементов. В отличие от французского текстиля эпохи модерн Климту свойственно более упрощенное воплощение органических форм, хаотичное решение композиционного построения, игра с масштабом и цветовыми сочетаниями. Не менее яркой персоной «Венского Сецессиона» является Йозеф-Мария Аухенталлер. Он использует простые пластичные формы, беря за основу природные мотивы и сдержанную цветовую палитру.

Еще одно направление, которое получило свое признание в текстильном искусстве за счет развития британской науки – это увеличенные изображения атомных структур в создании узоров для керамики, тканей, обоев и других изделий. Ученые широко применяли рентгеновскую кристаллографию с 1915 года, а в 1946 году доктор Хелен Дик Мего предложила использовать кристаллические узоры в качестве вдохновения для дизайнеров обоев и тканей из-за их повторяющейся симметрии и естественной красоты. Ее идея послужила отправной точкой для 26 производителей Festival Pattern Group, команды, созданной Марком Хартландом Томасом. Главным открытием фестиваля стали диаграммы кристаллической структуры атомов таких веществ, как борная кислота, инсулин, гидроксид алюминия, гемоглобин и афвиллит. Таким образом органическая абстракция становится все более стилизованной.

На Фестивале Британии в послевоенный период Люсьен Дэй представила смелый и непредсказуемый ботанический узор, который



отличался от многих традиционных цветочных принтов того времени. Так, Perpetua (1953) включал в себя различные формы растений, связанные тонкими стеблевыми линиями, распространяющиеся по ткани, как если бы они росли спонтанно [4].

Вторая группа абстрактных мотивов построена на основе несуществующих в природе предметов: различных геометрических фигур или созданных искусственным методом при помощи средств художественной выразительности – пятно, штрих и т.д.

Авангардное искусство, которое получило свое развитие в начале XX века, стало основополагающим для последующих направлений. Основные идеи, которых придерживались художники: разрушение традиционного и обывательского искусства; отказ от изображения видимой действительности; стремление к синтезу разных видов искусства; переосмысление художественно-эстетических, нравственных и духовных ценностей. Авангард был распространен во многих странах. Так, в Англии в 1913 году Роджером Фраем были основаны мастерские «Омега». Одним из лидеров «Омеги» можно считать Ванессу Белл, которая занималась настенной росписью, разрабатывала орнаменты для ткани и ковров. Ее работы – яркий пример беспредметного искусства, состоящие из геометрических форм, подчиненные законам цвета и композиции. Художница вдохновлялась своими же полотнами, например «Летний лагерь», написанный в 1913 году. В работах Белла как будто собирала мозаику, каждое пятно было заполнено определенным цветовым пространством, что создавало единое целое.

Художники по текстилю немецкой школы Баухаус так же отличились своим новаторским прочтением геометрического орнамента. Пристальное внимание уделялось сочетаниям цветов, форм и фактур, чем руководил Иоганнес Иттен. Возглавляла текстильную мастерскую в художественной школе Гунта Штёльцль. Ткацкое дело было для нее воплощением главных принципов Баухауса: творить вещи для нового мира, совмещая простоту и сложность, красоту и функциональность. Как и другие преподаватели, она писала теоретические статьи, и в одной из них объявила, что работа с текстилем тоже может быть искусством: ткачество – это эстетическая система, единство формы, композиции, цвета и материала. Ученица Гунты Штёльцль Анни Альберс помимо традиционной пряжи использовала металлическую нить, конский волос. В своих абстрактных работах художница вдохновлялась художником Пуаль Клее, наблюдая что он делает с линиями, точками и свободными мазками кисти. Альберс применила его хроматическую систему в искусстве создания текстиля, смешивая оттенки и создавая необычные комбинации.

Авангард в СССР был воплощен благодаря советской школе дизайна ВХУТЕМАС. В 1924 Варварой Степановой и Любовью Поповой было создано несколько сотен орнаментов в лучшем духе конструктивизма:



простые геометрические фигуры, контрастные цвета, ясная ритмическая структура. Получившиеся авангардные орнаменты несли сразу несколько смыслов: идею технократичности нового искусства и служение живописи человеку в быту [5].

Еще один пример использования конструктивистских идей в текстильном рисунке стала Соня Делоне. Ее композиции состояли из простых геометрических фигур: квадратов, ромбов, кругов, полос, зигзагов, треугольников и т.д. Орнаменты расположены не отдельными раппортными ядрами и организованы во взаимосвязанные структуры. Часто Соня Делоне отталкивается от одинаковых базовых мотивов, как, например, вписанные друг в друга ромбы или «елочка». Способ заполнения узора цветом в соответствии с законом шахматной доски соединяет структуры, образующие орнамент, в единое целое. Негативные и позитивные формы по-разному настраивают глаз зрителя, меняя структуру листа в зависимости от того, что взято за основу.

В конце войны текстильный дизайн ограничивался простыми ткаными и набивными узорами, производство которых было дешевым. Один из главных практиков того времени, Энид Маркс создавала абстрактные геометрические фигуры с мелкими повторяющимися узорами, такими как Spot and Stripe, Honeycomb, Ring и Chevron.

В 1960-х социальные изменения и новое поколение дизайнеров заменили тонкость и масштаб узоров 1950-х годов крупномасштабными проектами с использованием еще более смелых цветов. Поп-арт, и оп-арт повлияли на дизайн, что привело к появлению футуристических узоров, стимулирующих и дезориентирующих взгляд. В этом контексте Барбара Браун была особенно плодовитым дизайнером и предоставила Heal Fabrics множество интересных орнаментов [4]. Эти печатные узоры отражают растущий интерес к научной фантастике и современности.

В настоящее время современные дизайнеры и модельеры довольно часто используют орнаменты органической и беспредметной абстракции при проектировании своих изделий. Так, за основу принтов в коллекции Alexander McQueen были использованы орнаменты Варвары Степановой. Комбинации контрастных геометрических форм различных размеров создают сложный узор. В коллекции SERGEY SYSOEV весна-лето 2021 года представлены органические абстрактные мотивы крупного масштаба, разработанные при помощи толстых изогнутых линий. А Kenneth Ize представил на парижской неделе моды образы в яркой цветовой гамме африканской культуры с геометрическим орнаментом.

Интерьерный текстиль, в наше время, представлен богатым ассортиментом как органической, так и геометрической абстракцией. Например, в каталоге IKEA можно найти постельное белье с волнообразным и цветочным мотивом (SVAMPMAL и KANTLÖK). Коллекция Astoria вдохновлена эпохой Великого Гэтсби. Роскошь и



расцвет Америки 1920-х годов чувствуется в каждом дизайне. Инновационный подход к жаккардам и вышивкам позволил с точностью отразить все детали и нюансы тканей.

На основе проведенного исследования, автором была создана коллекция рисунков для платков «Wave of color» с использованием абстрактных мотивов. Вдохновением послужили горные пейзажи и природные фактуры. Мотивы состоят из плавных тягучих линий, в которых можно узнать узоры коры радужного эвкалипта, перламутра и разрез древесного ствола. Одним из источников вдохновения также является творчество Эмилио Пуччи. За основу его рисунков взяты увиденные с неба виды островов, разбросанных по бескрайним водным просторам. Абстрактные пятна с цветными полосами-контурами сопровождалось традиционными флорентийскими узорами.

Таким образом, абстрактный орнамент в текстильном искусстве – очень важное и масштабное явление, которое проявляется при помощи самых разнообразных мотивов как органического, так и беспредметного и геометрического мира. Текстиль является неотъемлемой частью нашего мира, именно поэтому абстрактные мотивы помогают человеку выразить свой внутренний мир и вкус через одежду и интерьер. Чувственно воспринимая цвет и рисунок, зритель завораживается причудливыми орнаментами, созданными художником.

Список использованных источников:

1. Волкова О.А. Эволюцию авангардизма/Современная Европа, 2003. - 91-98 с.
2. Бесчастнов Н.П. Художественный язык орнамента/ВЛАДОС, 2010.
3. Щербакова А.В., Морозова Е.В. Проектирование текстильного рисунка 50 – 60-х годов XX века (зарубежный и отечественный опыт) : монография. М.: ФГБОУ ВО «МГУДТ», 2016. – 298 с.
4. Jackson, Lesley. Revolutionary Fabrics and Furniture 1957-1980. Shirley Craven and Hull Traders. Published by ACC Editions in association with the Ferens Art Gallery, Hull Museums, 2009. - 220 p.
5. Туловская Юлия Текстиль авангарда/Рисунки для ткани/TAYLIN/2016.

©Ремнева А.Д., Щербакова А.В., 2021



УДК 745.52

ИСКУССТВО СТРИНГ-АРТ В ПРОЕКТИРОВАНИИ АВТОРСКОГО ПАННО ДЛЯ СОВРЕМЕННОГО ИНТЕРЬЕРА

Ремнева А.Д., Громова М.В.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования «Российский государственный университет
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Декоративное панно может стать завершающим элементом оформления любого типа интерьера (квартира, загородный дом, общественное место, офис и т.д.). В зависимости от предназначения интерьера дизайнер выбирает технику, размер и стилистику панно. Важно помнить о законах композиции, правильном сочетании цветов, чтобы данный элемент интерьера гармонично вписался в пространство и не перегрузил общее впечатление.

Декоративное панно может выступать как самостоятельный объект, несущий художественную ценность, так и являться частью общей концепции интерьерного решения, занимая обширную площадь. Основой для панно выступает как стена, которая декорируется рельефом, лепниной и т.д., так и отдельное полотно. Чаще всего основой для проектирования выступает определенная тематика или сюжет.

При создании панно следует учитывать правила композиции. Если в изделии отсутствует композиционный центр, то весь визуальный ряд может потерять свою конкретику. Выделяется четыре вида композиционного центра: сюжетный; геометрический; оптический; логический [1].

Композиционный центр зависит от величины главного и второстепенных элементов; положения на плоскости; формы элемента, которая отличается от формы других элементов; фактуры элемента; цвета; тона; проработки.

При создании декоративных композиций используется метод творческой стилизации, который предполагает создание натурального объекта в виде художественного символа, т.е. происходит творческое переосмысление автором реально существующих объектов природы и окружающего мира. В процессе стилизации художник отказывается от всего второстепенного, несущественного, мешающего четко передать объект. Его цель – обнаружить самое главное, характерное, раскрыть суть, передать эмоциональные впечатления [2].

Для создания панно под девизом «Горные вершины» выбрана техника стринг-арт, или как еще ее называют, «изонить». Точно неизвестно, кто впервые использовал данную технику. Есть



предположение, что она зародилась в Англии в XVII веке, когда местные ткачи придумали особый способ плетения на гвоздях. Мастера создавали картины из шёлковых нитей на деревянных дощечках, а затем использовали их для украшения интерьера. В середине XIX столетия позабытую технику возродила преподаватель математики Мэри Эверест Буль. Учительница изображала построение фигур на доске при помощи ниток и гвоздей, чем старалась привлечь внимание учеников к предмету. К стринг-арту как искусству впервые привлёк внимание дизайнер калифорнийской компании Open Door Company Джон Эйхингер. Он создавал из натянутых на гвозди ниток мандалы – символические сакральные картины, использующиеся в буддизме и индуизме. Все они представляли собой замкнутые геометрические схемы. В технике стринг-арт проектируются как простые, так и сложные рисунки. Накладывая нити в несколько слоёв, можно добиться эффекта объёмности, а изменяя их количество – играть с глубиной тени [3].

В современном интерьере панно, выполненное в технике «изонить» встречается как в жилых, так и в общественных помещениях. Такое декоративное решение украшает интерьер, заостряет на себе внимание и гармонично вписывается в пространство, подходя по тематике или цветовой гамме. Сложное переплетение нитей создает иллюзорный эффект плавного перетекания одного цвета в другой, а благодаря оптическому смещению возможен вариант получения нового цвета.

Перед тем как начать заниматься разработкой эскиза к панно был проделан поиск источников вдохновения и собран мудборд на заданную тематику. Ключевым источником вдохновения стали горные вершины и работы, выполненные в технике «изонить».

С помощью переплетения нитей создается эффект объемной графики. Прямые, ломанные линии передают фактуру скалистых гор и заснеженных вершин. Во время разработки эскиза рассмотрены разные варианты композиционных решений: и панно, состоящее из трех частей, и круглая форма, и ромбовидная, и прямоугольная. Поиск формы остановился на вписанном в прямоугольник ромбе. Композиция получилась устойчивой, в ней равномерно распределены акценты. Доминантой выступает сам ромб, прямоугольник является подобием рамки. Горные вершины поделены на два плана – передний и задний. Круг – символ солнца, расположен правее и выше центра, дополняет всю композицию. Цветовая гамма: черные и белые нити, фоном будет служить деревянная основа (рис. 1).



Рисунок 1.

Следующим этапом стал подбор подходящего интерьера, в который впишется данный декоративный элемент. Устойчивая форма треугольника является композицией статичной, спокойной. Интерьер подойдет в приглушенных, приближенных к природным цветам, возможно присутствие элементов, напоминающих дерево, камень.

Для создания панно в строительном магазине были приобретены следующие материалы: мебельный щит 60x70 см, финишные оцинкованные гвозди 1,8x30 мм, клей «Момент Кристалл». В магазине пряжи нашлись подходящие хлопковые нити – черные, белые, коричневые.

Следующим этапом стало создание эскиза в масштабе 1:1 с расстановкой будущих гвоздей.

Произведена подготовка мебельного щита к работе. Для начала необходимо убрать неровности и острые углы шлифовальной бумагой. Затем покрыть определенную часть черным акрилом, и наконец нанести на всю поверхность основы морилку цвета «Орех». Для удобства переноса рисунка на деревянную основу использован эскиз 1:1. На данном этапе эскиз был прикреплен малярным скотчем, при помощи гвоздя и молотка простукивались углубления в щите, чтобы в дальнейшем было понятно, куда забивать гвозди.

Затем произведен процесс забивания гвоздей. Гвозди необходимо забивать на половину длины, поэтому они вбиты на 14-15 мм. После того, как все гвозди вбиты, необходимы выровнять их пассатижами.

После этого были намотаны нити на гвозди по эскизу: сначала белые, затем черные, затем коричневые. Для того, чтобы избежать риска развязанных узлов, на них наносился клей «Момент». Также благодаря этому на работе не видны хвостики нитей (рис. 2).



Рисунок 2.

В заключении хотелось бы сказать, что панно – это важный элемент интерьера. Оно может быть выполнено в разных техниках, подойти практически к любому типу помещения, являться его частью или быть



отдельным произведением. Не стоит забывать о законах композиции, цветовых сочетаниях, чтобы панно могло гармонично вписаться в пространство.

Список использованных источников:

1. Зиновьева Е.Н. Методические рекомендации по выполнению декоративного панно из полиморфуса//Теория по темам «Композиционный центр» и «Стилизация как метод композиции»//Дизайн интерьера// Екатеринбург – 2019. 29-30 с.

2. Голубева О.Л. Основы композиции: учебное пособие / О.Л. Голубева. 2-е изд. Москва: Искусство, 2004. 120 с.

3. Браницкий Г. А. Изонить. И угол и дуга - все линии прямые//Баро-Пресс, 2003.

©Ремнева А.Д., Громова М.В., 2021

УДК 746.31

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ТЕХНОЛОГИИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ВЫШИВКИ

Абулова П.У., Рахматова Б.К.

Научные руководители Самиева Ш.Х., Бутко Т.В.

*Бухарский инженерно-технологический институт, Узбекистан
Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования «Российский государственный университет
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

В настоящее время в республике Узбекистан проводится планомерная работа по обеспечению высоких и стабильных темпов роста текстильной и швейно-трикотажной промышленности, привлечению и освоению прямых иностранных инвестиций, производству и экспорту конкурентоспособной продукции, созданию новых рабочих мест с высокими технологиями за счет реализации стратегически важных проектов модернизации, технического и технологического обновления предприятий, дальнейшему углублению экономического роста [1].

Основной задачей швейных предприятий является удовлетворение потребностей населения в одежде высокого качества и разнообразного ассортимента, а созданием красивой и удобной одежды.

Швейная промышленность, как одна из основных отраслей легкой промышленности, может развиваться только на основе существенного ускорения научно-технического прогресса, и, прежде всего, автоматизации машиностроения, включая автоматизированное швейное оборудование и производство в целом. Она производит товары первой необходимости для удовлетворения потребностей населения и основной целью является снижение себестоимости за счет ускорения темпов производства, сокращения времени изготовления продукции, снижения фактора рабочей

силы, экономии средств за счет эффективного использования сырья и материалов путем совершенствования производственных процессов, реконструкции и внедрения новых технологий.

Инновация в швейной промышленности – это внедренное новшество, обеспечивающее качественный рост эффективности процессов или продукции, востребованное рынком. Особенность инновации в том, что она позволяет создать дополнительную ценность, и связана с внедрением её в производство. Поэтому инновация не является инновацией до того момента, пока она успешно не внедрена и не начала приносить пользу.

Художественная вышивка имеет давнюю историю. Об этом свидетельствуют археологические находки и письменные источники. Искусство вышивки отражает наиболее широко используемые узоры каждого народа. Создание такой вышивки как уникального искусства открывает сердца людей, пробуждает эстетическое чувство, такое как человечность и любовь к природе, духовную подпитку. Вышивка, как вид прикладного искусства с многовековой историей, выражает гармонию вкуса дизайнера, композиции узора, растительного орнамента и является одним из самых эффектных элементов современной вышивки [1].

Одной из инновационных технологий современной вышивки является люневильская вышивка.

Для вышивания люневильской вышивки используется современное оборудование. Самое современное оборудование – это сердце нового поколения швейных машин «БЕРНИНА». Большинство машин «БЕРНИНА» управляются микропроцессором и могут быть подключены к персональному компьютеру (рис. 1). Это соединение позволяет менять строчки, добавлять их или создавать вышитые узоры фантастической формы.



Рисунок 1 – Bernina 700. Вышивальная машина для вышивания

В швейном производстве машины «Itema» серии Memory Craft созданы специально для вышивания. Машина имеет USB-накопитель, что позволяет ей сохранять свой собственный дизайн. У этой вышивальной машины столько же функций, сколько у всех дорогих современных вышивальных машинах. Вышивальная машина «Itema» проста и функциональна.

Работать на вышивальной машине «Itema» просто и удобно – в ней все продумано. Возможности вышивки машины не ограничиваются. Используя персональные компьютеры, можно создавать композиции из существующих дизайнов, а также создавать собственные таблички для выкроек.

Вышивальные машины Tajima серии TSMX – ультрасовременные модели, разработанные на основе передовых технологий, многолетнего опыта и успешных достижений компании Tajima. Тамбурные и челночные головки объединены для того, чтобы позволить нам производить вышивку более эффективного и плодотворно. Высокоскоростное устройство установки блесок еще более расширяет диапазон применения таких вышивальных машин. Вышивальные машины ТАЈІМА серии TSMX позволяют делать комбинированную вышивку – тамбурная вышивка (цепной стежок и махра) + многоцветная вышивка челночным стежком и блесками (пайетками).



Рисунок 2 – Вышивальная машина «ТАЈІМА»

Причина, по которой современные вышивальные машины компьютеризированы, а также автоматически управляются, является финансово дорогостоящей. Поэтому сегодня проводится большая работа по модернизации простых вышивальных машин. Рекомендации по совершенствованию вышивальной машины с использованием инновационной технологии Люневиль:

нужен специальный бункер для хранения бусин разных размеров;
изменение конструкции лапки вышивальной машины.

В заключение следует отметить, что основное направление совершенствования вышивальных швейных машин и её производителей направлено на повышение производительности труда, применение инновационных технологий и совершенствование технологических процессов. В то же время она основана на производстве современной и доступной одежды.

Список использованных источников:

1. Указ президента Республики Узбекистан от 12 февраля 2019 года № 4186 "О мерах по дальнейшему углублению реформирования текстильной и швейной промышленности и расширению ее экспортного потенциала".
2. Ш.Х.Самиева, Д.Х.Барнаева, М.М.Рахимова. Каштачилик ва бадий дид. Касб-хунар коллежлари учун услубий кўлланма, Бухоро-«Истеъдод» - 2014, с.7-8

©Абулова П.У., Рахматова Б.К., 2021



УДК 7.05

СТУДИЯ BACKHAUS BROWN И ПРОЕКТ GLASSKIBE

Соколова А.С., Иванаева О.И.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московская государственная художественно-промышленная академия им. С.Г. Строганова», Москва

В современном дизайне все больше начинают преобладать черты скандинавского дизайна, особенно эта тенденция прослеживается после 60-х годов XX-го века. Это характеризуется минимализмом в деталях и приверженностью к натуральным материалам, таким как камень, дерево, стекло.

Стоит отметить, что в работах датской студии художественного стеклоделия BACKHAUS BROWN прослеживаются два основных направления скандинавского дизайна уже XXI века – Минимализм и заново набирающая популярность Архаика.

Мастерская BACKHAUS BROWN известна уникальными художественными изделиями из стекла в техниках Пасторелли, т.е. старинный Итальянский метод набора цветного стекла, основная его особенность в том, что на прозрачную стеклянную основу «набираются» стеклодроты (палочки из цветного стекла), имеющие с основной массой стекла один и тот же коэффициент расширения; и Батутто, то есть старинный Итальянский способ декоративного оформления изделий из стекла, примечателен он тем, что срез выполняется при подаче воды, что обеспечивает глянцевый срез, и создает визуальный вид «чешуи». У истоков мастерской стоят два художника – Эндрю Браун и Нанна Блекхаус-Браун. Оба создателя мастерской занимаются как своими проектами, так и объединившей их умения темой «Стеклянного корабля». Так Нанна создает округлые, схожие по своему формообразованию на перевернутую фаянсовую вазу, предметы в сочетании пастельных, розовых и голубых, цветах с терракотовыми оттенками рыжего.

Излюбленной темой Эндрю Браун и Нанны Блекхаус-Браун становится совместная работа с проектом Glasskibe. Эти работы выполнены в сочетании стекла и дерева, и, как нам становится понятно из названия приобретают вид кораблей. Выполняется такой предмет в горячей технике обработки стекла – гуты, тут мы несколько отходим к истории средних веков, где листовое стекло изготавливалось с помощью «халявы».

Халява – один из старинных методов изготовления относительно крупного листового стекла для окон (стекло для витражей. Сначала выдувается вытянутая заготовка с тонкими стенками, потом его режут еще в горячем состоянии).



Таким методом изготавливаются и стекла для «Дракаров» Студии BASKHAUS BROWN. Для придания красивого градиента в работе используется излюбленная Нанной Блехаус-Браун техника набора стекла – Пасторелли.

Затем в работу вступает техника декоративной обработки – Батутто. Именно этим способом дополняется образ корабля, заросшего раковинами или расписанного рунами.

Завершающим этапом является изготовление деревянного каркаса. Эта работы была порчена, работающему в расположенных неподалёку мастерских, художнику по дереву. Так к проекту присоединяется Egeværk.

Основная цель исследования – проследить возникновение идеи проекта Glasskibe, основываясь на культурных особенностях жителей скандинавских стран и современном северном дизайне. Изучить символику образа «Драккара», используемый авторами в концепции изделий.

В ходе исследования были использованы находящиеся в общем доступе архивные материалы ШИМ (Шведского Исторического Музея) и ГИМ (Государственный Исторический Музей), с целью анализа изобразительных особенностей проекта Glasskibe.

Основными источниками получения визуальной информации о проекте Glasskibe являются сайты мастерских BASKHAUS BROWN и EVERGRİK, а также их аккаунты в Instagram. Сайты и профили выставок, в которых участвовали создатели мастерской. Аккаунты выставок в социальных сетях.

Впервые упоминание о мастерской BASKHAUS BROWN встречается в 2016-ом году, после представления первого «Драккара», в последствии принёсшего признание мастерской и зародившего проект Glasskibe. За первый год своего существования ладьи побывали на таких выставках как «RoyalDanishEmbassy» в Лондоне, «TheOlympics – theDanishPavilon» в Рио и «Northmodern» в Копенгагене.

Студия BASKHAUS BROWN находится в маленьком портовом городке в Дании под названием Хундестед, находящимся в провинции Новая Зеландия. С гавани, где на одной из пристаней располагается, подобно острову Мурано в Венеции, располагается множество небольших мастерских, открывается живописный вид на северные фьорды. Каждый день мимо окон мастерской проходит множество судов и лодочек, возможно это и вдохновило владельцев мастерской Эндрю Браун и Нанну Блеххаус Браун на создание своего проекта Glasskibe.

Основная концепция проекта Glasskibe состоит в совмещении стекла и дерева, органично перетекающих друг в друга, с целью поддержания идеи некой абстрактной, символической, в данном случае, скандинавской ладьи – Драккар. Со шведского языка слово «Драккар» дословно переводится как «длинная лодка». Данный термин подтверждается в



европейской литературе раннего Средневековья. Так подобная лодка носит название Драка или Dreka, и описывается как судно, имеющее длинную вытянутую форму с высоко поднятым носом и кармой. Именно такую форму имеют «корабли» проекта Glasskibe.

Рассматривая скандинавскую мифологию, можно прийти к выводу, что образ корабля имел неоднозначное значение. С одной стороны, он выступал в качестве проводника в другой мир умершего в бою, это схоже с греческим эпосом, где подобная ладья переправляла души усопших с одного на другой берег реки Лета.

В тоже время в Драккаре могли хоронить, используя его как погребальную урну, что больше схоже уже с Египетскими традициями отправлять человека в другой мир со всем имуществом. В этом случае усопшего клали в ладью вместе с его вещами (иногда встречаются захоронения с животными в виде лошадей или собак) и засыпали землей, образуя таким способом некое подобие гробницы. Сейчас такие захоронения имеют большое значение для археологии, помогая понять мировоззрение людей того времени.

Также корабль для викингов часто играл роль «Ноева Ковчега». Так как в длительных походах Драккар нёс на себе не только воинов, гребцов и провизию, но и всех домочадцев, благо размер судна предполагал это – при раскопках были найдены корабли более 30-ти метров в длину, обращённые носом в сторону водоема. По сути судно было домом для скандинава периода раннего Средневековья, зачастую чувствовавшего себя на воде более уверенно чем на суше. Все это повлияло и на развитие художественного творчества.

Nanna Backhaus Brown – датский студийный художник по стеклу, один из основателей мастерской BACKHAUS BROWN. Отец – архитектор, мать – дизайнер по текстилю. От родителей она унаследовала любовь к минимализму, свойственному северной архитектуре и любовь к сложным коллористическим решениям прослеживающийся в ткацкой промышленности.

Основная часть ее работ, созданная отдельно от проекта Glasskibe, представлена дутыми пустотелыми предметами, заимствующими формобразование от керамического горшка. Их округлые формы исчерченными параллельными полосами пастельных тонов. Основные цвета – рыжий, коричневый, тёплый голубой или зелёный изредка встречается желтый.

Выполняет свои работы мастер в старинной итальянской технике Пасторелли, заключающейся в вытягивании длинных цветных стержней из стекла, называемых дрочами или дротиками, с последующей их нарезкой в определенном размере. В последствии дротики наносятся на прозрачную основу сплавляясь с ней и выдуваются в задуманную форму. Этот метод также используется для плавных переходов цвета в бортах Драккаров.



Облик предметов, созданных таким способом, вызывает ощущение домашнего тепла, тёплые постельные цвета и мягкая форма изделия только усиливает впечатление уюта.

Супруг и соавтор художницы Andrew Jason Brown – студийный художник по стеклу и один из владельцев мастерской BASKHAUS BROWN, также известный в узких кругах как «Британец из Дании». Любимая тема этого мастера – Батутто. В некий момент, вдохновившись природой, Эндрю переезжает жить в Данию, где впоследствии знакомится со своим бедующим деловым партнером и супругой.

Батутто – ещё одно старинная итальянская техника в стеклоделии. В какой-то момент она была частично позабыта, но в XX веке вновь воссоздана и обновлена архитектором и художником по стеклу Карло Скарпа. Основная особенность этой техники – нанесение узора на поверхность стекла при помощи холодного шлифования в водной среде. Узор получаемый таким способом представляет собой обратно вогнутую призму, в большом количестве создающими узор схожий с чешуей рыб, или лучи восходящего солнца в зависимости в какой последовательности и наклоном был нанесён узор. Также этот способ декорирования стекла оставляет возможность создание и более сложных геометрических композиций.

Используя технику Батутто Эндрю начинает создавать на своих работах Архаичные узоры, в основном имеющие вид «змеевиков» или «узлов» часто встречавшихся в резьбе по дереву, найденных на сундуках и кухонной утвари XVIII-XX веков, а также стилизованных рунических надписей.

Рассматривая историю стеклоделия в целом, невольно замечаешь общую концепцию заимствования форм и технологий из керамики, свойственную части европейских и азиатских стран, а также территории Месопотамии. Отличное развитие имеет стеклоделие в таких странах как Швеция, Дания или Финляндия. Историческая особенность культуры региона (по территории Скандинавии проходит немало торговых путей в том числе с Византией) к заимствованию южных технологий влияет на развитие стеклоделия. Находки сосудов, украшений и предметов быта из стекла преобладают на территории Скандинавии. Керамика не получает такого широкого развития как стекло, дерево и металл, возможно это происходит из-за отсутствия возможности получения высокой температуры при обжиге, а может это следствие отсутствия на территории залежей определённых сортов глины. Так или иначе в археологических вестниках, фондах музеев и на разнообразных выставках, посвященных тематике раннего средневековья в Скандинавии, представлено большое количество мастерски выполненных изделий из стекла. Стекло встречается в множестве хорошо проработанных форм. Сложные гутные кувшины и чаши, множеством разнообразных бусин с муррине или сложным



объёмным узором. Керамика напротив представлена скудно. В основном работы выполнены без участия гончарного круга. Глина наслаивается «колбасками», приминаясь и заглаживаясь вручную.

Мастерская Egeværk, чей владелец также поучаствовал в крупномасштабном проекте Glasskibe, специализируется на создании плавных органических форм из дерева. Поэтому мастера так заинтересовало сотрудничество со стеклодувной мастерской, одной из основных идей которой является органический дизайн.

Учитывая, что все изделия созданные мастерской BASKHAUS BROWN уникальны и для каждого из них требуется тщательная подгонка каркаса под размеры, каждая деревянная рама – киль создаётся индивидуально уже после изготовления стеклянных стенок. В последствии конструкция собирается воедино.

В слиянии двух техник рождается образ «Драккара». Набор цвета для стенок ладьи производится при помощи техники Пасторелли, что позволяет делать плавные переходы от полупрозрачных цветов к более насыщенным. В последствии стенки корабля выдуваются в длинную форму и в горячем состоянии раскрываются. Похожим образом создавалось оконное стекло для витражей в раннем средневековье. После остывания, стекло нарезается в нужную форму и наносится гравировка в технике Батутто. Остаётся только деревянная рама. В этот момент к команде присоединяется мастерская Egeværk.

Работы проекта Glasskibe обладают плавными обтекаемыми формами. Основная идея проекта – с помощью стекла и дерева творчески переосмыслить небольшую часть истории скандинавского народа. На эту мысль подталкивает не только сама форма «Драккара», но и наличие выгравированных на его бортах, реже вырезанных киле, стилизованных рун и пластичной вязи.

Самое интересное, что техника Пасторелли не даёт стеклу полностью становиться глухим, даже при использовании непрозрачных дровиков стекла. Поэтому основа из темного дерева и светлое полупрозрачное стекло удачно контрастируют между собой, производя неизгладимое впечатление на зрителя.

Тематика корабля была излюблена скандинавскими художниками-стеклоделами и более ранний период. Так в 20 веке шведский завод Rukeberg выпускает серию парусных корабликов, среди которых есть ладья. Корабли изображались и в более ранний период в различных материалах. Из чего следует вывод – корабль имел сакральное значение.

Для Скандинава корабль носил некий образ Ноева ковчега. Во время долгих странствий на борт брали провизию, скот, иногда домочадцев. В такие моменты ладья могла походить на плавучий дом, где жило несколько семей.



Ту роль, которую играл образ корабля для населения северных стран, также можно отследить по бытовавшим в регионе мифам. На рубеже XIII века Снорри Стурлусоном создается справочник скандинавских мифов, где в образе некоторых богов пантеона присутствует ладья.

Важную роль играет образ корабля и в погребальной традиции. Горящая ладья уносит павшего война на пир Одина, тем самым завершая его путь в царстве Яви.

Ладья проекта Glasskibe создает впечатление легкости, неустойчивости, за счет тонких полупрозрачных стеклянных стенок и вытянутого корпуса. Она как будто тянет зрителя за собой. Возможно, как корабли первооткрывателей открывали новые земли, так «Драккар» несет нас по волнам истории и легенд, открывая нам новые тайны.

Опираясь на символизм такого образа как ладья в культуре жителей скандинавского региона можно сказать, что эта тема может быть интересна в искусствоведческом плане. Образ ладьи тесно сплетен со скандинавской мифологией, он формирует образ неустойчивой тяги к познанию неизведанного и тяги к сакральному.

Список использованных источников:

1. Ивановская В.И. «Скандинавские орнаменты», М.2008г
2. Грошкова Л.Г. «Финская школа стеклоделия 1930-1970 годы: Алвар Аалто, Тапио Вирккала, Тимо Сарпанева», М.2006г
3. Гуцевич А.Я. «История и сага», М.1972г
4. Режим доступа: <https://www.homofaberguide.com> Дата обращения: 20.08.2021.
5. Режим доступа: <https://www.backhaus-brown.com> Дата обращения: 25.09.2021.

©Соколова А.С., Иванова О.И., 2021

УДК 745:7.048:677.074+903

**ИНДЕЙСКОЕ ПОНЧО:
ИСТОРИЯ, ОРНАМЕНТЫ, МАТЕРИАЛ, ЦВЕТОВАЯ ГАММА**

Соломатова В.Ю., Морозова Е.В.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования «Российский государственный университет
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Пончо считают изобретением индейцев Америки. Пончо (от испанского «ленивый») является предельно простым кроем изделия. Чаще всего – это прямоугольное полотно с вырезом для головы.

Искусство и текстиль индейцев были архаичны, самобытны и имели свои отличия. Изготовление полотен ткани для пончо было характерно для племен араукано, тотонаков, ацтеков, майя, инков, людей культуры



Паракас (доинкская культура), мочика и др. Традиционным способом создания пончо были ручные ткацкие станки. «Ручное ткачество является одним из древнейших ремесел которое, несомненно, может быть названо искусством. Оно появилось еще в эпоху неолита и продолжает существовать до настоящего времени» [1, с. 6]. На территории Америки ткачество появилось примерно в 2000 г. до н.э. Чаще всего используется поясной способ крепления нитей.

Рассмотрим пончо наиболее ярких представителей культур Америки, а именно ацтеков (Северная Америка, полуостров Юкатан, нынче Мексика) и инков (Южная Америка, нынче Перу).

Большое количество описаний внешнего вида индейцев оставили сами конкистадоры, которые впервые увидели местных жителей, поэтому большинство данных о пончо датируется XVI веком.

В 1519 году Эрнан Кортес (1485-1547), испанский конкистадор, с «шестью сотнями воинов» [2, с. 261] вступил на полуостров Юкатан, где к этому времени господствовали теночки (или европейское название этого народа – ацтеки). Э. Кортес так описывал одеяния индейского народа тотонаков: «В качестве одежды они носят разноцветные пончо, а мужчины носят набедренные повязки... и плащи тонкой работы с красивыми узорами» [2, с. 333]. Эти же одеяния были у завоевавшего тотонаков ацтеков.

Ацтеки. Мужской плащ, описанный конкистадором Эрнаном Кортесом, у ацтеков представлял собой прямоугольный кусок тканой материи, который завязывался на одном плече. При этом он не крепился ни пуговицами, ни булавками, а именно узлом (пуговицы и булавки к XVI веку не были известны индейцам). Назывался такой плащ «тильмантли» или современное его название – «манта» [2, с. 131]. «Многие такие плащи часто были красиво сотканы, но об этом у нас имеется крайне мало сведений, кроме рисунков ацтеков и описаний, сделанных завоевателями-испанцами» [2, с. 131].

Женское же одеяние у простолюдинов, составляющих большинство, состояло из уже описанного пончо (одевалось для выхода вне дома) и нижней юбки, которая называлась «куэйтль» [2, с. 132] и доходила по длине до лодыжек. Пончо или «уипиль» представляло собой прямоугольный кусок ткани с разрезом, через который продевалась голова, бока зашивали, но оставляли прорезы для рук. «Одежда женщин класса простолюдинов хоть и была одного покроя, но весьма разнообразной по цвету, рисунку и узору, так как ткачихами были главным образом женщины» [2, с. 132]

Инки. Завоеваниями и разрушениями территории Южной Америки командовал испанский конкистадор Франсиско Писарро (ок. 1471-1541).

Ткани у инков сохранились лучше, благодаря сухому климату и песчаной почве, что позволяет более внимательно и объективно



анализировать их искусство. Самые ранние образцы ткани у инков датируются 2500 г. до н.э. [3, с. 9], причем отмечается мастерство и тонкость работы мастериц, когда «на один сантиметр основы приходилось до 200 уточных нитей» [3, с. 9]. «Таковую ткань использовали в качестве каймы для одежды, или даже украшали всю одежду целиком (в качестве примера можно привести «унку» – прототип современного пончо)» [3, с. 9].

Инка Гарсиласо де ла Вега (1539-1616), метис по происхождению от испанца и индианки, в своем труде «История государства инков» критикует одежду индейцев, в частности инков за открытость и «непристойность одежды» из-за его минимализма (минимализм в одежде простолюдинов был свойственен всем индейцам). «...Индейцы, которые настолько тупы, что не хотят одеваться; только те из них, что весьма близки в своих отношениях с испанцами и [работают] в их домах, одеваются, но делают это скорее всего из-за неудобств, испытываемых [испанцами], чем ради собственного удовольствия и порядочности; и отвергают [одежду] как мужчины, так и женщины, а над последними подшучивают испанцы, вопрошая: то ли они плохие пряжи, то ли большие бесстыдницы; то ли они не одеваются, потому что не хотят ткать, то ли не ткут, потому что не хотят одеваться» [4, с. 39].

Инка Гарсиласо де ла Вега отмечает наличие в гардеробе инков звериных шкур и покрывал, из конопли и соломы. [4, с. 39]. Другие народы Перу, по его мнению, были одеты еще хуже, зато при изготовлении пледов использовали шерсть, ведь по ночам погода Анд была очень холодной.

Последующие авторы и исследователи искусства инков не столь критичны. И отмечают особое искусство в текстиле инков. «С самых своих истоков андская цивилизация отдает приоритет текстилю как средству художественного выражения и предмету ценности. Свидетельством тому, например, служит тот факт, что эмблема инкской верховной власти, маскапайча, была полоской ткани, покрывающей лоб правителя, а не короной из драгоценного металла, как в Европе» [4, с. 218]. Первым испанцам, высадившимся в Кахамарке, инки также преподнесли в дар ткань, как «большую ценность». По мнению Виктора фон Хагена, немецкого исследователя народов Америки, пончо у инков были похожи на «укороченный вариант ночной сорочки викторианской эпохи» [5, с. 639]. Изготавливали пончо из куска ткани, который складывался посередине, сделав прорезь для головы и зашив края, оставив место для рук. Такая одежда называлась онка, и обычно ее ткали из шерсти альпака. Сверху пончо мужчины ночью или в холодные день набрасывали шерстяную накидку (яколья). Внизу носили набедренную повязку, которая удерживалась разноцветным шерстяным поясом чумпи.

Женский костюм простолюдинов инков состоял из длинного прямоугольного куска ткани (анаку), сотканного из шерсти альпака,



которым укутывались полностью с ног до головы. Закрепляли этот кусок ткани на теле с помощью кушака. В холодное время женщины набрасывали сверху еще тканое полотно из шерсти альпака – яколья. И дополнялся костюм шалью на плечи, концы готового скреплялись медной, серебряной или золотой булавкой.

Более богатые сословия одевались также, как простолюдины, отличалось только качество и изысканность материй. Сам Инка (правитель) чаще всего носил одежды, сотканые из шерсти викуньи, при этом разрешалось надевать каждый наряд только один раз. «Ее уничтожали, когда он переодевался. «Я спросил их почему, – писал один солдат – Они ответили: потому что все, чего касались их правители Инки, дети Солнца, должно быть сожжено, превращено в пепел и развеяно по ветру, чтобы больше никто не мог коснуться этого» [5, с. 641].

Орнаменты, которые использовали индейцы были достаточно разнообразными. При этом характерно, что к XVI веку, ацтеки и инки активно использовали природные красители, что позволяло добиваться множества цветовых вариаций. Орнаменты состояли главным образом из геометрических и геометризованных форм.

Для создания пончо и тканей для них, как уже отмечалось выше, использовался ткацкий станок, с помощью которого и создавались орнаменты. Для сложных геометрических конструкций и мифологических сцен использовалось шпалерное ткачество. «Данные археологии позволяют судить о высоком уровне приемов шпалерного ткачества Америки (Перу)» [6, с.7].

Геометрические мотивы причудливо переплетались, образуя сложные узоры. Красно-желто-коричневые оттенки доминируют, хотя присутствуют и другие цвета: черный, синий, молочный, персиковый и другие. «В уникальных изделиях ткачества Америки были распространены мифологические сцены [с изображением людей и животных] и геометрические мотивы» [6, с.7], «растительный орнамент был крайне редок» [6, с.9]. Использовались натуральные красители растительного (желтый, коричневый, синий), животного (красный, из жучка кошенили) или минерального происхождения (черная).

Композиции орнаментов индейцев Северной и Южной Америки различались. Для первых – характерно было отсутствие орнаментального центра. Орнаментация ковровых и костюмных тканей Перу ближе к текстилю Азии, нежели орнаментам Мексики. Основным различием является то, что в Мексике узор расположен бесконечными ритмическими рядами, не имея «центра», тогда как в Азии, начиная с Ассирии и продолжая Ираном, узорный орнамент всегда строится симметрично по отношению к стержневой оси» [7, с. 36].

В зависимости от того из какого материала было полотно, различалось и пончо. Шерсть, хлопок, конопля – основные материалы. Но



шерсть была разного качества. Шерсть ламы (южноамериканское млекопитающее семейства верблюдовых) менее нежная и мягкая. Из этой шерсти изготавливали обычные однотонные ткани для простолюдинов (у инков они назывались «ауаска» [5, с. 219]). Также такие ткани изготавливали из хлопка. Шерсть альпаки (домашнее млекопитающее семейства верблюдовых) обычно использовали для производства одеял, сумок, веревок. Самая тонкая и изысканная ткань для дворцов и храмов изготавливалась из шерсти викуны (парнокопытное млекопитающее семейства верблюдовых). Испанские завоеватели сравнивали такую ткань с шелком. Называлась такая ткань у инков «кумпи» [4, с. 220]. Кумпи украшались ярким декором, порой во время ткачества вплетались в ткань перья птиц.

По предположению Сезара Итье, автора труда «Инки», основываясь на испанских документах XVI века, узоры в нижней части инкских текстильных изделий несли определенный смысл [4, с. 222]. Это относилось к накидкам вождей и знати. Выглядели такие узоры, как «небольшие квадраты, в которых изображены различные геометрические фигуры [4, с. 222].

Таким образом подводя итог можно сделать следующие выводы.

Пончо имеет глубокие исторические корни и семантику. Основным материалом для их производства являлось ручное ткачество на поясных станках.

Пончо являлось основным видом верхней одежды. Его носили как простолюдины, так и высшие слои населения. Отличия проявлялись только в качестве материи и изысканности украшений.

Список использованных источников:

1. Цветкова Н.Н. Искусство ручного ткачества / Н.Н. Цветкова. – М.: Изд-во СПбКО, 2014. – 161 с.
2. Хаген Виктор фон. Ацтеки, майя, инки. Великие царства древней Америки = The ancient sun kingdoms of the Americans : научное издание / В. фон Хаген; пер. с англ. Л. А. Карпова. - М.: Центрполиграф, 2011. - 950 с.
3. Савицкая В. Превращения шпалеры / В.И. Савицкая. – М.: Изд-во «Галарт», 1995. – 136 с.
4. Итье Сезар. Инки: научное издание / С. Итье. - М.: Вече, 2013. - 287 с.
5. Хаген Виктор фон. Ацтеки, майя, инки. Великие царства древней Америки = The ancient sun kingdoms of the Americans : научное издание / В. фон Хаген; пер. с англ. Л. А. Карпова. - М.: Центрполиграф, 2011. - 950 с.
6. Савицкая В. Превращения шпалеры / В.И. Савицкая. – М.: Изд-во «Галарт», 1995. – 136 с.
7. Сидоров А.А. Искусство древней Америки / А. А. Сидоров. - М.; Л.: Искусство, 1937. - 92 с.

©Соломатова В.Ю., Морозова Е.В., 2021



УДК 75.022.81.052

ХУДОЖНИКИ НАПРАВЛЕНИЯ «КАЛЛИГРАФФИТИ»

Сухарева Е.И., Громова М.В.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования «Российский государственный университет
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Каллиграффити – художественный стиль, сочетающий в себе каллиграфию, типографику и граффити. Его можно классифицировать как абстрактный экспрессионизм или абстрактный вандализм. Каллиграффити определяется как искусство, объединяющее буквы, фразы, цитаты в гармоничные композиции, и с помощью этого способное передать глубокий смысл. Этот стиль также выступает как эксперимент с эстетикой и провоцирующее искусство, ведь в себе оно смешивает традиции, современность и самовыражение художника.

Нет единого мнения по поводу того, кто именно придумал каллиграффити. Чаще всего авторство этого термина приписывают голландскому художнику Нильсу Шу Мёльману. Он использовал его в 2007 г. в качестве названия своей выставки. Однако, многие считают, что такое мнение ошибочно: ведь еще в 1986 г. канадский художник Брайон Гайсин назвал свою последнюю выставку «Каллиграффити огня». То же название носила и книга, которая сопровождала выставку художника.

Создание каллиграффити представляет собой сложный процесс. Это очень специфичный стиль, ведь ему удаётся сочетать в себе понятия и элементы, которые, казалось бы, не могут между собой сочетаться: устоявшиеся традиции; современные тренды, тенденции; культурный обмен художника со зрителями; красота; изящность; точность; ритмичность; резкость; философичность; метафоричность; смелая смысловая нагрузка работ; гармоничность работы с окружением [1].

Докинсу удалось создать свой собственный, довольно узнаваемый стиль: в его работах сочетаются западная каллиграфия и азиатская культура, а также родной ему мексиканский фольклор (рис. 1). Работы художника можно найти в различных больших городах по всему миру, более того, каждая работа как-либо связана с местом, в которой она находится. Например, в Австралии Докинс создал впечатляющее каллиграффити, темой которого стало угнетение властями местных аборигенов. На работе изображён Тлалок – местный бог дождя. В мурале используются два круга и геометрические дополнения, что и является символическим изображением божества. Таким образом, эта работа – дань уважения давнему мышлению, традициям [2].



Рисунок 1 – Саид Докинс. Граффити в стиле «каллиграффити».

На творчество художника ЭльСида в основном повлияли его корни: он родился в семье эмигрантов, в Париже, и изначально мальчик совсем не задумывался об истории своей родни. Там он учился, рос, в основном разговаривал на французском языке, и лишь со своими родными, дома он говорил на арабском. ЭльСид в детстве совершенно не задумывался о своих корнях, однако, повзрослев, сильно заинтересовался арабской культурой. Именно это и повлияло на формирование его собственного стиля: изучив арабскую письменность, он понял, что может сочетать в своих работах культуры, которые стали для него родными (французскую и арабскую), что символизирует единение между людьми различных национальностей. В своих работах ЭльСид активно выступает за любовь, дружбу и взаимопонимание между всеми, за то, что люди, принадлежащие разным культурам, не должны воевать между собой.

Могура – художник из Южной Кореи, который увлекается каллиграфией с 18 лет. Несмотря на то, что южнокорейская каллиграфия является довольно строгим искусством со своими жёсткими правилами и канонами, Могуре удаётся с помощью стиля каллиграффити экспериментировать с формами, сочетая в своих работах традиции и современные тенденции.

Российский художник Покрас Лампас экспериментирует с каллиграфией (что примечательно – довольно часто с буквами кириллицы), преобразовывает её, представляет, как она могла бы выглядеть в будущем. Он расписывает холсты и объекты в определённой стилистике, создавая гармоничные композиции (рис. 2). Он подчёркивает, что для него важно подобрать правильные слова для своих работ не только для правильной, хорошей композиции, в которой художник всё чётко измерил, но и для того, чтобы передать правильный смысл зрителю. В своих работах Покрас Лампас часто использует цитаты великих русских классиков или цитаты из произведений русской литературы [3].



Рисунок 2 – Покрас Лампас. «Атриум».

Список использованных источников:

1. Calligraffiti ambassadors, <https://vivacity.ru/graffiti/video/calligraffiti-ambassadors/>



2. Горкин Я. Саид Докинс: глубинные смыслы и культурные связи, <https://stoneforest.ru/look/culture/graffiti/said-dokins-glubinnye-smysly-i-kulturnye-svyazi/>

3. Михайлова. Ю. Он мало спит и постоянно работает, <https://www.forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/383673-malo-spit-i-postoyanno-rabotaet-kak-pokras-lampas-zarabatyvaet-milliony>

©Сухарева Е.И., Громова М.В., 2021

УДК 7.048.3

ИНТЕГРАЦИЯ МОНГОЛЬСКОГО ОРНАМЕНТА В ПРОЕКТИРОВАНИИ АВТОРСКОГО КОСТЮМА

Сыроватская Н.И., Громова М.В.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования «Российский государственный университет
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

В современной моде широкое распространение получают азиатские этнические и стилизованные орнаменты. Орнаменты таких стран, как Китай, Япония, Корея повсеместно используются как модельерами, так и массмаркетами, и их популярность только растёт. Однако использование орнаментов Монголии до сих пор является темой, которая поднимается крайне редко. В этом смысле особый интерес представляет исследование этнических монгольских орнаментов, их применения в традиционном костюме и современной моде. В ходе изучения темы был выполнен проект создания авторского изделия с применением стилизованных орнаментов Монголии.

Орнамент – самобытное художественное явление в истории традиционной культуры монгольских народов. Монгольский орнамент очень символичен и напрямую отражает мировоззрение народа. Орнаментальное искусство этноса сложилось в ходе взаимовлияний традиций и не только сохранило мотивы, но и нашло в развитии самобытные художественные решения [1, с. 8]. «Своеобразие монгольского орнамента состоит в стремительном движении переплетающихся завитков узоров, в чёткой графичности контуров, в колорите, строящемся на интенсивных чистых цветах, в символике, отражающей добрые пожелания» [2, с. 94].

Теория и символика орнаментов Монголии очень обширна. Как большинство этнических орнаментов их разделяют на геометрический, к нему относят алхан хээ (молоточный орнамент), шэрэмэл шэрдэгэй хээ (рисунок стеганого матраца), ульдзий (плетенка, «вечный узел»), хас (свастика, крестообразный рисунок), круг, арга билиг (пересечение трёх окружностей); зооморфный – эбере угалза (голова быка), табан хушуу мал



(представляет собой домашних животных, которых издревле разводят кочевники); к растительному относятся лиственный узор, цветочный узор, цветок лотоса; в религиозную группу входят изображение природных явлений и стихий, холонго (радуга), изображение небесных тел.

В ходе изучения орнаментов были проанализированы основные, наиболее характерные мотивы.

Алхан хээ (молоточный орнамент) выражает идею вечного движения. Но в самом названии меандра алхан хээ, связанном с древним орудием труда, отразилось уважение и любовь скотоводческих племен к ремеслу. Ульдзий (плетенка, «вечный узел») – древний орнамент, происходящий от застёжек-завязок, символизирующий счастье, благополучие, долголетие. Узор имеет множество вариантов. Этот знак решает задачу линейной попытки передать вечное движение и вечную жизнь. Хас (свастика, крестообразный рисунок) представляет собой древний солярный знак – один из самых архаичных знаков – указатель видимого движения Солнца вокруг Земли и деления года на четыре сезона. Фиксирует два солнцестояния: летнее и зимнее годовое движение солнца, включающее идею четырех сторон света. Чингисхан носил на правой руке перстень с изображением свастики, в которую был вправлен солнечный камень. Круг в монгольском искусстве символизирует Небо. В бурят-монгольском искусстве изображение круга встречается очень часто на изделиях из металла – колчанах, мужских и женских украшениях, на ритуальной одежде, в росписи мебели. Арга билиг (пересечение трёх окружностей) выражает мировоззрение монголов и символизирует трёхчастную структуру мира. Отражает символическое значение числа «3»: создание начинается с взаимодействия двух фундаментальных сил – арга и билиг, третий компонент – это результат их взаимодействия, завершающий формирование единого неразделяемого целого [3, с. 43].

Эбере угалза (роговидный орнамент) изображает рога дикого барана (эвэругалз) – древний знак изобилия и плодородия, известный всем евразийским кочевникам. Табан хушуу мал представляет собой домашних животных, которых издревле разводят кочевники. Популярны изображения животных 12-летнего цикла восточного календаря, в совокупности символизирующих пожелание долголетия, благоденствия. Лиственный узор символизирует природный цикл жизни, долголетие и мир на Земле. Поэтому он уместен на одежде и мужчин, и женщин, и детей, на конской сбруе, украшениях, при росписи мебели и детских игрушек. Цветочный узор является символом красоты и радости. Его в основном использовали на украшениях, при росписи мебели, оформлении домашнего текстиля, в качестве мелкого рисунка на ткани. Цветок лотоса пришел в искусство монголов вместе с буддизмом. Стилизованное изображение этого растения и его цветка символизирует собой возрождение после смерти в буддийском рае, обретение там желанного для



каждого верующего буддиста состояния духовной медитации – нирваны [4, с. 92-93].

При анализе возможности применения монгольского орнамента в современной моде также была изучена история развития этнического костюма. Монголия – страна с богатейшей историей, что отражается в их костюме.

Монголы – кочевой племенной народ на северо-западе Азии. Проживали в степях Монголии и Забайкалья. В период Золотой орды (1266-1312 гг.) приоритетами в одежде были комфорт, функциональность, износостойкость, символичность. Даже знать отдавала предпочтения не богатому декору и уникальному крою, а простоте и пригодности вещи. Показательным является указ Чингисхана о том, чтобы все монголы были привычны к поношенной одежде и пришивали к своему платью любой кусок ткани, который найдут. Монголы строго придерживались равенства, однообразия одежды и сходный образ жизни, считая беззаконием и достойным наказания, если кто-нибудь из людей носит платье, шапку или длинные волосы не так, как в их земле и не по древнему обычаю. По одной из легенд сам Чингисхан ходил в простом холщовом халате [5, с. 240].

В 1273 году жена императора Хубилая – Чаби изобрела новый вид одежды без рукавов, который, благодаря удобству, стал очень популярным у монголов: «Одежда у татар, укутывающая их сверху донизу, за исключением рук, по большей части черного цвета. Она запахивается с левого бока, откуда ее надевают. От пупа, выше и спереди открыта одинаково от одного бока до другого и не спускается ниже колен. Ее задняя часть немного длиннее передней и узкая до уровня ребер, она начинает расширяться к плечам, где и достигает наибольшего размаха. Две одинаковые полы шириною в три пальца, пришиты к задней части в плечах и по бокам, на уровне пупка, и опускаются спереди прямо вниз. Таким образом, их одеяние не прикрывает ни локти, ни бока, ни грудь, ни какую-либо другую часть тела ничем, кроме этих двух пол. И еще помимо всего вышеперечисленного с каждого бока имеется по разрезу. Вот так, по-особому, выглядит одежда, отличающая татар от остальных людей» [5, с. 241].

Со временем одежда монголов начинает приобретать более четкую классификацию и характерные особенности. Возникают костюмы, предназначенные для разных времен года. Летом монголы носят легкий халат «Тэрлэк», весной и осенью ватный халат «Ховонтэй дээл» или халат на ягнячьей овчине «Хурган дотортой дээл», зимой овчинный халат, напоминающий шубу «Цагаан нэхий дээл». Свой отпечаток накладывает на одежду и возраст ее обладателя. С давних времен монголы носили халат с косым бортом «Ташуу энгэртэй дээл», и халат, напоминающий длинную безрукавку с прямым бортом «Задгай энгэртэй дээл» [2].

Народные одежды были главным образом коричневого или синего цветов. Монголию населяют разные народности, поэтому вариации в костюмах разных народностей касаются конструкции, цвета, покроя, формы. В костюме халхасца преобладают синий и коричневый цвета, в костюме бурят – синий, хотона – темные цвета. Почти все национальности для обшивки борта употребляют черный бархат и кроме того, пускают тонкую полоску черного бархата по самому краю борта [4, с. 95].

Современных известных монгольских брендов крайне мало. В Монголии всё ещё очень ценятся национальные традиции. Поэтому модельеры стремятся сохранить национальные особенности костюма придерживаясь простого кроя и украшая одежду этническими орнаментами. Современная монгольская мода интересна своей самобытностью и богатством отделки.

В ходе анализа этнического орнамента и костюма Монголии были отобраны наиболее подходящие мотивы и крой для проектирования авторского изделия. Выбраны такие орнаменты как эбере угалза (роговидный орнамент), табан хушуу мал (домашние животные), ульдзий (плетенка, «вечный узел»), хас (свастика, крестообразный рисунок), круг. Так же использовались характерные для монгольского костюма цвета: коричневый, синий, оранжевый, голубой, зелёный. На втором этапе были созданы эскизы будущего изделия и варианты расположения орнаментов на нём. Затем все мотивы были отрисованы вручную, переведены в электронный формат и обработаны в графических редакторах. В качестве кроя изделия был выбран укороченный халат. В следующий этап проектирования вошло создание выкройки для печати в программе Adobe Photoshop. Выкройка была напечатана на ткани методом сублимации, после чего сшита (рис. 1).

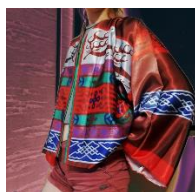


Рисунок 1.

Список использованных источников:

1. Батырева С.Г., Гантулга Д. Орнамент в системе декоративно-прикладного искусства монгольских народов // Вестник КалмГУ. 2020. №2 (46). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ornament-v-sisteme-dekorativno-prikladnogo-iskusstva-mongolskih-narodov> (дата обращения: 10.11.2021).
2. Кочешков Н.В. Народное искусство монголов. М.: Наука, 1973. 200 с.
3. Гантулга Д. Монгольский традиционный орнамент: мотивы типа арга // Искусство Евразии. 2019. №2 (13). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mongolskiy-traditsionnyy-ornament-motivy-tipa-arga> (дата обращения: 10.11.2021).



4. Железняк О.Е., Акинфеева И.И. Этнонациональные особенности бурятского костюма как идентифицирующие элементы имиджевой сувенирной продукции Бурятии. // Человек и культура. 2017. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/etnonatsionalnye-osobennosti-buryatskogo-kostyuma-kak-identifitsiruyuschie-elementy-imidzhevoy-suvenirnoy-produktsii-buryatii> (дата обращения: 10.11.2021).

5. Сосорбарам М. Одежда монголов и ее различия у разных этнических групп. 2018. URL: <https://asiarussia.ru/blogs/19902/>

6. Кочева Т.В. О происхождении и особенностях монгольского плетёного орнамента // Вестн. Том. гос. ун-та. История. 2013. №4 (24). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-proishozhdenii-i-osobennostyah-mongolskogo-pletyonogo-ornamenta> (дата обращения: 10.11.2021).

7. Хрипунов Н. В. Монгольская одежда знати Золотой Орды в 1266–1312 гг. // Золотоордынская цивилизация. Сборник статей. Выпуск 6. – Казань: Институт истории им. Ш.Марджани АН РТ, 2013. - С. 233-272.*

©Сыроватская Н.И., Громова М.В., 2021

УДК 7.046.2

РЕТРОФУТУРИЗМ В ПРОЕКТИРОВАНИИ АВТОРСКОЙ КОЛЛЕКЦИИ РИСУНКОВ ДЛЯ ПЛАТКОВ «ORION BELT»

Сыроватская Н.И.

Научный руководитель Щербакова А.В.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования «Российский государственный университет
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Ретрофутуризм – будущее глазами прошлого, ностальгия по тому, чего никогда не было. Этот термин был придуман в 1988 году, чтобы выразить представление о будущем в искусстве периода 1950-1970-х годов [2]. Бум ретрофутуризма пришёлся на 1940-1970 годы, особенно в журнальной графике немецких, итальянских, английских и восточноевропейских научно-популярных журналов, где все чаще появлялись фантастические иллюстрации на тему недалекого будущего [6, с. 3]. Под это широкое понятие попадает множество разных стилей, например, такие как стимпанк. Этот жанр появился довольно поздно – только в наши дни человечество взглянуло почти на столетие назад и увидело в предсказаниях предков совершенно незнакомый мир с альтернативными технологиями. Проработанная детальная графика делает фантастические изображения уникальными не только с технической точки зрения, но и с художественной [4].



Стимпанк – жанр фантастики о мирах, где паровые машины и другие ретро-технологии не исчезли, а достигли высочайшего развития. С высоты прошедших лет несбывшееся викторианское будущее кажется куда более красочным, чем минималистичная современность. Характерную атмосферу стимпанка передают иллюстрации ретрофутуриста Альберта Робида. Художник и писатель Альбер Робида изображал летающие машины всех форм и размеров [3, с. 19].

На формировании идеи для создания авторской коллекции так же, оказало влияние космической темы. Небесные тела всегда были предметом особого интереса людей. Астрономия как наука появилась в разных частях света более 4 тыс. лет назад. Она активно развивалась на протяжении всей истории человечества. Изображения небесных тел часто встречаются в изобразительном и декоративно-прикладном искусстве большинства народов. Космологические символы выступают в основном в форме геометрических мотивов в основе которых лежат солярные знаки [1, с. 31].

Впервые в реальность полёта к дальним мирам прогрессивное человечество поверило в конце XX века. Первый космический спутник вывели на орбиту в 1957 году. Вслед за этим 1960-е стали эпохой Space Age – эпоха космического дизайна вещей. На волне всеобщего космического энтузиазма появилась целая эпоха в дизайне вещей. Продлилась она в том или ином виде примерно до середины 1970-х. Отличают ее вычурность, яркие цвета, плавные, обтекаемые формы применение новейших материалов, включая пластик, в общем, все должно выглядеть либо как детали интерьера космического корабля, либо как сам космический корабль. Первопроходцем моды в стиле Space Age в 1961 году стал французский модельер Андре Курреж. Именно с него в моде активно началось изобретение образов человека новой эпохи прогрессивного будущего [5].

В настоящее время астрономические карты и стилизованные изображения небесных тел являются довольно распространёнными мотивами, которые часто используют в дизайне костюма. Например, дизайнер Malene Birger на неделе моды представила коллекцию осень-зима 2020/2021 в которой использовала на платках, блузах и платьях образы карты звёздного неба и различных созвездий. Также в своей коллекции осень-зима 2015 бренд Valentino представило платья с вышитыми стилизованными изображениями солнца, луны, звёзд и планет. Так же эти мотивы использовали в своих коллекциях Tadashi Shoji, Dennis Basso, Reem Acra, Emilio Pucci и множество других.

С развитием диджитал иллюстрации расширяется спектр фантастических концептуальных артов. Реальность в которой существуют удивительные летающие корабли очень распространена в мире массовой культуры. Это проявляется в компьютерных и виртуальных играх, комиксах, фильмах, анимации.



На основе проведенного исследования, автором была поставлена цель: создание коллекции орнаментов «Orion belt» для авторских платков, изучение тем, которые станут основными в создании коллекции. Ключевыми является тема космоса и фантастических технологий межкосмического перемещения. В изображении мотивов используется графика, вдохновлённая старыми астрономическими картами. Так же основой для мотивов послужили современные чертежи, схемы и графические стилизации.

Цветовая гамма представляет собой тёмно-синие, глубокие фиолетово-чёрные, индиго, пурпурно-синие, ультрамариновые, золотистые оттенки. Платки с таким цветовым сочетанием должны придавать глубину и сдержанность образу, но при этом сами мотивы выражают раскрепощённость, свободу и загадочность. Тёмно-синие и тёмно-фиолетовые оттенки это философские, мистические цвета, которые всегда ассоциируются с благородством, мудростью и отрешённостью.

Следующим этапом проектирования был выбор композиционного решения платков – монокомпозиция с ассиметричным расположением мотивов. На следующем этапе была проведена тщательная работа по отбору иллюстративного материала и отрисовка основных мотивов. В качестве техники выбрана ручная графика с применением таких инструментов, как линер и тушь. Мотивы отсканированы, переведены в цифровой формат и обработаны в программе Adobe Photoshop. После этого проведена работа по сбору композиций (рис. 1). Платки предназначены для цифровой печати на синтетических, натуральных и полунатуральных тканях с возможностью массовой печати.

Платки впишутся в образ женщин от 20 до 40 лет, равнодушных к фантастическому жанру. Платки будут гармонировать с городской средой, как с молодёжным, так и с ретро стилями в одежде.



Рисунок 1

Список использованных источников:

1. Белошеева Анна Александровна Древнерусская космология в народном и декоративно-прикладном искусстве // Вестник ЧелГУ. 2007. №22. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/drevnerusskaya-kosmologiya-v-narodnom-i-dekorativno-prikladnom-iskusstve> (дата обращения: 11.11.21)11.20

2. Веронина Н. Ретрофутуризм: из прошлого – о будущем. 2012. [Электронный ресурс]. - URL: <https://artelectronics.ru/posts/retrofuturizm-iz-proshlogo-o-buduschem21>).



3. Выгонская Н.С., Алексеева Е.Н. Основные элементы стиля стимпанк в декоративно-прикладном искусстве // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2019. №12-1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnyye-elementy-stilya-stimpank-v-dekorativno-prikladnom-iskusstve> (дата обращения: 11.11.2021).

4. Круглов П. Этот наивный и трогательный ретрофутуризм. 2015. - [Электронный ресурс]. - URL: <https://habr.com/ru/company/vk/blog/385561/> (11.11.21)

5. Обуховская К. Мода в космосе: эпоха space-age. 2017. - [Электронный ресурс]. - URL: <https://www.buro247.ru/fashion/fashion-industry/12-apr-2017-space-age-fashion.html> (11.11.21)

6. Сапрыкина Н.А., Сапрыкин И.А. Прогнозирование будущего в контексте архитектурной ретрофутурологии // АМІТ. 2015. №S. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/prognozirovanie-budushego-v-kontekste-arhitekturnoy-retrofuturologii> (дата обращения: 13.11.2021).

©Сыроватская Н.И., 2021

УДК 745/749

АРТ-АКТИВИЗМ В МОДЕ

Феданова Е.С.

Научный руководитель Громова М.В.

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

Изначально искусство и активизм выполняют разные задачи. Активизм – это действие, направленное на какую-то конкретную цель. Он озвучивает проблему и призывает к решению. У искусства же нет конкретной цели, нельзя сказать, что искусство выступает «за» или «против» чего-то. Его ценность заключается в том, что оно открывает глаза на что-то новое, заставляет задуматься. По-настоящему хорошее произведение искусства не сразу бросается в глаза. Искусство вызывает чувства у зрителя, эмоционально потрясает или изменяет восприятие мира. Кажется, искусство и активизм не совместимы: активизм затрагивает реальные существующие проблемы, а искусство трогает душу. Однако они взаимосвязаны. Социальные изменения не происходят сами по себе, люди в обществе не решают вдруг изменить взгляды и действовать. Необходима эмоциональная первопричина. Арт-активизм формирует аффект, который в свою очередь ведет к реальным действиями и изменениям.

Арт-активизм, или артивизм – это социальное явление, передающее конкретное сообщение, которое изменяет существующую реальность с помощью художественных средств. Арт-активизм является эффективным

средством выражения гражданской позиции и донесения до общества значимости социальных, политических, экономических проблем и путей их разрешения. Западные социологи склоняются к выводу, что протестная культура – это вынужденная организованная форма в сфере публичной политики, которая осуществляется неполитическими методами [1].

Для арт-активизма характерны интерактивность, медиа-эффект, которые позволяют создавать свои средства массовой информации для продвижения проектов (это не только интернет-сайты и социальные сети, блоги, но и различные формы медианосителей, в том числе некоммерческая издательская продукция, распространение информации в городской среде). Резонансные акции и протесты помогают прощупать социум и понять какие темы являются болезненными. Если культура определяет поведение людей, то протестная культура является критикой или полным отрицанием существующих норм, ценностей и доминирующих идеалов. Протест в искусстве выполняет функцию консолидации, концентрирует вокруг проблемы общественное внимание, подталкивая общество на осмысление проблемных моментов, дискуссию и последующие решения [2].

Мода – один из видов искусства, поэтому освещение социальных проблем в модной индустрии является арт-активизмом. Статьи и фотосессии на остросоциальные темы в модных журналах и медиaprостранствах привлекают внимание к существующим проблемам. Например, Франка Соццани, бывшая главная редакторша итальянского Vogue, организовывала проекты, затрагивающие общественные вопросы. Одна из самых ярких работ – Water & Oil (рис. 1). Модели в образе русалок, испачканные нефтью и отходами, выброшены на берег. Данная фотосессия обращает внимание на взрыв, случившийся на нефтяной платформе Deep Horizon в Мексиканском заливе 20 апреля 2010 года [3]. Последовавший после аварии разлив нефти стал крупнейшим в истории США и превратил аварию в одну из крупнейших техногенных катастроф по негативному влиянию на экологическую обстановку. В момент взрыва на установке Deepwater Horizon погибло 11 человек и пострадало 17 из 126 человек, находившихся на борту.



Рисунок 1 – Water & Oil. Vogue Italia август 2010. Фото: Стивен Майзель.

Помимо освещения важных проблем в журналах о моде к арт-активизму относятся коллекции одежды, посвященные определенной социальной теме. Например, Мария Грация Кьюри внесла



феминистическую повестку в свою дебютную коллекцию Dior весна-лето 2017. Футболка, гласящая «We Should All Be Feminists» (англ.: «Мы все должны быть феминистками»), завирусилась в социальных сетях и стала предметом долгих обсуждений.

Джереми Скотт, креативный директор Moschino, обращается к одной из самых актуальных тем на сегодняшний день. Главной идеей коллекции осень-зима 2017/2018 стала переработка отходов: картона, пластика и жести. Тренчи и платья сделаны из переработанных материалов. Мода активно занимается арт-активизмом и участвует в социальной повестке.

В России арт-активизм активно развивается с середины нулевых годов, к тому же этому способствует развитие медиа пространства. Подрастающее поколение озабочено глобальными проблемами. На настоящий момент арт-активизм в России актуален и популярен. Бренды используют одежду как способ запустить политическую дискуссию. Люди хотят говорить об этом, одежда является формой высказывания. Одежда как форма протеста работает как медиа. Такая форма является продуктивным способом распространить информацию в fashion-медиа.

Арт-активизм выполняет очень важную задачу. Он формирует культуру, что в дальнейшем ведет к прогрессивному и здоровому образу мышления, который в свою очередь закладывает в обществе правильный паттерн поведения.

Список использованных источников:

1. Гройс Б. «Думаете, западная публика любит современное искусство? Ни фигя подобного!» // [Электронный ресурс] Afisha Daily. 2012.
2. Акунина Ю.А. Арт-активизм как актуальная форма протеста: социокультурный анализ // Вестник МГУКИ. 2014. №1 (57)
3. Water & Oil by Steven Meisel // [Электронный ресурс] Italian Vogue. 2010.

©Феданова Е.С., 2021

УДК 74.01

ФОТОГРАФИЧЕСКИЕ ТЕХНИКИ В РЕКЛАМНЫХ ВИЗУАЛАХ

Филенко Ц.С.

Научный руководитель Бесчастнов П.Н.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования «Российский государственный университет
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Использование фотографии в коммерческих целях не ограничивается составлением рекламных плакатов с готовыми фотографиями. В последнее время количество предприятий и компаний, рекламирующих свои товары

или услуги, возросло. В связи с ростом интернет-площадок, визуальная составляющая рекламных объявлений кардинально поменялась. Не стоит забывать о возрасте целевой аудитории, пользующейся интернет-ресурсами. Так как платежеспособная целевая аудитория в онлайн-пространстве довольно молодая (от 20 до 35 лет), организации прибегают к новым видам рекламных публикаций.

В настоящей работе приведем анализ использования брендами стилизованных видов фотографий в рекламных и коммуникационных кампаниях.

Бренд-менеджеры крупных организаций прибегают к использованию в области рекламной коммуникации не стандартной фотографии, а к ее производным – фотоорнаментам и фотопринтам. Используя данные виды, можно добиться не только лучшего визуала, но и большего отклика от потенциальных клиентов. Молодая целевая аудитория предпочитает яркие, новаторские решения в рекламных постах и баннерах [1]. Фотопринты включают в себя несколько видов, отличающихся друг от друга визуалом и техникой создания [2]. Использование данных техник может значительно отразиться на визуальной составляющей коммуникационной кампании: вывести организацию на новый уровень, сделать бренд узнаваемым, соответственно, увеличить доходы.

Фотоорнамент представляет собой орнамент с использованием одной или нескольких частей фотографии [3]. Композиции с данной техникой довольно динамичны, поэтому пользуются спросом и привлекают внимание аудитории. Наиболее крупным брендом, использующим фотоорнамент в качестве рекламных постов в социальных сетях, является бренд чая Ahmad Tea (рис. 1). С помощью фотографии бренд создает интересный, яркий и запоминающийся контент: фотографии с чаем, упаковками чая, кружками, дольками лимона и другими элементами преобразуются в узор, который является характерным для конкретной коммуникационной кампании. Такой креативный подход выделяет бренд на рынке, делая его более узнаваемым.



Рисунок 1 – Рекламные баннеры бренда Ahmad Tea в социальных сетях

Фотопринт представляет собой графически обработанную фотографию [4]. Такие композиции уже не считаются как фотография из-за сильного видоизменения, наложения других цветов, отрисовки дополнительных элементов. Однако, такой вид широко применяется в современных рекламных плакатах, а также в рекламе в сети интернет и социальных сетях: использование ярких цветов однозначно привлекает

внимание аудитории, отрисованные элементы помогают считывать главную информацию.

Фотопринт можно разделить на несколько стилей, наиболее актуальным из которых является поп-арт. Данный стиль подразумевает под собой кричащие, насыщенные оттенки, и используется в основном для воздействия на более молодую аудиторию (от 18 до 25 лет). Поэтому, данный стиль широко применяется в рекламе фаст-фуда, спортивных товаров, газированных напитков и одежды для молодежи. Благодаря энергичности и яркости молодого поколения, использование такого стиля в рекламе привлекает внимание, подталкивает к ознакомлению с брендом и покупке товаров.

Понимание влияния стиля на молодую аудиторию привело бренд спортивных товаров «Адидас» к созданию линейки в стиле поп-арт в 2015 году [5]. Рекламные баннеры были сделаны без использования фотографии, но с использованием рисованных элементов, присущих данному стилю: ярко-красные полосы, точки, звездочки (рис. 2).



Рисунок 2 – Рекламный баннер спортивных товаров

Экстремальные виды спорта ассоциируются у населения с молодежью, энергией, движением, опасностью, яркостью. Стиль поп-арт отлично подходит для создания новых коллекций и линеек спортивных товаров: скейтбордов, велосипедов, роликов, коньков, лыж, сноубордов, парашютов, а также для экипировки данных видов спорта. Использование стиля поп-арт в рекламном визуале данных товаров, делает коллекцию более понятной и рассказывает аудитории о преимуществах, характере и атмосфере рекламируемого товара. Таким образом поступил американский бренд спортивных товаров Alien workshop. Для создания новой коллекции в 2017 году дизайнеры решили использовать наиболее кричащий, яркий и запоминающийся стиль поп-арт. Дизайнеры взяли за основу работы художника Энди Уорхола, но также разбавили классический стиль собственными наработками: фотографиями ножей, бананов, пистолетов, которые перевели в стиль поп-арт (рис. 3).



Рисунок 3 – Рекламный баннер в стиле поп-арт

Наиболее креативно к созданию рекламного баннера подошел бренд парфюмерии «DKNY» в 2009 году. Выпустив духи в оформлении стиля



4. Бесчастнов П.Н., Бесчастнов Н.П. Основы композиции (история, теория, современная практика). – М.: МГУДТ, 2015. – 228 с.

5. Филенко С.С. Исторические аспекты развития fashion-фотографии // Материалы международного научного форума обучающихся «Молодежь в науке и творчестве». – Гжель: ГГУ, 2020. – с. 173-174.

©Филенко Ц.С., 2021

УДК 659.125.7

СОВРЕМЕННЫЕ ФОТОПРОЕКТЫ НА ТЕМУ ЗАЩИТЫ ЭКОЛОГИИ

Фомичёва А.А., Дергилёва Е.Н.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования «Российский государственный университет
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Актуальность темы пластмассового мусора в последнее время волнует всё большее количество населения земли. В особенности, сосредоточение интереса на применении пластика увеличилось впоследствии обнаружения, например, так называемых мусорных пятен в нескольких точках Мирового океана, состоящих из пластмассовых пластиковых частиц, которые дрейфуют по плоскости и, в частности, выявления результатов их неблагоприятного воздействия на морские экосистемы.

В наше время жизнь без пластика довольно непросто себе представить. XXI век – прежде всего, век открытий, изобретений, которые упрощают жизнь человека. Но блага цивилизации, а непосредственно пластик, имеет возможность доставить большой урон планете. Что такое пластик и чем он опасен?

До экологической катастрофы – один шаг: на земном шаре на данный момент более 9 млрд. тонн пластмассовых отходов, и только 10% из них перерабатывается или используется повторно. Так, масштабное количество пластика, разлагающегося в природе за столетия и тысячелетия, становится бичом современности.

Одной из основных причин роста объёма отходов является бесконтрольный рост производства и потребления одноразовых тар, упаковок, в частности пластиковых. Они фактически никак не перерабатываются и, кроме свалок, зачастую оказываются в окружающей среде: в лесах, на побережьях, в морях. Все это вредит как природе, так и животным, принимающим отходы за еду.

На данный момент человечество не может отказаться от пластика совсем, так как различные области нуждаются в применении полимерных материалов. Но подвергать остатки производства сжиганию в таком



огромном количестве нереально, в противном случае экологии будет нанесен непоправимый вред. Именно поэтому пластмассовые отходы сортируют и перерабатывают с целью получения вторичных материалов. Однако, этого недостаточно для эффективного метода борьбы с пластиком.

Действенный способ обратить внимание на эту проблему – современные фотопроекты, посвященные защите экологии. Фотография является актуальным выразительным средством. Это возможность наглядно обратить внимание на проблему и донести посыл автора к зрителю. Я рассмотрела большое количество вариантов таких проектов и выделила из них самые запоминающиеся.

Фотопроjekt «Боги мусора», 2017 год, представленный фотографом Фабрисом Монтейро запечатлел сюрреалистичных персонажей на фоне пейзажей Африки. Герои его проекта – духи, которые подверглись изменению в результате воздействия человека на окружающую среду. Одежда на них сделана из мусора, который был собран в Сенегале. Несмотря на антиутопичность фотографии, автор видит надежду на лучшее. В этом проекте привлекает внимание контраст цветов, подача.

Очень интересен фотопроjekt, автором которого является Бенджамин Фон Вонг. Проект носит название «Русалки против мусора», был создан в 2016 году и направлен на борьбу с загрязнением водной среды. Автор запечатлел русалок не среди океанских волн, а в окружении 10000 пластиковых бутылок. Так Бенджамин Фон Вонг говорит о загрязнении водоемов и показывает, к чему это может привести. Данный проект отличается прекрасным композиционным и цветовым решением.

Проект «7 дней мусора», 2014 год, фотографа из Калифорнии Грегга Сегала говорит нам о том, что американцы из разных социальных слоев были запечатлены среди мусора, накопленного за неделю. Фотопроjekt привлекает внимание к важной проблеме перепотребления и ее последствиям.

Не оставляет равнодушным проект журнала National Geographic, который представил фотографии под названием «Planet or Plastic?» («Планета или пластмасса?»), 2018 год, целью которого является снижение уровня загрязнения мировой экосистемы пластмассой. Проект представляет собой различных живых существ, которые окружены мусором.

Фотопроjekt фотографа Марии Никитиной «Пластмассовая жизнь», 2019 год, представляет собой серию из 7 снимков, повторяющих сюжеты полотен известных художников. На фотографиях изображены атрибуты экологического загрязнения: пакеты, пластик, строительный мусор. Проект был создан, вдохновляясь шедеврами Магритта, Васнецова, Фриды Кало, Малевича, Врубеля, Милле, Фридриха.

Проект «Hungry waste people», 2020 год, автором которого являются Ксения Дубяго и Олеся Бесперстова. Девушки показали проблему



перепотребления. Авторы решили привлечь зрителей эстетикой и глубоким смыслом. В рамках проекта разработано 6 полотен, поднимающих 6 экологических проблем, среди которых микропластик, одноразовая посуда, мусор.

Фотопроект студии 100% ART, название которого «Реквием по еде», 2019 год, или по-другому «Try to digest it». Авторы проекта наглядно эстетично и правдоподобно показывают проблему микропластика в продуктах питания. Увлекательно то, что каждую фотографию дополняет факт на эту тему. Данная серия визуально привлекательна, а также познавательна.

В данных проектах затрагивается одна и та же проблема, которая объединяет их по смыслу – это переизбыток производства и потребления пластика в окружающей среде. Пластиковые отходы пагубно влияют на экологию. Проекты на подобные темы, выполненные с использованием фотографии, привлекают большое внимание, так как понятны массовому зрителю.

Фотография – это очень яркое средство, которое может наглядно и очень выразительно обратить внимание на проблему экологии. Именно с помощью фотографии можно точно донести до зрителей информацию, которая, в свою очередь, может повлиять на поведение людей.

Список использованных источников:

1. Пластик как острая экологическая проблема загрязнения планеты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://pervmo.rk.gov.ru/ru/structure/2021_03_26_09_13_plastik_kak_ostraia_ekologicheskaja_problema_zagriazneniia_planety_vidy_plastikovogo_musora_eg_o_vrednoe_vozdeistvie_i_sposoby_utiliza

2. Гринпис. Загрязнение пластиком [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://greenpeace.ru/wp-content/uploads/2020/03/Greenpeace-plastic-pollution-report.pdf>

3. Пластик – бич XXI века [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.iguides.ru/main/other/plastik_bich_xxi_veka_kak_s_nim_boryutsya_vo_vsem_mire/

©Фомичёва А.А., Дергилёва Е.Н., 2021



УДК 741.021.2:677.027.511

ОРНАМЕНТАЛЬНЫЕ МОТИВЫ КУЛЬТУРЫ АЗИИ В СОВРЕМЕННОМ ХУДОЖЕСТВЕННОМ ПРОЕКТИРОВАНИИ ТЕКСТИЛЬНЫХ РИСУНКОВ

Хлебникова А.К., Щербакова А.В.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования «Российский государственный университет
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Азиатские орнаментальные мотивы и формы костюма уже не первый сезон вдохновляют многих дизайнеров. Среди них Рей Кавакубо, Иссей Мияке, Цю Хао, Вера Вонг, Вэнь Хаотянь и другие. В своих работах они много лет успешно сочетают историю и современность китайского искусства. Китайские дизайнеры очень сильно отличаются от производителей, представленных в рамках масс-маркета. Их работы оригинальны, уникальны, и сочетают в себе европейскую практичность и традиционные восточные мотивы. Благодаря этому в сезоне 2021/22 сложился тренд, названный «Kimono Dragon», который обращается к азиатской культуре и трактует известные мотивы в духе нового времени.

Китайская эстетическая традиция понимания красоты (мэй), на которую опираются азиатские модельеры – это сложная система символов, основанная на философии особого понимания красоты: на философии бесконечного и всепроникающего Великого Дао и конфуцианского понимания красоты – «мэй». Окружающий мир двойственен – это мир невыразимого Дао и мир тьмы вещей. Прекрасное тоже двойственно. Даосы концентрируют своё внимание красоте, которая представляет собой «скрытое очарование». Вторая категория – мэй – отражает конфуцианское понимание красоты, которая проявляется в изяществе форм и видимой красоте пейзажа, женщины, изделия, художественного произведения. В тоже время, китайская эстетика включает в категорию прекрасного внутреннее моральное совершенство. Внешняя красота в китайской традиции неотделима от внутренней. Прекрасное – субъективная категория, сложно поддающаяся логическому и чёткому определению, поскольку содержит в себе определение высшего духовного смысла, а также соединяет такие разнородные части как гармония, симметрия, мера, пропорция, соразмерность, изящество, грация.

О гармонии и мере говорит в коллекциях своего бренда «Zuc Zug» дизайнер Вэнь Иян. Эта марка появилась в 2002 году, когда на рынке яркие и броские принты были в приоритете. Людям не хватало чего-то простого, подходящего для повседневной носки. Поэтому основатель бренда начал разрабатывать коллекции в спокойных нейтральных оттенках. Автор этого интересного проекта подчеркивает, что создает свою одежду для обычных



людей, приглашая их участвовать в съемках своих бренд-буков и даже в полноценных показах.

Язык древнекитайских изображений глубоко символичен и отражает разнообразие видов её красоты и их отношений и взаимодействий между собой. Тёмное и светлое начала рассматривались как свойства, внутренне присущие материальным предметам, противостояние которых вызывает развитие и изменения как в происходящих процессах, так и в вещах. Эстетика китайского символизма необычайно сложна. Образы в ней перетекают один в другой и отдельные части не могут существовать друг без друга. Из этого утверждения родился основанный на даосском культе природы пейзажный символизм, составляющий большую часть китайской живописи и поэзии. Основные символы растительного мира – это «четыре благородных»: орхидея, бамбук, дикая слива (мэйхуа) и хризантема.

Главный символ Китая – Дракон – гений добра и силы, дух изменения и самой жизни, символ живительной воды. Он обитает в пещерах гор или в глубинах моря, ожидая там времени своего пробуждения и действия. Так же образ дракона связан с водной стихией. Струя воды в древности считалась живым драконом, а расходящиеся волны наделялись магическим свойством очаровывать человека. «Ночная сияющая жемчужина» – круглый красный предмет, неотъемлемая принадлежность драконов, которая может трактоваться как солнце, луна, символ катящегося грома, зерно силы.

Вода – первый из пяти элементов, её делили на небесную и земную. В философском смысле вода – это олицетворение Великого Дао: она пребывает везде, подаёт влагу всему, что в ней нуждается. Вода побеждает все стихии, благодаря своей способности стремиться только вниз, что символизирует образ действия мудреца. Вода, отражающая небо – символ незамутнённого страстями сердца учителя. В живописи и поэзии стихия воды является важным элементов таких жанров как «горы и воды», «леса и потоки».

Жемчужина считается одним из семи сокровищ, в буддизме принадлежащих Повелителю Вселенной. Название «жемчужина» также применяется к другим предметам круглой формы. По мнению древних учёных, жемчужина – это воплощение луны, сущность которой извлекается моллюском и перерабатывается им в жемчужины в соответствии со вторичным началом природы (Инь); это символ слез русалок и сирен; символ женской красоты, чистоты, и, вместе с этим, непризнанного гения.

Карпы кои в японской и китайской традиции служат пожеланиями удачи и достижения цели. Это также символ мужества, мудрости, долголетия и любви. Около 2500 лет назад карпов завезли в Китай с прилегающих к Каспийскому морю территорий. Точно не известно, когда карп появился в Японии, однако первые письменные упоминания о нём

относятся к XIV-XV векам н.э. Предположительно, карпа привезли в Японию переселенцы из Китая. В Японии эта рыба называется «Магои» – чёрный карп.

Отдельно стоит сказать о «пейзажности восприятия» красоты в китайской культуре, что создало особый идеал женской красоты. Естественность, с одной красоты и подражание цветку, с другой: фигура, схожая со стеблем растения, маленькая стопа – «лотос», объёмная причёска, напоминающая тучу с массой звенящих заколок – подвесок в виде растений, насекомых и птиц. Китайскую живопись в своих работах использует Вэнь Хаотянь. Его творения практичны, минималистичны и созданы с большим вниманием к деталям.

Применение азиатских мотивов можно увидеть в весенней коллекции Jil Sander 2020 года. Бренд немецкого модельера, известной как «королева минимализма», не стал отходить от своего узнаваемого почерка – четкость линий как в принтах тканей, так и в формах костюма, классическая чёрно – белая гамма с акцентами цвета. Строгость форм и цвета дополняют принты в виде рыб, рассекающих водную поверхность, и вышивка с ласточками, стилизованные под графику.

На основе исторического и современного материала была поставлена цель: разработать коллекцию современных штучных изделий на основе китайских живописных мотивов в авторской технике. При разработке коллекции рисунков для штучных изделий под девизом «Против течения» были совмещены ручной и компьютерный методы проектирования. Отрисованные вручную гуашью в технике полусухой кисти мотивы были оцифрованы и обработаны в программе Photoshop.

Коллекция состоит из 6 итоговых эскизов: 3 ткани – компаньона, из которых одна так же является монокомпозицией и две – раппортом (рис. 1).

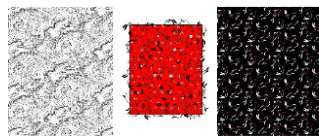


Рисунок 1 – Ткани-компаньоны «Поток», «Движение», «Нерест»

Три главных ткани (рис. 2) выполнены как монокомпозиции. Вся коллекция выполнена в чёрно-бело-красной гамме, используются оттенки красного из актуальной на 2021 год палитры Pantone: PANTONE 17 – 1562 Mandarin Red, PANTONE 19 – 1662 Samba, PANTONE 19 – 1337 Fired Brick.

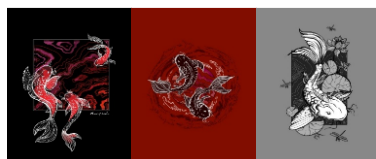


Рисунок 2 – Главные ткани «По течению», «Против течения», «Между»

Итоговые мотивы коллекции соответствуют текстильному тренду Pencil Line Botanicals – зооморфные формы (рыбы кои и насекомые), растительные (кувшинки) и фактурные (абстрактная фактура водной поверхности) стилизованы как графические иллюстрации. В целом, коллекция соответствует текстильному тренду 2021 года «Kimono Dragon», суть которого заключается в обращении к азиатской культуре и её современной трактовке.

Коллекция «Против течения» проектировалась для таких штучных изделий как сумки – шопперы, однако, может быть применена и на других видах штучных изделий, например, футболках, кошельках, масках и др. (рис. 3).



Рисунок 3 – а) Эскиз применение композиции «Против течения»; б) Эскиз применение композиции «По течению»

Список использованных источников:

1. Духовная культура Китая: энциклопедия: в 5 т. + доп. том / гл. ред. М. Л. Титаренко; Ин – т Дальнего Востока РАН. – М.: Вост. лит., 2006 [Т. 6 (дополнительный):] Искусство / ред. М.Л. Титаренко и др. – 2010.– 1031 с.: ил.
2. История китайской философии/ Пер. с кит. / Общ. ред. и послесл. М. Л. Титаренко. – М.: Издательство Прогресс, 1989. – 552 с.
3. Мещерина Е. Г., Эстетика Древнего Востока. Китай. Индия. Япония. Буддизм и искусство XX века. – М.: Канон+РООИ «Реабилитация», 2017. – 352 с.
4. laovaev.net/[Электронный ресурс] – Laovaev.net, 2019 г. – Ежедневный блог о Китае – Режим доступа: <http://www.laovaev.net/top-5-kitajskix-modelerov/>
5. VOGUE/[Электронный ресурс] – Электронная версия издания «Vogue Russia» – © АО «Конде Наст» 2004 – 2021 г. – Режим доступа: <https://www.vogue.ru/>

©Хлебникова А.К., Щербакова А.В., 2021



УДК 7.035/746/749:72.036

**ЧАРЛЬЗ РЕННИ МАКИНТОШ:
РОДОНАЧАЛЬНИК СТИЛЯ МОДЕРН В ШОТЛАНДИИ**

Холопик Ю.В., Морозова Е.В.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования «Российский государственный университет
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Выдающийся шотландский архитектор, художник и дизайнер Чарльз Макинтош родился 7 июня 1868 в Глазго. В 1875 г Чарльз обучается в Reid's Public School. В 1877-1884 гг. продолжает образование в Художественной школе Аллена Глена (Allan Glen's Institution). После окончания этого учебного заведения он посещает вечерние курсы Школы искусств Глазго (Glasgow School of Art). В ней будущий мастер изучал живопись, графику, дизайн, скульптуру. После открытия архитектурного отделения Макинтош не только начал изучать архитектуру, но и стал совмещать учебу с работой в проектной мастерской Джона Хатчинсона. «Именно школа искусств в Глазго оказала огромное влияние на его профессиональное становление» [1].

Чарльз Макинтош жил в то время, когда промышленная революция, произошедшая в западной индустрии позволила расширить и качественно изменить подходы к строительству. Стали возможны бионические объемы зданий, огромные проемы окон, свободная планировка помещений. В украшениях зданий и интерьеров становятся популярными мотивы природы.

Еще в студенческие годы Макинтош работал над созданием собственного стиля графики, отличающегося от «реалистического». Он, как и многие основоположники модерна, с особым тщанием исследовал и зарисовывал природные объекты и по словам Томаса Ховарда «рано приобрел умение выразить определенную идею с помощью чисто символических средств» [2].

Участь в школе, он сблизился с Гербертом Макнейром и сестрами Макдональд, которых интересовали схожие проблемы. Работы «Четвёрки» были сначала представлены на выставке студенческих работ и вызвали всеобщий восторг. В результате совместной работы был сформирован стиль «Глазго», наиболее ярко проявивший себя в декоративном искусстве. Характерной особенностью стиля были «благородная сдержанность и отточенный геометризм форм в сочетании с изысканностью и тончайшей проработкой деталей» [3].

Эта группа занималась проектированием мебели и интерьеров, панно, изделий декоративно-прикладного искусства, работала в графике. Работы членов союза характеризуются необычными сочетаниями техник и



материалов, соединением танцующих линий и образов, создающих завораживающий эффект. Этот стиль легко узнаваем по множеству уникальных интерьерных витражей, в частности, стилизованным изображениям роз, которые придумал Макинтош.

Как универсал Чарльз Макинтош выступал за синтез искусств экспериментируя с формой, используя различные материалы и цветосочетания. Его творчество значительно повлияло на развитие художественного языка модерна и сегодня является весьма актуальным. Он сумел связать воедино идеи символизма и классической архитектуры. Восхищение его творчеством в XIX веке достигло таких высот, что современники считали, что Макинтош создал новое направление в искусстве и называли его «макинтошизм».

Макинтош проектировал панно, текстиль, рисунки вышивок, светильники, часы, умывальники, фурнитуру для окон и дверей, каминные – практически все, что наполняло интерьер дома. Особенностью его творчества является метод «изнутри наружу». По его представлению внутреннее убранство дома, мебель и сам его внешний вид должны были представлять собой единое целое, гармонично сочетаясь друг с другом.

Творческий почерк Макинтоша легко узнаваем. Его вещи всегда функциональны, геометричны, не изобилуют декором и имеют удлинённые пропорции. По сути он стал пионером в создании конструктивной линии модерна. Его декоративный стиль представляет собой связь геометрических элементов с «качающимися», «разлетающимися» в стороны линиями. В основе его дизайнерского мастерства лежит «типично столярная геометрически прямолинейная конструкция с преобладанием вертикальных линий» [1].

Как архитектор Чарльз Макинтош остановил свой выбор на средневековом замке в качестве идеальной модели. Его воплощённые в жизнь проекты отличаются элегантной ясностью, а пространственные концепции – «умелым сочетанием искусственного и естественного освещения и вниманием к деталям» [1]. Кроме того, он новаторски использовал новые для того времени материалы, такие как бетон, сталь, стекло.

Особенно проявил себя Макинтош в проектировании несерийной мебели, украшая ее различной фурнитурой в виде накладок из серебра, металла, эмали, цветного стекла. Стул в стиле «Макинтош» знаменит и известен всему миру.

Дарование мастера блистательно проявилось и в графике. Во множестве сохранились уникальные графические эскизы зданий, интерьеров, ткацких и набивных полотен и вышивок. Он первым использовал трафарет для украшения стен. Макинтош проявил себя и в рекламном дизайне, разрабатывая эскизы афиш, пригласительных билетов и рекламных листовок художественных выставок и светских мероприятий.



Не менее значимым художественным достижением Макинтоша был разработанный им шрифт, который отразил его художественный почерк и буквально получил статус самостоятельного художественного произведения.

В конце жизни Чарльз Макинтош увлекся ботаническими зарисовками растений, столь популярными в Британии, и создал серию акварелей, которые являются важной частью его творческого наследия. Коллекция хранит несколько десятков выразительных, необычных по стилистике изображений [4].

Таким образом наследие Чарльза Макинтоша характеризуется созданием своего особенного, уникального стиля, который стал отдельным ответвлением западного арт-нуво. Шотландский модерн нельзя спутать, например, с бельгийским, австрийским или французским модерном.

Во многих своих работах Макинтош опередил свое время, так как по стилю его работы предвещают появление арт-деко и модернизм.

Работы Макинтоша, являясь эталонами изящества и совершенства, вдохновляют современных художников.

Список использованных источников:

1. Архитектор Чарльз Ренни Макинтош – биография и творчество//<https://delovoy-kvartal.ru/arhitektor-charlz-renni-makintosh-biografiya-i-tvorchestvo/>(дата обращения 3.11.2021)

2. Дизайнер Чарльз Ренни Макинтош //<https://barucaba.livejournal.com/75875.html> (дата обращения 2.11.2021)

3. Поляков Е.Н., Дончук Т.В. Шотландская версия стиля модерн в дизайнерских работах Ч.Р. Макинтоша и И.М. Макдональд.// <https://cyberleninka.ru/article/n/shotlandskaya-versiya-stilya-modern-v-dizaynerskih-rabotah-ch-r-makintosh-i-m-makdonald> (дата обращения 2.09.2021)

4. Хаирова В.Ш. Акварели Чарльза Ренни Макинтоша // Научные труды. 2013. № 25.С. 194–202.

©Холопик Ю.В., Морозова Е.В., 2021



УДК. 677.014

СОВРЕМЕННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ ШЕЛКО-ВОЛОКНИСТЫХ ТКАНЕЙ

Худойбердиева М.А., Муртазаева М.Б.

Научные руководители Самиева Ш.Х., Бутко Т.В.

***Бухарский инженерно-технологический институт, Узбекистан
Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования «Российский государственный университет
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва***

Шёлковая одежда, некогда уникальная для аристократии, теперь стала традицией среди всех слоев населения мира. Причина в том, что шёлковые ткани очаровывают женщин своей естественностью, мягкостью, радующей человеческое тело, а главное – привлекательным цветом. Поэтому растёт спрос на узбекские товары с богатым опытом работы в шёлковой индустрии.

Шелковая ткань изготавливается из нитей, получаемых из коконов гусениц тутового шелкопряда. Их разведение требует большого внимания и кропотливого труда. Отделка шёлковых тканей для придания им полезных свойств состоит из этапов отваривания (в мыльном растворе при температуре около 95°C на протяжении 1,5-3 часов для окончательного удаления серицина, красящих и жировых веществ); крашения; оживления (обработка раствором уксусной кислоты в течение 15-30 мин при температуре 30°C для придания блеска и сочности окраски (для окрашенных тканей)). Опционально: для получения белого шёлка сырьё подвергают белению щелочным раствором перекиси водорода при температуре 70°C на протяжении 8-12 часов; для получения шёлка с рисунком используют аэрографный метод нанесения при помощи трафаретов (для единичных экземпляров) или аппаратное нанесение рисунка при помощи сетчатых шаблонов. Заключительная отделка для всех видов сырья – декатировка – обработка горячим паром под давлением в течение нескольких минут для снятия внутримолекулярных напряжений в структуре волокон.

Знаете ли вы, что одна шёлковая нить в восемь раз тоньше человеческого волоса, но в то же время намного прочнее? Чтобы создать одно шёлковое платье, вам понадобится около двух тысяч гусениц, которым нужно съесть листья почти двух тутовых деревьев.

Еще со времен Великого шёлкового пути, на протяжении нескольких тысячелетий, узбекские шёлковые изделия высоко ценились. Например, маргиланский шёлк буквально ценился на вес золота и регулярно становился платежным средством. Изготовленные по старинным технологиям шёлковые нити рождают неопишущую красоту качественных тканей, известных во всем мире.



Появление узбекского шёлка восходит к второму тысячелетию до нашей эры, во время самого известного торгового пути, соединяющего Восток и Запад. Легенда рассказывает, как один из правителей Ферганской долины заинтересовался шёлковыми изделиями из Китая. Тогда он непременно захотел производить шёлк у себя на родине и приказал своим подчиненным раскрыть секреты технологии изготовления китайского шёлка.

Так, согласно легенде, производство шёлка началось в Ферганской долине. И вот уже более четырех тысяч лет в Узбекистане производятся шёлковые изделия: ткани, ковры, одежда, головные уборы, предметы интерьера, национальные сувениры и многое другое.

Натуральные шёлковые нити бывают разных видов. Это зависит от страны обитания и условий, в которых выращиваются гусеницы (естественная среда или искусственная), а также от листьев, которыми питаются эти червячки (тутовые, дубовые, касторовые и др.). Безусловно, качество и вид нити определяет свойства и особенности ткани. А всевозможные переплетения, с помощью которых создаются разные виды полотен, отличают их по свойствам, внешнему виду, структуре и другим параметрам.

Вот некоторые популярные виды шёлковых тканей различного плетения.

Туаль. Для этого вида натуральной шёлковой ткани используют полотняное переплетение. Отличается мягким блеском, хорошей плотностью, также хорошо держит форму. Подходит для галстуков, платьев, подкладок.

Атлас. Это шёлковая или полушёлковая ткань атласного переплетения. Отличается плотностью, гладкостью и блеском лицевой стороны, мягкостью, хорошо драпируется. Используют для пошива различной одежды и обуви, обивки мебели.

Сатин. Это ткань сатинового переплетения, часто из хлопчатобумажного волокна или химического, а также шёлкового. Отличается гладкостью, шёлковистостью лицевой поверхности, плотностью, блеском. Из него изготавливают платья, мужские рубашки и т.д.

Шифон. Шёлковая или хлопчатобумажная ткань, полотняного переплетения. Отличается мягкостью, тонкостью, матовостью, шероховатостью, хорошо драпируется.

Органза. Ткань из шёлка, полиэстера или вискозы. Отличается жёсткостью, тонкостью, прозрачностью.

Дикий шёлк. Это фактурная ткань, мягкая, с приглушённым блеском.

Шёлк Дюпон. Очень плотная, не мягкая, но и не слишком жёсткая ткань, с мягким блеском. Используют для пошива портьер.



Тафта. Это шёлковая или хлопчатобумажная ткань. Отличается пластичностью, жёсткостью. Из неё шьют портьеры, верхнюю одежду, вечерние наряды.

Утовый шелк. Традиционный мягкий шелк из нитей тутового шелкопряда;

Шелк-сырец. Полуфабрикат, из которого впоследствии получают шифон, креп, атлас;

Шелк сорта Малберри – высококачественный 100% шелк, используемый для элитарных вещей. Обладает всеми свойствами натурального шелка и ценится выше других;

Прозрачный шелк – он же газ. Легкий, мягкий, просвечивающий. Производится в разных цветах, но популярностью пользуются пастельные оттенки: голубой, оливковый, розовый шелк;

Жатый шелк. Мягкая блестящая материя с драпированной поверхностью.

По назначению материал классифицируют:

1) парашютный шелк – плотная ткань полотняного переплетения с шелковой основой. Долгое время на изготовление парашютов шелк натуральный шелк, но сегодня его заменяют капроном;

2) подкладочный шелк – используется для пошива подкладки под одежду. В бюджетном варианте имеет синтетическое происхождение, например, изготавливается из ацетата;

3) обивочный – натуральный шелк жаккардового плетения. Характеризуется плотностью, прочностью, наличием сложных узоров.

Тонкий шелк идет на пошив одежды и нижнего белья. Шелк в рубчик, более известный как сатин, используется при изготовлении домашнего текстиля. Под названием буретный шелк скрывается пряжа для вязания. Арт-шелк представляет собой синтетический аналог, идущий на производство ковров.

Шелковый материал ценят за непревзойденный внешний вид. Материя красивая, нежная, с узнаваемым блеском. Глянцевитость ткани умеренная, а потому шелковые полотна именуют не блестящими, но с благородным отблеском.

Среди прочих достоинств материала можно отметить следующие.

Прочность – волокно может достигать прочности на разрыв вплоть до 5 г на денье. При этом мокрый материал намного уязвимее к механическим воздействиям. Также ткань теряет прочность после длительного пребывания под солнечными лучами. Всего через 200 часов просвечивания ультрафиолетом прочность на разрыв снижается вдвое.

Устойчивость к тепловому и химическому воздействию – шелковые полотна не считаются рекорсменами и характеризуются средними показателями, но во многом превосходят синтетические ткани.



Гигиеничность – шелковые ткани воздухопроницаемы, гипоаллергенны, гигроскопичны и не интересуют вредителей, в отличие, например, от шерсти. Полотна приятны к телу и годятся для изготовления одежды для младенцев, аллергиков и лиц с повышенной чувствительностью кожи.

Эластичность – материя способна растягиваться и принимать первоначальную форму. Она не деформируется, но умеренная растяжимость делает шелковую одежду удобной в носке и облегчает посадку по фигуре.

Терморегулирующие свойства – шелковая ткань комфортна в любую погоду: летом она охлаждает, а при низких температурах позволяет удержать тепло. Шелковое белье радует не только привлекательным внешним видом, но и тем, что поддерживает оптимальную температуру тела, не вызывая парникового эффекта или переохлаждения, что характерно для синтетики.

К существенным минусам материи относят дороговизну и капризность в уходе. Как и в прежние времена, шелковые изделия могут себе позволить обеспеченные люди, правда, уникальные характеристики полотен оправдывают их стоимость. Особенно ценятся жаккардовые ткани из шелковых нитей. Они по праву считаются произведениями искусства и нередко изготавливаются под заказ.

Низкая цветоустойчивость требует меньше подвергать шелковые изделия воздействию ультрафиолета. Также материал не терпит высоких температур, концентрированных растворов кислот и щелочей. Гладить и отпаривать материю необходимо с осторожностью.

К минусам тонких шелковых разновидностей относят малую прочность. Так, органза и фуляр не относятся к материалам повседневного назначения, что обусловлено низкой устойчивостью к механическим воздействиям.

Материал считается капризным, и неправильный уход может испортить дорогую вещь. Для начала выясним, как стирать шелк. Предпочтительна ручная стирка при температуре 30°C. Отжимать и выкручивать изделие не рекомендуется. Средство для стирки подбирается деликатное – обычно в виде геля и с пометкой Silk.

Чтобы сделать ткань белоснежной, берут подходящий по составу отбеливатель. Стирать белые шелковые вещи в домашних условиях можно как с использованием бытовой химии с деликатным составом, так и с применением народных рецептов: с растворенным в воде лимонным соком, поваренной солью или 3%-перекисью водорода.

Сушат изделие естественным путем – вдали от отопительных приборов и палящего солнца. Как гладить шелк, чтобы не навредить? Все современные утюги и парогенераторы оснащены соответствующим режимом глажки. Это минимальная температура и бережное отпаривание.



Можно использовать тонкую прокладочную ткань, чтобы снизить вероятность перегрева.

Если нужно освежить цвет изделия или перекрасить ткань, то подойдут краски для шелка. Они используются в бытовых целях, а также подходят для рукоделия.

Текстиль из натурального шёлка – один из самых дорогих в производстве. Но, несмотря на это, он заслужено пользуется большим спросом уже много веков. Причина тому – прекрасный внешний вид, экологичность и высокие гигиенические характеристики таких материй. Натуральная шёлковая ткань – это истинное наслаждение как для тела, так и для глаз. Она приятна на ощупь, очень комфортна в носке, при этом обладает ни с чем не сравнимой «текучестью» полотна, отличается мягкостью, нежностью, неповторимым шёлковым блеском.

Список использованных источников:

1. Папова В.В. Инновационный текстиль. Принципы формаобразования [Текст]: дис. канд. искусствоведения: 17.00.06: защищена 22.12.2017 / Папова Виолетта Вячеславовна. – М., 2017. - 161 с.

2. Бост Ф., Кросетто Г. Инновационный текстиль и активные материал. – 2014. С. 22-33.

3. Самиева Ш.Х., Джураева Т.С., Асадова С.С. Инновационные технологии в швейной промышленности. Учебник. – Бухара, 2020. -256 с.

4. Самиева Ш.Х., Бутко Т.В. Аспекты кастомизации швейной продукции Вестник молодых ученых Санкт-петербургского государственного университета технологии и дизайна. Периодический научный журнал. Россия, Санкт-петербург. 2020.С. 109-114.

©Худойбердиева М.А., Муртазаева М.Б., 2021

УДК 745, 77.04

СЮРРЕАЛИЗМ В ФОТОГРАФИИ

Чмелевская П.И.

Научный руководитель Бесчастнов П.Н.

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

Surrealisme (от фр. *surréalisme*, букв. – «сверхреализм», «надреализм») – это направление в литературе и искусстве двадцатого века, сложившееся в 1920-х годах в художественной культуре западного авангардизма [1]. Его основной отличительной чертой является использование аллюзий и парадоксальных сочетаний форм. Считается, что сюрреализм развивался более сорока лет, до появления новых течений 1960-х годов.



Основа этого направления сюрреальность – совмещение сна и реальности, сюрреалисты создавали абсурдные, противоречивые сочетания натуралистических образов часто используя в своём творчестве технику коллажа. Они были вдохновлены радикальной левой идеологией, однако революцию предлагали начать со своего сознания, искусство мыслилось ими как основной инструмент освобождения и главной целью сюрреалисты ставили перед собой духовное возвышение и отделение духа от материального. Одними из важнейших ценностей являлись свобода, а также иррациональность. Сюрреалисты выполняли свои художественные произведения без оглядки на рациональную эстетику, используя фантазмагорические формы. В основном своём творчестве они затрагивали такие темы, как эротика, ирония, магия и подсознание.

Группа сюрреалистов была сформирована в духе бунта, который характеризовал европейский авангард 1920-х годов. Точно так же, как движение Дада, в котором некоторые из них участвовали, эти поэты и художники осудили рационалистическое высокомерие конца 19 века, которое было остановлено Первой мировой войной. Однако, осознав неспособность дадаизма создавать новые позитивные ценности, сюрреалисты откололись от него, чтобы официально провозгласить существование своего собственного движения в 1924 году.

Сюрреализм, в котором доминировала личность Андре Бретона, поначалу был, по сути, литературным движением. Его областью исследования были эксперименты с языком, свободным от сознательного контроля. Затем этот образ мышления вскоре распространился на пластические искусства, фотографию и кино, не только в силу склонностей Бретона, хотя он сам был коллекционером и любителем искусства, но и благодаря участию художников со всей Европы и Соединенных Штатов, которые переехали в Париж, который тогда был мировой столицей искусств [2].

Сюрреализм был движением, которое развивалось более 40 лет, от исторических авангардов начала века до появления новых течений в 1960-х годах. Помимо американской живописи и поп-арта, сюрреалистическое искусство лежало в основе появления второй волны авангарда в Европе в 1960-х годах, ее главным представителем был Новый реализм.

Фотография – искусство, которое занимает особое место в сюрреалистическом движении. Она вездесуща в своей разнообразной деятельности и достижениях, она сопровождает все публикации. В 1941 году американский фотограф Филипп Халсман познакомился в Нью-Йорке с художником-сюрреалистом Сальвадором Дали, и в конце 1940-х годов они начали сотрудничать. Мастер постановочной фотографии Филипп Халсман (Philippe Halsman) издал книгу «Усы Дали» (Dali's Mustache), посвященную знаменитому сюрреалисту.



Фотопортретами, выполненными в сюрреалистическом стиле, прославился также английский фотограф Ангус Макбин (Angus McBean). Макбин использовал метод многократного экспонирования и фотомонтаж для соединения на одном снимке портрета и сюрреалистического пейзажа. Фотохудожник Билл Брандт (Bill Brandt) снимал работы в стиле «ню» в намеренном оптическом искажении пропорций моделей и деформации пространства. Брандт фотографировал натурщиц подержанной камерой с необычайно широким объективом. Результатом его экспериментов явился альбом фотографий «Перспектива обнаженных» (Perspective of Nudes), изданный в 1961 году. В 1950-1960 годах к сюрреализму обратился знаменитый чешский светописец Йозеф Судек (Josef Sudek). В серии «Волшебный садик» Судек создает сюрреалистические образы, возникшие вследствие произвольного с точки зрения обыденной логики соединения на снимках различных предметов [3].

Для отображения сюрреальности фотографам пришлось искать собственные художественные средства и нестандартные приемы. В частности, для этого фотографы-сюрреалисты стали использовать комбинированную печать, монтаж, технику деформации и искажения. Наиболее же популярным приемом стало многократное экспонирование, то есть получение фотоизображения в результате последовательной съемки нескольких объектов на один и тот же участок пленки.

Есть несколько способов/приемов создания сюрреалистической фотографии:

1. Фотографии, основанные на технических манипуляциях – в данный момент времени (мультиэкспозиция), постобработка в компьютерных редакторах.

2. Фотографии, основанные на оптической иллюзии, сделанные в режиме реального времени.

Так же мы можем говорить о контролируемых или спонтанных фотографиях.

Рассмотрим на практике работы, выполненные различными приемами в программе Photoshop:

деформация – визуальное изменение привычной формы до нереального образа;

умножение (полное, частичное) – удвоение, утроение и т.п. всей формы или ее частей до нужного автору количества (рис. 1);

разделение – визуальное разделение формы в разнообразные части и их количества;

замена – замены полной или частичной формы/части с привычной на другую нереальную;

добавление – визуальное появление привычной части формы на не типичном месте (рис. 2).



Рисунок 1 – Деформация, умножение полное, умножение частичное



Рисунок 2 – Разделение, замена, добавление

Поначалу сюрреалистическая фотография была лишь определенным жанровым искусством, над которым трудились фотографы-экспериментаторы. Однако, интересные и нестандартные находки сюрреалистов вскоре заинтересовали многие рекламные компании. Ведь образы сюрреалистической фотографии способны порой рождать у зрителя необычные смысловые и визуальные ассоциации. Это эмоциональное воздействие от просмотра фотоизображений привлекало внимание общественности. Фотографии, выполненные в стиле сюрреализма, начали использоваться для рекламных целей и публикаций в модных журналах. И сегодня сюрреалистические фотоизображения применяются в коммерческих областях декоративного искусства. Ведь, несмотря на всю свою абсурдность и нереальность, фотографические произведения сюрреализма способны стимулировать сознание зрителя и пробуждать в нем сильное ассоциативное воображение [4].

Примеры современных художников/фотохудожников жанра сюрреализм: Matthieu Bourel; Richard Vergez; Miles Johnston; Kebba SANNEH; FrankNitty3000.

Сюрреализм в фотографии позволяет находить оригинальные ходы и своеобразные решения, которые помогают рождать у зрителя необычные визуальные ассоциации.

В современном мире сюрреалистическая фотография очень актуально, особенно в коммерческой и предметной фотографии, в будущем ее актуальность сохранится, но будет видоизменяться, особенно, с развитием компьютерных программ, с помощью которых создание нереальных образов будет увеличиваться.

Сюрреализм – это экспериментальное творчество, где все зависит от таланта и неординарного мышления фотографа.

Список использованных источников:

1. Антология французского сюрреализма. 20-е годы / Сост., комм. и пер. С. Исаева и Е. Гальцовой. – М.: ГИТИС, 1994.
2. "La glace sans tain", Les Champs magnétiques, André Breton et Philippe Soupault, 1919



3. Евгения Литвинова. [Электронный ресурс]: Сюрреализм в фотографии. – Электрон. дан. – [М.]: PROPNOTOS, 2019 - Режим доступа: <https://prophotos.ru/lessons/5033-surrealism>

4. ФОТОКОМОК. [Электронный ресурс]: Сюрреализм в фотографии, 2010 - Режим доступа: <https://fotokomok.ru/surrealism-v-fotografii/>

©Чмелевская П.И., 2021

УДК 677.025

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ВИДОВ ПЕЧАТИ НА ТЕКСТИЛЬНЫХ ИЗДЕЛИЯХ

Шапкина М.С., Туболушкина А.Г.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования «Российский государственный университет
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

В настоящее время одним из активно применяемых художественно-технологических способов оформления поверхности текстильных полотен и изделий является печать разнообразных изображений одно- и многоцветными красками различного химического состава. Поэтому аналитический обзор информации о способах нанесения печати, их особенностях, положительных и отрицательных сторонах является актуальной темой исследования.

Создание узора на ткани путем нанесения на нее специальных красок возникло в древности на Востоке: часть текстиля покрывалось воском, остальная поверхность закрашивалась натуральными красителями, изначально одноцветными [1]; позднее набивку выполняли с помощью деревянных форм, получая более сложный орнамент. Так появилось три основных способа создания узоров на текстиле [2]:

прямой – темные краски наносят на более светлые участки полотна;
вытравной – изначальную окраску вытравливают в виде узора;
резервный – нанесение воска в некоторых местах, препятствуя окрашиванию.

Во время промышленной революции 18 в. появились тканепечатающие машины [3]. Наносились красители (кубовые, активные, пигментные и др.) на поверхность текстиля, а для закрепления цветности проводили специальную обработку. В химический состав красок могут входить окислители, соли, щелочи, растворители, восстановители и т.д.

Конец 20 века породил новые технические веяния, когда одним из постулатов стал индивидуальный подход к потребителю, что дало толчок к разработке малогабаритных печатающих устройств, способных выполнять печать на текстиле как в единичном экземпляре, так и на любом количестве партий изделий. В целом печать делят на прямую и косвенную.



При прямой цифровой печати (digital textile printing) краски на основе оксидов металлов наносятся с помощью принтера непосредственно на текстиль. Иногда требуется предподготовка на термоплите для приглаживания ворса (не более 150°C). В случае использования трикотажной основы – необходима также термостабилизация полотна, поскольку петельная структура вязаного изделия более подвижна в отличие от тканной. Далее выполняется обычный алгоритм работы струйного принтера [4].

Шелкография (трафаретная печать) – способ печати, когда используются трафаретные печатные станки различного типа: тигельные (печатные поверхности плоские); плоскопечатные (одна поверхность плоская, другая – цилиндрическая, для печати по объемным мягким текстильным изделиям); ротационные (для рулонов). Каждый цвет наносится через свою трафаретную сетку с предварительным подсушиванием красочного слоя. Краски отличаются по типу связующего: на основе растворителей, водные, с ультрафиолетовым отверждением, с температурной фиксацией. По завершении печати необходима закрепительная сушка [5].

Термотрансфер – способ нанесения изображения с помощью промежуточного носителя, при кратковременном (5-30 секунд) воздействии температуры (120-190°C). Типы и свойства термотрансферной бумаги зависят от технических требований печатной аппаратуры и конкретных изделий (глянцевые или матовые поверхности, прозрачный пластиковый слой для светлого текстиля или непрозрачный белый – для темных и цветных полотен). Из-за простоты и удобства технологии легко используется в минисалонах печати. Алгоритм термотрансферной печати представляет собой [6]: 1) печать изображения на промежуточный носитель с помощью цветного принтера; 2) перевод картинка на текстиль с помощью термопресса; 3) завершающий этап – горячее (hot split) или холодное отделение (cold peel) бумаги от текстиля.

Существуют подвиды перечисленных основных способов печати на текстиле, а также их комплексные вариации. Один из наиболее применяемых в настоящее время – это сублимационный тип.

Сублимационная или дисперсная печать – это такой способ окрашивания светлых текстильных материалов, состоящих из более 60% синтетических волокон, когда при нагревании краситель переходит из твердого состояния в газообразное при 180-200°C. В результате получаются очень яркие цвета, устойчивые к воздействию окружающей среды [7].

Технология сублимационной печати может осуществляться как с помощью термотрансфера (силиконизированная бумага, сублимационные чернила), так и при прямой печати на текстиле на подготовленной поверхности полотна или изделия (либо мокрым способом при



последующем запекании красочного слоя, либо сухим способом лазерным принтером). Закрепительная сушка может в зависимости от используемой технологии выполняться вентиляторами, инфракрасными излучателями, каландрами, термопрессами.

В табл. 1 представлены особенности вышеописанных способов печати на текстиле, с указанием их преимуществ и недостатков.

Таблица 1 – Анализ особенностей некоторых типов печати на текстильных поверхностях.

Преимущества	Недостатки
Прямая цифровая печать	
<ul style="list-style-type: none"> наиболее высокий уровень детализации изображения низкая себестоимость при небольших тиражах высокая скорость легкая вариативность изменения изображения возможность спецэффектов (глянец, градиент) использование от 4 до 8 цветов высокая износостойкость 	<ul style="list-style-type: none"> сложности применения на синтетике, требуется нанесение аппрета сложность наладки оборудования, так как калибровка напрямую зависит от текстуры полотна глубокое проникновение краски, вплоть до прокраса изнаночной стороны невыгодно при больших тиражах применяется либо на 100% хлопчатобумажной продукции, либо с добавлением лайкры (до 5%)
Шелкография	
<ul style="list-style-type: none"> возможность получить спец эффекты: флуоресцентные, перламутровые, объемные, др. можно использовать в качестве подложки фактурные материалы хорошая износостойкость, для любых материалов с соблюдением регламента использования вида краски 	<ul style="list-style-type: none"> длительность и трудоемкость подготовки к печати отсутствие цветовых градиентов только для массового производства больших объемов возможна нестабильность технологического процесса: растяжение сетки и т.д. сложности при печати на темных материалах
Термотрансфер	
<ul style="list-style-type: none"> быстрый способ нанесения возможность печати единичных экземпляров возможность применения на криволинейных поверхностях фотографическое качество изображений 	<ul style="list-style-type: none"> не рентабелен для массового промышленного производства при переносе изображения возможно изменение цветопередачи недостаточная насыщенность цветов невысокая износостойкость
Сублимация	
<ul style="list-style-type: none"> относится к сверхстойким изображениям четкость изображения простота использования оборудования 	<ul style="list-style-type: none"> используется на синтетическом текстиле прямая печать только в массовом производстве

В заключение необходимо отметить, что современные методы печати позволяют наносить принт на практически любые текстильные поверхности: натуральные, синтетические, смесовые. Каждый из описанных способов печати по-своему хорош, выбор используемой технологии зависит от конкретной цели: единичное или массовое производство; себестоимость готовой продукции; время на выполнение заказа; сложность изображения; количество применяемых цветов и т.д.



Список использованных источников:

1. Печатание тканей – Википедия (wikipedia.org) обращение к источнику 06.11.2021 г.
2. Печатание тканей – статья из Большой советской энциклопедии, 3-е издание, выпуск 1969 – 1978 гг.
3. Бирюкова Н. Ю. Западноевропейские набивные ткани 16-18 века. Собрание Государственного Эрмитажа. – М.: Искусство. 1973.
4. <https://blog.pagbac.ru/kak-najti-proverennuyu-studiyu-pechati/> обращение к источнику 07.11.2021.
5. <https://www.print4u.ru/shelkografiya/chto-takoe-shelkografiya> обращение к источнику 08.11.2021.
6. <https://compuart.ru/article/25250> обращение к источнику 08.11.2021.
7. https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D1%83%D0%B1%D0%BB%D0%B8%D0%BC%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D0%BF%D0%B5%D1%87%D0%B0%D1%82%D1%8C обращение к источнику 09.11.2021.

©Шапкина М.С., Туболушкина А.Г., 2021

УДК 7.043

ДИЗАЙН И ПЛАСТИКА ОБЪЕКТОВ ПРЕДМЕТНО-ПРОСТРАНСТВЕННОЙ СРЕДЫ В ТЕХНИКЕ ТИФФАНИ

Ширинова К.О., Шушлякова Е.А.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московская государственная художественно-промышленная академия им. С.Г. Строганова», Москва

Благодаря новым этапам освоения техник и технологий в эпоху модерна появились характерные светильники от художника Луис Комфорт Тиффани. Художнику удавалось извлечь из материала – стекло – пластические свойства, цветовые и световые возможности. Как никогда стекло начало играть новыми гранями при использовании новых технологий обработки и подачи стекла.

Художественное стекло в эпоху модерна было самым ярким стилеобразующим материалом. Тиффани и его соперник Джон Ла Фарж много экспериментировали с новыми типами стекла и добивались более разнообразной палитры с более богатыми оттенками и большей плотностью. Мы знаем, что ранние витражи были из гладкого стекла, которое однородное по цвету и не имеет достаточной фактуры. Тиффани и Джон Ла Фаржу удалось разработать такое стекло, где в одном фрагменте прослеживался набор определенных цветов. Одновременно ими в 1881



году было запатентовано опалесцированное стекло, уникальное американское явление, которое отличалось молочным, непрозрачным, а иногда и радужным оттенком с введением света. Окрашенное в пестрые оттенки одинаковых или разных оттенков, стекло Favrile от Tiffany позволило мастерам заменить случайные тональные градации, линии, текстуры и плотности, присущие самому материалу, на живописные детали.

В 1885 году Тиффани основал «Стеклянную компанию Тиффани», впоследствии переименованную в «Мастерскую Тиффани» (рис. 1). В ней работали более 300 человек: дизайнеры, художники, стеклодувы. Они создавали разнообразные витражи, современные вазы, бутылки, бокалы и чернильницы. Но самой знаменитой продукцией мастерской были лампы.

Светильники, разработанные Луисом Тиффани, стали характерным авторским почерком художника, также, как и технический прием в их изготовлении. Эти предметы до сих пор, по прошествии лет, высоко ценятся искусствоведами и ценителями искусства. На аукционах лампы Тиффани стоят достаточно дорого, известны поклонники-коллекционеры ламп в этой технике не только Тиффани, но и других авторов, которые продолжили развитие.



Рисунок 1 – В мастерской при изготовлении ламп в технике тиффани.

Американец Луис Тиффани изготавливал и витражи, в которых прослеживались живописные поиски выразительных средств стекла. Посмотреть на его витражи, это живопись в стекле! Сотни оттенков играли в витражных полотнах, от пастельных до сочных. Есть версия, что после изготовления витража мастер оставалось много обрезков стекла, и родилась идея делать из обрезков светильники-абажуры для ламп. Сейчас можно найти информацию, что эта идея пришла художнице Кларе Дрисколл, работавшей в Tiffany Glass Company. Но в результате чьих-то идей родились практичные вещи, мы их назвали бы утилитарными, это лампы. Техника соединения цветных стекол с помощью узкой ленты из медной фольги дала возможность создавать изящные лампы и абажуры с мелкой детализацией (рис. 2).



Рисунок 2 – Фрагменты стекла, обвернутые в медную фольгу.

Творчество художника было направлено и на создание интерьеров, соответственно из интереса к декору интерьера, Тиффани и его студии в 1898 году обратились к большому предприятию – освещению и лампам (рис. 3).



Рисунок 3 – Луис Тиффани и его известные произведения.

В 1895 г. произведен первый серийный выпуск Тиффани-ламп. Они были доступны в различных размерах и стилях. Тысячи ламп, во множественных конструкциях, были произведены в мастерских Тиффани. Несмотря на то, что некоторые модели выпускались серийно, каждый абажур был уникален из-за неповторимых оттенков и типов стекла. Для того чтобы сделать лампы еще более индивидуальными, большинство абажуров были съемными. Это позволяло их комбинировать с разными металлическими базами, учитывая вкусы и потребности клиентов.

Мастера Тиффани использовали узоры для изготовления абажуров, каждый из них был уникален из-за выбора отдельных предметов стекла с их разнообразными цветами и плотностями. Лампа водяной лилии с его органической бронзовой опорой, состоящей из подушечек лилий, венчает оттенок с розовыми опалесцентными стеблями, которые заканчиваются кремовыми цветами кувшинки на фоне синего стекла, напоминающего болото, где обитают водяные лилии. В рисунке плафона мы видим плавные, изогнутые линии, а приближенные к природным цвета голубой, зеленый, бежевый, оливковый, бледно-фиолетовый, серебристо-серый играет в свете ламп. Светильники производили неяркий, приглушенный свет. Основной темой декора была природа: пейзажи, растительные орнаменты, цветочные узоры, насекомые, птицы.

Так же нам известны лампы «Паук», «Маки» (1893 г.) и многие другие. Эти предметы имели большой акцент в предметно-пространственной среде и являлись ярким примером стиля эпохи. Интерьерное пространство не могло существовать без атрибутов хорошего стиля и хорошего вкуса. Лампы заняли свое место в пространственной среде эпохи модерна идеально.

Как проходит мода, прошла эпохи ламп Тиффани. Стиль модерн сменился другим стилем, и актуальность ламп, их производство спало в 1910 годах прошлого столетия. Однако, в 1970-х годах спрос на эту технику изготовления возрос снова, и конструкция светильников копировалась, создавались похожие лампы, которые также были изготовлены в технике тиффани. Многообразие цветного стекла позволяло делать похожие лампы, но по качеству изготовления как самого стекла, с

особой текстурой и фактурой, сделать было невозможно. У подлинных ламп были особые переходы цвета и текстуры. Сложные, скульптурно-изготовленные и с декоративной отделкой металлические основания так же стали неповторимой особенностью ламп Тиффани.

Современные художники в интерьерах заполняют пространство витражами и предметами, выполненными в той технике (рис. 4). Средовой дизайн может включать в свои площади световые конструкции, выполненные в технологии Тиффани. Неповторимый дизайн и цветовое решение дополняет пространство интерьера, держат акцент и стиль.



Рисунок 4 – Современная люстра в технике тиффани

Многие работы Тиффани имеют особую притягательную силу, но в современной среде они могут выглядеть слишком яркими и перегруженными. Однако, дизайн и пластика его светильников имеет определенное место как в дизайне пространственной среды, так и в искусстве в целом.

©Ширинова К.О., Шушлякова Е.А., 2021

УДК 687. 01

«HORROR FOLK» И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ХУДОЖЕСТВЕННОЕ ОФОРМЛЕНИЕ СОВРЕМЕННОГО КОСТЮМА

Шнайдер П.А.

Научный руководитель: Щербакова А.В.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования «Российский государственный университет
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Folk horror – поджанр фильма ужасов, в котором используются элементы фольклора. Примечательно, что впервые термин «folk horror» было использовано режиссером Пьером Хаггардом в 2003 году, а в массовое использование название вошло лишь в 2010 году после выхода документального мини-сериала Марка Гэтисса «История ужаса».

Первый фильм данного жанра «Ведьмы (Нахан)» (реж. Бенджамин Кристенсен) вышел в 1922 году и был самым дорогим скандинавским немым фильмом. Из-за кодекса Хейса (свод цензурных правил производства фильмов Золотой Эры Голливуда) запрет на показ реалистичного насилия и показ церкви в жестоким свете предотвращал



показ фильмов ужасов данного жанра, поэтому лишь после отмены кодекса в 1967 жанр получил свое развитие. Расцвет и пик популярности жанра пришелся на 1960-1970 года. Именно тогда были сняты такие фильмы, как «Великий инквизитор» (реж. Майкл Ривз, 1968), «Кровь на когтях Сатаны» (реж. Пьерс Хаггард, 1971), «Плетёный человек» (реж. Робин Харди, 1973).

Начало эры массового кино в США, приход к власти Тэтчер, ее либеральные реформы (в частности стандартизация и приближение формата ТВ и кино к американским) привели к тому, что в 80-х фолк-хоррор находился в упадке. На смену пришел жанр слэшер, для которого характерно наличие убийцы-психопата, который преследует и убивает своих жертв (фильмы «Пятница, 13-е» реж. Шон Секстон Каннингем, 1980, «Хэллоуин» реж. Джон Карпентер, 1978).

Отличительные черты folk horror. Помимо оккультных, языческих и сверхъестественных элементов, фильмы данного поджанра имеют определенные взаимосвязанные особенности. Во-первых, это ощущение изоляции. Место, где происходит действие, должно быть географически, культурно или национально удалено от современной цивилизации.

Во-вторых, ландшафт, важная составляющая фольклорных хорроров. Вследствие изоляции природа в фильмах предстает в своем первозданном виде, нетронутая и пасторальная. «Ландшафт в фолк-хорроре не просто место действия, а скорее топография, которая оказывает неблагоприятное воздействие на социальную и моральную идентичность его обитателей» – Дон Китли.

В результате ощущение изоляции и специфический пейзаж создают третью отличительную черту – необычное поведение.

Перед нами возникает образ героя с нетрадиционным образом жизни, мышления, экзотическими верованиями, оригинальными ритуалами (чаще всего жертвоприношения) – все это шокирует цивилизованного человека и кажется искажением, извращением морали в привычном ее понимании.

Настоящее время. С 2010 года можно наблюдать рост интереса к folk horror, а после выхода фильма «Солнцестояние» (реж. Ари Астер) в 2019 году поджанр стал популярнее, чем когда-либо. И тому есть несколько причин. С телешоу, изображающими ужасы технологий, например, такое как «Черное зеркало» (создатель Чарли Брукер, 2011-наст.вр.), рост популярности фолк-хоррора может быть связан с тем, что они изображают тихий образ жизни в сельской местности, изолированной от современных страхов (изменение климата, правительственные заговоры, техногенные катастрофы и т.д.). Это привлекательный аспект поджанра для современного человека, а его способность рассказывать народные сказки и истории со всего мира добавляет дополнительный элемент интереса для аудитории.



Отражение жанра «horror» в творчестве дизайнеров. Мода и страх – союз, который подарил человечеству не один шедевр. Не удивительно, что дизайнеров всегда привлекал жанр хоррора в целом. Модельеры разрабатывали костюмы для фильмов, например, Джорджо Армани для «Феномена» (реж. Дарио Ардженто, 1985); за гардероб главной героини «Голода» (реж. Тони Скотт, 1983), Мириам, в исполнении Катрин Денёв, отвечал Ив Сен-Лоран, для которого актриса была музой и подругой; а японский дизайнер Эйко Иосика придумала разнообразные костюмы для фильма Фрэнсиса Форда Coppola «Дракула» (1992), который получил три «Оскара» (в том числе и, конечно же, за костюмы).

Несмотря на это, лишь в 2010-х годах на подиумах стали появляться коллекции, вдохновленные культовыми фильмами ужасов. Классические сюжеты получили интересную интерпретацию и были воплощены в коллекциях таких дизайнеров как Карл Лагерфельд (Летняя коллекция Chanel Couture 2013 года, «тёмная сказка» вдохновлённая немецким романтизмом), Гаррет Пью (осенне-зимняя коллекция 2016 года, в которой модели выходили на подиум в зловещих кожаных масках в стиле «Молчания ягнят» (реж. Джонатан Демми, 1991), Раф Симонс (коллекция Calvin Klein весна-лето 2018 вдохновленная «традиционными» фильмами ужасов, такими как «Кэрри» (реж. Брайан де Пальма, 1976) и «Ребенок Розмари» (реж. Роман Полански, 1968), Алессандро Микеле (шоу Gucci осень-зима 2018 проходило на фоне декораций в виде операционной, некоторые модели выходили со скульптурами собственных голов, с забинтованными лицами, что является отсылкой к Франкенштейну).

Одним из лучших модельеров, кто смог мастерски передать эстетику ужаса, является Александр Ли Маккуин. Театральные представления во время показов и фантастические образы (многие из которых навеяны фольклорными историями о Золушке, Рапунцель, Гензель и Гретель и тд.) делают Маккуина одним из самых ярких дизайнеров в истории моды. Каждый его показ является своего рода искусством. Легендарным стало шоу коллекции Voss в 2001 году, для которого дизайнер воспроизвел психиатрическую больницу викторианского времени, а стеклянная стена между моделями и зрителями, звуки сердцебиения, накидки наподобие смиренных рубашек на моделях, обнаженная в железной маске - все это создавало жуткое зрелище в стиле хоррор фильма. Коллекция «Dante» 1996 года и вовсе напоминает картину в стиле folk horror, начиная от старой англиканской церкви, в которой проводился показ, заканчивая масками в виде черепов с рогами.

Свой взгляд на понятие folk horror изложил также Джон Гальяно в своей коллекции для модного дома Maison Margiela «Artisanal» 2021 года. Дизайнер отказался от традиционного показа на подиуме и выпустил совместно с режиссером Оливье Дааном фильм (по своей коллекции) «A Folk horror tale». Образы («древняя» и потрепанная на вид одежда,



множество заплаток и швов) основывались на идее изолированного сообщества рыбаков, борющихся за выживание, против моря. Первым историческим ориентиром дизайнера стали ранние фотографии голландских рыбаков – характерные традиционные линии их крошечных курток, объемных брюк, свитеров Гернси и деревянных сабо. Другая – легенда о короле Кануте, народ которого заставил его приказать приливу отступить, и он отдал им свою корону, когда потерпел неудачу; говоря, что только Бог отвечает за это. Корона из разбитого зеркала появляется на повторе в сценах зловещего средневекового ритуала.

Folk horror в России. В советском кинематографе хоррор как жанр практически отсутствовал (в первую очередь из-за идеологии, отрицавшей наличие сверхъестественного), поэтому на данный момент российский хоррор находится на стадии становления и развития. Стоит, однако, отметить легендарный советский фолк-хоррор «Вий» (реж. Константин Ершов, Георгий Корпачёв, 1967). Фильм, снятый по одноименной повести Н.В.Гоголя, изобилует яркими и интересными образами, которые погружают в мир украинского фольклора.

Таким образом, жанр folk horror имеет свою любопытную историю и весьма удачно и интересно «адаптируется» в моде, оказывая большое влияние на творчество известных дизайнеров, является актуальным и перспективным в своем развитии.

Список использованных источников:

1. Симонян, Д.А. Язычество в хоррорах XXI века/А.Д.Симонян .- М.: Москва, Школа Дизайна НИУ ВШЭ, 2020.-202 с
2. Дон Китли Фолк-хоррор: часы ужаса и странные вещи/Дон Китли//Ирландский журнал исследований готики и ужасов.-2017-№16.- С. 134-138
3. Соломатина И. Таймлайн: Мода и страх/И.Соломатина//The Blueprint[Электронный ресурс].-Электрон.журн.-2018.-21 марта.-Режим доступа: <http://www.theblueprint.ru>

©Шнайдер П.А., 2021

УДК 7.011.4

ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОЕ ИСКУССТВО КАК ИСТОЧНИК ВДОХНОВЕНИЯ В МОДНОЙ ИНДУСТРИИ

Агаева М.Х., Портнова Т.В.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования «Российский государственный университет
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Мода является один из самых известных феноменов в нашей повседневности, неизменно пользующихся интересом людей. Сама суть



моды выражается в изменениях, она играет важную роль в нашей жизни. Актуальность выбранной темы объясняется тем, что мода и искусство идут вместе, шагая по одним ступеням. Многие дизайнеры, вдохновившись произведением искусства, создают целую коллекцию шедевров. Так же и художники, наблюдая моду разных времён, передавали на холстах стили прошлых эпох. Можно говорить и об обратном влиянии, когда произведения живописи, графики и других видов творчества воздействовали на моду. Остановившись на основных аспектах такого взаимодействия в данной статье мы ограничиваемся преимущественно периодом конца XIX – начала XX вв., как наиболее показательном для выявления модных стилистических решений, созданных под влиянием всего творчества художника или конкретных произведений.

Цель статьи состоит в том, чтобы понять, в чем заключается связь между модой и искусством и как искусство вдохновляет модную индустрию.

Для достижения данной цели необходимо решить ряд задач:

понять предмет отражения изобразительного искусства в моде и как модельеры передают это в своих коллекциях;

определить, когда и почему изобразительное искусство стало ближе к моде;

проследить особенности и уровни влияния графики и живописи на моду, основываясь на конкретных примерах.

Союз этих двух миров начался давно. Если посмотреть показы многих знаменитых модельеров, то мы можем заметить, что одежда несёт на себе отпечаток художественного вдохновения. Одним из ключевых источников вдохновения для дизайнеров одежды является современная живопись. Они часто используют абстрактные рисунки и яркие композиции [1]. Так, работы П. Пикассо не оставляют равнодушным модельеров, они любят его цитировать в своих нарядах. Например, в 1982 году, бренд JC Casteljacas создал коллекцию с принтом работ П. Пикассо (рис. 1). На данном показе мода была представлена в художественном контексте.

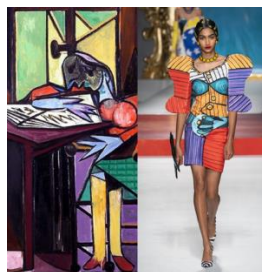


Рисунок 1 – JC Casteljacas, коллекция с принтом работ П. Пикассо. 1982.

Люди, побывавшие на этих показах, могут познакомиться с работами художника в ином ракурсе, увидеть скорее не сюжет его картин, а впечатление о них. Контрастные цветовые пятна создают эмоциональные противоположности, заставляющие вспомнить творческие работы

художника кубистического периода и проникнуться театрализованной стилистикой его ряда произведений.

Равнодушным не остался даже Всемирный известный бренд Moschino. В своей коллекции весна-лето 2020, дизайнер сделал акцент в сторону живописи, посвятив показ художнику П. Пикассо (рис. 2).



Рисунок 2 – Moschino, коллекция весна-лето по мотивам П. Пикассо. 2020.

Здесь не только цветовой контраст, но и сближенные приглушенные цветовые отношения, а также, абстрактно-лаконичная контурная линия П. Пикассо, отражающая его графический метод. Крупные изобразительные формы не нарушают целостность костюмов, входящих в единый ансамбль, напротив, придают нужный образный эффект. Стремление художника постичь сарториальные коды, дающие право считаться законодателем мод, сравнимо с желанием модельера найти индивидуальный стиль, который помог бы ему возвыситься до уровня знатока искусства.

Как видим, мир искусства и моды тесно переплетены. Мода, как и изобразительное искусство, являются составляющими визуальной культуры. Многие исследователи задаются вопросом: «Можно ли называть моду искусством?». На эту тему есть множество предположений и дискуссий. Один из тех, кто высказал свои версии по этому поводу, является художественный критик Михаэль Будро, затронув данную тему в своей статье «Искусство и мода». Михаэль Будро является в числе тех, кто отказывается называть моду искусством: «Искусство – это искусство, а мода – это индустрия.», но он не отрицает то, что между ними существует ассоциации [2].

Мода процветает в разных коммуникативных культурных сферах и считается эстетикой Нового времени. Она является самой изменчивой частью нашей культуры. Испокон веков моду представляли, как нечто иное по отношению к искусству. В наши дни большинство понимают, что у них есть точки соприкосновения. Искусство прокачивает модную индустрию, ведь это необходимо для того, чтобы создавать модные образы. Модельеры, знакомясь с картинами и скульптурой, находят в них источники вдохновения [3].

Впервые мода стала близка с искусством, когда появились первые модные иллюстрации. Журнал Vogue – одно из наиболее авторитетных фэшн-изданий. Модный журнал всегда славился своими высококлассными иллюстрациями и изысканной обложкой. Первый номер журнала вышел в 1892 году (рис. 3).

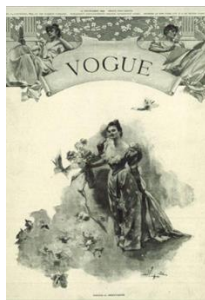


Рисунок 3 – Первая обложка журнала Vogue

В начале 20 века иллюстрацией журнала начал заниматься Жорж Лепап (рис. 4).



Рисунок 4 – Ж. Лепап, Обложка журнала Vogue, апрель 1923 г.

Каждая иллюстрация этого журнала, были наделены разными сюжетами. Благодаря восхитительным работам Лепапа, продажи резко увеличились [4]. Его изящные работы в стиле Модерн привлекали большое внимание людей. Здесь наблюдается обратное влияние, когда новый художественный язык гармонично слился с модными идеалами красоты Серебряного века с его тяготением к символическому мышлению, фантастическим образам, напоминающим растительные органические формы.

В заключении отметим, что искусство вдохновляет моду и влияет на модную индустрию. Благодаря модельеру и искусству, рождаются шедевры на подиуме. Мода и искусство сопровождают нас всю жизнь. Они создают этот мир и меняют его. Синтез искусства с модой и взаимодействие моды с искусством будет продолжаться дальше. Эти два мира тесно связаны, их уже невозможно разделить. На сегодняшний день художники работают с брендами, а бренды открывают музеи. Они стремятся к сотрудничеству и поддерживают друг друга. Мода и искусство основаны на эстетике, они развиваются в схожем русле. И мода, и изобразительное искусство являются составляющими визуальной культуры, поскольку имеют дело с линией, формой, цветом и фактурой. Универсальные художественные приемы стали поистине интернациональными, сочетающие в себе не формальное узнавание одного в другом, а взаимообогащающий диалог, помогающий найти новые решения.

Список использованных источников:

1. Мода и Искусство. Под ред. Г.Адам, К. Вики. М: Новое литературное обозрение, 2015. – 272 с.



2. Фогг М., Стил В. Мода . Всемирная история. М: Магма.2015– 76 с.
3. «Мода в искусстве/искусство в моде» Лекция Марии Яковлевой.
URL:<https://m.youtube.com/watch?v=2GHocfsM-N0>
4. Карапетова И. Н. Некоторые особенности трансформации внешнего облика журнала «Вог»: история и современность.
URL:<http://www.mediascope.ru/1569>

©Агаева М.Х., Портнова Т.В., 2021

УДК 687.021

ОБ ИНФОРМАТИВНОСТИ 3D-ЭСКИЗА В ON-LINE ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИИ МЕХОВОЙ ОДЕЖДЫ

Али к.К., Гусева М.А., Андреева Е.Г.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования «Российский государственный университет
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Современная одежда из меха классического зимнего ассортимента (пальто, полупальто, куртки) дополнена межсезонными моделями (жакеты, юбки, брюки, платья, топы, шорты и т.д.) [1]. Анализ меховой моды за последнее десятилетие показал высокую динамику в развитии формы и силуэтного решения одежды. Благодаря инновационным технологиям отделки пушно-мехового полуфабриката, классические приемы моделирования, распространенные в XX веке сменили новаторские дизайнерские решения.

Особенностью меховой поверхности является способность зрительно увеличивать или уменьшать восприятие объема изделий. Поэтому, пушно-меховой полуфабрикат для одежды подбирают с учетом визуальных характеристик его фактуры и особенностей телосложения человека. Отделкой волосяного покрова можно изменить характерную для меха равномерность и однородность контуров поверхности на новаторские неравномерность и неоднородность. Креативность меху, как современному материалу для одежды, придают стрижка (особенно фактурная), выщипывание остевых волосков, выбривание, окрашивание (полное, зональное, по трафарету) и т.п. Для каждого вида меха индивидуальными являются длина, толщина и соотношение кроющих (направляющих, остевых, промежуточных) волосков. На внешнюю форму, покрой и силуэт проектируемых моделей меховой одежды влияет опушенность используемого полуфабриката. Кроме того, волосяной покров многоярусен, и густота роста волос варьируется в диапазоне 2-20 тыс. шт. на 1 см². Поэтому для дизайн-проектирования меховой одежды важен детальный анализ эстетических и геометрических свойств шкурок, и тщательность визуального представления моделей на этапе эскизирования.

Как любая кроеная одежда, изделия из меха состоят из деталей различной конфигурации и размеров. На пространственную форму модели мехового изделия влияет степень свободы, характеризуемая воздушными зазорами между телом человека и внутренней поверхностью изделия [2, с. 13]. Воспроизведение конфигурации искомой поверхности одежды через плоскостную конструкцию выполняется путем расчета конструктором основных параметров изделия, основываясь на выбранных конструктивных прибавках и особенностях их распределения по участкам конструкции. Процесс выбора величин прибавок на свободное облегание в конструировании меховой одежды отличается от аналогичного проектирования изделий из текстиля [3]. Широкий спектр свойств волосяного покрова пушно-меховых полуфабрикатов (различия по высоте, густоте, опушенности, блеску) и наличие отделки позволяют дизайнеру получать различные по конфигурации внешней поверхности изделия.

На этапе эскизного проектирования меховой одежды важна тщательность графической проработки фактуры меховой поверхности – колористическое решение, визуализация структуры и длины волосяного покрова. Графическим языком плоскостного эскиза достаточно сложно корректно представить всю полноту информации об эстетических и геометрических свойствах меха (рис. 1).



Рисунок 1 – Примеры визуализации фактуры меха на плоскостном эскизе

Наиболее информативным способом представления меховой одежды является симуляция поверхности изделия в трехмерных графических программах. Современным 3D САПР-симулятором является популярная программа CLO3D, инструментарий которой позволяет достоверно визуализировать как свойства меховой поверхности, так и конструктивные особенности формы модели. Проектируемый в CLO3D объект представляет собой, в сущности, интерактивно генерируемый трехмерный эскиз, при этом в смежных модулях программы пользователь синхронно получает все конструктивные изменения. Программы-симуляторы являются надежным коммуникативным инструментом для общения с клиентами в режиме виртуальной реальности [4]. Опыт пандемии показал, что в локдаун-периоды наименьшие потери в бизнесе понесли те швейные предприятия, которые осуществляли коммуникацию с заказчиками через выделенный интернет-канал [5]. В режиме on-line виртуальные ателье получают информацию о размерных признаках фигур и желаемом композиционно-конструктивном решениях изделий. Дистанционное обсуждение с клиентами дизайна моделей одежды сопровождается

визуализацией образа. Все перечисленные потребности для индивидуализации базовых моделей предоставляет программная среда САПР CLO3D – симулятора примерок [6].

Нами проведен эксперимент по тестированию возможностей CLO3D для проектирования цифровых двойников меховых изделий со сложнофактурной поверхностью (рис. 2).



Рисунок 2 – Примеры визуализации вариантов фактуры поверхности изделий в САПР CLO3D

Эмпирически установлены режимные опции инструментария программы для достоверной визуализации меховой фактуры по основным видам меха [7]. Имитацию волосяного покрова в тестируемой программе получают рендерингом, когда сформированный в сопряженных графических программах, например, Photoshop или Rino, образ одиночного волоска многократно повторяется (рендируется), заполняя поверхность в соответствии с опушенностью, характерной для выбранного вида меха. Усовершенствовать качество визуализации рельефа волосяного покрова [8] в среде CLO3D пользователь может варьированием параметров инструментария свойств материала: Object Browser (визуальные), Physical Property (физико-механические), Fur parameters (эстетические для меха). Трехмерное эскизирование в САПР позволяет достоверно имитировать не только геометрические свойства (наклон, извитость, длину волосков), но и эстетические (цвет, тон, насыщенность) и оптические (блеск) параметры (рис. 3). Для визуализации особенностей фактуры меха по видам во вкладке Fur (Render Only) настраиваются параметры пигментации (Melanin), блеска (Glossiness), мягкость (Softness), формы (Taper), густоты (Density) и др.



Рисунок 3 – Примеры визуализации изменения эстетических свойств волосяного покрова

Преимуществом трехмерного эскизирования является возможность в on-line формате выполнять кастомизированную модификацию композиционно-конструктивного решения модели в соответствии с пожеланиями клиента швейного предприятия – изменение пропорций модели, цветового решения, конфекционирование (подбор вида меха), отделка (окрашивание, стрижка и т.д.).

Для современного процесса проектирования меховой одежды характерны частая смена моделей и ассортимента. Для поддержания



ритмичности в функционировании меховых предприятий необходима креативность дизайнерского и конструкторско-технологического этапов производства. Дизайнеру приходится быстро реагировать на смену модных форм, учитывать последние инновации в отделке пушно-меховых полуфабрикатов. Применение компьютерных технологий для визуализации дизайнерских новаций способствует оптимизации производственных процессов, а привлечение клиентов к он-лайн коммуникативному обсуждению повышает их удовлетворённость конечным продуктом.

Список использованных источников:

1. Белгородский В.С., Гусева М.А., Андреева Е.Г., Петросова И.А., Трухачев В.И., Новиков М.В. Fashion marketing в современной индустрии меховой одежды// Текстильная и лёгкая промышленность. – 2019, №2-3. – С.15-19.

2. Мартынова А.И., Андреева Е.Г. Конструктивное моделирование одежды. - М.: МГУДТ, 2006. - 216 с.

3. Марсакова З.П., Петрова Е.М., Аппаков А.Ш. Производство меховых и овчинно-шубных изделий: учебник. - М.: Легпромбытиздат, 1991.- 304 с.

4. Кузьмичев В.Е. Виртуальная реальность как основа новой коммуникативной среды и взаимосвязи производителя и потребителя одежды // Физика волокнистых материалов: структура, свойства, наукоемкие технологии и материалы (SMARTEX). 2017. № 1. С. 72-78.

5. Глебова Т.Г., Чистякова А.И., Рогожин А.Ю. Особенности коммуникативного общения с клиентами виртуального «fast fashion» ателье // В сборнике материалов Всероссийской конференции молодых исследователей «Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации «Социальный инженер-2019». – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2019. С. 135-137

6. Гусева М.А., Андреева Е.Г. Али к. К., Виртуальный инструментарий для комплексной оценки качества одежды со сложнофактурной поверхностью// Территория новых возможностей. Вестник ВГУЭС. – 2021, Т.13, №3. – С.147-157.

7. Гусева М.А., Андреева Е.Г., Белгородский В.С., Али кызы К., Балакирев Н.А., Разумеев К.Э. Инструменты визуализации эстетических и геометрических характеристик пушно-меховых полуфабрикатов/ Свидетельство о регистрации базы данных RU 2021.

8. Перминова К.В., Койтова Ж.Ю., Борисова Е.Н. Усовершенствование методики построения рельефа волосяного покрова // Известия высших учебных заведений. Технология легкой промышленности. 2020. Т. 49. № 3. С. 60-63.

©Али к.К., Гусева М.А., Андреева Е.Г., 2021



УДК 074.01/.09

СИСТЕМА ВИЗУАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ФОРУМА

Аннина А.В.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования «Российский государственный университет
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Пиктограммы, как часть системы коммуникации, имеют повсеместное распространение благодаря своей общедоступности, отсутствию привязки к лингвистическому значению и способности не только передавать образ объекта, но и действия или эмоции.

Построение изображений по сетке происходит с целью упрощения широкого диапазона объектов, оно несёт в себе упорядоченность визуального языка и унификации графических признаков в рамках всей системы пиктограмм [1]. Одним из ярких примеров успешного использования визуальных коммуникаций является работа Отла Айхера в разработке дизайна Олимпийских игр 1972 года в Мюнхене. Изображение пиктограмм по сухой модульной сетке стало успешным и использовалось Олимпийским комитетом на других международных спортивных соревнованиях.

Система визуальных коммуникаций важная часть организации невербального диалога с большим количеством людей. В рамках работы над фирменным стилем пиктограммы приобретают характерные для него цвет, линии и текстуру и передают ценности бренда. Под Олимпийские игры создаются целые комплексы со своей системой навигации, и где каждый объект среды закреплён за конкретной задачей. Соответственно разрабатывается система навигации и коммуникации для гостей и участников события с чётким соблюдением фирменного стиля.

Научные мероприятия, как форумы – организации со своей айдентикой. Чаще всего они проводятся на базе институтов, школ и других образовательных учреждений. Необходимо обратить внимание, что форумы проходят не на устоявшейся территории в отличие от олимпийских игр. Происходит конфликт между фирменным стилем территории и мероприятия. Проблема заключается в том, что конференции пусть и имеют визуальное оформление в виде логотипа и другой айдентики, но они не используют разработанные исключительно для проекта пиктограммы. Из-за этого гости и участники могут теряться в стенах здания. Визуальная коммуникация университета направлена на общение с людьми, которые проводят достаточно времени в нем. Гости находятся на незнакомой территории, поэтому ориентируются на айдентикой образовательного форума, на который пришли. Чтобы найти,

например, аудиторию 1630, глаза человека ищут указатели со знакомыми образами, но их нет, так как форум не разработал свою систему пиктограмм. Это вызывает сложности в организации мероприятия.

При проведении форума необходимо составить список актуальных графических символов для навигации. Это способствует упорядоченности пространства для гостя, в следствии чего ускорит перемещение большого потока людей и соблюдение тайминга. Изображения можно размещать на стойках рядом с важными объектами или на пути к ним (рис. 1). Существует вариант изготовления пиктограмм на стикерах и их нанесение на пол и стены университета.

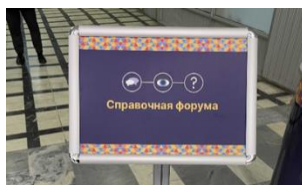


Рисунок 1.

Указатели с обозначением залов, задействованных в мероприятии, туалета, буфета, справочной и так далее – необходимая система навигации. Не стоит забывать ещё о коммуникации с аудиторией. Дисциплина строится на разрешении и запрете. Таким образом, форумы нуждаются в пиктограммах, которые бы знакомили гостей с правилами поведения во время проведения мастер-классов, ланчей и семинаров. За пример можно взять изображение фотоаппарата, показывающего, что съёмка выступления разрешена. Необходимо напоминать зрителю, что звонок телефона недопустим в аудитории, поэтому смартфон должен стоять на беззвучном режиме. Пиктограмма с этим предупреждением не оскорбит, спикер сэкономит время, а гость будет проинформирован и не попадёт в неловкую ситуацию. Таким образом визуальная система коммуникаций – это залог дружеской атмосферы и хорошей репутации форума.

Чаще всего форумы состоят из разных секций. Логично за каждой секцией закреплять графический символ, который наиболее полно характеризует направление. Однако, у такого решения есть недостатки – объектное изображение может вызвать у людей ряд вопросов, если они не осведомлены о том, что это обозначение конкретной части форума. В качестве решения можно ввести персонажа, который бы закреплялся за секцией. Это может быть спикер любого пола и возраста. Но этого недостаточно. Для полноты передачи смысла важно разработать парные пиктограммы, которые совместно закладывали бы цельный, последовательный образ в сознании человека. В качестве примера рассмотрим научно-техническую сессию, которую можно представить двумя изображениями: учёного с очками и шестерёнки (рис. 2).



Рисунок 2.

Широкая система визуальных коммуникаций станет хорошей базой для айдентики форума. Грамотно внедрённые плоскостные символы, сохранившие черты фирменного стиля, могут использоваться на полиграфической и сувенирной продукции (рис. 3).



Рисунок 3.

В результате исследования был проведён анализ, который выявил потребность научных мероприятий в разработке собственной системы визуальной коммуникации. Наличие пиктограмм решило бы проблемы навигации, коммуникации и оформления форума. Мной были разработаны рекомендации по использованию изображений и их внедрение в проект. Символы необходимо разрабатывать на основе фирменного стиля, а не пользоваться сторонними, чтобы участники лучше реагировали на направления и указания знакомых образов.

Список использованных источников:

1. Серов Сергей Иванович «Графика современного знака» -М.: «Линия График», 2005. – 408 с.
2. Артемий Лебедев «Ководство» - Москва: Студия Артемия Лебедева, 2006. - 570 стр.
3. Эрик Шпикерман «О шрифте» - 2-е изд.; перевод Н. Мухиной. – Москва: ПараТайп, 2005. – 194 с.
4. Кондратов А. М. Пиктография // Лингвистический энциклопедический словарь. / Гл. ред. В. Н. Ярцева. – М.: Советская энциклопедия, 1990.
5. ROMASHIN DESIGN SCHOOL. Авторская школа А. Ромашина [эл.рес.] <https://blog.romashin-design.com/articles/piktogramma-ili-ikonka.html> (дата обращения 13.11.2022)

©Аннина А.В., 2021



УДК 76.021

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МРАМОРИРОВАННОЙ БУМАГИ В ГРАФИЧЕСКИХ ИЗОБРАЖЕНИЯХ

Боровкова В.А., Сафарян Р.А., Шевякова Е.И., Шеболдаев А.С.
*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования «Российский государственный университет
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Мраморирование бумаги – это водный метод, который может создавать узоры, похожие на узоры возникающий на гладко отшлифованном мраморе (отсюда и пошло это название – «мраморная бумага») или других видах камня. Узоры являются результатом хаотичного распределения краски по поверхности воды или иного вязкого раствора, а затем аккуратно перенесенные на впитывающую поверхность. Мраморную бумагу можно использовать в графическом изображении, тогда она создает необычность, уникальность, благодаря такой технике, мы получаем оригинальную картину. Эта работа при всей её беспредметности несёт в себе огромный креативный потенциал. «Эстетическая ценность абстрактной картины заключается в совершенстве её живописного содержания» [1].

Графика – это разновидность изобразительного искусства, где изображение создаётся преимущественно с помощью линий, штриховки и пятен, где цвет считается вспомогательным избирательным средством, но в этом случае мраморная бумага настолько уникальна, что даже одну работу человек не сможет повторить второй раз, в сочетании с графикой создается картина, изображение на которой неповторима. Отсюда и присущая многим графическим произведениям недосказанность, оставляющая зрителю пространство для воображения.

Еще с древних времен люди пытались создать нечто уникальное, что может принести в мир новые открытия. И вот пришли к тому, что получилось создать некий узор на бумаге или мраморность, как стали называть позже. Ведь действительно узоры на бумаге чем-то напоминают фактурность. И выглядят эти картины необычно и красиво. Причем их создание не приносит особой трудности. На протяжении многих столетий люди наносили эти узоры на разные виды поверхностей. И изображение с каждым разом менялось, то есть оно было индивидуальным. Ведь в действительности повторить каждый раз узор в такой технике абсолютно невозможно, потому что изображение раз за разом получается новое и необычное и даже нельзя угадать, что может получиться в итоге, так как такая техника предполагает уникальность и собственное воображение художника.

Раньше очень часто наносили такие узоры на обложки книг, для того чтобы сделать их наиболее привлекательными и индивидуальными для читателей.

История создания этой техники уходит далеко назад – в Восточную Азию. Именно там были замечены первые техники нанесения мраморности на камнях (рис. 1). Еще в 10 веке в Китае была создана книга «Четыре сокровища исследования ученого», которая описывала, как создавалась уникальная бумага с разновидностью нанесения рисунка. Этот пергамент в древности называли «плывущий песок». Такую бумагу изготавливали из стручков медовой акации, которую смешивали с маслом и разбавляли водой, также были использованы различные виды чернил. Что очень интересно, книга об этой технике была написана в Китае, но подтверждений этому на сегодняшний день не было найдено.



Рисунок 1 – Рисунок на камне в древние века

Одной из теории появления техники нанесения на бумаге мраморности, является то что, в те времена это могло быть неким развлечением создавать красивые узоры на пергаменте. Этим могла послужить картина, нарисованная японским художником Суми, который только что написанную картину опустил в воду, что в итоге привело к размытию чернил, но доказана такая теория не была. Также еще одной из легенд является история Дзземона Хиробы, который ощутил божественное вдохновение для создания фактурности на бумаге. Он очень долго искал подходящую воду для своих работ, и наконец после долгих поисков нашел ее в Японии. Там он со своей семьей обосновался навсегда. И ходят предположения о том, что его родные продолжают его технику и в наши дни.

Техника создания мраморной фактуры не сложна. Стоит подготовить рабочее место, застелив пол газетами или каким-либо другим материалом. Затем подготавливаем все необходимое: емкость для воды; масляные краски; растворитель; емкость для смешивания красок с растворителем; бумага.

Перед началом работы лучше надеть одежду, которую не жалко испачкать. Краску с рук и одежды можно убрать с помощью хозяйственного мыла. Наливаем воду в емкость. Она должна быть высотой, как минимум 5 сантиметров. Берем необходимые нам масляные краски, растворитель. Растворитель может быть Уайт-Спирит, масло, либо другие средства для красок (рис. 2).



Рисунок 2 – Мраморная бумага

Подготавливаем ёмкости для смешивания. Потом готовим состав пока он полностью не растворится, затем выливаем его в воду и смешиваем до понравившегося узора. Далее окунаем в воду бумагу и получаем неповторимый мраморный эффект. Бумагу лучше использовать плотную.

Первые попытки могут быть не удачными, но потом мы понимаем свои ошибки, и нам все больше хочется экспериментировать. Эти фактуры можно использовать для графики в технике коллажа, упаковки подарков, аппликаций, на ней можно рисовать, писать, находить в этих фактурах интересные узоры (рис. 3).

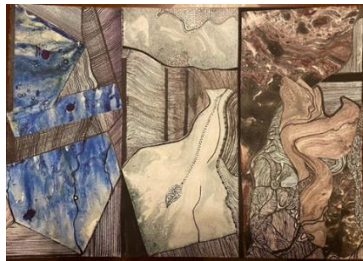


Рисунок 3 – Работа с мраморной бумагой как со средством при создании графического изображения.

Графические линии, штриховки, пятна и направления в изображении могут быть разной формы, длины, толщины, но главное не терять центр и смысл композиции, гармонию, цветовое сочетание. Также важно, не уходить в крайность, «не утяжелить» работу. С профессиональной точки зрения, надо учитывать все закономерности в рисунке, но при этом использовать творческую фантазию.

Так же благодаря графике и мраморной бумаге можно создать не только плоскостные, но и объемные изображения, например, в графических фигурах, интерьере, человеческой фигуре и т.д. (рис. 4).



Рисунок 4 – Работа с мраморной бумагой при создании интерьера

Мраморная фактура – это одно из направлений, которое нужно рассматривать, как способ выражения художником собственных мыслей в

различных формах изобразительной деятельности, которое имеет место быть!

Список использованных источников:

1. Терехина В. Преображённый мир Ольги Розановой /Наше наследие.-2003.-№67-68

2. Графика: ее суть, виды и история. [Электронный ресурс] <https://veryimportantlot.com/ru/news/blog/grafika-chto-eto-takoe> (Дата обращения: 9.11.2021).

3. Мраморность на бумаге - Paper marbling. [Электронный ресурс] [//https://star-wiki.ru/wiki/Paper_marbling](https://star-wiki.ru/wiki/Paper_marbling) (Дата обращения: 9.11.2021).

©Боровкова В.А., Сафарян Р.А.,
Шевякова Е.И., Шеболдаев А.С., 2021

УДК 67.03

РАЗРАБОТКА И ПЕЧАТЬ НА ТКАНИ АВТОРСКОГО ПРИНТА С ПОСЛЕДУЮЩИМ ИЗГОТОВЛЕНИЕМ ИЗДЕЛИЯ

Бугера С.В., Козырева Л.К.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования «Российский государственный университет
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

В настоящее время существует множество техник нанесения изображений на ткань. Каждая из техник имеет отдельные преимущества и недостатки, поэтому выявить лучший способ фактически невозможно.[2, с 124-126]. Принты разрабатывались для коллекции одежды «Insetto» бренда одежды «Bugera». Для изготовления принтов в плащ, предпочтение отдано прямой (цифровой печати) за счет высокого качества печати изображений и надписей.

Для создания графического решения принтов сначала нужно зарисовать образы насекомых: жуков, бабочек, стрекоз и т.д. Представить мысленно, как они выглядели бы в художественном стиле. Проводились эксперименты с композицией, образами и цветами. Ведь цвет вызывает определенные состояния души: желтый – свет, синий – тьма, красный – любовь. На рис. 1 показаны зарисовки насекомых, выполненные от руки, а далее отсканированы на сканере и перенесены в компьютер.

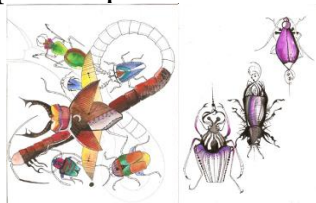


Рисунок 1 – Образы насекомых

На сегодняшний день широкоформатная печать на ткани пользуется огромной популярностью. Она дает возможность оформлять любой вид



материалов. Печать на текстильном принтере позволяет использовать различную графику рисунка от фотографии до ручного изображения, позволяет соединить различные техники в одном эскизе, изменить размер мотива и его колорит. Химический состав красок абсолютно безопасен для человека. Экологически чистые чернила не имеют запаха и не содержат токсичных соединений. Наносить изображения можно на различные материалы. Рисунок не выгорит и не потрескается долгое время. Размеры для широкоформатной печати на тканях не имеют ограничений. Практически любой узор можно нанести на тканевую основу. Печать дает насыщенные и четкие цвета, картинка получается высокого качества.

За основу для разработки авторских принтов на ткани были взяты образы жуков, бабочек и сколопендр. По цветовому решению были выбраны цвета: пурпурный, синий, фиолетовый, черный, зеленый, белый, желтый, оранжевый. Они передают буйство красок природы, которая одарила этих маленьких созданий – насекомых. Пристальное внимание к цвету объясняется его важной ролью в жизни человека. Мир без цвета был бы обеднен. Ведь цветовая гамма способна влиять на настроение, создавать эмоциональный фон. С помощью графического редактора Photoshop изображения, которые были нарисованы от руки, нужно сделать приспособленными для печати на ткани, это очень важно, потому что изображение, которое нарисовано от руки недостаточно четкое и это может помешать качественной печати. На рис. 2, показано изображение до обработки в программе и после.



Рисунок 2 – Принт «Сколопендра» с использованием графической программы

На рис. 2 можно заметить явное отличие оригинала от конечного изображения, подготовленного к печати на ткани. Фон стал черным, добавились надписи, а так же проработаны мелкие детали насекомого. Данный принт выбран как актуальный для использования его в проектируемом изделии.

Ранее в других проектах, проводились эксперименты с печатью, и было напечатано много разных тканей с принтами, поэтому было принято решение, что в изготовлении плаща будут использоваться, как монопринты на отдельных изделиях, так и раппортные композиции для широкоформатной печати на ткани.

Данные принты также использованы в проектируемом изделии. После выполнения авторских принтов и лекал изделие было выполнено в материале. На рис. 3 представлена модель женского трансформирующего плаща с уникальными принтами.



Риунок 3 – Трансформируемый плащ на модели

Проделанная работа помогла разработать интересную и многофункциональную трансформируемую модель плаща, а также ближе ознакомиться с процессом разработки авторских принтов, что придает уникальность данному изделию.

Список использованных источников:

1. Министерство науки и высшего образования РФ, ФГБОУВО РГУ им. А.Н. Косыгина «Дизайн, технологии и инновации в текстильной и легкой промышленности» (ИННОВАЦИИ – 2018) // Международная научно-техническая конференция (14-15 ноября 2018 г.) // Сборник материалов, Часть 1, Москва 2018.

2. Сударушкина Е.С., Алибекова М.И. Влияние компьютерных технологий печати на развитие набивных рисунков и монораппортных композиций. В сборнике: Дизайн, технологии и инновации в текстильной и легкой промышленности (ИННОВАЦИИ - 2015) сборник материалов международной научно-технической конференции. Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Московский государственный университет дизайна и технологии». 2015. С. 124-126.

3. Малявко Л.Н. Цифровая печать на ткани как креативный подход к дизайну текстиля. Сборник материалов Международной научно-практической конференции; под редакцией М.В. Климовой и В.А. Мальцевой. - М.: Академия, 2018. - С. 312-314.

4. Гарифуллина Г.А., Муртазина С.А. Изготовление печатных рисунков на полимерных тканях методом сублимационной печати// Вестник Казанского технологического университета. - 2012, Т. 15. № 3. - С. 73-75.

©Бугера С.В., Козырева Л.К., 2021



УДК 79.01/.09

МЕТОДЫ КОЛЛАЖА В ЦИФРОВОЙ ДВУХМЕРНОЙ ГРАФИКЕ

Васильев А.В.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московская государственная художественно-промышленная академия им. С.Г. Строганова», Москва

Технические приемы – это важная составляющая процесса работы с цифровой графикой, не считая среды и инструментов. В основном они повторяют классические, традиционные методики изобразительного искусства. Художнику требуются академические и общие знания о перспективе, освещении, тоне, цвете и композиции. Следует добавить, что при воплощении этих знаний в практику в цифровом искусстве возникает множество отличий от традиционной станковой живописи и графики.

Синергетическая природа цифрового искусства является основным отличием при работе. Растровые редакторы предоставляют возможности по универсальным методам редактирования изображений. Инструментарий таких программ, как SAI и Corel Painter, создан в основном для цифрового рисунка и живописи. Они также имеют множество функций, характерных для смежных сфер пространственного и временного искусства. Имеются в виду кино и фотография. Инструменты ретуши фотографии стали общепринятыми для работы с двухмерной графикой. Техники и аналоговые спецэффекты кинематографа стали цифровыми симулякрами и применяются цифровыми художниками и дизайнерами в их работе.

Без сомнения, олицетворяет постмодернизм XX века коллаж. Датой рождения этой изобразительной техники в русском и европейском искусстве считается 1912 год [8]. Коллаж применялся и до этого срока, однако свою популярность обрел уже в постмодернистском движении, с присущей ему культурной апроприацией. Техника коллажа стала истоком для рождения ряда художественных направлений: фотомонтаж, ассамбляж, искусство объекта [8]. Коллаж (от фр. Collage – приклеивание) – это техника слияния в одном произведении разнородных элементов, различных по материалу, текстуре и фактуре. Коллаж дал начало художественному заимствованию и переосмыслению уже созданных произведений: «Конкретным приемом в сфере новых технологий в визуальном искусстве, воплотившими поиск компромисса между различными состояниями окружающего мира, стал коллаж – прием, предлагающей возможность соединения «всего со всем». В инновационном искусстве пост-культуры на смену идеализации, символизации в классическом понимании, пришло конструирование самодовлеющих объектов на основе коллажа-монтажа» [7, с. 189; 3, с. 3].



Коллаж может быть использован во всех видах пространственно-временных искусств. На принципах поливалентности коллажной техники работы новые течения в искусстве: «Коллажное пространство состоит из сплавов разных реальностей: между изображениями разных тем или разного стиля, текстом и изображением между фотографией и рисунком, между графикой и рисунком единственным и тиражным материалом, между текстом и изображением между материалом разных фактур и разной плотности» [6, с. 13].

В цифровом искусстве коллаж также стал одним из важнейших методов создания изображений. Техника коллажа многообразна в связи с многочисленными вариантами сочетания различных материалов и объектов, а в цифровом искусстве коллаж становится самостоятельным направлением. Одно из определений коллажа: «В компьютерном искусстве коллаж – это композиция, образованная из разноплановых слоев, сведенных воедино и объединенных в один графический символ посредством однородной текстуры. Компьютерный коллаж подразделяется на два вида: фотоколлаж и стилизованный коллаж. Стилизованный коллаж – это коллаж, созданный в едином стиле с применением ретуши и художественных спецэффектов» [6, с. 14; 2, с. 45].

Существует много техник и подходов к созданию цифрового коллажа: «Компьютеризированное искусство достигает максимально возможной естественности в коллажах именно через сложные цветовые эффекты и фактурность, что даёт практически безграничную свободу художнику» [1, с. 8]. С развитием цифрового искусства коллаж – система приемов и техник, приобрел свою эстетику, которая следует традициям классического материального коллажа и фотомонтажа и использует их технические и композиционные приемы [5, с. 375]. На профессиональном рынке специалист аккумулирует множество разносторонних задач: концепт-арт, цифровые картины и иллюстрации, и в любой задаче в пайплайн (последовательность этапов) его работы включен коллаж. Термин коллаж уже не используется в профессиональной цифровой среде. Понимание коллажа как самостоятельного произведения искусства для цифрового рынка является лишь частностью, наиболее значимым стал принцип работы с различными фрагментами объектов. Большинство графических редакторов, например Adobe Photoshop, первоначально создавались для работы с фотографией и только со временем приобрели расширенные художественные функции. Инструменты фоторетуши и трансформирования как правило соседствует с рисунком и живописью.

Кроме фотоколлажа значительное влияние на формирование приемов работы цифровых художников оказало кино. В XX веке кино являлось носителем виртуального прогресса, стимулируя новые технологии для развития спецэффектов. Коллаж являлся гибридным и совмещал пространственное и временное при работе с окружением: в



первых спецэффектах использовались стеклянные пластины, на которых изображались нужные в кадре объекты среды, после чего пластины монтировались перед объективом, создавая иллюзию. Техника стала называться *matte-painting*: «Появление техники связывают с именем режиссера Нормана Дона, который первым догадался применить стекло с дорисованными элементами для съемок фильма. Этой технике режиссер научился, еще работая фотографом в 1905 году» [9]. В цифровой реальности техника *matte-painting* эволюционировала, став частью разработки контента в цифровом прикладном искусстве для индустрии развлечений.

При слиянии классических приемов рисования и цифрового коллажа появились новые паттерны в цифровом искусстве. Они стали основой разнообразных цифровых художественных техник, пайплайнов ведения работы, художественных и технических приемов. При анализе закономерностей работы цифрового 2D-художника необходимо разделить приемы творчества на 3 раздела: поиск композиции, линейного рисунка, светотени, цветовой гаммы; рендер изображения; постобработка изображения.

Перед началом работы над цифровой иллюстрацией, над концепт артом, рабочим скетчем или полномасштабной картиной, необходим поиск композиции и эскизирование. Художник всегда начинает с поисковых эскизов, которые могут быть линейные, пятновые, черно-белые или цветные. Первоначально строится композиция будущей работы.

Выполнение разными художниками первоначального этапа бывает часто хаотичным, но инструменты работы как правило аскетичны и сдержаны. Несмотря на многообразие цифровых инструментов, залогом успеха цифрового художника является художественная подготовка, включающая в себе изучение теории и практики. Профессионал работает как с деталями, так и с целым, формируя из общего образа частные элементы. Первоначально эскизирования цифровое искусство схоже с традиционным, за исключением нескольких инструментов, известным по технике коллажа: это группы выделения и трансформирования, а также слои. В традиционном варианте выполнения эскиза неверные линии и фрагменты придется стирать, либо перекрывать поверх, а в цифровом варианте благодаря слоям (*layers*) каждый фрагмент располагается отдельном уровне. Изображение может быть вырезано, перемещено и масштабировано с помощью выделения и трансформации. Цифровые художники пользуются этими инструментами в ходе выполнения заказов, благодаря чему время, потраченное на поиск и построение композиции, уменьшается довольно значительно. Часто художники создают эскизы своих картин в цифровом формате из-за простоты и доступности инструментов корректировки изображения (рис. 1).



Рисунок 1 – Процесс создания эскизов к работе художника Roman Gereihanov

Рендер – это последующая детализация работы, на которую выделяется значительное время. По сути, это основная часть работы: объем, светотень, полутона, детализация. В цифровое двухмерное искусство входит обширный список приемов и техник, позволяющих художнику получить желаемый результат. Важно и то, что в отличие от процесса рендера трёхмерной графики, выполняемого компьютером без участия художника, понятие рендера в двухмерном цифровом искусстве обуславливает участие художника в процессе. Это является основной особенностью деятельности 2D-художника. Здесь же применяются все вспомогательные инструменты, используемые в эскизе.

В состав инструментария цифрового художника также входят техники *matte-painting*, основанные на фотоколлаже. Название «*Matte-painting*» пришло из кино, где этим термином назывались комбинированные спецэффекты, в основе которых лежали приемы работы с плоскостными изображениями. С приходом цифровой эры технологий аналоговые системы заменены цифровыми, но семантика осталась схожей.

Как в цифровом искусстве под термином «*Matte-painting*» имеется в виду техника, использующие готовые вспомогательные материалы в ходе создания работы. В качестве материала могут быть использованы фотографии, 3d-модели, цифровые иллюстрации и любые оцифрованные изображения. Техники *matte-painting* ускоряют работу и позволяют достигнуть высокой детализации при помощи готовых материалов. Сфера использования *matte-painting* обширна: разработка игр и кино: промо арт персонажей и окружения, концепт арт; реклама: рекламные ролики, плакаты; иллюстрация: книжная иллюстрация. В *matte-painting* есть два основных направления: *photobashing* и *3D-kitbash*.

Photobashing (*photobash*) – создание цифровых иллюстраций при помощи фотографий. Для достижения в работах фотореализма *photobash* является главной техникой. Сферой применения *photobash* является концепт арт к фильмам и видеоиграм, так как фотография повышает информативность рисунка, наполняя его важными деталями. Кроме концепт-артов *photobashing* используется в реалистичных иллюстрациях (рис. 2). *Photobash* можно расценивать как самостоятельную практическую

дисциплину учебного процесса. Примером использования photobash как аналитического метода мышления дизайнера служит timelapse видео «Single Photo – Photobash Concept art Exercise». Художник Johnson Ting создает концепт-арт на основе фотографии промышленной детали (рис. 3).



Рисунок 2 – Иллюстрация к коллекционной карточной игре «Gwent» «Meve: Sihil», художник Anna Podedworna

Схожая система развития аналитического мышления была разработана Родченко во ВХУТЕМАСе: «Графическая пропедевтика в годы ее наибольшего расцвета именно как аналитической учебной дисциплины включала несколько типов заданий... Студенты должны были сначала его реалистически изобразить, затем нарисовать только линейно и, наконец, построить на основе этого натюрморта композицию из геометрических форм» [4, с. 155]. При работе с photobashing используются те же инструменты, что и при более привычном ходе работы: кисти, выделение, трансформирование, слои, режимы наложения. Инструменты остаются такими же, добавляется лишь работа с цифровыми изображениями. Photobash может сохранять семиотические признаки источника, или же создает уникальную работу, где полностью отличающийся от исходных материалов.

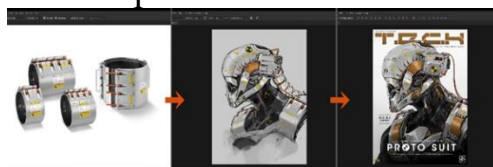


Рисунок 3 – Этапы создания концепт-арта с использованием Photobash, художник Johnson Ting

Создание цифровых рисунков не ограничивается инструментами для работы с двухмерными объектами. В создании изображения используются и 3d-редакторы для оптимизации работы. Работа в 3d-редакторе требует значительных навыков. Главный навык 3D-художника – это умение быстро моделировать. А для 2d-художника – это лишь прикладной навык, ускоряющий процесс рисования. Можно одинаково хорошо работать как с 2d, так и с 3d, но не всегда есть время для длительного этапа моделирования. В сети есть множество сайтов, предлагающих наборы ассетов (от англ. asset – набор однотипных моделей) для использования в работе с 2d и 3d графикой. 3d-kitbash – работа с двухмерной графикой с применением готовых 3d-моделей. Это ускоряет работу художника на начальном этапе в несколько раз. Работа с композицией в трехмерном пространстве похожа на создание макета, а готовые модели сохраняют



драгоценное время. Математический рендер создает на основе выбранного ракурса двухмерное растровое изображение. Готовое растровое изображение можно использовать как photobash, изменяя композицию и добавляя детали.

Завершающий этап работы с двухмерной графикой схож с работой над фотографией: корректировка баланса яркости, контрастности и насыщенности, цветокоррекция, группы фильтров – растровые редакторы предоставляют множество настраиваемых инструментов для творчества. В этой фазе работа цифрового художника сравнима с работой современного фотографа, где этап постобработки полноправно считается частью творческого процесса. В масляной живописи похожим завершающим этапом можно назвать лаковое покрытие, которое поднимает просевшие цвета и корректирует колорит.

Подводя итог, можно сказать, что цифровой 2D-художник обладает всеми базовыми теоретическими знаниями в области изобразительного искусства и может соотносить их со своими инструментами работы в виртуальной среде. Цифровое рабочее пространство является комбинированной системой классических художественных приемов и техник, и создает новые категории в инструментарии художника и дизайнера. Художник должен понимать совокупность возможностей той среды, в которой он работает, для создания произведений цифрового изобразительного искусства.

Список использованных источников:

1. Быкова Е. В. Цифровой коллаж в искусстве: художественные плакаты с неограниченными возможностями // Научное обозрение. Международный научно-практический журнал, – № 1, – 2018, – С. 1-8
2. Гильгенберг, М. А. Фотоколлаж и его применение в компьютерном искусстве / М. А. Гильгенберг, Н. Е. Отекина // Актуальные вопросы науки и хозяйства: новые вызовы и решения: Сборник материалов LI Международной студенческой научно-практической конференции, – Тюмень, 17 марта 2017 года. – Тюмень: Государственный аграрный университет Северного Зауралья, – 2017. – С. 44-46.
3. Демченко А. И. Коллаж и полистилистика: от экспериментов авангарда в общехудожественное пространство: монография. – Саратов: Саратовская государственная консерватория имени Л.В. Собинова –2015. – 44 с.
4. Лаврентьев А.Н. История дизайна: учеб. Пособие /А. Н. Лаврентьев. – М. : Гардарики, 2007. – 303 с. : ил. – ISBN 5-8297-0262-2
5. Тамулевич, С. В. Цифровой коллаж в пространстве постмодернизма: истоки и типология / С. В. Тамулевич // Новые идеи нового века: материалы международной научной конференции ФАД ТОГУ. – 2014. – Т. 1. – С. 369-376.



6. Турлюн Л.Н. Коллаж в компьютерном искусстве // Мир науки, культуры, образования, – № 2, – 2011, – С. 13-15.

7. Турлюн Л. Н. Компьютерная графика – искусство постмодернизма / Л. Н. Турлюн. // Молодой ученый. –№ 12 (23). – Т. 2. – 2010. – С. 186-189

8. Пресс-служба ГРМ. Коллаж в России. XX век – [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – URL: <http://www.gorodovoy.spb.ru/rus/news/culture/618361.shtml> (дата обращения: 28.10.2021)

9. Травкина Ж. Техника matte-painting: что это и где используется? – [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – URL: https://skillbox.ru/media/design/matte_painting_что_это_i_gde_ispolzuetsya/ (дата обращения: 30.10.2021)

©Васильев А.В., 2021

УДК 7.08

ОСОБЕННОСТИ ЯПОНСКОЙ АНИМАЦИИ XXI ВЕКА И ЕЕ РОЛЬ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Воронкова А.Е., Демьянова М.В., Фомова Р.С.

Научный руководитель Пушкарёв А.Г.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования «Российский государственный университет
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Распространение японской анимации в современных медиа очень широко. Количество ежегодно выпускаемых аниме сравнимо с общим количеством фильмов, выходящих в прокат по всему миру. В отличие от большей части мультипликационной продукции, аниме рассчитано не столько на детскую, сколько на подростковую и взрослую аудиторию.

Одно из отличий аниме от детских мультфильмов – особая эстетика, которая передает мимолетность жизни. Недолговечная природа вещей обостряет восприятие радости и душераздирающего горя утраты [1, с. 82].

Реалистичное изображение повседневных событий, отношений и проблем, даже если они помещены в фантастический мир, стало одним из многих факторов, которые привлекают людей со всего мира к культуре аниме. Сюжеты варьируются от повседневной жизни простых людей до межзвездных войн с участием высокоинтеллектуальных роботов.

Самый известный японский режиссер-аниматор Хаяо Миядзаки, основавший в 1985 году Studio Ghibli, вывел японскую анимацию на высокий уровень. Он уделяет большое внимание изображению природы и происходящему на втором плане (рис. 1). В каждом его произведении есть такие сцены, которые идут параллельно с сюжетом, и персонажи в них просто созерцают окружающий мир. Герои фильмов не простые статисты,



они живут своей жизнью, даже если та абсолютно не связана с сюжетом. Кроме того, режиссер часто использует один из сложнейших приемов анимации – тотальную мультипликацию. Задний план меняется вместе с действиями персонажей и даже передает движения воображаемой камеры.



Рисунок 1 – Кадр из аниме режиссера Хаяо Миядзаки

Сегодня графика практически любого аниме переводится после отрисовки в компьютерный формат, либо рисуется сразу при помощи графических планшетов. Вся работа по комбинации изображений, созданию анимации, наложению звука и музыки проводится в цифровой форме.

Одна из главных особенностей в рисовке аниме – это неестественно большие глаза персонажей. Многие думают, что эта особенность пришла из Японии, однако этот стиль возник под влиянием западной мультипликации. Основоположником развития данной тенденции в японской анимации стал Осама Тэдзуки. Он заимствовал у компании «Дисней» многие художественные приёмы и по-своему их дорабатывал. Так и был создан известный стиль аниме, который подразумевает такие особенности, как большие глаза, необычная передача эмоций (например, «вздувшиеся вены» означают злость, «сердечки в глазах» – влюбленность, «красные полосы на щеках», – смущенность) [2].

Другая особенность японской мультипликации – сюжет. В аниме присутствует огромное количество жанров, например, такие как «махоседзе» (про девочек-волшебниц), «сенэн» (сюжет, рассчитанный на подростковую аудиторию), «сенэн/седзе-ай» (про однополые отношения), «меха» (про роботов), а также детективы, фантастика, киберпанк и многие другие. Часто аниме имеет ярко выраженный сюжет, который рассчитывается не на развлекательный контент, а на передачу мыслей автора, идей морали, одиночества, вопросов о жизни и смерти [3].

Особую роль в японской мультипликации занимает музыка. Она служит важной составляющей в передаче эмоционального контекста картины. Над созданием композиции трудятся известные певцы и музыканты, одним из них является знаменитый композитор Дзё Хисаиси. Он написал музыку для таких аниме, как «Навсикая из долины ветров», «Небесный замок Лапута», «Ходячий замок» и другие. Над созданием саундтреков работают различные популярные японские музыкальные группы, одна из них «The Seatbelts». Они создали подходящую музыку для аниме-сериалов «Волчий дождь» и «Ковбой Бибоп». Опенинги и эндинги также являются важным атрибутом японской анимации. Они ставятся в начало и конец сериала и рассчитаны на то, чтобы запомниться зрителю.

Благодаря японской анимации в музыке появился новый стиль J-рок, исполнители которого часто поют песни для озвучивания аниме-сериалов. «J-рок» – обобщающий термин для классификации японской популярной музыки.

Любая видеопродукция распространяется по телевидению, в кинотеатрах, в интернете или продаётся на видеоносителях. Это касается и аниме. В зависимости от способа распространения меняются производственные процессы, условия просмотра, а также необходимый бюджет. Самыми распространёнными форматами аниме являются телесериал и OVA, так как они позволяют наиболее подробно рассказать сюжет и раскрыть персонажей, нежели фильм. Если произведение набрало популярность, то есть шанс увидеть его продолжение или переиздание в другом формате. Например, известный сериал «Haikyuu!!» («Волейбол!!») сначала вышел как экранизация манги в виде телесериала из 25 серий (рис. 2). Впоследствии появились ещё 3 сезона данного произведения, несколько фильмов, а также спецлы, OVA и Stage play.



Рисунок 2 – Аниме «Волейбол!!»

Существует несколько форматов японской анимации: телесериал (аниме, созданное для показа по телевидению, состоящее из нескольких серий по 23-25 минут), OVA (Original Video Animation – фильм или короткий сериал, созданный для распространения на видеоносителях), ONA (Original Network Animation – аниме, длительностью всего несколько минут, предназначенное для распространения в интернете), полнометражный фильм (аниме длительностью более 60 минут, предназначенное для показа в кинотеатрах).

В мире отношение к японской анимации неоднозначно. Одновременно с ростом популярности аниме за пределами страны восходящего солнца, возрастает и число противников. По мнению многих людей, аниме содержит большое количество сцен насилия и эротики, что негативно влияет на психику человека.

Как жанр искусства анимация осуществляет как трансляцию культурных ценностей и образцов, так и обратную связь – интерпретация, критика и изменение этих культурных кодов со стороны молодого поколения. Некоторые люди не переносят японскую анимацию на эмоциональном уровне: зритель думает, что мультфильмы создаются только для детей, и в результате либо ждёт подобного развития сюжета, либо испытывает дискомфорт от просмотра произведения для взрослой аудитории.

В Японии аниме подвергается критике из-за стиля прорисовки. «Красивым» персонажам приписывают явно выраженные европеоидные черты лица и тела, например, светлые волосы, узкие нос и губы, высокий рост и т.д. Это порождает комплексы по поводу внешности, и, как итог, многие японцы в стремлении изменить себя к лучшему прибегают к косметическим и даже операционным изменениям.

Однако, критика, направленная в сторону аниме, не всегда справедлива. Большинство из вышеперечисленного можно применить ко всем ветвям современной визуальной культуры, в особенности к видеоиграм, музыке, сериалам и кинофильмам [4].

В настоящее время аниме все больше выходит за пределы экранов. Многие поклонники данного жанра делают татуировки с изображением любимых персонажей, носят аниме-мерч, посещают тематические фестивали. Главных поклонников называют отаку. Эти люди знают всё о своём увлечении, коллекционируют вещи, связанные с предметом их обожания, пишут, рисуют, создают дополнения, занимаются косплеем, буквально перевоплощаясь в персонажей, совершенствуют костюмы и постоянно обмениваются опытом (рис. 3) [5].



Рисунок 3 – Косплей

Популярность аниме приводит к тому, что на основе его стилистики создаются культовые произведения в различных жанрах искусства. Например, Братья Вачовски, создатели фильма «Матрица» утверждают, что эстетика их фильма восходит к аниме в стиле киберпанк «Призрак в доспехах». Знаменитый голливудский режиссер Квентин Тарантино, вдохновившись культурой японской анимации, создал фильм «Убить Билла», где помимо рисованных фрагментов, созданных одной из популярных японских студий «Production I.G.», сами герои сделаны похожими на героев аниме.

Таким образом, японская анимация, будучи уникальным жанром искусства, оказывает огромное влияние на развитие мировой культуры.

Список использованных источников:

1. Воробьева Е.С. Субкультура аниме в современном российском социокультурном пространстве (на примере Юга Дальнего Востока). Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Дальневосточный федеральный университет». – Владивосток: 2020. – 82 с.

2. Особенности аниме [Электронный ресурс]. – Электронный журнал АС MAGAZINE. – 2021. – Режим доступа: <http://www.animacity.ru/node/218>



3. Бойдаков А. Что такое аниме, кто его создал, когда появилось самое первое, какие жанры бывают, обзор фильмов, сериалов и мультиков – подробный разбор для новичков [Электронный ресурс]. – портал Наш компьютер. – 2021. – Режим доступа: <https://nashkomp.ru/anime#drugie-osobennosti-izobrazheniya>

4. Антианиме [Электронный ресурс]. – Электронный журнал АС MAGAZINE. – 2021. – Режим доступа: <http://www.animacity.ru/node/214>

5. Аниме и манга в Японии [Электронный ресурс]. – Японская национальная туристическая организация (JNTO). – 2021. – Режим доступа: <https://visitjapan.ru/guide/japanese-anime-and-comics>

© Воронкова А.Е., Демьянова М.В., Фомова Р.С., 2021

УДК 746.4

МЕТОДИКА СОЗДАНИЯ БРЕНДОВ В СФЕРЕ DIGITAL-FASHION

Гербулова П.Л.

Научный руководитель Козырева Л.К.

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

Цифровизация дает распространение дистанционной работе и досугу на виртуальных площадках. Всем желающим возможно принять участие в совещании или пройтись по выставочному центру, не выходя из квартиры.

Со временем изменения во всех сферах жизни достигнут еще большего масштаба. В связи с этим рынки колеблются от постоянно меняющегося спроса, одни подходы и инструменты тут же сменяются другими, в том числе это касается и рынка одежды.

Исходя из темы были поставлены следующие задачи: изучить принцип работы с инновационным продуктом; изучить способы брендинга digital продуктов; выявить тенденции модного брендинга на текущий период; сформировать последовательность брендинга digital-fashion.

Digital (в переводе с английского «цифровой») – термин, обозначающий продвижение бренда/продукта/услуги цифровыми способами.

Одежда является важной составляющих нашей жизни, и она тоже постепенно находит свою нишу в digital мире, становясь при этом инновационным товаром. Инновационный товар – это новый товар, создаваемый и осваиваемый предприятием в производстве и сбыте [1]

Digital-мир меняет и бизнес-модели производителей одежды. Бренды активно переходят в digital-fashion. Однако для привлечения внимания потребителя к инновационному товару особое значение приобретает

успешный бренд. Одним из интересных примеров визуально-графической айдентики digital-fashion является бренд fashion factory (рис. 1).



Рисунок 1 – Визуально-графическая айдентика fashion factory

Успешное брендингирование компании позволяет воздействовать на потенциальных клиентов при помощи визуально-графической айдентики, тем самым привлекая внимание потребителя на тот или иной бренд. Бренд – это комплекс методов, направленных на создание имени бренда, разработку дизайна, установление креативных коммуникаций и проведение маркетинговых мероприятий, которые будут выделять продукт среди конкурентов и способствовать его продвижению [2].

Деятельность, направленная на формирование и продвижения бренда называется брендингом. Для того чтобы инновационный товар начал окупать инвестиции необходимо разработать методологию создания бренда для инновационного товара, в данном случае для digital-fashion. Существуют различные подходы к разработке инновационных товаров и брендов. Выбор конкретных механизмов, средств и методов всегда обусловлен поставленными целями и особенностями рыночной среды.

В последовательности этапов создания бренда в сфере digital-fashion, можно выделить три блока.

Блок стратегического маркетинга является первым. Необходимо выбрать правильную концепцию бренда и его позиционирования на рынке. Для бренда деятельность, которого направлена на виртуальный продукт концепция может быть основана на следующих трендах современного общества:

Экологичность. Мода на экологичность и на грамотное использование природных ресурсов становится с каждым днем популярнее. Люди задумываются о разумном потреблении и все чаще отдают предпочтение брендам, которые отвечают этому требованию. Так текстильная промышленность на сегодняшний день стоит на втором месте по уровню загрязнения окружающей среды. Если есть возможность выхода на дистанционное мероприятие, не приобретая реальную одежду, а отдать предпочтение digital продукты потребители будут отдавать предпочтение ему.

Искусственный интеллект. С каждым днем интерес к данной теме растет, потребитель желает прикоснуться к миру будущего. Digital-fashion как раз является представителем данной тенденции и это стоит внедрить в концепцию.



Устойчивое развитие. Виртуальная одежда приобретает все больший спрос связано это научно-технического развитием, развитием личности и тем что digital жизнь нуждается и digital одежде.

Второй блок – блок научно-технического маркетинга. Этапами является разработка визуальной айдентики. Лицом компании служит ее логотип и бренды digital-fashion не исключение. Необходимо изучить тенденции в данной сфере и разработать качественный визуал (шрифты, цветовые схемы и символы и др.). Так как речь идет о виртуальной сфере задумываться о печати не приходится, это дает полную свободу действий.

Заключительный блок – операционный маркетинг. К данному этапу можно отнести начало развития бренда в жизни. Так же к этому блоку можно отнести и обеспечение узнаваемости бренда. Которая обеспечивается: сайтом компании; социальными сетями и медийными личностями; партнерством с различными социальными программами; проведением семинаров и конференций, связанных с digital-fashion.

Зная то, как создать бренд для инновационного продукта, способствует выбору самого удачного позиционирования, разработке максимально запоминающейся визуальной айдентики и выбору действенных методов продвижения.

В заключении стоит отметить, что виртуальная одежда станет частью нашей жизни. В качестве доказательства огромного интереса к аналоговым предметам можно привести покупку виртуального кота в блокчейн-игре CryptoKitties за \$140 тыс.

Также эксперты указывают на то, что люди готовы тратить реальные деньги на модные вещи в компьютерных играх: тематических, как Covet Fashion, объем продаж которой в 2018 году составил \$53,4 млн. с учетом рекламы, или шутерах, как Fortnite, который в 2017 году заработал более \$1 млрд. на одних лишь встроенных покупках [4].

Несмотря на огромный интерес к данной сфере, конкуренция в ней еще не слишком велика, что дает хороший шанс войти в эту сферу и успешно развиваться в ней и важной частью этого развития должен являться успешный брендинг.

Список использованных источников:

1. Мухин В.И. Формирование инновационных процессов создания новых товаров, услуг – М.: Национальный институт бизнеса, 2007. 230 с.
2. Харт В. Создание успешного бренда: как управлять мотивацией потребителя. – М.: Изд-во НИЦ ЭНАС, 2005. –176 с.
3. Кибер-одежда, виртуальное ателье и AR-примерочная. Как развивается цифровая индустрия моды [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://vc.ru/design/140348-kiber-odezhda-virtualnoe-atele-i-ar-primerochnaya-kak-razvivaetsya-cifrovaya-industriya-mody>



4. «РБК Стиль» рассказывает, что такое цифровая мода и почему за ней будущее [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://style.rbc.ru/life/5ef1ea139a79473c5be3e750>

©Гербулова П.Л., 2021

УДК 687

3D-ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ДИЗАЙНА ШВЕЙНЫХ ИЗДЕЛИЙ ПРОСТЫХ ФОРМ

Гусев И.Д., Али к.К., Гусева М.А., Андреева Е.Г., Разин И.Б.
*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования «Российский государственный университет
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Согласно статистическим данным, травмы ног, приводящие к временной (или постоянной) маломобильности, настигают каждого 90-го гражданина из 1000 чел. населения [1]. Травмы ног приводят не только к физическому, но и к психологическому шоку. Клинические психологи выделяют в особую группу людей, перенесших такие травмы, как переломы, вывихи, растяжения и другие нарушения целостности тела. Пациенты, переживая оперативные вмешательства, восстановительный период после которых длителен или приводит к малоподвижности, часто страдают неврозами и поведенческими нарушениями [2]. По мнению практикующих психологов, восстановление физической и психологической целостности организма должно происходить одновременно, чтобы избежать формирования затяжных эмоциональных реакций на факт травмы и лечения. Устранению психофизиологических последствий травм и поддержанию физического здоровья человека способствует создание вокруг каждого индивидуума личного пространства, заполненного удобными предметами и реабилитационными швейными изделиями, назначением которых является обеспечение комфорта и мобильности.

Предметом исследования выбраны реабилитационные швейные чехлы для ног, надеваемые поверх аппарата Илизарова. Базовым методом лечения повреждений костно-мышечной системы, приводящих к нарушениям анатомии и функций конечностей, является установка внешних фиксаторов на травмированный участок тела – аппаратов Илизарова, представляющих собой сложные конструкции, состоящие из опорных колец, полуколец, дуг, удерживающих спиц, кронштейнов, шайб, муфт и других металлических элементов [3]. Размеры деталей аппарата подбираются индивидуально каждому пациенту, при этом фиксирующие конструкции громоздки и выглядят угрожающе (рис. 1).



Рисунок 1 – Типовые конструкции аппарата Илизарова

Часто сложные по последствиям травмы ног случаются в зимний период. Программы восстановительного лечения предусматривают скорейшее начало подвижного образа жизни пациентов. Однако, установленные на ногах фиксаторы приводят к не востребованности привычных вещей и обуви из личного гардероба, и являются причиной малоподвижности человека. На минимизацию негативных психогенных последствий травмы и защиту поврежденной конечности от вредного воздействия окружающей среды направлено использование чехлов для ног.

Реабилитационные швейные чехлы – это изделия простых форм [4]. Анализ рынка исследуемого ассортимента [5] показал, что приобрести подобные модели потребители могут на сайтах, специализированных швейных фирм. Несмотря на востребованность, чехлы для ног не выпускаются массово, но при этом не являются персонализированным продуктом. Дизайн чехлов на аппарат Илизарова упрощен (рис. 2).



Рисунок 2 – Типовые модели чехлов на аппарат Илизарова

Мониторингом, проведенным среди целевой аудитории установлено, что потребители с травмами ног заинтересованы в эстетически привлекательных изделиях для ног [6]. При этом респонденты указали на неполноту визуальной информации о швейной продукции, представленной на сайтах, реализующих чехлы. В ходе исследования, аудитории было предложено оценить изображения: 1) человека с установленным аппаратом Илизарова, 2) зачехленный вариант; 3) аватара (цифрового аналога). Анализ психологической реакции респондентов на фотографии показал, что менее травмирующим психику вариантом является изображение аватара. Большинство респондентов выразили пожелание видеть на сайтах трехмерные цифровые аналоги, а не фото травмированных людей.

В ходе эксперимента авторами выполнена визуализация образа модели реабилитационного чехла на аппарат Илизарова (рис 3а) в САПР CLO3D. Выбор графической программы обоснован ее открытостью и высокой визуальной достоверностью проектируемых цифровых аналогов швейных изделий [7], при этом в программе предусмотрена возможность корректировки базовых форм фигур и пополнение библиотеки достоверными образами сканированных полноростовых цифровых

двойников [8]. В качестве исходного трехмерного объекта для проектирования образа чехла для ног из базы системы выбран аватар мужской фигуры. Инструментами программы заданы параметры колец аппарата Илизарова (рис 3б) и сформирована поверхность виртуального чехла (рис. 3в, 3г).

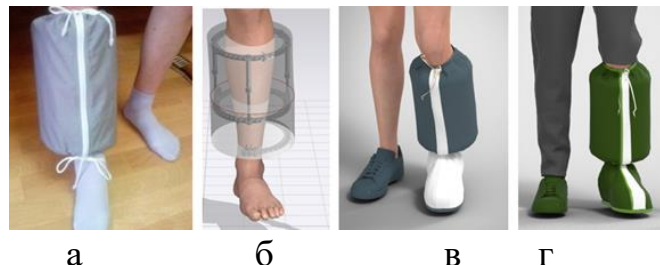


Рисунок 3 – Моделирование образа чехла на аппарат Илизарова в САПР CLO3D: а) аналог; б) исходный 3D-аватар; в-г) виртуальные модели

Для персонификации дизайна моделей чехлов инструментами Object Browser и Information/material сгенерированы визуальные характеристики материалов изделий: текстура (Texture) и фактура (Normal map), цвет (Color), оптические (Glossiness) и физико-механические (Softness) свойства.

В заключении проведенного исследования можно утверждать, что применение в процессе проектирования швейных изделий современных трехмерных графических программ и симуляторов примерок является перспективным. Восприятие образа трехмерного объекта швейного изделия «чехол на аппарат Илизарова» является психологически комфортным для потребителей и не вызывает негативных ассоциаций. Открытость программной среды CLO3D позволяет использовать программу-симулятор в качестве базового инструмента в процессе обсуждения с клиентом швейного предприятия конструктивно-технологических и композиционных особенностей проектируемого изделия.

Список использованных источников:

1. Федеральная служба государственной статистики. Сайт: URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/13721> (дата обращения 28.10.2021)
2. Петрова Е.Ю., Пахомова М.А. Психологическая реабилитация пациентов с последствиями физической травмы методом восстановления микродвигательных реакций // Клиническая психология, 2016, т.7, Вып. 3. С. 136-146.
3. GPC Medical LTD. Аппарат Илизарова. URL: <https://www.indianorthopedic.ru/apparat-ilizarova/apparat-ilizarova.html> (дата обращения 28.08.2019)
4. Гусев И.Д., Разин И.Б. Параметрическое 3d проектирование простых форм цифровых двойников швейных изделий для ног // Вестник молодых ученых Санкт-Петербургского университета технологии и дизайна. 2021, №1, с 53-57.



5. Гусев И.Д., Разин И.Б., Гусева М.А., Андреева Е.Г., Белгородский В.С., Петросова И.А., Ключкова О.В., Родионова М.А. Параметрическое проектирование реабилитационных изделий / свидетельство о регистрации базы данных № 2020620375 RUS 28.02.2020 Бюл. № 3, заявл. 2020620175 от 12.02.2020

6. Гусев И.Д., Разин И.Б., Пухир В.М. Персонификация дизайна швейных реабилитационных изделий для социальной адаптации потребителей после травм ног // В сборнике материалов Всероссийской научно-практической конференции «ДИСК-2020»: Часть 1. – М.: ФГБОУ ВО РГУ им. А.Н. Косыгина, 2020. с. 204-208

7. CLO3D URL: <https://www.clo3d.com/> (дата обращения 21.01.2020)

8. Жукова И.В., Кузьмичев В.Е., Румянцев Е.В. База данных цифровых двойников сканированных полноростовых мужских фигур /Свидетельство о регистрации базы данных RU 2019622196. Зарег. 27.11.2019, бюл. № 12.

©Гусев И.Д., Али к.К, Гусева М.А.,
Андреева Е.Г., Разин И.Б., 2021

УДК 7.08

ВЛИЯНИЕ ЯПОНСКОГО ИСКУССТВА НА ФОРМИРОВАНИЕ СОВРЕМЕННОЙ МАНГИ

Исаева П.А., Кульева П.В., Пак Е.А.

Научный руководитель Пушкарев А.Г.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования «Российский государственный университет
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Манга стала неотъемлемой частью поп-культуры, спровоцировала появление совершенно нового художественного языка и новых форм повествования в изобразительном искусстве. Именно поэтому мы выбрали этот жанр графического искусства для своего исследования. Перед собой мы поставили задачу – изучить историю появления жанра и выделить конкретные черты японского искусства, закрепившиеся в графическом наполнении манги.

В начале нужно определиться с самим понятием «манга». Обычно мангу определяют, как японосский комикс, хотя сам термин «манга» появился в XIX в. Японский художник Кацусика Хокусай применил его для обозначения своей серии рисунков, начатой в 1814 г. Слово «манга» состоит из иероглифов «ман» – «невольное» или «бессознательно» и «га» – «рисунок», и означает «случайный эскиз». Другой смысл – «смешные картинки» – термин приобрел позднее, когда стал обозначать комические или сатирические картины, мультфильмы или рисунки. Большинство



современных определений сводится к тому, что манга означает «особый жанр комикса, произведенный в Японии», однако рисунки-манга существовали под разными названиями задолго до появления термина.

В Средние века японская художественная литература выходила в виде «эмаки» – богато иллюстрированных свитков с минимумом текста, что намного упрощало понимание произведений. Результатом стало зарождение символического рисунка, который стал одним из столпов манги. Из древнего искусства пейзажной живописи укиё-э японские мангаки – люди, рисующие комиксы, – взяли на вооружение метод плоскостного изображения («приём 2D»), декоративность работ, тягу к гротеску в сочетании с реалистичными зарисовками.

В более позднее время в Японию из Европы проникли комиксы, через британского комиксиста Ч. Виргмана и француза Ж. Биго. Стиль рисунков, публиковавшихся у Виргмана и Биго, положил начало направлению понти-э. Японские художники переняли опыт иностранных коллег, изучили особенности композиции, систему пропорций, цвет, которым в укиё-э не уделялось внимания, заменили кисть пером и карандашом. В 1902 г. в журнале «Дзидзи Манга» вышел первый истинно японский сериальный комикс Ракутэна Китадзавы «Тагосаки и Макубэ осматривают Токио» («Tagosaki to Makube no Toukyou kenbutsu»), созданный по образцу американского. Он рассказывал о приключениях двух сельских жителей, впервые попавших в столицу.

Если говорить о конкретных личностях, повлиявших на формирование жанра, то это Сигэру Тэдзуки (1926-1989 гг.), более известный под псевдонимом Осаму Тэдзука, во многом определившего сегодняшний облик манги. Развитый за много лет символично-графический язык позволяет буквально несколькими штрихами передать сложные эмоции или выразить характер героя. Известность Тэдзуке принесла выпущенная в 1947 году манга «Новый Остров Сокровищ» (Син Такарадзима). В ней активно применялись показ действия с разных точек зрения, крупные планы, «растягивание» одной сцены на несколько рисунков, частое использование звуковых эффектов и подчеркнутое изображение фаз движения. Нововведением стало сокращение пояснений к тексту, прописывались только реплики героев, но, в противовес этому, буквами впервые были записаны звуковые эффекты. Эта манга была чем-то вроде макета анимационного фильма, являясь при этом совершенно цельным и интересным произведением. «Изобретение» Тэдзуки произвело революцию в мире манги. Он заложил новый подход к созданию этих произведений – сочетание сложного, серьезного сюжета, графики в анимационном стиле и отсутствие необходимости следовать сложившимся штампам. «Фирменный стиль» манги – стереотипные большие глаза и диспропорции тела, благодаря которым многие узнают это японское явление, – тоже заслуга этого выдающегося человека. Тэдзука первым



сделал глаза едва ли не самой важной частью лица персонажа. Он рисовал их с особой тщательностью, ввел технику изображения бликов на зрачке и вообще сделал многое для того, чтобы персонажи становились все более живыми. Тэдзука определил и другую особенность манги: разделение по типам аудитории, для которой она создается. До него манга рассматривалась в основном как продукция для детей, но с появлением специализированных журналов, печатающих исключительно манга, это явление приняло в целом тот вид, который мы наблюдаем и сегодня.

Тэдзука отделил кодомо-мангу, то есть мангу для детей, от сёнен-манги и сёдзё-манги, создававшейся соответственно для подростков-мальчиков и девочек. Однако постепенно стали появляться художники, которые хотели рисовать реалистичную мангу с серьезными сюжетами. Так родились более «взрослые» форматы: сэйнэн-манга для читателей-юношей и дзёсэй-манга для молодых женщин. Окончательно это деление оформилось в начале 1970-х годов.

Одна из самых ярких и уникальных черт манги заключается в том, что содержание и даже графический стиль произведения зависят не от жанра, а от читательской аудитории, в которой сразу учитываются пол и примерный возраст.

Из древнего искусства пейзажной живописи укиё-э японские мангаки – люди, рисующие комиксы, – взяли на вооружение метод плоскостного изображения, а также линейность, которая является основной особенностью графического языка японского искусства, а главным элементом изображения является линия. Декоративность работ современной манги отсылает к свиткам эмакимоно, популярным в Японии с XI по XVI век. Тяга к гротеску, также присутствует в современной манге, как и на свитках Тоба Сёдзё, в которых риунки рассказывали о буддийских монахах, нарушающих устав, а животные являлись их сатирическими образами, обозначающими людей.

Как упоминалось ранее, мангу часто называют японским комиксом, что в корне неверно, ведь корни этого вида искусства уходят в глубокую древность и стиль манги формировался и до проникновения западной культуры в Японию. По сравнению с европейскими комиксами, где страница заполнена диалогами и монологами, манга, благодаря языку символов и сложившихся принципам изображения, весьма немногословна. В комиксе для выражения состояния персонажа потребуется несколько панелей, на которых герой будет подробно рассказывать читателю, что он чувствует и почему. В манге аналогичная ситуация чаще всего будет передана одной панелью, где мимика героя и фоновое сопровождение отразят его эмоциональное состояние. Фоны – еще одно важное отличие манги от комиксов. Западные художники обычно тщательно прорисовывают задний фон, а японские могут обойтись намеками и общими чертами, или вообще сделать фоном цветы, бабочек, вспышку



света. Это придает эмоциональность рисунку и помогает читателю лучше понять, что чувствует персонаж. В манге огромное внимание уделяется глазам персонажей. Их размер и особенности изображения – своеобразный «тайный шифр», по которому можно за пару секунд узнать очень многое о характере героя, а, возможно, и о его роли в сюжете. Большие глаза – символ невинности и наивности. Чем уже глаза, тем более закрытый или недобрый человек перед читателем. Если же он в очках, то есть глаза как будто скрыты, то персонаж, скорее всего, не так прост, как кажется, или даже двуличен. В комиксах глаза рисуют более схематично, а выражение эмоций и характера персонажа предпочитают передавать через текст или внешний вид в целом. Для передачи эмоций в манга применяется уникальный для азиатской традиции рисунка прием деформирования пропорций персонажа, причем сама история может быть нарисована в реалистичной манере. Делается это для наиболее быстрой и понятной передачи эмоций, оживления героя. Прорисовывать каждое изменение лица в зависимости от эмоций трудно и долго, поэтому на помощь приходят непропорционально большой рот, разинутый в крике, выпученные глаза, комически деформированное тело персонажа. Реализм и условность могут совмещаться прямо на одном развороте, что требует от мангаки немалого мастерства. Кинематографичность манги придает своеобразная передача движения. Как правило, азиатские художники изображают неподвижный предмет, а позади него линии, обозначающие траекторию. В итоге читателю кажется, что он движется вместе с предметом. Позже такую технику переняли некоторые американские авторы комиксов. Еще одно различие заключается в расположении панелей на странице. Комиксы читаются слева направо, панели в них обычно квадратные и прямоугольные, располагаются по порядку, слева направо и сверху вниз. Манга же читается справа налево из-за особенностей японской письменности, в которой строчки вертикальные и располагаются одна за другой именно так. Другой важной чертой манги является то, что нередко у некоторых панелей нет четких границ, а другие панели могут располагаться поверх них. Это делается для более простого перехода между различными панелями и способствует более быстрому «схватыванию» изображения. Наконец, важные различия касаются общего содержания сцен. Западная традиция тяготеет к сценам с несколькими героями, большому количеству «экшена». Японская же большее внимание уделяет персонажам по отдельности, их переживаниям, мыслям, внутреннему миру. Это позволяет достичь более глубокой проработки эмоций как на визуальном, так и на сюжетном уровне.

Можно с уверенностью сказать, что манга – уникальный вид искусства. Древний, не раз менявший свою форму, но оставшийся верный своему содержанию. Манга давно стала частью культурного кода Японии и представляет страну на международной арене. Влияние этого вида



искусства настолько велико, что трансформировало американские комиксы, чья индустрия ещё более широка. И в наши дни манга продолжает развиваться. С каждым днём всё больше поклонников этого уникального символического языка, лаконичной, но погружающей в историю графики и необычных сюжетов. Совершенно заслуженно уникальное японское искусство занимает место в сердцах миллионов.

Список использованных источников:

1. Волкова А.А., Катасонова Е.Л., Таранова И.В., Берндт Ж. Манга в Японии и России. Субкультура Отаку, история и анатомия японского комикса. – М.: Фабрика комиксов, 2015. – 352 с.

2. Деркач Ф. Манга. Отличительные особенности. – [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://susi.ru/manga/> – Загл. с экрана.

3. Эдвард Д. A Brief History of Japanese Manga. – [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://medium.com/> – Загл. с экрана.

©Исаева П.А., Кульева П.В., Пак Е.А., 2021

УДК 74.01

АНАЛИТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА И РАЗРАБОТКА ВИЗУАЛЬНЫХ РЕШЕНИЙ ДЛЯ КОММЕРЧЕСКОГО БРЕНДА

Лазарева Я.С., Тимохович А.Н.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Государственный университет управления», Москва*

Трансформация отношения к домашним животным как к членам семьи не могла не затронуть крупнейший сегмент рынка кормов для домашних животных, на который приходится почти 90% продаж в индустрии заботы о питомцах. Это значительно повлияло на ситуацию на рынке кормов для домашних животных: в лидерах оказались лакомства, а торговые сети и производители ожидают продолжения роста спроса на продукты премиум класса с натуральным составом и специализированные диетические корма. Гуманизация отношения к домашним питомцам напрямую объясняет желание владельцев разделить с домашними животными свое стремление к здоровому образу жизни [1]. Согласно исследованию, в России каждая вторая семья заводит домашнего питомца, а продажи кормов для животных растут в четыре раза быстрее, чем в розничная торговля в целом [2].

Исследовательская компания Euromonitor International приводит данные о том, что рынок кормов для домашних животных в России в 2019 году оценен в 212 млрд. руб. и составил почти 645 тыс. тонн, и эксперты видят в этом только начало стремительного роста рынка [3].

АСАНА представляет собой канадский бренд сухих кормов для собак и кошек, продукция которого значительно выделяется среди



зоотоваров других производителей. Бренд является торговой маркой компании Champion Petfoods. История создания компании началась в 1990 году. На протяжении 30-ти лет бренд поддерживает высокие стандарты и занимает лидирующие позиции в рейтингах [4]. Благодаря выгодному расположению производитель имеет прекрасную возможность выпускать биологически соответствующее элитное питание премиум класса для домашних животных, содержащее только натуральные ингредиенты, что отвечает многолетним традициям и нормам качества.

В ходе анализа деятельности и преимуществ бренда, его ценового сегмента (премиум) и основных конкурентов в сегменте сухого корма для кошек была выявлена целевая аудитория, на которую будет направлена разрабатываемая рекламная кампания ACANA.

Целевой аудиторией бренда являются мужчины и женщины в возрасте от 25 до 45 лет, любого семейного положения, с доходом от ста тысяч рублей в месяц, проживающие в крупных городах России (Москва, Санкт-Петербург, Новосибирск, Екатеринбург и др.), имеющие высшее или среднее профессиональное образование, любой профессии. Представители целевой аудитории балуют своего питомца частыми покупками товаров для него, при этом выбирая качественные продукты (уход, игрушки, корма, аксессуары). Сухой корм покупают 1-2 раза в месяц. Представители целевой аудитории часто приобретают товар из собственного интереса и желания попробовать новое, а не из-за необходимости. За питомцем такие хозяева внимательно следят и ухаживают, поэтому очень часто взаимодействуют с ним (глядят, убирают, кормят, ласкают, вычесывают, посещают с ним ветеринарную клинику и т.д.). Аудитория следит за новинками зоотоваров в интернет-пространстве и социальных сетях, любит покупать новинки, если убеждены в их безопасности для своего питомца. Аудитория внимательно относится к выбору продукции для кошки, особенно к корму. Еда для питомца, по их мнению, не должна быть человеческой, она должна быть полностью специализированной для организма и особенностей кошки, ее породы, возраста и других признаков. Полная натуральность состава и высокое качество ингредиентов сухого корма важны для представителей целевой аудитории. Своего любимого питомца они полностью окружают заботой и вниманием, его здоровье и активность важны хозяевам, поэтому высокая цена корма премиум класса не пугает таких потребителей. Питомца они воспринимают как дорогого друга или члена семьи, поэтому всячески хотят сохранить его здоровье и делать четвероногого компаньона счастливым и ухоженным. Представители целевой аудитории ответственны, внимательны к любым изменениям в поведении животного. Такие хозяева любят своих питомцев, так как они приносят им хорошие эмоции, чувство уюта и внимания к себе. Представители целевой аудитории подвержены тенденции гуманизации отношения человека к



питомцу. Таким образом, качество и натуральность – это важнейшие факторы для целевой аудитории при выборе корма. Аудитория не доверяет малознакомым или неизвестным для них брендам, если ранее нигде о них не слышали. Им также важна экспертность бренда в вопросах питания кошки.

Проанализировав инсайты поведенческой активности аудитории, можно сделать вывод, что разрабатываемое рекламное сообщение должно включать в себя удовлетворение вышеперечисленных потребностей аудитории за счет утверждения практического преимущества кормов для кошек бренда ACANA: небольшое производство в Канаде; свежие качественные ингредиенты, выращенные в естественных природных условиях; привлечение экспертов для создания и контроля качества продукции на высшем уровне; опытность и ориентация на физиологические особенности кошек; причисление продукта к премиум классу кормов.

На основе вышеприведенных данных для разработки рекламного сообщения была выбрана стратегия коммуникативного воздействия Patti-Frazer. Так как разрабатываемое рекламное сообщение для бренда ACANA будет сосредоточено на реальной практической выгоде для питомцев в виде качества продукции, при разработке рекламы следует придерживаться стратегии преимущества рационалистического типа. Такая стратегия подходит для тех брендов, которые позиционируются как имеющие практические преимущества перед конкурентами из той же товарной категории [5]. Таким образом, реклама корма для кошек премиум класса наиболее эффективно будет выстроена с учетом данной стратегии коммуникативного воздействия.

В рамках выполняемых разработок были подготовлены эскизы с применением разных техник визуализации: визуального повтора, визуальной гиперболизации, визуальной литоты, визуального сравнения, визуального каламбура, визуального сходства, визуальной метонимии, визуальной метафоры [6].

Для отрисовки конечных серийных решений был выбран прием визуального сходства: в отражении котенка мы видим отражение тигра. Создаваемый визуальный образ основан на отнесении домашней кошки к семейству кошачьих, к которому относится и тигр; на доминировании животных инстинктов (рис. 1). Котенок служит символом того, что бренд ACANA выпускает корм как для взрослых кошек, так и для котят.



Рисунок 1 – Макеты с использованием приема визуального сходства

Разработанные макеты рекламы имеют общий слоган, логотип бренда, естественную цветовую гамму, шрифт (в корпоративном стиле бренда), а также содержат общую идею – отражение кошки в виде тигра, который символизирует природные инстинкты питомца, естественность и природность корма, а также силу, энергию кошки после употребления корма АСАНА. Данные характеристики позволяют потребителям воспринимать изображения как рекламную серию, а также эффективно и понятно транслировать коммуникационное сообщение целевой аудитории.

Подводя итоги выполненной аналитической работы и разработанных проектных решений на примере бренда корма для домашних питомцев АСАНА, сделаем вывод о том, что при разработке визуальной части рекламного сообщения необходимо опираться на результаты аналитического исследования потребительских особенностей и предпочтений целевой аудитории, на базовые элементы позиционирования бренда, а также на современные способы и приемы визуализации, которые позволяют аудитории более предметно воспринимать информацию о бренде, содержащуюся в рекламных сообщениях.

Список использованных источников:

1. Филенко А.С. Влияние рекламы на счастье потребителя // Материалы Международного научного форума обучающихся «Молодежь в науке и творчестве»: сборник научных статей. – Гжель: ГГУ, 2020. – с. 391-392.
2. Спрос на угощение: за счет чего растет рынок кормов для домашних питомцев // Коммерсантъ URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4180655> (дата обращения: 14.11.2021).
3. Кошки против собак: как развивается онлайн-рынок кормов для животных // РБК URL: <https://pro.rbc.ru/demo/5e9fd70f9a7947d2a8101089> (дата обращения: 13.11.2021).
4. Рынок с хвостами и перспективами // MarketMedia URL: <https://marketmedia.ru/media-content/rynok-s-khvostami-i-perspektivami/> (дата обращения: 14.11.2021).
5. Барри П. Книга рекламных концепций. - 2-е изд. - М.: ДИТОН, 2013. - 296 с.
6. Филенко Ц.С. Предметы искусства и дизайна как способ привлечения внимания к социальной проблеме // Всероссийская научно-



практическая конференция «ДИСК-2020»: сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции в рамках Всероссийского форума молодых исследователей. Часть 4. – М.: РГУ им. А.Н. Косыгина, 2020. – с. 146-149.

©Лазарева Я.С., Тимохович А.Н., 2021

УДК 75.021

РОЛЬ ТЕХНИКИ КОЛЛАЖА В СОВРЕМЕННОЙ ЖИВОПИСИ

Папкина М.С.

Научный руководитель Шеболдаев А.С.

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

Коллаж (от фр. coller – клей, приклеивание) как метод изобразительного искусства представляет собой соединение разнородных элементов на единой основе. При этом элементы отличаются происхождением и материалами, фактурой и цветовой гаммой, художественным стилем и содержанием, а также другими характеристиками. Техника коллажа предоставляет простор творческой фантазии художников и не ограничивает их в выборе материалов: используются фотографии, холст, бумага, краски, металлические или пластиковые фрагменты [1]. Хотя коллаж состоит из разнородных предметов и деталей, он воспринимается зрителем как цельное произведение.

Техника коллажа существует уже много столетий. В IV-VII веках египтяне с ее помощью украшали ткани, а японские каллиграфы в XII веке писали тексты на наклеенных поверх листов обрывках цветной бумаги. Однако наиболее ярко коллаж проявил себя в авангарде, в начале XX века. В искусстве того времени формируется новое видение мира, человеческое сознание полностью перестраивается. Эти процессы характеризуются поиском новых изобразительных средств, экспериментами с формой и техникой, которые должны были выразить оригинальное авторское мировоззрение. Характерная особенность авангарда – активное воздействие на публику. Коллаж направлен на разрушение привычных форм, на создание новой формулы мышления, новой реальности, что в тот момент было задачей мировоззренческого характера [2].

Существует несколько версий того, кто из художников впервые применил коллаж в своих работах. По мнению Гастона Диля, биографа П. Пикассо и искусствоведа, коллаж был впервые применён Пикассо в 1912 году в картине «Натюрморт с плетеным стулом». Произошло это, скорее всего, под влиянием одного из основателей кубизма – Жоржа Брака. В



1913 г. Брак использовал в работе оригинальный прием – наклеивание на картон полос окрашенной бумаги. Чтобы фактура бумаги получалась более эффектной, художник добавил в краску песок. Кубисты создают так называемые «бумажные коллажи», то есть коллажи на бумаге и из бумаги разной фактуры. Так, Пикассо использует в своих работах кусочки газетной бумаги, обоев, плакатов или материи, визитные карточки, ленты, проволоку. В «Натюрморте на столе» Брака используются обрывки газет, буквы вывесок, табличные обертки, меню, этикетки и другие материалы. Таким образом, для коллажа использовались любые интересные с точки зрения цвета и фактуры фрагменты. Коллаж в искусстве того времени был новым, необычным решением проблем изображения окружающей действительности и внутреннего мира человека. Коллажем увлеклись не только кубисты, но и итальянские футуристы, а также дадаисты, сюрреалисты и многие другие художники-модернисты.

В русском искусстве первым, кто стал применять технику коллажа был Аристарх Лентулов. Художник неустанно экспериментировал с техниками живописи и включал в свои картины фрагменты с наклеенными кусочками фольги и цветной бумаги. Наиболее яркими работами в 1914-1915 гг. являются панно «Москва», «Василий блаженный», «Корабль». Владимир Татлин уже в 1914 г. создает свои первые контррельефы из различных предметов и материалов, разнородных по цвету, фактуре и текстуре. Несколько позднее, с 1918 г., Александр Родченко работает над серией «белых скульптур» (абстрактно-конструктивные коллажи разного рода геометрических форм и фигур, нередко с выходом за пределы поверхности картины), определяя их как «композиции движений окрашенных и проектируемых плоскостей». В том же году он вместе с Варварой Степановой оформляет издание пьесы Алексея Крученых «Глыблы» фрагментами фотографий и газет в соединении с цветной бумагой [3].

Находясь на учебной практике 2 курса на Архипелаге Кузова, я написала несколько пейзажных работ с натуры (рис. 1).



Рисунок 1 – Папкова М.С. «Архипелаг Кузова», 2021, бумага, акварель.

На меня, как на автора, сильно повлияло чувство необъятности моря и неба, которые лучше всего ощущаются в отдалении от цивилизации. Работая на берегу Белого моря, я собрала необходимые источники вдохновения и уже в тот момент задумалась о крупной итоговой работе. В этюдах с натуры я намеренно увеличивала яркость и контрастность на

своих работах. Итоговая работа (рис. 2) изначально задумывалась как живописный пейзаж гуашью на листе формата А3.



Рисунок 2 – Папкова М.С., «Архипелаг Кузова», 2021, бумага, гуашь, акрил, коллаж.

Однако уместить все идеи и эмоции в такой маленький формат не удалось, композиция получалась слишком ограниченной, как будто в рамке. Тогда я стала доклеивать вокруг центрального листа всё новую и новую бумагу, выходя за края и поворачивая её под разными углами. Коллаж также помог мне лучше выделить скалы на переднем плане. Текстура рваной бумаги очень напоминала камень, оставалось только добавить к ней цвет. Учитывая общую декоративную стилистику работы, эту плановость необходимо было подчеркнуть, иначе совершенно исчезло бы ощущение простора. Яркое тёплое пятно на небе, отражающееся в воде, это впечатление от белой ночи, которую мы застали в первый день приезда на Соловецкие острова. Нестандартный формат работы позволил захватить больше пространства по бокам, что сделало работу похожей на панораму.

Техника коллажа в наше время способна дать художнику отдохнуть от отработки сложных технических приёмов и дать волю своему творческому порыву. Коллаж хорош для этюдов к будущим работам, так как ему свойственна лёгкость и эффектность исполнения, а также относительно распространённые материалы. Коллаж очень близок по своей сути к аппликации, но имеет важное существенное отличие. При изготовлении аппликации ее автор использует однородные элементы (например, или листья, или ткань, или кожу), а при создании коллажа – одновременно несколько совершенно разных по фактуре и происхождению материалов. Частью коллажа может стать всё, что можно приклеить или иным способом закрепить на листе. Также нельзя упускать из виду творческую интуицию художника. В процессе работы над коллажем автор часто действует неосознанно, опираясь лишь на собственные ощущения гармонии. Наблюдения за окружающим миром и опыт предыдущих живописных работ могут найти выход в коллаже, но за счёт нестандартных материалов смотреться совершенно иначе. Выступающие детали могут создавать эффект выхода картины за рамки полотна, причём не только на плоскости, но и в объёме. Это ощутимо сокращает дистанцию между произведением и зрителем. А значит диалог с искусством выходит на новый уровень. В то же время эта мысль «выступания» форм и цветов из плоскости совершенно не нова: стоит лишь вспомнить такой вид скульптуры, как рельеф.



В работе над коллажем процесс работы над ним зачастую так же интересен, как и результат. Вся работа напоминает игру по усовершенствованным правилам мозаики или детской аппликации. В целом в современной художественной культуре большую роль имеет элемент игры, а игра, как известно, является одной из самых наглядных форм познания [4].

Подводя итоги, надо сказать, что с времён своего появления концепция коллажа не сильно изменилась. Коллаж был, есть и будет способом организации пространства полотна при помощи соединения разнородных элементов. В настоящее время, благодаря единой информационной сети, существует проблема переизбытка визуальной информации. Резко увеличилось количество создаваемого материала, это усложняет задачу поиска действительно уникальных произведений среди цитат и откровенных копий. Не новость, что в эпоху постмодерна все виды искусства оказывают влияние друг на друга. Эти влияния неизбежно рождают новые образы, собранные из составных частей искусства прошлого. Коллаж может объединять в себе живопись, фотографию, литературу, композицию и даже скульптуру. Разбивая старое искусство на части, будто препарирруя его, коллаж заставляет художника одновременно анализировать уже пройденное и мыслить дальше, открывая новые пути развития современного искусства.

Список использованных источников:

1. Лаврентьева Е.А. Материал и фактура в коллаже // Русский Авангард 1910–1920-х гг., проблема коллажа. М.: Наука, 2005. С. 317.
2. Асалханова М. В. Коллаж как искусство: техника, история, художники // Царскосельские чтения. 2014. №XVIII.
3. Безменова К.В. Коллаж – творческий метод художников XX в. // Русский Авангард 1910–1920-х гг., проблема коллажа. М.: Наука, 2005. С. 338.
4. Демченко А. И. Коллаж и полистилистика в искусстве XX в // Известия ВГПУ. 2005. №2.

©Папкина М.С., 2021

УДК 7.049.1

**ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ИДЕИ ОБЩЕСТВА ПОТРЕБЛЕНИЯ
ГРАФИЧЕСКИМИ СРЕДСТВАМИ**

Савельева Е.И.

Научный руководитель Шеболдаев А.С.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования «Российский государственный университет
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

В век торжества капитализма границы между необходимостью и прихотью стираются, что порождает неограниченное потребление благ цивилизации. Увеличение appetites человечества имеет как потенциальную опасность морального разложения, так и вполне действительную опасность экологическую. Расширение производств, обширные свалки и ежегодное увеличение мусорных масс – проблемы, порожденные обществом потребления, от которого человечество не способно отказаться на данный момент, но в его силах минимизировать негативные последствия. В связи с этим в массовой культуре возникает тренд на «eco-friendly» (с англ. «экологически безопасный») политику ведения брендов.

Идея вторичного использования и переработки в настоящее время актуальна как никогда, не только как модное веяние в поп-культуре, но и как серьезная тема для рассуждения в разных сферах, к которым неукошнительно относится графический дизайн. Важность решения экологических проблем и внесения каждым из нас вклада в защиту окружающей среды в графическом дизайне подчеркивается разными методами, чаще всего к ним относятся социальные плакаты и видеоролики, содержащие как постановочные сцены для усиления посыла, так и сухую статистику, выполненные разными средствами. Нередко центральным приемом становится ready-made – техника в разных видах искусства (главным образом – в изобразительном искусстве), при которой некоторые объекты или тексты, изначально созданные не с художественными целями, преобразуются автором в собственное произведение [1], используются не только новые товары, но и мусор, что более актуально в контексте борьбы за экологическую чистоту (рис. 1).



Рисунок 1 – Плакаты для социальной рекламной кампании «У мусора есть дом».

В своей статье я рассмотрю собственную серию плакатов на тему общества потребления, в которой прибегла к технике ready-made: главным мотивом серии стало использование товарных чеков, накопленных за многие годы приобретения различных товаров и услуг.

Отправной точкой в формировании концепции серии плакатов стало первое задание «На улицах ночного города» в рамках дисциплины «Рисунок» (преп. А.С. Шеболдаев), подразумевавшее создание абстрактной городской среды разнообразными художественными средствами. В рамках поставленной задачи я создала три поисковых наброска, объединенных общим строго вертикальным ритмом, выраженным штрихами и композиционным решением каждого наброска, их форматом (рис. 2).

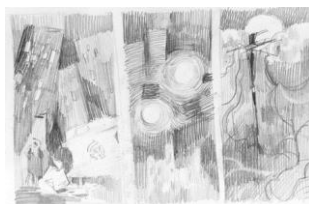


Рисунок 2 – Серия поисковых набросков к заданию «На улицах ночного города».

Драматичность атмосферы была подчеркнута монохромной цветовой гаммой. В дальнейшем для дополнения созданной среды были совершены несколько сессий фигурных набросков с натуры, с последующим отбором наиболее подходящих. На стадии сбора материала по идеологическим соображениям было решено использовать для основной текстуры плакатов коллажи из товарных чеков, повторяющих композиционные решения поисковых набросков.

Дополнительной текстурой, которая могла бы выделить отдельные элементы плакатов, были выбраны фактурные листы, выполненные в технике «мрамора». Технология заключается в создании фактурных оттисков слоя-пленки масляной краски на поверхности воды. Для этого необходимо смешать краску с разбавителем и хаотично распределить по глади воды, концентрация смеси и время выдержки зависят от замысла и контролируются вручную с помощью разнообразных инструментов (кистей, деревянных палочек и т.п.), после чего на несколько секунд прикладывают листы бумаги, желательно плотной, до получения отпечатка. Ценность данного метода заключается в частичной непредсказуемости результата и уникальности каждого создаваемого оттиска, что значительно расширяет возможности применения техники.

По завершении подготовительных работ я приступила к отбору материалов для выполнения плакатов. Первым шагом стала сортировка чеков по форме, размеру и тональной нагрузке: это было необходимо для воссоздания тональных и количественных отношений, выраженных в

поисковых набросках. По итогу сортировки были чеки были скомпонованы согласно избранной композиции плакатов.

Следующим шагом стал анализ набросков с натуры, среди которых было выбрано изображение девушки с трубой в раскованной позе – этот образ олицетворяет сущность культуры потребления с ее несметным количеством разнообразных услуг (рис. 3).

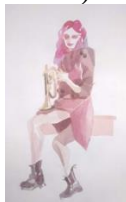


Рисунок 3 – Фигурный набросок девушки с трубой, выбранный для финальной серии.

Финальным этапом стало сведение всех слоев работы в Adobe Photoshop с добавлением «мраморных» текстур и последующей пост-обработкой серии плакатов (рис. 4).



Рисунок 4 – Завершенная серия плакатов.

Говоря о концептуальной составляющей серии, стоит отметить, что плакат не остро социален, но состоит из аллегорий на общество, в котором пустота, отраженная через практически безлюдный ночной город, заполняется бесконтрольными, чаще всего бездумными покупками вещей, которые, возможно, даже никогда не пригодятся их обладателю. Наибольший интерес у меня вызвала именно работа с товарными чеками как самостоятельным художественным материалом, который в кругах художников называется таковым лишь в контексте злых шуток.

Нельзя отрицать, что в культуре постмодернизма, в которой существует современное искусство, использование печатных и прочих отходов производства и торговли – это не табу, а имеющий право на существование способ выражения различных посылов, в частности, развития мыслей на тему экологических проблем. То, что мы привыкли считать бесполезным мусором, не только обретает новый смысл в процессе творческой мысли, но и получает шанс на «вторую жизнь» вне свалок и мусоросжигательных предприятий, вредных для экологии, и именно этот «второй шанс» необходим для постепенного перехода общества к осознанному потреблению и переосмыслению системы ценностей.

Список использованных источников:

1. Дёготь Е. Ю. Русское искусство XX века. – М. : Трилистник, 2002. – 224 с. – (История русского искусство. Книга третья).



2. Козьякова М. И. Экологический тренд как вектор развития. – М.: Высшее театральное училище (институт) им. М. С. Щепкина, 2017. – 13 с.

3. [Электронный ресурс] Позитивно-креативное экологическое движение «Мусора. Больше. Нет», URL: <https://mbnrus.ru/> (Дата обращения: 01.11.2021).

4. Кузнецова А. С. Вопросы экологии средствами графического дизайна. Экология в фирменном стиле.–Наб. Челны: Набережночелнинский государственный педагогический университет.–4 с.

5. [Электронный ресурс] Greenmob. Простые идеи, как сделать планету лучше, URL: <https://vk.com/club10648154> (Дата обращения: 01.11.2021).

©Савельева Е.И., 2021

УДК 74

ИСТОРИЯ СОЗДАНИЯ МУЛЬТИВСЕЛЕННОЙ DC COMICS И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ИНДУСТРИЮ КОМИКСОВ

Садовник А.С.

Научный руководитель Пушкарёв А.Г.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования «Российский государственный университет
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

В начале 20-го века население США находилось в кризисном положении, и чтобы избежать недовольства и беспорядка, газеты и журналы выпускали недорогое чтение развлекательного характера, которое помогало людям отвлечь внимание от реальных проблем. В то время комиксы выпускались уже более 30 лет и пользовались большим спросом. Их популярность оценил Малькольм-Виллер Николсон, и в 1937 году под его руководством были опубликованы первые номера Detective Comics.

В июне 1938-го года компания представила выпуск Action Comics #1, с Суперменом в роли главного героя, ставшим примером для подражания и идеальным борцом с преступностью для многих читателей. Он настолько полюбился публике, что в 1939 году Супермену была посвящена целая серия комиксов, чего ранее никогда не было [1].

История создания этого персонажа весьма любопытна, так как он претерпел множество изменений и появился лишь с третьей попытки, предпринятой его авторами Джо Шустером и Джерри Сигелом. Первый раз герой появляется на страницах самопального журнала Scinesce Fiction, который Джо и Джерри выпустили в возрасте восемнадцати лет. В одном из номеров был опубликован рассказ The Reign of the Superman, в котором некий профессор смог создать «суперчеловека» при помощи осколка метеорита. В этой истории новый герой являлся второстепенным



персонажем, однако идея прочно засела у создателей в головах и они продолжили работу над ним. Они отрисовали комикс, нашли издателя, но последнему в какой-то момент стал неинтересен этот проект и авторы уничтожили единственный экземпляр комикса, оставив только первую страницу.

Шустер и Сиггел не оставляли попыток рассказать историю Супермена и в 1938 году они обратились в издательство National Allied Publications и продали права на персонажа за 130 долларов (сегодня эта сумма аналогична 2400 долларам). И тут же об этом пожалели, поскольку персонаж моментально стал хитом [2].

Надо отметить, что костюм супермена представляет собой канонический пример облачения супергероя, на основе которого в той или иной степени будут позже созданы все облачения супергероев. Яркие цвета, бросающаяся эмблема на груди, плащ – все это переняли тысячи других персонажей, а сам Супермен за десятилетия практически не менял внешний вид [2].

Итак, феноменальный успех Супермена был доказательством того, что за супергероями будущее. Быстро разрабатывались новые герои и истории, многие авторы пытались разгадать ключ популярности Супермена и применить ее к другому персонажу. У кого-то получилось лучше, у кого-то хуже, а некоторые позже затмили успех первоисточника. Это сделали редактор Вин Салливан, сценарист Билл Фингер и художник Боб Кейн. Где-то в мрачном Готэм-Сити в 1939 году, год спустя после появления Супермена, публике был представлен Темный рыцарь, ныне известный как Бэтмен. Он был простым человеком, который не обладал какими-либо сверхспособностями и мог рассчитывать только на свой острый ум, а также солидный финансовый капитал, что и помогло ему завоевать любовь читателей в короткий срок. Смерть родителей от рук убийцы, произошедшая на глазах у юного Брюса Уэйна (настоящее имя Бэтмена) особенно сблизила читателей с героем [3].

Если Супермен и Диана (чудо-женщина, супергероиня DC Comics, о которой мы поговорим далее) восходят к мифологии, то Бэтмен – продукт американской культуры и образа жизни. Главными источниками вдохновения для создания нового героя послужили классический фильм Маска Зорро, а также два других борца со злом – Фантом и Тень. Именно они собрали образ обычного человека, прячущего лицо под маской и вершащего свое правосудие.

В 1941 году в All Star Comics #8 впервые появляется Чудо-Женщина юная амазонка с безграничной силой, нечеловеческой скоростью и способностью летать. Однако главным её оружием были человечность, милосердие и красота. Чудо-Женщина стала идеалом сильной и независимой женщины.



Создание каноничного трио DC Comics, в которое вошли Супермен, Бэтмен и Чудо-Женщина, совпало с началом участия США во Второй мировой войне. В то время многие сотрудники издательства ушли на фронт и начали бороться с «реальным» злом в виде нацизма. Публикации комиксов рассылались большими партиями на фронт, чтобы поддержать боевой дух солдат.

В конце войны, издательства, в том числе и DC оказались на грани банкротства, но переосмысление и разработка новой концепции старого персонажа Флэша, в выпуске Showcase #4, дали новый толчок популярности комиксов в США [4].

Аудитории пришлось по вкусу новая версия Флэша и DC Comics решили переосмысливать других персонажей. В 1960 году была сформирована Лига Справедливости, в которую вошли Супермен, Бэтмен, Чудо-женщина, Флэш, Зеленый Фонарь и Марсианский Охотник. Лига Справедливости – первое объединение супергероев, которое появилось на страницах комиксов.

Серия комиксов «Кризис на Бесконечных Землях» была выпущена в 1985 году DC Comics, она внесла серьёзные изменения в мир DC и пересмотрела концепцию каждого персонажа. Кризис одно из ключевых событий мира DC. Отныне «Кризис на бесконечных землях» является начальной точкой для описания событий DC, разделяя истории на докризисный и посткризисный периоды [5].

Последнее из наиболее важных событий для DC это полное переосмысление всех серий, которому дали название The New 52. Перезапуск был крайне необходим для DC Comics, читателю были представлены обновленные персонажи, избавленные от бесполезного багажа, накопившегося за долгие годы существования издательства.

Подводя итог, DC Comics по праву можно назвать основателями жанра супергероики, которые задают тренды развития мира комиксов, привлекают новых читателей, расширяя тем самым свою аудиторию. До сих пор их популярность не знает границ, они являются лидерами индустрии комиксов, пройдя долгий путь от зарисовок в газетах к десяткам лет выпуска всеми любимых комиксов, формируют образы персонажей, которые впоследствии определяют стандарты того, каким должен быть супергерой. На сегодняшний день комиксы DC остаются наиболее ярким и общедоступным проявлением массового искусства, которое несет в себе не только развлекательный посыл, но и на примерах бесстрашных героев рассказывают молодому поколению о важности человеческих ценностей [6].

Список использованных источников:

1. Краткая история DC Comics. [Электронный ресурс] https://zen.yandex.ru/media/heroes_rar/kratkaia-istoriia-dc-comics-5aa5a8079d5cb38b50155428



2. И. Кислицын. Книга «Вселенная DC. Заметки на полях» 17-58 с
3. Книга культуролога, специалиста по массовой визуальной культуре Дарьи Дмитриевой «Век супергероев: Истоки, история, идеология американского комикса»
4. Н. Сухорутченко. История DC Comics. Часть первая. [Электронный ресурс] <http://geekcity.ru/istoriya-dc-comics-chast-pervaya/>
5. Н. Сухорутченко. История DC Comics. Часть вторая. [Электронный ресурс] <http://geekcity.ru/istoriya-dc-comics-chast-vtoraya/>
6. Н. Сухорутченко. История DC Comics. Часть третья. [Электронный ресурс] <http://geekcity.ru/istoriya-dc-comics-chast-tretya/>

©Садовник А.С., 2021

УДК 7.05

АКТУАЛЬНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ АНИМАЦИОННОЙ ГРАФИКИ ПРИ ПРОДВИЖЕНИИ РЕГИОНАЛЬНЫХ БРЕНДОВ НА ПРИМЕРЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ ВЫСТАВОЧНЫХ КОМПЛЕКСОВ

Сергин Р.П., Бикташева Д.Р.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Уфимский государственный
нефтяной технический университет», Уфа*

Сегодня во многих государствах в условиях политической, экономической, социально-культурной глобализации наблюдаются тенденции к поиску и развитию средств визуальной идентичности бренда региона.

Одним из таких наиболее эффективных средств является региональный брендинг, главная функция которого заключается в создании и поддержании благоприятного образа территории, что в свою очередь обеспечивает региону большую инвестиционную привлекательность и как следствие улучшает социальный климат [4]. Как правило это реализуется благодаря созданию устойчивых ассоциаций, которые формируются на основе выстраивания эффективной коммуникации бренда территории [10]. Чтобы пробиться через бушующий поток рекламы, максимально точно рассказать о конкурентных преимуществах бренда, а также повысить узнаваемость региона необходима не только отлаженная стратегия донесения идей, смыслов и образа до целевой аудитории, но также необходимы и новые технологии, и дизайнерские решения [4]. Одним из таких средств наиболее эффективной визуальной коммуникации сегодня является анимационная графика.



Именно этим обуславливается актуальность рассмотрения данной темы в контексте продвижения региональных брендов на примере выставочных комплексов международного класса.

Территориальный бренд стремится рассказать о ключевых ценностях, воплощенных в культурных объектах и традициях общества, достижениях нации в сфере культуры, самобытности и наследии регионов. Продвижение культурного объекта или мероприятия должно происходить в соответствии с существующими правилами маркетинга и брендинга с учетом специфики отрасли [4].

Одним из эффективных способов продвижения регионального бренда является международная выставочная деятельность [11]. Привлечь аудиторию контентом в выставочном комплексе – непростая работа даже для опытных маркетологов. Поскольку в условиях выставки посетители достаточно сильно перегружены визуальным шумом, вероятность пропустить какую-либо информацию значительно повышается.

На сегодняшний день специалистами по рекламе широко рассматривается такой инструмент, как анимационная графика [8].

Анимационная графика – это визуальное сопровождение или оформление какого-либо информационного продукта, придающее движение статическому изображению. Это относительно новое направление в дизайне, которое представляет собой сочетание графики и анимации [8].

Востребованность анимационной графики объясняется тем, что с его помощью информация приобретает интерактивный характер. В отличие от текста или искусства, основанных только на типографике, данные технологии позволяют:

- «оживить» привычно статичные объекты и увидеть их с новой стороны;

- создать ощущение объема и показать процессы, которые доступны только воображению;

- демонстрировать чувства и состояния, создавать настроение;

- вызывать различные эмоции и интриговать.

Все это способствует более эффективному привлечению внимания аудитории к продукту и повышению узнаваемости бренда на рынке [2]. Особенность анимационной графики заключается в том, что он оперирует преимущественно динамическими изображениями, тем самым усиливая процесс коммуникации, делая его более выразительным и доступным для восприятия [1]. Поэтому анимационные технологии – это отличная возможность для региональных брендов выделиться из общего потока и донести информацию о себе в считанные секунды [8].

В современной коммуникационной практике информация, представленная в формате анимационной графики, является одним из важных компонентов культуры социума. Данный феномен объясняется



тем, что моушн-дизайн как понятие «визуальные коммуникации» предполагает не только умение воспроизведения художественных средств и образов, но и внедрение их в существующую систему ценностей.

Именно такая специфика дает возможность использования технологий анимационного дизайна в различных социальных проектах, например, для привлечения внимания к проблемам сохранения культурного наследия или продвижения имиджевых региональных акций (рис. 1).



Рисунок 1 – Виртуальные стенды РИФ-2019

Использование традиционных и инновационных технологий анимационной графики в разработке экспозиционного материала, а также знание специфики художественно-образной выразительности, позволяют дизайнеру создать качественный бренд-продукт, который воздействует на посетителя выставки в единстве текста презентации, композиционного решения, визуальных знаков, соответствующих выбранному средству распространения транслируемой информации. Благодаря анимационной графике вероятность запомнить креативную подачу бренда на экране и спустя длительное время узнать его продукцию в условиях повседневной жизни значительно повышается [4].

Анимационная графика сегодня может являться мощным стратегическим инструментом для формирования и укрепления доверия аудитории бренду [8]. Как правило, люди больше склонны доверять тому, что им понятно. У каждого бренда есть сообщение, которое необходимо донести до клиента. С помощью тактики повествования и простой графики – букв, цифр и знаков – анимационные визуальные эффекты помогают людям легко понять сложную концепцию [4]. Такая технология вдыхает жизнь в рекламные баннеры, стенды, вывески, разбивает тему на интересное объяснение, дает возможность аудитории взаимодействовать с брендом и получать необычный опыт впечатлений. Создание сильных ассоциаций и ярких эмоций у посетителей выставочных комплексов способствует более длительным отношениям бренда с потенциальными клиентами и в конечном итоге приводит к формированию устойчивой деловой репутации территориального бренда на мировой арене [8].

В рамках изучения данной темы мы посетили мультимедийный экспозиционный комплекс «Россия – моя история» ВДНХ ЭКСПО УФА. В ходе технической экскурсии по мультимедийному парку нам удалось ознакомиться с такими интерактивными инструментами, как видео-



инфографика, анимация, цифровые реконструкции, проекционные книги и анимационные фильмы.

Среди экспозиций Исторического парка активно применяется 3D-мэппинг – техника трехмерного проецирования видео на физический объект окружающей среды с учётом его геометрии и местоположения в пространстве [12]. Так мы приняли участие в сеансе просмотра купольного контента, лёжа на креслах-мешках.

Уверенно можно сказать, что эта увлекательная и вместе с тем объективная экспозиция дала нам возможность быстро погрузиться в атмосферу исторической эпохи и почувствовать всю грандиозность происходивших событий.

Таким образом, мы исследовали коммуникативные преимущества анимационной графики при продвижении региональных брендов в международных выставочных комплексах.

Бренд территории является одним из важнейших активов национальной экономики. Экспонирование в выставочных комплексах обеспечивает присутствие бренда территории в информационном пространстве и транслирует региональные события вовне. Активная деятельность по связи с общественностью на основе крупных мероприятий способствует сохранению культурного достояния страны, расширению разнообразия, повышению качества и доступности предоставляемых в этой сфере услуг и, как следствие, повышению конкурентоспособности всего региона [4, 8].

В контексте глобализации и интенсификации межкультурных политических и экономических связей логическим следствием становится то, что развитие визуальных технологий имеет значительное влияние на инструменты, выбираемые для создания промо-материала. Полная включенность дизайнера при проектировании и планировании экспозиционных выставочных работ в культурную систему социума выступает важным условием для эффективности языка визуализации.

Стратегическое применение анимационной графики в международных выставочных комплексах – это отличное решение, чтобы в увлекательной и доступной форме рассказать об истории конкретной местности, подчеркнуть региональную идентичность, настроить туристические каналы (рис. 2). Использование данных технологий в процессах маркетинга становится гарантом:

- формирования партнерских связей,
- узнаваемости территориального бренда,
- растущего потока туристов и новых рынков сбыта для ключевых товаров региона [8].



Рисунок 2 – Стенд Москвы на международной выставке Beijing International Tourism Expo (BITE) в Пекине

Креативные, оригинальные графические способы презентации территориальных брендов способствуют усилению активации ценностного и эмоционального потенциала культуры населения, и, следовательно, этот тренд будет продолжать набирать популярность в мировом сообществе [2]. Исследовательская работа по данной теме, на наш взгляд, является актуальной и интересной для дальнейшего изучения.

Список использованных источников:

1. Сергин Р.П. Моушн-дизайн в системе диджитал-айдентики // Бизнес и дизайн ревю. 2020. № 4 (20). С. 8.;
2. Михалина Т.Н., Федоров А.В. Моушен дизайн в современном мире // Бизнес и дизайн ревю. 2020. № 1 (17). С. 9.;
3. Features of the design of animation graphics of educational multimedia edition on the discipline "Draft Geometry". 2020. DOI: 10.1088/1757-899X/944/1/012031;
4. Логунцова И.В. Территориальный брендинг и сфера культуры. 2012 – URL: https://www.marketing.spb.ru/lib-special/regions/brand&culture_ivanovo.htm (дата обращения: 8.11.2021);
5. Шамин А. Анимация логотипа как бизнес-инструмент и новый тренд в брендинге. 2021 – URL: <https://videozayac.ru/blog/animaciya-logotipa/> (дата обращения: 10.11.2021);
6. Шакер И.Т. Креолизированный текст как средство современной коммуникации: вербальная и визуальная составляющие. 2017 – URL: https://www.researchgate.net/publication/331357932_KREOLIZIROVANNYJ_TEKST_KAK_SREDSTVO_SOVREMENNOJ_KOMMUNIKACII_VERBALNAA_I_VIZUALNAA_SOSTAVLAUSIE_C (дата обращения: 10.11.2021);
7. Алексютина О. А. Визуально-коммуникативный аспект графического дизайна в полиграфической рекламе. 2019 – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vizualno-kommunikativnyy-aspekt-graficheskogo-dizayna-v-poligraficheskoy-reklame> (дата обращения: 10.11.2021);
8. Почему цифровая анимация является привлекательной маркетинговой стратегией для вашего бренда? 2020 – URL: <https://mobios.school/blog/pochemu-tsifrovaya-animatsiya-yavlyaetsya-privlekatelnoy-marketingovoy-strategiyej-dlya-vashego-brenda> (дата обращения: 10.11.2021);
9. Казнина О.В. Механизм создания бренда на примере бренда территории. 2017 – URL: <https://mgimo.ru/upload/iblock/fd6/mekhanizm->



sozdaniya-brenda-na-primere-brenda-territorii.pdf (дата обращения: 10.11.2021);

10. Имидж торговой марки: разбираем подробно. 2017 – URL: <http://powerbranding.ru/brending/imidzh-tm/> (дата обращения: 10.11.2021);

11. Актуальность выставочной деятельности – URL: <https://www.expositr.ru/ru/articles-of-exhibitions/aktualnost-vystavochnoj-deyatelnosti/> (дата обращения: 10.11.2021);

12. Всё о видеомэппинге. 2021 – URL: <https://pogumax.ru/vse-o-videomapping> (дата обращения: 10.11.2021).

©Сергин Р.П., Бикташева Д.Р., 2021

УДК 7.05

ПРИМЕНЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ ТРЕКИНГА ПРИ СОЗДАНИИ АНИМАЦИОННОЙ ГРАФИКИ

Сергин Р.П., Шафигуллин Д.Р.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Уфимский государственный
нефтяной технический университет», Уфа*

Если искать какую-нибудь отправную точку для погружения в мир визуальных эффектов, то вряд ли можно найти что-то более фундаментальное и часто используемое, чем трекинг. При создании визуальной графики и эффектов практически невозможно обойтись без использования трекинга. Трекинг позволяет привязать виртуальную камеру к реальной съемке, а значит корректно добавить виртуальный объект в сцену.

Трекинг (от англ. tracking – отслеживание) – это процесс определения местоположения и ориентации движущегося объекта в виртуальной среде. Трекинг активно используется в киноиндустрии, при производстве телевизионной рекламы, трехмерных анимационных мультфильмов и трехмерных компьютерных игр [1].

Существует несколько типов трекинга: 2D-трекинг (он же Pixel Tracking); 3D-трекинг (как часть процесса Matchmoving-a).

Каждый из типов трекинга может использоваться как сам по себе, так и быть частью более сложных процессов, использующихся в компьютерной графике. Нет так же и привязки какого-то одного типа трекинга к конкретному направлению в области компьютерной графики. Например, 3D-трекинг с успехом может применяться, как в киноиндустрии, так и при разработке трехмерных компьютерных игр, а 2D-трекинг нужен, как при производстве телевизионной рекламы, так и при производстве кинофильмов.

2D-трекинг или Pixel Tracking – это отслеживание движения конкретной точки (пикселя) на исходном видео ряде. В результате этого процесса получается траектория движения пикселя, соответствующего движению какого-то объекта в кадре. Возможно отслеживать как одну точку, так и целую группу точек. В качестве отслеживаемой точки обычно берут точку, которая выделяется по цвету, либо по яркости на фоне остальных точек. Это помогает трекеру (программе, выполняющей трекинг) не потерять эту точку в процессе отслеживания и правильно получить ее траекторию движения (рис. 1).



Рисунок 1 – 2D-трекинг в Adobe AfterEffects

В основном данный тип трекинга применяется в композитинге и видеомонтаже в таких индустриях как производство кино и телевизионной рекламы.

Полученные траектории движения точек можно использовать для двух вещей. К ним можно привязывать другие объекты, которые будут в точности повторять движение «отслеженных» точек. С помощью этих траекторий можно стабилизировать видеоряд, который был снят «шатающейся» камерой.

В первом случае трекинг помогает добавлять в видеоряд объекты, которые там первоначально отсутствовали и заставляет их двигаться так же, как и объекты (точки), которые «отслеживались».

Во втором случае бывает необходимо стабилизировать изображение (видеоряд), который был снят камерой без штатива или крана. Очень часто при «ручной съемке» кадры могут дрожать и «шататься». Исправить это помогает трекинг.

Трекинг может выполняться в любом программном обеспечении, которое имеет соответствующие функции. Вот некоторые из программ, которые могут выполнять 2D-трекинг: Adobe AfterEffects, Adobe Premiere, Apple Final Cut, The Foundry Nuke, Eyeon Fusion [2].

Второй тип трекинга – это 3D-трекинг. Мы его рассмотрим как часть процесса под названием Matchmoving.

Матчмувинг (от англ. matchmoving – повторение движения) – это сложный процесс, который позволяет по имеющемуся видеоряду создать трехмерную сцену с цифровой камерой, которая в точности повторяет движение реальной съемочной камеры. Без этого процесса очень трудно представить современное кино и рекламу, которые насыщены компьютерной графикой и визуальными эффектами.

В этом процессе 3D-трекингу отведена роль этапа, на котором по имеющемуся видеоряду отслеживают движения конкретных точек. Как правило их количество значительно превышает десятки и оно в разы больше количества точек, необходимых при обычном трекинге. В результате этого шага получается множество траекторий движения пикселей, соответствующих движению объектов в кадре. «Тречить» (отслеживать) необходимо те объекты, которые в исходном видеоряде (в жизни) были неподвижны – декорации, статичный реквизит и т.п.

Следующий этап в Матчмувинге – это Настройка (Setup) – процесс установления логических взаимосвязей между отслеженными (протреченными) точками. Например, какие-то точки лежат на одной прямой или на одной плоскости. В результате этого шага программа сможет установить соответствие между точкой (пикселом) в плоском видеоряде и точкой в виртуальном (трехмерном) пространстве.

И заключительный этап – Солвинг и финальная настройка (Solving & Fine-Tuning). На этом этапе программа производит вычисления и устанавливает для точек из предыдущего шага приблизительное местоположение. Исходя из местоположения точек в пространстве, вычисляется траектория движения самой камеры. В процессе настройки пользователь вводит дополнительные данные, помогающие программе определить не только траекторию движения камеры, но и ориентацию, и масштаб этой траектории в пространстве. Программе ведь не известно, отъехала ли камера на 5 метров или 2 километра, или же отъезжала она вверх или горизонтально. «Привязывая» отслеженные точки к конкретным позициям в пространстве, пользователь однозначно задает масштаб и ориентацию камеры. Обычно части 2 и 3 повторяются до тех пор, пока результат не станет удовлетворительным (рис. 2).

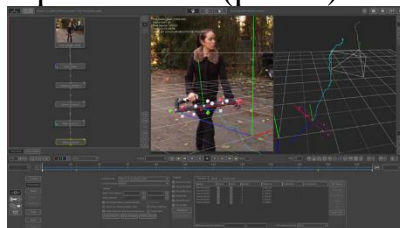


Рисунок 2 – Матчмувинга объекта в ПО PFTTrack.

Лидерами на рынке программного обеспечения, используемого для матчмувинга, считаются такие пакеты как PFTTrack, SynthEyes, Voujou, 3dequalizer [3].

Несмотря на то, что 3D-трекинг выглядит более надёжным и, вроде бы, должен поглотить 2D-трекинг, есть нюансы: 3D-трекинг технически сложнее, он далеко не всегда бывает нужен, а большинство алгоритмов 3D-трекинга основаны именно на 2D-трекинге.

Процесс трекинга, во всех своих проявлениях, сейчас является неотъемлемой частью производства проектов, в которых используется компьютерная графика. С его помощью современные кинофильмы,



анимационные фильмы, компьютерные игры и телевизионная реклама стали более зрелищными и интересными.

Список использованных источников:

1. HORNUNG, E. 2010. The Art and Technique of Matchmoving: Solutions for the VFX Artist. Focal Press.

2. Mike Seymour. Art of Tracking Part 1: History of Tracking [Electronic resource]. – Electronic data. – Washington, cop. 2010. – Mode access: https://www.fxguide.com/xf/featured/art_of_tracking_part_1_history_of_tracking/ (дата обращения: 10.11.2021).

3. Randall Hand. The Pixel Farm releases PFMATCHIT (Update) [Electronic resource]. – Electronic data. – Washington, cop. 2011. – Mode access: <https://vizworld.com/2010/07/pixel-farm-releases-pfmatchit/> (дата обращения: 10.11.2021).

©Сергин Р.П., Шафигуллин Д.Р., 2021

УДК 74.01

**АНАЛИЗ ВИЗУАЛЬНОГО КОНТЕНТА
АККАУНТА БРЕНДА TOMMY HILFIGER
В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ INSTAGRAM**

Шеремет С.Е., Тимохович А.Н.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Государственный университет управления», Москва

Социальные сети стали неотъемлемой частью современной жизни и прямым каналом коммуникации с молодой аудиторией. В частности, социальную сеть Instagram бренды используют для продвижения и общения с молодой аудиторией с возрастными показателями от двадцати лет, в основном это студенты или фрилансеры, уже имеющие собственный доход. Данный факт объясняется тем, что у поколения зумеров лучше развито визуальное восприятие, и значительную часть информации они воспринимают через изображение [1]. В Instagram пользуется популярностью реклама обучающих онлайн-курсов, косметики и одежды. В связи с этим, в рамках настоящего исследования мы будем анализировать визуальную составляющую контента аккаунта фэшн-бренда Tommy Hilfiger в социальной сети Instagram.

В рамках исследования была использована методика, разработанная Филенко С.С., основанная на фиксации параметров визуального контента по заданным критериям [2].

Tommy Hilfiger представляет собой американский бренд одежды премиум-класса, выпускающий одежду, обувь, аксессуары, ароматы и товары для дома. Компания была основана в 1985 году, товары бренда

продаются в универмагах и более 2000 отдельно стоящих розничных магазинах в 100 странах мира.

Аккаунт @tommyhilfiger в Instagram существует с 24 августа 2011 года. Внутри аватара аккаунта расположен символ бренда, что позволяет аудитории быстро идентифицировать торговую марку. Основная информация об аккаунте бренда: 13,6 миллионов подписчиков; в магазине представлено только 2 товара; в шапке профиля есть ссылка на официальный сайт компании; есть большое количество видеороликов в формате REELS; есть актуальные истории, которые представлены в виде коллабораций, моделей, новых коллекций и TommyTalks. В среднем в год публикуется около 320 публикаций, в месяц – около 27 публикаций. В частности, за последний месяц (в период с 25 сентября по 25 октября 2021 года) было опубликовано 44 поста. Целевая аудитория аккаунта представляет собой молодых американских людей в возрасте от двадцати лет, которые стремятся к самовыражению, в том числе через одежду «яркий casual» [3].

В ходе проведения анализа визуальной части контента аккаунта были зафиксированы следующие позиции.

Во-первых, в аккаунте отсутствует единый стиль оформления ленты постов. Данная визуальная архитектура является слабо привлекательной, так как лента аккаунта больше похожа на поиск по хештегу, где люди сами фотографируются и выкладывают свои фотографии с хештегом.

Во-вторых, отсутствуют содержательные скрепы визуального ряда. На фотографиях представлены разные люди, что приводит к ошибочному впечатлению о том, что это аккаунт фотографа, а не бренда одежды (рис. 1).



Рисунок 1 – Аккаунт бренда Tommy Hilfiger в Instagram

В-третьих, нет единого стиля фотографий в аккаунте, что формирует ощущение эклектики, создаётся ощущение, что аккаунт ведут разные контент-мейкеры, которые не могут друг с другом связаться и понять, какой стилистики и концепции придерживаться. Отсутствие единого стиля приводит к разрозненному восприятию контента аккаунта [4].

В-четвертых, в фотографиях не используются повторяющиеся или одинаковые фильтры и цветовая гамма: одна часть публикаций выполнена в пастельных тонах, другая часть выполнена в ярких несочетающихся тонах, что вызывает дискомфорт при восприятии ленты аккаунта.

В-пятых, в аккаунте отсутствуют новости, связанные именно с брендом, а также тематические посты, то есть в аккаунте присутствуют



только фотографии людей. По этой причине содержание бренда теряется, как будто данный канал используется не для продвижения продукции и образа бренда.

В-шестых, в фотографиях аккаунта используются разные ракурсы съемки (на уровне глаз человека, нижний ракурс, верхний ракурс, на уровне земли), что немного оживляет восприятие контента ленты аккаунта, однако, в фотографиях акцент внимания смещается не на одежду бренда, а на людей, демонстрирующих одежду.

В-седьмых, в фотографиях используются контрастивные приемы. В частности, наиболее часто используется прием цветового контраста.

В-восьмых, в аккаунте есть привлекательные динамичные видео новой коллекции бренда в коллаборации с Timberland, однако, самих товаров нет ни в постах, ни в разделе магазин, что прерывает воронку конверсии.

Сделаем выводы о том, что, с одной стороны, аккаунт бренда Tommy Hilfiger активно используется как средство коммуникации с аудиторией бренда (больше тринадцати миллионов подписчиков, большое число постов ежемесячно); с другой стороны, подбор визуального контента для аккаунта требует переосмысления.

Визуальный контент имеет нечеткую смысловую нагрузку, что делает большинство публикаций неинтересными и даже раздражающими. Нет определённой модели или нескольких моделей, которые могли бы использоваться для понимания и конструирования собирательного образа целевой аудитории. Создаётся ощущение, что бренд Tommy Hilfiger позиционируется для всех людей, но при этом ни для кого конкретно. Следовательно, пользователь не понимает в чём дополнительная ценность бренда.

В качестве основных рекомендаций для подбора и размещения визуального контента для аккаунтов фэшн-брендов в социальной сети Instagram можно сформулировать следующие тезисы: в фотографиях делать акцент на продукции бренда; формировать геометрические взаимосвязи между постами; размещать информационные сообщения не только в подписи к постам, но и в визуальной части (наложение текста на изображения); разработать визуальные и содержательные скрепы для постов.

Список использованных источников:

1. Твендж Д.М. Поколение селфи: кто такие миллениалы и как найти с ними общий язык. – М.: Бомбора, 2018. – 336 с.
2. Филенко С.С. Особенности подготовки контента для аккаунтов fashion-брендов в Instagram // Актуальные проблемы управления - 2019: материалы 24-й Международной научно-практической конференции. – М.: ГУУ, 2019. – с. 160-162.



3. Вандербилт Т. Как найти свою целевую аудиторию и стать для нее магнитом. - М.: Бомбора, 2019. – 304 с.

4. Филенко Ц.С., Тимохович А.Н. Художественный образ vs образ в рекламной фотографии: особенности конструирования и восприятия // Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации. Социальный инженер 2017. Сборник материалов Всероссийской конференции молодых исследователей. – М.: МГУДТ, 2017. – с. 186-190.

©Шеремет С.Е., Тимохович А.Н., 2021



Авторский указатель

А

Абрамова А.С., 4
Абулова П.У., 131
Агаева М.Х., 186
Агеева А.А., 6
Али к.К., 190, 216
Андреева Е.Г., 190, 216
Аннина А.В., 194
Афиногентова А.В., 95

Б

Байкова Д.В., 13
Баталова Е.П., 18
Белякова С.А., 21
Бесчастнов П.Н., 106
Бикташева Д.Р., 237
Боровкова В.А., 197
Бугера С.В., 200
Бузькевич А.О., 23
Буцких А.А., 27

В

Вагнер В.В., 31
Васильев А.В., 203
Войнова А.Д., 37
Волкова А.Д., 67
Воронкова А.Е., 209

Г

Гербулова П.Л., 213
Гончарова Т.Л., 41
Горячева А.А., 46
Гришина Н.И., 50
Громова М.В., 4, 18, 109, 128, 144, 146
Гусев И.Д., 216
Гусева М.А., 190, 216

Д

Демьянова М.В., 209

Дергилёва Е.Н., 57, 159

Духанова К.О., 41

Е

Евсеева Д.С., 53
Ёкояма Д., 57
Емельянова А.Н., 60
Ермакова Я.С., 63
Ерохина Е.А., 67

З

Зуева Е.К., 70

И

Иванаева О.И., 134
Иванова Д.К., 74
Исаева П.А., 219

К

Касимович А.А., 77
Клычникова Е.Н., 83
Ковалев А.С., 86
Козырева Л.К., 200
Кондратьева Е.А., 90
Коробцева Н.А., 27
Красова М.В., 95
Кузнецова А.Н., 50
Кузьмин А.Г., 27
Куликова М.К., 37, 74, 83, 117, 120
Кульева П.В., 219

Л

Лазарева Я.С., 223

М

Морозова Е.В., 53, 90, 139, 166
Муртазаева М.Б., 169



Н

Неоронова А.П., 67
Нечаева А.В., 99

О

Овсянюк Д.А., 102
Озерова А.Э., 106

П

Павлюк М.М., 109, 113
Пак Е.А., 219
Панова В.К., 117
Папкина М.С., 227
Портнова Т.В., 186
Прогунова Д.А., 120

Р

Разин И.Б., 216
Рахматова Б.К., 131
Ремнева А.Д., 123, 128

С

Савельева Е.И., 231
Садовник А.С., 234
Сафарян Р.А., 197
Сергин Р.П., 237, 242
Соколова А.С., 134
Соломатова В.Ю., 139
Сухарева Е.И., 144
Сыроватская Н.И., 146, 150

Т

Тимохович А.Н., 223, 245
Туболушкина А.Г., 177

У

Усанбаева Н.Б., 9

Ф

Феданова Е.С., 153
Филенко Ц.С., 155
Фомичёва А.А., 159
Фомова Р.С., 209

Х

Хамраева Д.А., 9
Хлебникова А.К., 162
Холопик Ю.В., 166
Худойбердиева М.А., 169

Ч

Чмелевская П.И., 173

Ш

Шапкина М.С., 177
Шафигуллин Д.Р., 242
Шеболдаев А.С., 197
Шевякова Е.И., 197
Шеремет С.Е., 245
Ширинова К.О., 180
Шнайдер П.А., 183
Шушлякова Е.А., 63, 70, 102, 180

Щ

Щербакова А.В., 123, 162



Научное издание

Всероссийская научно-практическая конференция

«ДИСК-2021»

Часть 3

В авторской редакции

Издательство не несет ответственности за опубликованные материалы.

Все материалы отображают персональную позицию авторов.

Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов.

Усл.печ.л. _____ Тираж 30 экз. Заказ №316-Н/21

Редакционно-издательский отдел РГУ им. А.Н. Косыгина

115035, Москва, ул. Садовническая, 33, стр.1

тел./ факс: (495) 955-35-88

e-mail: riomgudt@mail.ru

Отпечатано в РИО РГУ им. А.Н. Косыгина