ФГБОУ ВО «Московская государственная художественно-промышленная академия имени С.Г. Строганова»

ДЕКОРАТИВНОЕ ИСКУССТВО И ПРЕДМЕТНО-ПРОСТРАНСТВЕННАЯ СРЕДА

Вестник МГХПА

2/2016
Часть 2

ББК 30.182
ISSN 1997-4663

Научно-аналитический журнал по вопросам искусствоведения

«Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА» /Московская государственная художественно-промышленная академия имени С.Г. Строганова. – МГХПА, 2016. – № 2. Часть 2 – 332 с.

Включен ВАК РФ в перечень ведущих научных журналов и изданий для публикации основных научных результатов диссертаций на соискание ученой степени доктора наук.

Учредитель: ФГБОУ ВО «Московская государственная художественно-промышленная академия имени С.Г. Строганова»

Главный редактор: Доктор искусствоведения, профессор А.Н. Лаврентьев

Члены редакционной коллегии:

Аронов В.Р. – Член-корреспондент РАХ, доктор искусствоведения, профессор
Бурганов А.Н. – Действительный член РАХ, доктор искусствоведения, профессор
Бурганова М.А. – Действительный член РАХ, доктор искусствоведения, профессор
Ганцева Н.Н. – кандидат философских наук
Ефимов А.В. – доктор искусствоведения, профессор
Жердев Е.В. – доктор искусствоведения, профессор
Курган Г.И. – доктор философских наук, профессор
Кошаев В.Б. – доктор искусствоведения, профессор
Соловьев Н.К. – доктор искусствоведения, профессор
Малолетков В.А. – доктор искусствоведения, профессор
Майстровская М.Т. – доктор искусствоведения, профессор

Свидетельство о регистрации средств массовой информации
ПИ № ТУ 50-918 от 10.02.2011

Адрес редакции: 125080, Москва, Волоколамское ш., д. 9
тел.: 8 499 158 85 70
e-mail: gantsevan@yandex.ru; strog-nauka2011@yandex.ru

Подписной индекс 81174 в каталоге Роспечати

Выпускающий редактор: Н.Н. Ганцева
Редактор: Ю.Б. Иванова
Художественный редактор, верстка: Ф.В. Шебаршин

© Московская государственная художественно-промышленная академия имени С.Г. Строганова, 2016

Scientific-analytical magazine of art studies

«Decorative Art and environment. Gerald of the MGHPA»/Moscow State Academy of Applied Art and Design named after Sergei Stroganov. – MGHPA, 2016. – № 2. Part 2 – 332 p.

Included by the VAK of the Russian Federation into the list of leading scientific magazines for publication of the basic scientific results of candidate and doctorate dissertations

Publisher: Moscow State Academy of Applied Art and Design named after Sergei Stroganov

Editor-in-chief: Doctor of Art Criticism, Professor Lavrentiev A.N.

Editorial board:

Aronov V.R. – Full-member of Russian Academy of Arts, Doctor of Art Criticism, Professor
Burganov A.N. – Full-member of Russian Academy of Arts, Doctor of Art Criticism, Professor
Burganova M.A. – Full-member of Russian Academy of Arts, Doctor of Art Criticism, Professor
Gantseva N.N. – Candidate of Philosophy
Efimov A.V. – Doctor of Art Criticism, Professor
Zherdev E.V. – Doctor of Art Criticism, Professor
Kurgan G.I. – Doctor of Philosophy, Professor
Koshayev V.B. – Doctor of Art Criticism, Professor
Solovjev N.K. – Doctor of Science, Professor
Maloletkov V.A. – Doctor of Art Criticism, Professor
Maistrovskaja M.T. – Doctor of Art Criticism, Professor

Address of the editorial board: 125080, Moscow, Volokolamskoje shosse, 9
ph.: 8 499 158 85 70
e-mail: gantsevan@yandex.ru; strog-nauka2011@yandex.ru

Subscription index 81174 in the Rospechat catalogue

Managing editor: N.N. Gantseva
Editor: Y.B. Ivanova
Art-director, layout: P.V. Shebarshin

© Moscow State Academy of Applied Art and Design named after Sergei Stroganov, 2016

С.В. Мирзоян

ОСНОВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОЙ ШКОЛЫ ПРОМЫШЛЕННОГО ДИЗАЙНА

В статье говорится об особенностях, своеобразии Санкт-Петербургской школы промышленного дизайна в сравнении с Московской, Харьковской и Уральской школами, об их идентичности и отличиях.

The paper tells about the specific features and distinction of Saint Petersburg school of industrial design in comparison with Moscow, Kharkov and Ural school, about their identity and differences.

Ключевые слова: Центральное училище технического рисования (ЦУТР) барона Штиглица, Ленинградский филиал Всесоюзного научно-исследовательского института технической эстетики (ЛФ ВНИИТЭ), Ленинградское Высшее художественно-промышленное училище имени В.И.Мухиной (ЛВХПУ им. В.И.Мухиной), Санкт-Петербургская Государственная художественно-промышленная академия имени А.Л.Штиглица (СПГХПА им. А.Л.Штиглица).

Keywords: Baron Stieglitz Central School for Technical Drawing (TsUTR), Leningrad branch of All-Russia Research Institute of Technical Esthetics (VNIITE), V.I.Mukhina Leningrad Higher Industrial Arts School (V.I.Mukhina LVKhPU), Saint Petersburg A.L.Stieglitz State Academy of Art and Industry (A.L.Stieglitz SPGKhPA).

Для полноты изучения особенностей Санкт-Петербургской школы промышленного дизайна необходимо сравнить и проанализировать наиболее выдающиеся российские профессиональные школы «промышленного искусства», а в дальнейшем и промышленного дизайна.

В качестве сравнения можно взять четыре школы промышленного дизайна: Санкт-Петербургскую, Московскую, Харьковскую и Уральскую. Причем, первые три — как наиболее устоявшиеся (возникшие примерно в одно время), профессиональные и значимые в изучаемой сфере. Уральская возникла много позже, в 60-х годах XX века. Анализ истории этих основных школ промышленного дизайна России демонстрирует их особенность, сходства и различия. История этих школ, вопрос об их роли в формировании, становлении и развитии отечественного дизайна как самостоятельной ветви рассматривались в научных трудах Ю.В.Назарова, В.Ф.Сидоренко, А.Г.Устинова и др. специалистов.

При явной общности двух старейших отечественных Школ дизайна — Московской, основанной в 1825 г., и Петербургской — в 1876 г. — существует некоторая разница. Особенно это относится к советскому периоду, начиная с 1917 года.

Общность заключалась в том, что обе эти школы давали хорошее образование, в основном, рисовальщиков, умеющих прекрасно копировать и воспроизводить в материале изделия в любом заданном стиле, и, кроме того, общий уровень образования был таким, что выпускники обеих Школ в дальнейшем становились прекрасными живописцами, графиками, скульпторами, искусствоведами, а также прекрасными специалистами в области промышленного искусства. Имена этих выпускников мажорно прозвучали в истории Российской культуры.

При всей сложности оценки характеристики самого понятия «московской» школы (Строгановки) как стилевого явления, преобладание на раннем этапе существования композиций школы в русском стиле объясняется целенаправленной задачей училища и влиянием стилевой и вкусовой ориентации местной художественной среды и культурной жизни Москвы, своеобразие которой оказывало большое влияние на все русское искусство. Этим объясняется и увлечение московской школы орнаментом, стилями, а позднее — формализмом.

Московская школа выгодно отличалась от Петербургской большим демократизмом, реалистической устремленностью, тяготением к новым передовым веяниям. Молодые художники московской Школы,

меньше стесненные академическими рецептами, развивались в более живой и свободной творческой атмосфере. Путь к реализму совершался органичнее, без катаклизмов, которые имели место в Петербургской художественной среде.

Санкт-Петербургская школа промышленного дизайна советского периода развивалась в тесной связи с Ленинградским филиалом Всесоюзного научно-исследовательского института технической эстетики (ЛФ ВНИИТЭ), а у москвичей особой взаимосвязи с научным центром, которым являлось ВНИИТЭ, не было, что очень важно для развития школы. В ЛФ ВНИИТЭ работали, основном, выпускники Ленинградской школы (ЛВХПУ им. В,И,Мухиной), а преподаватели (также выпускники) были работниками ЛФ ВНИИТЭ, и некоторые темы учебных заданий и дипломных работ были идентичны темам дизайн-разработок филиала. Кроме того, значительный след на развитие Санкт-Петербургской школы промышленного дизайна оказала и работа над крупными научно-исследовательскими темами. Например, работа преподавателей, работников Научно-исследовательского сектора (НИС) и студентов по теме «Космос» и др. Надо сказать, что изначально НИС был образован по инициативе основателя Школы Иосифа Александровича Вакса в послевоенное время, и, кроме всего, этот сектор предоставлял возможность бедным студентам зарабатывать [1]. Совместная работа — одна из особенностей Санкт-Петербургской школы промышленного дизайна.

Главное в развитии Санкт-Петербургской школы промышленного дизайна — ее умение адаптироваться к ситуации. Менялась ситуация — менялась и Школа. Школа отвечала на возможную потребность в восстановлении народного хозяйства, на потребность в специалистах данного профиля, на требования рынка. После войны Школа подготавливала мастеров, которые занимались реставрацией. Большое влияние на Школу оказывали преподаватели, в основном, архитекторы, тем более что дизайн гораздо более связан с архитектурой, нежели с декоративным искусством. В Санкт-Петербургской школе промышленного дизайна чувствовалось незримое духовное сообщество нескольких поколений учителей и учеников. Атмосфера любви к профессии и любовь к школе, к ученикам, что, так же, как

и любовь учеников к педагогам, составляло доброжелательную атмосферу, характерную для этой Школы. Успех Санкт-Петербургской школы промышленного дизайна был обеспечен не только за счет художественного дарования и способности учеников, но и за счет таланта учителей, атмосферы любви к искусству, к ученикам, которые способствовали успеху учеников и Школы. Эта традиция прослеживалась и прослеживается, начиная с послереволюционного периода (октябрь 1917 г.) и до наших дней.

Высокообразованные педагоги, получившие образование в «дореволюционной» России, компенсировали в определенной степени оторванность от западного мира своим интеллектом, поэтому фундаментальное образование было лучше, чем на Западе, но в гибкости и креативности, в «чувстве времени» они уступали, что можно оправдать и объяснить «железным занавесом».

Очень важна и роль музея декоративно-прикладного искусства при СПГХПА, который, в отличие от Московского (музея при МГХПА им. С,Г,Строганова), сохранен и имеет международное значение. Воспитание и обучение учащихся на шедеврах монументального и декоративно-прикладного искусства в дальнейшем определило лицо Ленинградской реставрационной школы, которую отличали высокий профессионализм, тонкий вкус, безошибочное чувство стиля.

Феномен Санкт-Петербургской школы промышленного дизайна уникален во всем, в том числе, и в основном развитии и в своем влиянии на практику отечественного промышленного дизайна. Создание Московской и Ленинградской художественных школ, подготовивших высококвалифицированные кадры для художественной промышленности, декоративно-прикладного искусства, позволило быстро и качественно восстановить разрушенное и строить новое, реставрировать памятники архитектуры, монументальной живописи, скульптуры, декоративного искусства.

Значимость любой профессиональной Школы — в результатах и достижениях, в сохранении традиций, в развитии Школы в соответствии с запросами общества и уровнем научно-технических достижений цивилизации.

Многие преподаватели дизайна, в основном, поколение, которое

прошло школу основателя Ленинградской школы промышленного дизайна И.А.Вакса, с самого начала трудовой деятельности сделали дизайн-педагогику смыслом своей жизни так же, как и те подвижники, которые, проработав много лет проектировщиками, исследователями, накопив большой опыт в практике дизайна и продолжая работать проектировщиками-практиками, пришли в педагогику для передачи знаний своим ученикам.

После войны под влиянием образовательной системы ЦУТРа барона Штиглица и ВХУТЕИНа продолжала формироваться Ленинградская школа промышленного дизайна. Был принят и развит, европейский подход, архитектурная основа проектирования, т.е. проектно-художественный (дизайнерский) подход. Благодаря высокому инженерно-художественному уровню, систематической подготовке высококвалифицированных специалистов мы можем говорить о становлении Санкт-Петербургской школы промышленного дизайна.

Вообще, школа, особенно в период до 1964 года, воплощала в себе многие лучшие черты советского дизайна периода его становления. В 1954–1959 гг., т.е. в середине и к концу 50-х годов, когда в нашей стране вновь повысился интерес к дизайну и когда опыт первого этапа развития советского дизайна оказался прочно забытым, в ЛВХПУ состоялся выпуск первых специалистов — по сути, дизайнеров, в том числе, в области автомобилестроения. Все выпускники этого периода были направлены на заводы и предприятия СССР и в дальнейшем составили гордость Санкт-Петербургской школы промышленного дизайна.

Сегодня Санкт-Петербургская школа промышленного дизайна развивается усилиями нескольких вузов, в которых преподают наши выпускники, имеющие опыт работы на производстве. В педагогике дизайна основой является преемственность знаний, сохранение и развитие информационных «массивов», традиций и передача их следующим поколениям.

Значимость любой профессиональной Школы — в результатах и достижениях, в сохранении традиций, в развитии Школы в соответствии с запросами общества и уровнем научно-технических достижений цивилизации.

В период 50–60-х годов и позднее до середины 80-х педагоги

темы учебных и дипломных работ максимально приближают к промышленному производству, задачам промышленного дизайна, а не к прикладничеству, Несмотря на постоянные переименования, Санкт-Петербургская школа промышленного дизайна со времени ее основания, начиная с 1943 г. (от ЛХУ до СПГХПА им. А.Л.Штиглица), сохраняет свои многолетние традиции, в чем и заключается специфика существования и ведущий принцип Школы. И хотя преподаватели училища, в массе своей, избежали репрессий, преследования отдельных людей, безусловно, сказались на состоянии искусства и культуры в целом. Отечественный дизайн и архитектура были отброшены на десятки лет назад. Произошло насильственное отлучение советской художественной культуры от всего мира. Не последнюю роль сыграл «железный» занавес, когда преподаватели и студенты не могли выезжать за рубеж, а западные специалисты не приглашались. Буквально «через дорогу» существовал великолепный финский дизайн, который был ближе и территориально, и по характеру, и которого не заметили так же, как не заметили и Баухаус. Студенты не были знакомы с прекрасным финским дизайном. Позднее, уже в 90-х годах, финны приезжали в училище со своими работами и даже устраивали совместную выставку-конференцию в стенах училища: «Скандинавский и Российский пути». Перечеркивание опыта конструктивизма и других движений как своих, так и западных, борьба с «формализмом», с «космополизмом», «преклонением перед Западом» — все это отбросило культуру назад, перевернуло развитие (и повернуло вспять), в том числе и Ленинградской школы промышленного дизайна. Преподаватели училища не работали в Европе, а западные — в Ленинграде. Советские студенты не учились в западной школе, а западные — в Ленинграде, поэтому никто ничего не знал о западном дизайне и архитектуре. Лишь в начале 60-х годов начался обмен между студентами училища студентами западных художественных вузов т.н. «социалистического лагеря» (Чехословакия, Венгрия, ГДР и т.д.), организовывались поездки преподавателей для ознакомления с работой этих вузов. Во время этих поездок и студенты, и педагоги могли убедиться в высоком качестве продукции, а также понять, какое важное значение придается в странах «социалистического лагеря» вопросам дизайна, продукции, которые были обусловлены

высокой культурой производства, вкусом и техническим искусством. И в тоже время и студенты, и преподаватели видели, что в Польше, например, подготовка дизайнеров носит экспериментальный характер, в Венгрии дизайн был органически связан с прикладным искусством, что характерно и для Чехословакии.

В Школе было ускоренное «перерастание» прикладничества в художественное конструирование — в дизайн. Связь кафедры с производством, научно-исследовательскими, проектными институтами и конструкторскими бюро позволяла студентам в процессе учебы разрабатывать реальные проекты, внедряемые в производство.

Санкт-Петербургская-Ленинградская школа промышленного дизайна всегда стояла особняком: она эволюционировала от традиций декоративно-прикладного искусства через художественно-конструкторский подход к концептуально-дизайнерскому пониманию, основанному на концептуально-системном мышлении и инновационном проектировании. В Школе был более развит европейский подход, опора на архитектурно-строительные чертежные основы. Специфика школы ЦУТР-ЛВХПУ-СПГХПА рождалась, исходя из органического использования исторического наследия.

Однако, несмотря на существующие традиции, которые уже сложились и были «отшлифованы» к настоящему времени художественной практикой (например, дисциплинами художественного цикла), по-прежнему существует проблема дизайнерского образования.

Санкт-Петербургская школа промышленного дизайна, несмотря на общность тем и сходство поставленных задач с Московской школой промышленного дизайна, демонстрировала более консервативный

(как и в Санкт-Петербургской Императорской Академии художеств) подход по сравнению с «демократическим» характером Московской школы.

Картина становления Санкт-Петербургской школы промышленного дизайна будет неполной без сравнения не только с Московской школой промышленного дизайна, но и с Харьковской школой, и с Уральской, а также с зарубежными школами.

Что касается Харьковской школы промышленного дизайна, по истокам традиций Харьковский художественно-промышленный

институт (ХХПИ) сродни старейшим нашим вузам такого профиля, как МВХПУ и ЛВХПУ им. В.И.Мухиной. Эти истоки — во второй половине XVIII века, когда были заложены основы профессионального художественного образования на Украине, а главное, в этих школах была общая система традиций — это традиция взаимопроникновения художественного и инженерно-технического образования.

Истоки профессионального художественно-промышленного образования в украинском регионе восходят к 1869 году, когда была открыта вторая в России — после училищ гр. Строганова в Москве – школа Марии Дмитриевны Раевской-Ивановой. Хотя это учебное заведение официально именовалось Школой рисования, по сути своей оно было художественно-промышленным, и появление в Харькове именно такого одного из крупнейших центров промышленности к концу прошлого века было исторически обусловлено. Идеи проектного творчества (в период индустриализации) исходили в Харьковской школе, в основном, не из художественной, а из инженерно-технической среды, в этом сходство с Уральской школой дизайна. Харьковские паровозы отличались от отечественных и зарубежных аналогов меньшим применением декоративных элементов, несущих украшательский характер, что было устойчивой тенденцией стилизаторства, модного в конце 30-х годов. Тот же «стиль мышления» — степень целесообразности, экономичности — был характерен и для харьковских проектировщиков авиационной промышленности, наиболее престижной и прогрессивной на протяжении 20–30-х годов, (так же, как и машиностроение). В их изделиях отсутствовало копирование обтекаемых «авиационных» форм, а превалировала степень целесообразности. Процесс разрушения, проходивший в стране в 40-е годы, не миновал и Харьков. Возрождение художественно-промышленного образования в начале 60-х годов здесь оказался чрезвычайно трудным. И, тем не менее, в 1962 году на базе Харьковского государственного художественного вуза образовался Харьковский художественно-промышленный институт (ХХПИ), где открылся факультет промышленного искусства, а затем и отделение художественного конструирования, где в основном преподавали архитекторы. Это роднит Харьковскую школу дизайна с Ленинградской в период ее становления и восстановления. ХХПИ обеспечивало

дизайнерскими кадрами тяжелую и авиационную промышленность, в чем проявляется сходство с УралГАХА (оба вуза располагаются в регионах машиностроения и тяжелой промышленности).

Специфика Уральской школы промышленного дизайна определяется, прежде всего, ее географическим положением, наличием городов, специализирующихся, главным образом, на тяжелой индустрии и машиностроении. Естественно, что этот регион требовал огромное количество не только инженерно-технических кадров, но и дизайнеров. Базой для их подготовки стал Уральский политехнический институт, из которого в 1972 году выделился Свердловский архитектурный институт, где в 1998 году на факультете промышленной архитектуры находилась кафедра промышленного дизайна Уральской государственной архитектурно-художественной академии (УралГАХА). Официальной датой учреждения Школы считается 1968 год — год создания кафедры промышленного искусства в Уральском филиале Московского архитектурного института. Более солидная по сравнению с другими Школами, база технической подготовки специалистов по дизайну, особенно в первые годы становления, изначально была отличительной чертой Уральской школы, которая всегда ориентировалась на изделия тяжелого машиностроения. Сам путь зарождения Школы не от декоративно-прикладного искусства, как в МВХПУ и в ЛВХПУ, а первоначально в стенах технического, а затем архитектурного вуза, ведущая роль базовой архитектурной специальности отразились на становлении учебного процесса во взаимодействии с методами инженерного и архитектурного проектирования, обусловили понимание роли в подготовке именно промышленных дизайнеров. Однако в дальнейшем произошло постепенное размывание специфики Школы, сократилась машиностроительная тематика, может быть, из-за того, что расширился круг объектов учебного проектирования. И, тем не менее, одна из сильных сторон Уральской школы — это инженерно-техническая подготовка студентов; она и определяет характер особенности УралГАХА, что объединяет ее с Харьковской школой дизайна.

Кроме Харьковской и Уральской школ, в СССР существовал дизайн небольших балтийских республик: Латвии, Литвы, Эстонии, которые

отличались от других школ дизайна. Если в эстонской художественной культуре важное место, кроме бытовых изделий, занимает искусство жилого и общественного интерьера, в литовском — интерьеры и экстерьеры заводов, то в латышском дизайне, кроме интерьеров общественных и жилых помещений, — средства транспорта: автобусы, автопоезда, аэродромное оборудование, трамваи, поезда, мопеды, мотоциклы, радиоприемники, телефонные аппараты, транзисторы, пульты управления, детские коляски, музыкальные инструменты, изделия бытового назначения, холодильники, изделия института электроники и вычислительной техники и другие изделия. Дизайн Латвии получил известность далеко за пределами своей страны. Можно сказать, что деятельность латышских дизайнеров, в том числе и довоенных, явилась, несомненно, вкладом в российский дизайн («русского» и советского периодов) и в общечеловеческую современную культуру. Большинство известных живописцев, художников декоративно-прикладного искусства, скульпторов, сценографов в свое время закончили ЦУТР барона Штиглица и заложили основу художественной культуры Латвии, стали создателями художественного образования Латвии. Среди них — создатель герба и денежных знаков Р.Зариньш, автор государственного флага Латвии и ее первой марки А.Цирулис, основатели профессиональной латышской скульптуры, среди которых — автор памятника «Родине и Свободе» Т.Залькалн, скульптор Э.Мелдерис, известные живописцы Отто и Уго Скулме и многие, многие другие. Дизайн балтийских республик отличается самобытностью, носит отпечаток местных традиций, общий высокий эстетический уровень культуры. Для него характерна аскетичность, чистая, ясная логическая форма, новаторские решения.

Говоря о дизайне, нельзя не упомянуть дизайн европейских стран социалистического лагеря: Польши, Чехословакии, Венгрии, Болгарии, ГДР и других стран. Во многом приемы дизайна в этих государствах сходны, хотя отличаются друг от друга по уровню, развитию, по культурным традициям и по производственным возможностям. Всеобщим признанием пользовались изделия ГДР: сельскохозяйственные машины, различные бытовые приборы, автомобили, железнодорожные вагоны, станки, завоевавшие мировое

признание. Получили известность автобусы «Икарус», вагоны метро, бытовые изделия, мебель сравнительно небольшой страны Венгрии. В Польше создавали корабли, строительную и дорожную технику, кухонные плиты. Чешские хрусталь, стекло, керамика, мебель очень популярны во всем мире. Высокие эстетические качества выпускаемой в Чехословакии продукции обусловлены высокой культурой производства, вкусом. Пользовались успехом болгарские погрузчики, станки, всевозможные инструменты, мебель, телефонные и электронные аппараты и т.д. Все эти изделия, выпускаемые в странах, имеющих очевидную разницу как в культурном, так и в промышленном уровне, обладают высоким эстетическим уровнем и с успехом экспортировались в десятки стран мира.

Хотя советский дизайн многое позаимствовал из творческого наследия западного дизайна, не будем останавливаться на зарубежных национальных школах дизайна, имеющих характерные отличия: функциональный, рациональный германский дизайн, чистый, аскетичный скандинавский дизайн, итальянский дизайн, образцы которого представляют эстетический эталон, а некоторые находятся в авангарде мирового дизайна, японский дизайн, обусловленный высочайшей культурой национального изобразительного искусства и всего, что составляет окружающую человека предметную среду; свободный, с коммерческим направлением, рассчитанный на рыночный успех, с короткой историей — американский дизайн, ищущий за пределами своей страны и затем уверенно «смешивающий» увиденное. Лицо американского дизайна на десятилетия определил прогресс скоростного транспорта.

Но об английском дизайне хочется сказать чуть подробнее, так как в Англии дизайну придают очень большое значение. Об этом можно судить по тому, что семинар по проблемам развития дизайна (в 1987 г.) проходил под председательством премьер-министра М.Тэтчер, а на специальном семинаре, под председательством министра образования М.Бейкера, рассматривалась программа по введению основ дизайна в общую систему образования. В результате дизайн был включен в обязательную школьную программу [2].

В нашей средней школе дизайн пока не включен в программу.

Роль высшей школы отечественного промышленного дизайна — в сохранении традиций, национального культурного наследия, творческих достижений и профессионального мастерства, и тогда дизайнерское образование будет готовить специалиста, способного конкурировать на рынке труда, так как от решения этой задачи и будет зависеть судьба школы промышленного дизайна и самого отечественного дизайна.

Примечания:

1. Архив И.А.Вакса. 1919 –1986 гг. — С. 150.
2. Открытое письмо правительствам СССР и республик, руководителям промышленности, деятелям культуры // Техническая эстетика. — 1990. — № 10. — С. 1.

Библиография:

1. Архив И.А.Вакса. 1919–1986 гг. — 450 с.
2. Ленинградская школа дизайна. Опыт подготовки дизайнеров ЛВХПУ им. В.И.МУХИНОЙ: Методические материалы. Серия «Дизайн-образование». — М., 1990. — 100 с.
3. Открытое письмо правительствам СССР и республик, руководителям промышленности, деятелям культуры // Техническая эстетика. — 1990. — № 10. — С. 1.
4. Уральская школа дизайна. Опыт подготовки дизайнеров в Свердловском архитектурном институте. Методические материалы. Серия «Дизайн-образование». — М., 1989. — 115 с.
5. *Горонков Е.С.* Зарождение и становление дизайнерского образования на Урале // Исторический очерк. — Екатеринбург, 2010. — 109 с.
6. *Вихарева Н.И.*Рождение новой профессии (по воспоминаниям З.Н.Быкова) Люди, события факты. — М., 2006. — 127 с.

О.М. Санду

«ДОМ-КОВЧЕГ» КАК ОТРАЖЕНИЕ ХУДОЖЕСТВЕННО-ОБРАЗНОЙ СИСТЕМЫ СКАНДИНАВСКОЙ КАРТИНЫ МИРА

В статье рассмотрена художественно-образная система скандинавского мировоззрения и ее воплощение в формах традиционного «длинного дома». Дихотомия статичного и динамичного образа жизни позволяет охарактеризовать жилище как «дом-ковчег».

The article deals with art-shaped Scandinavian world system and its embodiment in the form of traditional «long house». The dichotomy of static and dynamic lifestyle allows us to characterize dwelling as a «house-ark».

Ключевые слова: образ мира, Мировое древо, скандинавский «длинный дом».

Keywords: image of the world, the World Tree, the Scandinavian «long house».

В каждую эпоху формируется особое духовное содержание, выраженное в совокупности представлений о мире и сущности жизни с ее системой ценностей. Традиционное мифологическое мировоззрение также направлено на понимание происхождения и устройства мира. Как отмечает В.Н.Топоров, «мифы создают картину раннего, донаучного мировоззрения народа, выражают понимание им причинной связи между явлениями» [1]. Основные содержательные аспекты картины мира обобщаются в наглядно-чувственных образах.

Дом в традиционном мифологическом мировоззрении, помимо

материального содержания, иллюстрирует духовную эволюцию человека, его мировоззрение. Как справедливо отмечает Г.Гачев, «по дому можно изучать воззрение народа на мир — как он его понимает» [2]. Дом как образ мира рассмотрен в работах Т.В.Цивьяна, А.К.Байбурина, М.А.Сухановой, В.Б.Кошаева и др.

Мифологическая модель мира разворачивается в контексте универсальных философских категорий: «порядок-хаос», «сакральное-профанное», «пространство-время». Они задают принципы построения материального мира. Категория «порядок-хаос» является *структурируюим принципом* и отражает идею «правильного» развития, в процессе которого происходит упорядочение пространства. В отношении «сакральное-профанное» моделируется *сакральный принцип* создания материального мира. Его смысл заключается в том, что прообразом земной жилой структуры становится духовный божественный мир, который в мифологическом мировоззрении представлен часто образом «рая». При этом в «профанном» мире жилое пространство зачастую становится местом проведения культа. Категория «пространство-время» представлена *статическим и динамическим принципами*. Каждый из этих принципов в мифологической модели мира поддержан *мировоззренческими образами***.**

Мировоззрение древних скандинавов сложилось еще до принятия христианства и представлено в текстах «Старшей Эдды» и «Младшей Эдды» С.Стурлусона XII века н. э., «Деяний датчан» датского хрониста Саксона Грамматика, «Германии» Тацита. Попытки структурировать картину мира мы находим у Ж.Дюмезиля, Е.М.Мелетинского, М.И.Стеблин-Каменского, А.Я.Гуревича, У.Х.Ларсена и других. Одни исследователи считают, что в скандинавском мировоззрении отсутствует целостная картина мира. Сами саги представляют собой отдельные гимны и песни, а мир в них состоит из девяти частей.

Е.М.Мелетинский одним из первых обозначил скандинавскую мифологию как систему, в которой отражена модель мира. В ее основе лежит представление о строении Космоса как «пространственно-временного континуума» [3]. И хотя есть мнения, что эта система



Рисунок 1. Скандинавские образы мира: Вальхалла и Мировое древо

искусственно достроена и используются конструкты, чуждые самим скандинавам, изучение их образа жизни и материальной культуры доказывает обратное.

В основе мифопоэтической картины мира скандинавов лежат дологические образные представления. Основные мифологические сюжеты позволяют выделить наиболее значимые образы мира: *Мировое древо, Мидгард, «верхний» мир богов Асгард с расположенным в нем раем, Вальгаллой, образы «жизненного пути» — конь Одина, мост Биврёст и «солнечная ладья»*. Именно они в обобщенном виде дают представление об устройстве вселенной, о материальной культуре человека и его жилище.

В центре скандинавской модели мира расположен *Мидгард,* «срединный» мир, населенный людьми. Вокруг него враждебные земли, поэтому для защиты людей боги возвели вокруг стену. Все обитаемые земли окружены мировым океаном, в котором находится временно обузданный богами змей *Йормунганд*. Он изображается свернувшимся, повторяя известный символ Уроборос.

Мидгард в картине мира скандинавов является статичным образом концентрической формы и описывается в виде круга с вписанным в

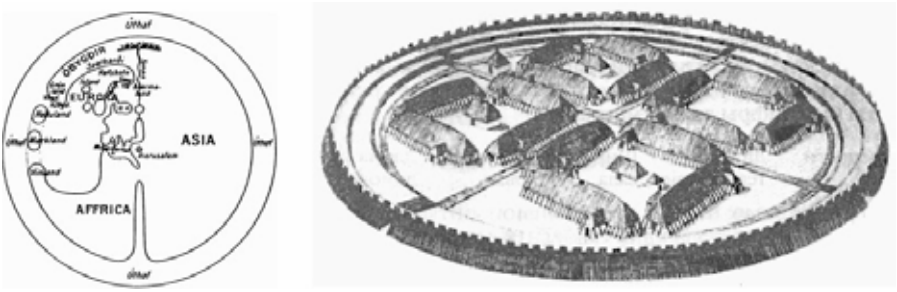


Рисунок 2. Норманский «круг земной» и крепость Фюркат (Дания)

него квадратом, ориентированным по сторонам света [4]. Его четыре угла были приподняты в качестве опор. Для поддержания неба по углам боги посадили карликов Аустри, Вестри, Норди, Сурди (Восточный, Западный, Северный и Южный). Эта фигура напоминает геометрическую космограмму, свойственную мифам многих народов. Она символизировала сотворение мира из бесформенного Хаоса в правильных формах. В сагах Мидгард олицетворяет земную стихию, подчеркивается его замкнутость, отгороженность. Образ змея Йормунганда олицетворяет мобильность, Хаос и водное измерение.

В «верхнем» мире боги выстроили свое обиталище, крепость Асгард. Здесь помещался «*рай*» для павших воинов, Вальхалла (рис. 1). Сюда попадали воины, с честью погибшие в битвах. Властитель этих палат — бог Один. Образ Вальхаллы выражает *сакральный принцип* картины мира скандинавов. Дворец Одина отождествляется с Мидгардом и становится идеальным прототипом для земного мира. По описаниям из саг Асгард напоминает типичное укрепленное поселение Европы периода железного века, окруженное недружественным миром и противостоящее ему.

Динамический принцип занимал важное место в скандинавском мировоззрении и нашел отражение в ряде «*образов пути*», которые приобретают двойное значение: дорога как физико-географический объект и дорога как жизненный путь. В сагах часто встречаются примеры путешествий. Например, бог Один был вечным странником и перемещался между мирами на восьминогом коне Слейпнире. На камне VIII в с о. Готланд изображен Один на коне в «Зале Павших» (рис. 3)



Рисунок 3. Мифологема «пути»в и изображениях коня Одина с готландского камня VIII в. [15], «путешествующего» по небу Солнца (ок. 1000 г. до н. э.) и «солнечной ладьи» (VIII–IX вв., о. Готланд) [16]

[5]. Древний скандинав рассматривал свою жизнь как путь в Вальхаллу. По некоторым представлениям, попасть в рай можно было по крутой и неприступной хрустальной горе, гладкой, как яйцо, или по радужному мосту Биврёст, который, соединял Асгард с другими мирами.

Сохранились представления о солнце, путешествующем по небу. У Спрокхоффа описано как днем солнце передвигается по небу на колеснице, а ночью по земле на лодке. Это представление пришло в Скандинавию из Центральной Европы (рис. 3) [6]. В древности миф о «солнечной ладье», в которой умершие переправлялись в мир иной, был распространен в разных культурах, особенно в Древнем Египте.

Динамическая картина мира в представлениях скандинавов изображена на памятном камне VIII–IX вв. с о. Готланд [7]. В верхней его части находится большой солнечный диск, в центре два малых диска, вокруг которых обвились драконы, они обозначают движение светила в пространстве и времени. В нижней части изображено Мировое древо и «солнечная ладья» (рис. 3).

Описанные мифологемы — «конь Одина», «мост Биврёст», «солнечная ладья» — представляют собой динамические образы «жизненного пути» как достижения идеала.

В «Прорицании Вёльвы» представлен главный мифологический образ, *Мировое древо «Иггдрасиль»*, соединяющее небо, землю и подземный мир (рис. 1). Корнями и кроной оно объемлет все сущее: на нем держатся небо, облака, звезды и миры. *Систематизирующий принцип* этого образа отражен в его названии «древо меры», которое конструктивно размеряет Вселенную» [8]. Этот образ является основополагающим в скандинавском мировоззрении и иллюстрирует целостность.

Несомненно, образы сложились под влиянием природных, социальных и хозяйственно-экономических условий, однако в качестве целостной модели мира они сформировались в традиционном мировоззрении и стали инструментом для гармоничного устройства рукотворной материальной среды скандинавов.

Образы мира нашли отражение в представлениях скандинавов об устройстве реального географического пространства. По аналогии с концентрической формой Мидгарда, скандинавские земли в «Круге Земном» С.Стурлусона [9] описываются в виде диска суши, который омывают воды Мирового океана. Средиземное и Черное моря делят мир на три континента — Азию (на Востоке), Европу (на западе) и Страну черных людей (на юге). Мировой океан завершает целостный образ картины мира, объединяя ее статическое и динамическое морское измерения.

Древние скандинавы устройство мира напрямую связывали со своей обыденной жизнью, поэтому образы мира нашли отражение в обустройстве жилища, в его композиции, зонировании, конструкции и декоре дома.

Мир людей Мидгард, окруженый враждебными землями, ассоциировался с огороженной усадьбой, которая состояла из множества разных построек. В центре располагался главный дом. Устройство первых укрепленных городов-крепостей IX–XI вв. Аггерсборг, Фюркат и Треллеборг, обнаруженных в Дании, повторяет статический образ Мидгарда [10]. Планировка усадьбы викингов, крепостей из Дании имеют значительное сходство с «земным кругом» и «верхним миром» богов, Асгардом (рис. 2).

Наиболее типичной формой скандинавского жилища стала конструкция «длинного дома» викингов. Исследователи считают, что этот тип был унаследован от общегерманского периода и превратился в символ эпохи, региона и этноса [11]. Его отличительной чертой является принцип совмещения в одном помещении бытовых и хозяйственных функций. Дом в длину достигал от 12 до 50 метров, его ширина ограничивалась протяженностью поперечной балки не более 5 м.

В тех районах, где было много древесины, дома строили на деревянных каркасах. В середине стояли два ряда мощных столбов,



Рисунок 4. Ладьеобразные формы «медового» зала (реконструкция, Музей Лофотр, Норвегия) и форма крыши в виде лодки (реконструкция, Фюркат, Дания)

которые несли на себе тяжесть крыши по всей длине здания. В этой конструкции дома, построенной на столбах, отразились образы мира. В «Саге о Вельсунгах» описано, как конунг строил дом: «Строить велел так, чтобы посреди палаты росло огромное дерево, и ветви того дерева с дивными цветами ширились над крышей палаты, а ствол уходил вниз... и звали его родовым стволом» [12].

В строении скандинавского «длинного дома» читаются формы корабля: две длинные стены дома ближе к концам матицы заметно загибались в верхней части. Считается, что эта традиция восходит к первобытным временам, когда на дома вместо крыши клали перевернутую лодку (рис. 4) [13]. На основе такой конструкции в Скандинавии эпохи викингов развивается особая разновидность «длинного» дома — *дом «треллеборгского» типа*. В Фюркате (Дания) реконструированы дома с закругленными боковыми стенами и прямыми торцами, имевшие форму ладьи. Начиная с V в., эта форма использовалась и при строительстве *«медовых» залов*, резиденций правителей и их придворных. Найден пример такого здания на Лофотенских островах (рис. 4). Прототипом длинного дома и «медового» зала скандинавов стали палаты Одина, Вальхалла, которые представлялась в сагах в виде пиршественного зала.

В таких странах с суровым климатом, как Ирландия или Гренландия, древесины было мало, поэтому местные жители строили дома из кубов дерна, поставленных на массивное каменное основание [14]. Они были полузаглубленными, что помогало местным жителям спасаться от холодов. Вес тяжелой крыши распределялся на внутренний каркас,



Рисунок 5. Длинный дом из дерна, XII в. (Стёнг, Исландия), гармонично сочетает в себе статичные и динамичные формы

поэтому в стенах прорубали проходы в дополнительный комнаты. Этот ход повысил уровень комфорта и позволил выделить личное пространство. Крыша постепенно переходила в стены и выдерживала вес взрослого человека. На ней играли дети и грелись на солнце собаки. С годами дерновые дома как бы врастали в почву и сливались с пейзажем, напоминая издали небольшие холмы.

Каркас дома обкладывался дерном в несколько слоев. Для строительства его нарезали длинными прямоугольными кирпичиками, которые укладывали «в елочку» (рис. 5). Впоследствии этот рисунок превратился в популярный скандинавский декор.

Образ «*пути*» в жилищной тематике воплотился в корабле, который заменял скандинавам дом в походах и торговых путешествиях путешествиях. При этом корабль выполнял задачи, присущие дому. Его вместимость, как и «длинного дома», соответствовала численности семей в 50–100 человек. Свое название военные корабли драккары получили от драконовой головы на корабельном носу и хвостообразной кормы. Это еще раз подчеркивает принадлежность корабля морской стихии, ведь в мифах вода олицетворялась с земеем (драконом), Йормунгандом. Корабль ассоциировался с конем Одина и с «солнечной ладьей», став средством передвижения павшего в мир иной. Как отметил А.А.Хлевов, погребение с кораблем стало этноопределяющим элементом жизни скандинавов, по представлениям которых умерший отправлялся в рай на Огненном Корабле. Вокруг многих погребений эпохи позднего бронзового века в Восточной Швеции и Дании камнями выкладывался силуэт лодки. Такие композиции имитировали погребальные ладьи и были очень похожи на длинный дом.



Рисунок 6. «Каменный корабль» (о. Готланд, Дания), погребальная ладья норвежской королевы Осы и орнамент в стиле «Большого Зверя»

Образ «пути» вместе с тематикой корабля стали частым сюжетом в декоративном искусстве скандинавов. Орнаментальные мотивы в «Стиле Большого Зверя» (рис. 6) отражают то, что викинги наблюдали ежедневно — корабельные снасти, канаты, сети для рыбной ловли. Это подтверждает и традиционный для них образ змея-дракона, который также ассоциировался с кораблем.

Мировоззрение скандинава связывает идею стабильного защищенного существования семьи и жизни как вечного изменения, движения. Эта дихотомия отразилась и в жилище, которое объединяло в себе две ипостаси — статичный сухопутный «дом-крепость» и мобильный морской «дом-корабль». Благодаря системности скандинавского мировоззрения, эти два качества объединяются в один образ «дома-ковчега», который обладал удивительной целостностью, сочетая в себе разные стороны картины мира скандинавов.

Библиография:

1. *Топоров В.Н.* Модель мира (мифопоэтическая)/ Мифы народов мира: Энциклопедия. Т. 2. — М., 1980. — С. 161–166.

2. *Гачев Г.* Национальные образы мира. Космо-Психо-Логос. — М., 1995. — 480 с.

3. *Мелетинский Е.М.* Скандинавская мифология как система // Труды по знаковым системам, VII. Памяти Петра Григорьевича Богатырева. Уч. зап. Тартусского гос. ун-та. Вып. 365. — Тарту, 1975. — С. 38–51.

4. *Петрухин В.Я.* Мифы древней Скандинавии. — М.: АСТ, Астрель, 2011. — 464 с.

5. *Хлевов А.А*. Предвестники викингов. Северная Европа в I–VIII веках. — Спб.: Евразия, 2002. — 336 с.

6. *Дэвидсон Х.Э*. Древние скандинавы. Сыны северных богов / пер. с англ. А.Б.Давыдовой. — М.: ЗАО Центрполиграф, 2008. — 186 с.

7. *Петрухин В.Я*. Указ. соч.

8. *Мелетинский Е.М*. Указ. соч.

9. *Будур Н*. Тигры моря. Введение в викингологию. — М., 1996.

10. *Лебедев Г.С*. Эпоха викингов в Северной Европе и на Руси. — СПб.: Евразия, 2005. — 640 с.

11. *Хлевов А.А*. Указ. соч.

12. *Хлевов А.А*. Там же.

13. *Симпсон Ж*. Викинги. Быт, религия, культура. — М.: Центрполиграф, 2005.

14. *Байок Д*. Исландия эпохи викингов / пер. с англ. И.В.Свердлова. — М.: Corpus, Астрель, 2012. — 912 с.

15. *Джонс Г*. Викинги. Потомки Одина и Тора. — М.: Центрполиграф, 2010.

16. *Королев К.М*. Скандинавская мифология. Энциклопедия. — СПб.: Мидгард, 2007. — 585 с.

С.В. Мкртчян

АССОЦИАТИВНО-КОММУНИКАТИВНОЕ ЗНАЧЕНИЕ ДИЗАЙНА

В статье рассматривается ассоциативно-коммуникативная функция дизайна как способа формирования ценностно-прагматических ориентаций потребителя и как средство управления его поведением. Рассматривается комплекс вопросов, связанных с ассоциативно-коммуникативной функцией, являющейся одним из способов познания социальной сущности человека и отражающей вовлеченность дизайна в стремительно разрастающиеся в современном обществе информационные процессы.

The article examines the associative-communicative function of design as a way of forming the value of pragmatic attitudes and consumer as a means to control its behavior. Discusses the complex issues associated with associative-communicative function is one of the ways of perceiving the social essence and reflecting the involvement of design in the rapidly expanding information processes in modern society.

Ключевые слова: дизайн, коммуникативное значение, ассоциации, контекст

Keywords: design, communicative value, associations, context.

Постоянное расширение диапазона исследовательских и проектных методов — одна из характерных сторон современного дизайна. Этот процесс — естественный результат проникновения дизайна практически во все сферы общественной практики и включения в поле профессионального воздействия прежде чуждых дизайну объектов и явлений. Среди множества методов самым распространенным является

сформированное на добытом десятилетиями опыте и на результатах, подкрепленных авторитетом традиции, общепринятое понимание дизайна как некоторой системы средств, используемой в сфере проектно-интеллектуальной деятельности и нацеленной на художественное формообразование. При этом принято считать, что художественное формообразование «должно обладать максимальной практичностью, видимой простотой и одновременно — отражать фундаментальные основы мироустройства и миропонимания» [1, с. 144].

Современные дизайнеры давно уже пришли к убеждению, что дизайн не ограничивается простым формообразованием, а является комплексным методом проектирования. Метод этот неразрывно связан с профессиональным анализом разнообразных социальных вопросов, ассоциативно-коммуникативных взаимоотношений между потребителями, предметным окружением и дизайнером, т.е. вопросов, непосредственно относящихся к коммуникативной функции дизайна. Коммуникативная функция, в свою очередь, «осуществляет связь между людьми в пространстве и времени посредством дизайнерского художественного образа или объекта, способствующего “обнаружению себя в другом” (К.Ясперс)» и «реализуется посредством художественного языка графических изображений и рукотворных предметов, охватывая обе сферы коммуникативного воздействия» [2, с. 112].

Одной из форм проявления коммуникативной функции дизайна является информационный взаимообмен, обратная связь, основанная на ассоциациях, вызываемых как непосредственно предметами, так и комплексами, сочетаниями предметов. С этой точки зрения дизайн можно рассматривать как проектную дисциплину, выполняющую ассоциативно-коммуникативную функцию и сохраняющую при этом прагматическую установку, которая распространяется на все области общественной практики. Ассоциативно-коммуникативная функция дизайна является, по сути, способом индуцирования в потребителе определенных ценностно-прагматических установок и, следовательно, средством управления поведением потребителя. Поэтому исследование именно этой функции дизайна, воздействующей, в первую очередь, на потребительское поведение людей и на осмысление предметной среды, представляется чрезвычайно своевременным и актуальным.

На современном этапе развития дизайна как системы средств фиксации в предметах проектной идеи, логического развертывания этой идеи и передачи человеку информации о ней, ассоциативно-коммуникативная функция подчеркивает вовлеченность самого дизайна в стремительно разрастающиеся в современном обществе информационные процессы. Дизайн в своих разнообразных ипостасях — системно-формальной, функциональной и коммуникативно-прагматической — выступает как гибкое и эффективное средство гуманизации этих процессов, дающее возможность рассматривать общественные явления как единство частного и обобщенного, субъективного и объективного.

Исследование комплекса вопросов, связанных с ассоциативно-коммуникативной функцией дизайна, в широком смысле, является одним из способов познания социальной сущности человека. Дело не только в том, что потребительские особенности формируются под влиянием различных случайных или целенаправленных проектных воздействий дизайна, не только в том, что, в конечном счете, любые потребительские ориентации выражаются в дизайнерских формах, не только в том, что реализация продукта дизайнерской деятельности подразумевает определенную форму социального бытия. Важнее то, что дизайнерская деятельность предполагает индивидуализацию и гуманизацию формальных выражений предметной среды как средства социальной коммуникации. Такое представление о субъективном как результате интериоризации объективного лежит в основе ассоциативно-коммуникативного значения дизайна. Широчайший диапазон перспектив, открываемых подобным пониманием дизайна, — от внешней, подлежащей дизайнерскому воздействию, формы — к внутреннему миру человека как субъекта, к его индивидуальности, — и есть основное значение ассоциативно-коммуникативной функции как способа, подразумевающего особый вид воздействия дизайна на процесс формирования предметной среды в частности и организации общественной жизни в целом.

Дизайн невозможен вне общественной практики, дающей результирующую оценку дизайнерского творчества как динамической совокупности различных объектных характеристик: пользы, красоты, функции, образа, символа, знака и т.п. Именно обусловленность

общественной практикой привела к осознанию значения ассоциативно-коммуникативной функции дизайна. Постижение этой функции профессиональным дизайнерским сообществом расширило границы привычных представлений о методе, объекте и предмете дизайна. В теоретические исследования стали вовлекаться понятия, ранее считавшиеся не свойственными дизайну, но, тем не менее, характеризующие его коммуникативную функцию и стимулирующие, применительно к современным условиям, постановку новых задач, что в итоге дает возможность осмысления популярных дизайнерских проблем с новых позиций. Осмысление дизайна как ассоциативно-коммуникативной системы противопоставляется давно существующему взгляду на дизайн как на систему имманентную, закрытую, где все, что не укладывается в парадигму обычного формотворчества, отвергается как объект или явление, не поддающееся дизайнерскому влиянию. Между тем, современные исследования показывают, что дизайн имеет ассоциативно-коммуникативную ориентацию. Его структурные параметры определяются коммуникативной направленностью. Более того, единство материальных, функциональных, прагматических и семантических характеристик объектов дизайна выступает как единица коммуникации.

Ассоциативно-коммуникативную функцию дизайна можно понимать как некую «диалогическую» форму общения между дизайнером и потребителем. Это метафорическое сравнение противопоставляется распространенному мнению о том, что художественное творчество, областью которого является дизайн, чаще всего «монологично», когда коммуникативный процесс — это лишь наставнический монолог реализующего себя творца с мировоззрением, зачастую не вовлеченным в общественно-социальные процессы. Дизайн — если не единственная, то одна из редких областей художественного творчества и науки, не мыслимая вне обратной связи, вне непосредственного общения с человеком. Дизайн не может абстрагироваться от конкретного адресата, он по сути своей демократичен, и потому «диалогичность» и «коммуникабельность» являются обязательными условиями его существования.

Интерес к ассоциативно-коммуникативной функции дизайна диктует необходимость рассмотрения самого процесса коммуникации. Для этого придется отвлечься от эмпирической данности конкретного предмета и рассмотреть его в разных сопутствующих обстоятельствах, т.е. в контекстах среды — специально препарированных, разнохарактерных, организованных, материально-смысловых, динамических систем для разноаспектного понимания, описания и проектного преобразования в среде объектов и их комплексов [3, с. 121]. При таком подходе к рассмотрению поставленного вопроса нет необходимости говорить об отдельном эмпирическом существовании объектов дизайна, но можно и необходимо говорить о заложенном в них или приобретенном в процессе функционирования в различных контекстных ситуациях среды коммуникативном значении. Ассоциативно-коммуникативное значение предметов невозможно вне контекстов среды. Благодаря контекстам предметы могут обретать иное, иногда не соответствующее первичному смыслу, содержание. Именно способность присвоения предметам нового содержательного смысла, обеспечивающего формирование адекватной коммуникативной связи, придает контексту качество коммуникативной единицы, транслирующей информацию о социальной, культурной и ценностной значимости среды и направляющей поведение и потребительские предпочтения людей. Содержание информации отражает взаимодействие первичных (проектных) значений предметов с контекстной ситуацией, влияющей на получение человеком сведений, адекватных данной средовой ситуации. В таком коммуникативном взаимодействии активизируются ассоциативные значения предметов, приводящие к образованию ассоциативного образа среды. Контекст как коммуникативная единица представляет собой некую систему предметов, соотнесенных по формальным, функциональным, композиционным и т.п. признакам и актуализированных как в своей смысловой, логической, так и в материальной, предметной структуре. Актуализация смысловой, содержательной и предметно-логической структуры контекста делает его средством трансляции разного рода информации, начиная от проектных идей дизайнеров и заканчивая

накопившимся в среде в течение времени содержанием. Уровень коммуникативного потенциала контекстов среды определяется степенью интерпретируемости закодированной в них информации. Коммуникативный потенциал контекстов стимулирует и направляет акт смысловой интерпретации человеком предметного окружения.

В качестве объекта дизайна предметную среду можно рассматривать как совокупность различных коммуникативных средовых систем (функциональной, композиционной, стилевой, тематической). Каждая из этих систем может актуализироваться не только в процессе восприятия и освоения человеком среды, но и при непосредственном преобразующем вмешательстве дизайнера с целью передачи проектной идеи или трансляции какого-либо целенаправленного содержательного смысла (идеологического, художественного и т.п.). Следует отметить, что результаты ассоциативно-коммуникационного действия дизайна не всегда совпадают с намерениями, мотивами и целями субъектов коммуникационного процесса в предметной среде. Реакции (поведенческие, ценностные и др.) потребителей на коммуникационный процесс могут быть непредсказуемыми и неожиданными. Однако это не значит, что реакция субъектов непредсказуема для дизайнеров и не подвластна дизайнерскому воздействию. Дело в том, что ассоциативно-коммуникативная функция дизайна не ставит своей целью доказательство неких абсолютных истин, оставляя право выбора за человеком в зависимости от выбранного им контекста восприятия и осмысления предметной среды. И действительно, в основе поведения даже самого заинтересованного субъекта лежит не столько реальная оценка дизайнерских решений в среде как объективных фактов с соответствующей им объяснительной схемой, сколько просто убежденность в истинах (иногда основанных на вероятностных соображениях), вытекающих из контекстов среды. Следовательно, коммуникативная функция дизайна может быть эффективной только при ориентированности проектных действий на контексты среды, когда контексты понимаются как «каналы» передачи информации для адекватного восприятия субъектом проектной идеи, как эффективное условие, обеспечивающее процесс коммуникации. Информация о проектной идее, передаваемая через контексты, представляет собой

коммуникационный процесс, ориентированный во времени от настоящего к будущему. Информация не просто транслируется в будущее, она определяет коммуникативную связь между будущим и прошлым, при этом обеспечивая долгосрочную актуальность контекстов среды.

Реализация ассоциативно-коммуникативного значения дизайна предопределена коммуникативным потенциалом контекстов среды. Чем интенсивнее коммуникативный потенциал контекстов, тем действеннее коммуникативное значение дизайна. Подобное динамическое взаимодействие предполагает постоянное изменение внутреннего состояния взаимодействующих сторон. С одной стороны, возможны структурно-содержательные трансформации контекстов и, как последствие, изменения в ценностных восприятиях субъектов того или иного контекста. С другой стороны, вероятны проектно-методологические нововведения в дизайн, включение в профессиональный арсенал методов из параллельных дисциплин.

Ассоциативно-коммуникативная функция дизайна регулируется некоторыми установками, которые неосязаемы, но могут быть эксплицированы по двум видам. К первому виду можно отнести те случаи, когда коммуникативный потенциал контекста становится инструментом осуществления ассоциативно-коммуникативной функции дизайна и выступает не только как посредник переосмысления и передачи информации, не только как средство для ее адекватного восприятия и осмысления, но и как способствующий генерации проектной идеи фактор, изначально обеспечивающий прямую доступность этой идеи потребителям. Ко второму виду относятся случаи, когда коммуникативная функция дизайна реализуется вне зависимости от контекстов, в прямых отношениях с потребителем, т.е. когда субъект воспринимает продукт проектного творчества как нечто абсолютное, в высшей степени эстетичное, не требующее контекстной интерпретации — как данность. В таких случаях становится очевидным акт целенаправленного коммуникативного воздействия дизайна на потребителя. При этом под целью понимается достижение человеком определенного поведенческого состояния, соотносимого с проектной идеей.

Целенаправленное воздействие предполагает рассмотрение стратегии действий, возможной лишь при наличии в конкретном социуме системы характеризующих его ценностей и норм. Тогда воплощенная в предмете проектная идея воспринимается как превалирующая ценность. Зачастую она может не соответствовать ценностям и нормам данного социума, но, тем не менее, напрямую, целенаправленно, минуя контекстное осмысление, предопределяет коммуникативное поведение потребителя. Вместе с тем, далеко не всякая проектная идея, материализованная как предмет, может быть ценностно значимой, имеющей утилитарно-прагматическое или культурное значение для потребителя — даже после переосмысления ее в контекстах среды. В таких случаях возникает необходимость подтверждения значимости всевозможных нововведений (проектных идей) вербальными, графическими, аудиовизуальными средствами (реклама, брендинг и т.п.)

Ассоциативно-коммуникативная функция дизайна характеризуется мерой значимости предмета как носителя проектной идеи. Мера значимости во многом определяется ассоциациями, генерируемыми предметами в процессе восприятия вложенной в них проектной идеи. С позиции дизайна под ассоциативно значимой информацией подразумевается проектная идея, влияющая на поведенческие характеристики потребителя.

Часть информации, содержащейся в проектной идее и включенной в ассоциативно-коммуникативный процесс, может специально предназначаться дизайнером для воздействия на контексты среды. Подобного рода воздействие, сокращающее или переосмысливающее влияние контекстов, нацелено на корректировку ассоциативного воображения и потребительской воли человека и выступает как своеобразный регулятор потребительских предпочтений и ориентаций. При этом дизайнером могут применяться как вербальные, так и невербальные (форма, материал, цвет) средства достижения цели.

Мера ассоциативной значимости может получить количественное выражение. В некоторых случаях тиражируемый в массовом производстве предмет обладает мерой значимости, прямо пропорциональной тиражу. В других случаях значимость предметов

может оказаться и обратно пропорциональной тиражу. При этом в обоих случаях предметы могут иметь одинаковое функциональное значение. Например, скамьи на трибунах стадиона менее значимы по своим формальным, содержательным, смысловым параметрам, чем единичная скамья, вписанная в композицию какого-либо памятника и генерирующая ассоциации, связанные с осмыслением значимости этого памятника. До тех пор, пока потребитель не нуждается в особенно точном уяснении содержания предмета и ограничивается его функционально-прагматическим смыслом, он не очень стремится к оценке его формы, которая, по сути, призвана обеспечить коммуникативную связь с автором проектной идеи и способствовать процессу освоения этой идеи. Но как только задачей потребителя становится уяснение содержательного смысла и образа предмета, он уже не может довольствоваться функционально-прагматическим смыслом формы, которая в этом случае становится транслирующим образно-ассоциативное значение предмета средством и обеспечивает ассоциативный «диалог» с автором проектной идеи. В свою очередь, проектная идея, заложенная в предметы, перестает быть исключительной собственностью сознания автора, поскольку она обращена к потребителям и освоена ими. Формальные же решения предметов, выражающие проектную идею, обеспечивают коммуникативную связь и адекватное восприятие этой идеи. При этом восприятие, интерпретация, освоение, оценка происходят в соответствующем средовом контексте.

Ассоциативно-коммуникативная функция дизайна призвана обеспечить направленную связь между дизайнером и потребительской аудиторией. Эту связь образуют предметы и их комплексы — материальные носители информации. Направленная связь имеет социальную природу. Она осуществляется с помощью передачи проектной идеи адресной или коллективной аудитории. Соответственно, передача смысла идеи может быть направлена либо адресно-конкретному потребителю, либо большой или малой социальной группе. Когда отдельно взятый потребитель интерпретирует и осваивает вложенную в предмет и ориентированную на какую-либо социокультурную группу проектную идею (при этом ассоциативно сопоставляя эту идею с собственными ценностными установками и нормами), он определенным образом

осознает свою принадлежность к этой группе. Освоенная таким образом проектная идея не только информирует потребителя об эстетических, функциональных и других достоинствах предмета, но и социально и культурно ориентирует его.

Ассоциативно-коммуникативная функция дизайна имеет немаловажное значение и как метод преодоления пространственно-временного барьера, который отделяет момент зарождения и воплощения проектной идеи в предмете от будущих средовых систем функционирования.

Восприятие проектной идеи связано с воздействием предметов как носителей информации на некоторую социально-коммуникативную систему, разделенную с самим предметом в пространстве и во времени. Ассоциативно-коммуникативный процесс предполагает преодоление этого пространственно-временного барьера. Трансляция информации о предмете как процесс преодоления барьера представляется либо как причинно-следственная последовательность ассоциаций, идущих от автора проектной идеи (и воспринимаемая потребителем как данность), либо происходит в границах того или иного контекста среды на фоне структурно организованных ассоциаций. Причинно-следственная последовательность ассоциаций как способ передачи и представления информации в ходе коммуникативного процесса в большей степени соответствует требованиям оперативной регуляции потребительского поведения людей. Трансляция информации о проектной идее через контексты на фоне контекстных ассоциаций необходима для вероятностного прогнозирования событий в потребительском поведении. Процесс прогнозирования вероятностен, поскольку контексты среды в любом случае оказывают переосмысливающее влияние на проектную идею и присваивают предмету не предусмотренные на проектном уровне ассоциативные значения. В реальности, выделенные способы ассоциативно-коммуникативной связи между автором проектной идеи и потребителем определяют и дополняют друг друга.

Рассмотрение ассоциативно-коммуникативной функции дизайна не является поиском нового объекта, а переакцентуацией дизайнерской проектно-исследовательской деятельности.

Ассоциативно-коммуникативное значение дизайна приобретает особую важность в социальном аспекте, при разработке таких социально ориентированных объектов дизайна, как, например, реклама и бренд. Эта функция дизайна, бесспорно, не в состоянии полностью заменить традиционные методы проектирования. Вместе с тем, она делает возможным повлиять в процессе разработки на такие факторы, как отношение, деятельность, процесс и т.п., не подвластные традиционным проектным методам.

Библиография:

1. *Фрейверт Л.Б.* Архетип в художественном формообразовании современного дизайна // Полигнозис. — 2011. — № 3–4. — С. 144–156.

2. Техническая эстетика и дизайн: Словарь. — М.: Академический Проект; Культура, 2012. — 356 с. — (Summa).

3. *Мкртчян С.В.* Контекст как понятие средового дизайна // Вестник ОГУ. — 2015. — № 2.

С.В. Мкртчян

АССОЦИАТИВНО-ОБРАЗНОЕ ВОСПРИЯТИЕ ПРЕДМЕТОВ В КОНТЕКСТАХ СРЕДЫ

В статье рассматривается влияние контекстов среды на ассоциативно-образное восприятие утилитарно-прагматических и смысловых особенностей предметных составляющих средовых ситуаций. Анализируется и оценивается смысловая роль ассоциативно-образного восприятия в процессе интеграции в единое целое характеристик разных контекстов и стимуляции формирования ассоциативного образа как формы освоения среды.

The article discusses the influence of contexts of environment associatively shaped perceptions of utilitarian-pragmatic and semantic features of the substantive components of environmental situations. Analyzed and evaluated the semantic role of associative pattern perception in the process of integration into a whole different contexts characteristics and stimulation of formation of an associative image as a form of development of environment.

Ключевые слова: архитектурно-дизайнерская среда, ассоциативно-образное восприятие, ассоциативная интерпретация, контексты среды, система, связи, структура.

Keywords: architectural-design environment, associatively shaped perception, interpretation, associative contexts of environment, a system of communication structure.

Проблема ассоциативно-образного восприятия окружающей действительности является сегодня весьма актуальной. Об этом свидетельствуют многочисленные исследования в различных

научных дисциплинах, анализирующие разнообразные аспекты проблемы. Работы психологов, социологов, психофизиологов, литературоведов, лингвистов, специалистов по теории информации, культурологов, искусствоведов, архитекторов и дизайнеров подтверждают неоспоримое значение ассоциативного восприятия в формировании и развитии мировоззренческих, поведенческих, культурных особенностей каждого человека и общества в целом. Рассуждая о широком общекультурном значении ассоциативно-образного восприятия, А.Моль отмечает, что «сила культуры в существенной степени зависит от вероятностей ассоциаций» [1, с. 40]. По тому же поводу И.Л.Совранский пишет: «Важную роль в реализации коммуникативно-творческого (эстетического) процесса играют ассоциации, составляющие неотъемлемую принадлежность социокультурного фонда данного общества» [2, с. 125]. В различных исследованиях доказывается, что формирование пространственных ориентиров и адекватность поведения в окружающей среде являются отражением субъективной системы знаний человека, которая, в свою очередь, есть результат процесса ассоциативно-образного восприятия, интерпретации и оценки реальной действительности. При этом подчеркивается, что восприятия субъективны, поскольку зависят от личностных, духовных, эмоциональных и чувственных характеристик человека, и одновременно объективны, поскольку детерминированы объектами реальной действительности.

Многоаспектность и разнообразие взглядов на проблему ассоциативно-образного восприятия архитектурно-дизайнерской среды приводят к осознанию его системности и, соответственно, к применению системного подхода. Такой подход предполагает разработку универсальных принципов, нацеленных на эффективное рассмотрение специфики ассоциативно-образного восприятия содержания и формы предметных структур среды. Однако среда не статична, она изменчива во времени и пространстве. Поэтому рассмотрение проблемы возможно лишь в постоянно меняющихся, но конкретных в каждый данный момент средовых ситуациях, при определенных содержательных и смысловых взаимоотношениях, происходящих в реальном времени как взаимодействие между

человеком и его предметным окружением. В силу этого, при рассмотрении вопроса ассоциативно-образного восприятия такого неоднозначного и многогранного социокультурного явления, как архитектурно-дизайнерская среда, универсальные принципы могут оказаться малоэффективными. Тем не менее, системный подход к рассматриваемой проблеме неизбежен в силу его универсального, обобщающего различные научные знания свойства. Дальнейшие рассуждения основаны на понимании ассоциативно-образного восприятия как элемента системы «восприятие-человек-среда», где рассматривается ассоциативно-образный аспект восприятия, а среда представляется как система контекстов.

Цель настоящей работы — рассмотреть своеобразие диалектической связи ассоциативного восприятия и контекстов архитектурно-дизайнерской среды. Показать специфику формирования ассоциативного образа предметных единиц в зависимости от контекстной структуры средовых ситуаций.

В архитектурно-дизайнерской среде предметные единицы фиксируют результат творческого самовыражения и наглядно воспроизводят эмоциональные переживания дизайнеров и архитекторов, стремящихся к эффективному воздействию на чувственный мир и субъективные ощущения человека. При этом они выступают в роли средства коммуникации между творцом и человеком, воспринимающим и интерпретирующим суть результата творчества. Однако контексты среды как критерий интерпретации смысла и значимости предметов вносят коррективы в процесс коммуникации. Они являются средством вторичного осмысления предметных единиц и раскрывают их содержание в том направлении, в котором действуют свои структурные закономерности.

Ассоциативное восприятие предметных единиц непосредственно зависит от структур контекстов как выразителей смысловой целостности среды. Контексты, влияющие на восприятие предметов в среде, способствуют формированию ассоциаций при утилитарном и смысловом освоении предметно-понятийного значения средовых единиц. Восприятие предметно-понятийного значения предмета одновременно с его контекстным смыслом приводит к образованию

различных ассоциаций. Эти ассоциации возникают в результате одновременного видения и интерпретации разнообразных явлений, связанных общими признаками, имплицитно осознаваемыми человеком как единство функции, формы и образа.

Условия для смысловой реализации предметных единиц среды формируются на основе ассоциативно-образных связей между предметными единицами и актуализирующим смыслы этих единиц контекстом. Контекст отграничивает предметные единицы от совпадающих с ними по форме, конструкции и функции, но имеющих иные смысловые и содержательные значения предметов. Смысловое и образное отграничение предметных единиц под влиянием контекстов можно считать одним из проявлений ассоциативного восприятия сопровождающегося образованием многогранных и сложных ассоциативных образов, отличающих предмет от себя подобных. Свойство отграничения и корректировки образно-смыслового значения предметных единиц контекстами нагляднее всего выражается во внутренних контекстах среды, в процессе непосредственного ассоциативного восприятия средовых ситуаций. Внешние контексты, охватывающие практически все внутренние контексты, действуют «дистанционно», и ассоциативное восприятие предметов происходит больше на подсознательном уровне, чем на уровне непосредственных утилитарно-прагматических отношений человека с предметным окружением [3]. Ассоциации в этом случае становятся более содержательными и выражают глубинные морально-этические переживания человека. Таким образом, и само ассоциативное восприятие, и процесс образования ассоциаций необходимым образом связаны со смысловой глубиной и содержательной широтой контекстов. На этом основании можно выдвинуть предположение о значимости того или иного контекста среды. Определение значимости подразумевает рассмотрение уровня генерирующей ассоциации потенциала контекстов. Одни контексты могут способствовать появлению однозначных, сиюминутных ассоциаций, другие — появлению ассоциаций отсылочных, связанных с воспоминаниями человека, третьи — глубоких ассоциаций связанных с этническими, культурными и

социальными характеристиками человека. Контексты среды можно представить как своеобразную шкалу, по которой измеряется степень содержательности возможных ассоциаций и определяется их тематическая направленность.

Ассоциативно-образное восприятие предметных единиц среды происходит на основе функционального или смыслового соотнесения с другими средовыми единицами — структурными элементами различных контекстов или элементами, взятыми из другого вида среды. Ассоциация актуализируется как в рамках выбранного контекста, так и во взаимоотношениях разных контекстов. Действие этого механизма актуализации проявляется во взаимопроникающих связях контекстов: в ассоциациях, вызванных предметами по признакам одного контекста, обнаруживается влияние признаков других, иногда нескольких контекстов. Взаимосвязи контекстов среды согласовываются и актуализируются категориальными структурными составляющими (пространство, объект, субъект) самой среды. Вероятностные изменения значимости одного из них могут привести к появлению самых неожиданных значений других и, следовательно, повлиять на контексты и вызванные ими ассоциации. Предметы, рассматриваемые в разных контекстах, не теряют признаки других контекстов. Эти признаки конденсируются в содержании предмета, выражаются в образно-смысловых значениях, иногда обнаруживаются в формально-композиционных и конструктивных решениях и стимулируют образование ассоциаций в новом контексте. Конденсация собственных признаков в одном элементе и демонстрация собственных качеств в соответствующем структурном элементе — свойства всех контекстов. Отражение характеристик целого в его части является системным свойством, подтверждающим системную природу контекстов среды. Именно системность контекстов, обусловленных линейными и нелинейными внутренними связями и связями с другими контекстами, — один из стимулов появления самых разнообразных ассоциаций. Поэтому ассоциации в аспекте системной организации контекстов представляются в виде совокупности признаков разных контекстов, придающих им свойство многозначности и непредсказуемости.

Внутри этих совокупностей существуют семантические, прагматические, образные, логико-смысловые, метафорические, ассоциативные системы связей (взаимоотношений). Связи определяют и направляют коммуникативно-интерпретационную функцию контекстов среды, благодаря которой предметные единицы втягиваются в ассоциативные отношения, часто нехарактерные для них, в пределах одного контекста. И, как результат, в некоторых сочетаниях контекстов становится возможным ассоциативный переход от контраста к сходству, от сходства к смежности и т.д., со всеми возможными вариациями. Например, ассоциативное сходство трона и кабинетного кресла в контексте функции устанавливается на основе общего предметно-понятийного значения. В сочетании контекстов функции и образа эти предметы ассоциируются по контрасту, дифференцированно демонстрируя их отношение к разным представителям общества. В сочетании с контекстом социальной принадлежности пользователей как руководителей появляются смежные ассоциации, когда восприятие одного вызывает в памяти другое. Похожая диалектическая неделимость притягивания и отталкивания ассоциаций создает возможность одновременной реализации как эмоциональной, коммуникативно-интерпретационной функции контекстов, так и их контрастного сопоставления.

Возможность ассоциирования и установления ассоциативных связей между структурными элементами контекстов в процессе восприятия средовых ситуаций обусловлена многоплановостью, многослойностью структуры среды. Ассоциативное восприятие — не простое линейное сопоставление разных предметов по каким-либо общим признакам. Такое сопоставление привело бы к неэффективному функционированию коммуникативно-интерпретационного значения контекстов. Ассоциативное восприятие — сложноорганизованная структура смысловых отношений. В ее пределах каждый элемент контекста реализует свои ассоциативные потенции за счет связей с другими элементами того же контекста или с элементами других контекстов, причем не только ближайших (внутренних), но и отдаленных (внешних). В рамках этих смысловых отношений и определяется ассоциативное

восприятие как форма коммуникативно-интерпретационного освоения среды. Ассоциативное восприятие отдельных предметных единиц возможно лишь в определенных средовых условиях и зависит от места, занимаемого предметом в проецируемой в сознании человека контекстной структуре среды.

Способность ориентироваться в контекстной структуре при ее ассоциативном освоении развивается в поведенческой активности человека. Поведенческая активность отражает весь накопленный человеком социальный опыт, и этот опыт мобилизует из памяти воспринимающего все, что может помочь ему в процессе ассоциативного восприятия. Специфика восприятия при заданных средовых ситуациях обусловлена содержащимися в среде как в социокультурном образовании разными формами отношений, демонстрирующими разносторонность человеческого опыта. Механизм ассоциирования предполагает многократное обращение к различным контекстам, сосредоточение внимания человека на разных, иногда второстепенных характеристиках предмета. Это способствует адекватной ассоциативной интерпретации заданных средовых ситуаций. Таким образом, поведенческая активность человека, основанная на его социальном опыте, является условием актуализации и аргументации механизма ассоциирования в процессе восприятия архитектурно-дизайнерской среды.

Ассоциативное восприятие предметных единиц и интенсификация содержания среды с целью выявления ее образного, эмоционально-чувственного значения непосредственно связаны с ассоциативно-образным типом мышления. Такое мышление отличается многообразием ориентиров, обеспечивающих одномоментное нахождение многоканальных разнохарактерных связей между предметными единицами среды, и не поддается жесткому структурированию. Ассоциативно-образное мышление основывается на сведениях, извлеченных из социального опыта; рефлексии над этими сведениями вызывают ассоциации, интерпретирующие смысловые особенности предмета. При этом воображение человека сочетает разнообразные фантазии с воображаемыми ассоциативными образами на фоне всех контекстов среды. Совмещение в сознании различных образов происходит в форме проецирования сразу нескольких, иногда противоречащих друг

другу, ассоциаций, вызванных контекстами. Наступает некое озарение, спонтанно прорывающееся из хаоса мыслей и образов и приводящее к оптимальной ассоциативной интерпретации воспринимаемых средовых ситуаций. Неоднозначность ассоциативно-образного мышления затрудняет определение принципов организации структурных связей между контекстными значениями элементов воспринимаемой средовой ситуации и, следовательно, специфику зарождения всевозможных ассоциаций. Даже самое дифференцированное рассмотрение связей не дает возможности адекватно описать процесс ассоциативного восприятия и формирования ассоциативного образа. Принцип работы человеческого мозга таков, что при определенных средовых ситуациях, предполагающих определенные контекстные сочетания, ассоциативно-образное восприятие наиболее эффективно перерабатывает и воспроизводит информацию, поступающую от контекстных значений предметов. Будучи психологическим явлением, ассоциативное восприятие субъективно и тесно связано с личностной структурой человека. Несмотря на одинаковый механизм получения и переработки информации в среде разными субъектами, ассоциативно-образные восприятия и представления у каждого человека всегда индивидуальны. В процессе освоения среды каждый индивид извлекает доступную ему информацию и ассоциативно интерпретирует ее в контексте, наиболее близком его личностной структуре — психологической специфике, этнической, социальной, профессиональной, половой принадлежности, уровню образования и др. Сознание человека как тончайшая, чувствительная струна реагирует на всевозможные информационно-смысловые импульсы, исходящие от контекстных ситуаций среды. При этом ассоциативное восприятие реализуется в условиях реального присутствия воспринимающего субъекта в окружении многозвучных ассоциативных сигналов, идущих от контекстов.

Ассоциативное восприятие предметов на основе их контекстных значений направляет поведенческую активность человека, определяет процессы его сознания. Психологическая сосредоточенность на предмете — обязательное условие его осознанного освоения — предопределена осознанием объективности существования контекстов, неосязаемых, но реально функционирующих в среде. Ассоциативные

потенции, скрытые в контекстах среды и проявляющиеся в различных образных и ассоциативных перекличках между разными средовыми единицами, имеющими конкретные контекстные значения, стимулируют мыслительные процессы. В итоге они приводят к адекватному для воспринимающего человека ассоциативному образу, имеющему набор вполне выраженных, но часто беспредметных признаков, ориентированных на эмоции, воспоминания и переживания. При затруднениях в функциональном и смысловом освоении предметов, связанных чаще всего с объективацией их контекстных значений, на передний план выдвигаются всевозможные периферийные смысловые значения, стимулирующие появление ассоциаций и способствующие объективации контекста. Периферийные, но перцептивно яркие, эмоционально насыщенные признаки, ассоциативно близкие примерам из социального опыта человека и направленные на выявление и освоение содержания предмета, генерируют разнообразные ассоциативные образы, фиксирующие место предмета в коммуникативно-интерпретационном процессе и служат средством акцентуации и интенсификации содержания контекста. Эти периферийные контекстные значения при определенных сочетаниях контекстов способны воссоздавать целостный ассоциативный образ среды. Следовательно, ассоциативное восприятие не обязательно и не всегда мотивируется наиболее сущностными, релевантными для данной контекстной ситуации признаками.

Своеобразной разновидностью ассоциативного восприятия является преднамеренное ассоциативное обыгрывание предметно-понятийного значения отдельных структурных единиц средовых контекстов или среды в целом. При таком специфическом способе ассоциативно-образного восприятия происходит вытеснение предметно-понятийного аспекта, сглаживание доминирующего значения базисных понятийных характеристик предметных единиц и выдвижение периферийных, маргинальных признаков, выступающих в качестве реперных значений, привлекающих к себе внимание и способствующих осуществлению ассоциативно-образного восприятия и интерпретации предметов и средовых ситуаций. Вместе с тем, периферийные значения не замещают основной предметно-понятийный смысл предмета, а лишь

ассоциативно иллюстрируют его существенные характеристики, тем самым создавая описательный ряд разных образов, совокупность которых воспринимается как целостный ассоциативный образ. Поэтому можно сказать, что контексты среды способны обеспечить такие условия для ассоциативно-образного восприятия предметов в среде, которые эксплицируют не только их осязаемые качества (композиционные, конструктивные, стилевые и т.п.) но и неосязаемые, не поддающиеся сиюминутному восприятию и интерпретации, глубинные смыслы. Обусловленность ассоциативно-образного восприятия и содержания ассоциативного образа контекстными условиями позволяет по характерным внешним признакам фиксировать сам факт возможности ассоциирования и формирования ассоциативного образа, передающего информацию о специфике средовых условий. Интенсивность функционирования контекстных условий актуализирует ассоциативные образы даже в тех случаях, когда предметы не владеют какими-либо (форма, цвет, стиль и т.д.) визуально и тактильно выраженными ассоциативными потенциями. При этом ассоциативная интерпретация контекстных условий получает описательный характер, а выработанный в сознании человека ассоциативный образ приобретает признаки иллюстративного характера. Чем содержательнее контекст и шире его пространство сопряжения, чем нетипичнее и экстравагантнее его признаки, чем дальше он от стандартизированных социально фиксированных представлений, тем импульсивнее ассоциативное восприятие и экспрессивнее ассоциативный образ.

Таким образом, способность к эмоциональному переживанию действительности и осмыслению всевозможных образов, навязываемых человеку в среде, реализуется в ассоциативно-образном восприятии и формировании ассоциативного образа. Ассоциативное восприятие возможно только в контекстах среды, в системе «ассоциативное восприятие-человек-контекст». Ассоциации и контексты неразделимы, между ними существуют взаимопроникающие системные связи. Эти связи отражают такие структурно-смысловые параметры контекстов, как тип отношений между структурными элементами, вид структурного построения (линейный, нелинейный, иерархический, причинно-следственный и т.п.), отношение целого к части (контекста к своим

структурным элементам). Процессы, наблюдающиеся в контекстах, находят свое отражение и продолжение в ассоциативных восприятиях, и, наоборот, многое из того, что обнаруживается в процессе ассоциативно-образного восприятия, в определенных средовых ситуациях получает статус контекстного значения. Системные взаимоотношения ассоциаций и контекстов среды — беспрерывный, динамический, нелинейный процесс.

Образное ассоциирование и контекст не являются самостоятельными явлениями человеческого сознания, а представляют собой сложноорганизованную динамическую систему, находящуюся в диалектическом единстве. Диалектика отношений двух разных явлений, относящихся, с одной стороны, к сфере психологии, с другой — к материально-образной реальности, реализуется и находит подтверждение в процессе восприятия и освоения предметов в архитектурно-дизайнерской среде.

Библиография:

1. *Моль А*. Социодинамика культуры. — М.: Прогресс, 1973.

2. *Совранский И.Л*. Коммуникативно-эстетические функции культуры. — М.: Наука, 1979.

3. *Мкртчян С.В* Контекст как понятие средового дизайна // Вестник ОГУ. — 2015. — № 2.

И.Э. Монашерова

ЖЮЛЬ ШЕРЕ И ЕГО ПОСЛЕДОВАТЕЛИ: ЭВОЛЮЦИЯ ФРАНЦУЗСКОЙ АФИШИ

Статья посвящена художнику-литографу Жюлю Шере, чье творчество сделало афишу полноценным предметом искусства. В статье также рассматривается творчество его современников — прямых последователей и более молодых и передовых художников.

This article is dedicated to Jules Cheret — famous artist and lithographer, whose creature raised the poster to the real work of art. Also the creature of his contemporaries' is regarded: his followers and the younger and more progressive artists.

Ключевые слова: художник, плакат, товар, реклама, рококо, фигура, ракурс, композиция, колорит, эстамп, литограф, афиша.

Keywords: the artist, the poster, goods, publicity, rococo, the figure, fore-shortening, composition, color, print, lithographer.

Отцом современной афиши критики-современники по праву считали Жюля Шере [1]. Художник-литограф, не получивший систематического образования, «Тьеполо перекрестков, Ватто универмагов» [2], он смог вывести плакат на особый уровень, сделав его предметом искусства.

Жюль Шере родился в семье ремесленника-типографа в Париже, 31 мая 1836 года. В 13 лет, в силу финансовых затруднений семье, он был вынужден закончить свое формальное образование и был определен на 3 года в ассистенты к литографу, для которого наносил надписи на брошюры, листовки, небольшие плакаты и похоронные объявления. На момент своего восемнадцатилетия он успел поработать еще в нескольких литографских мастерских, а также пройти курс в

Национальной школе рисунка у Ораса Лекока де Буабодрана (чьими учениками также были Анри Фантен-Латур и Огюст Роден). Его первая поездка в Лондон не увенчалась успехом, и он вернулся на родину, где в 1858 году, получил первый крупный заказ на рекламные афиши для новой оперетты известного композитора Жака Оффенбаха «Орфей в аду». За несколько десятилетий до появления плакатов Шере создавались небольшие плакаты, рекламирующие книги или издательства, такими французскими художниками, иллюстраторами и карикатуристами, как Николя Шарье, Берталл, Поль Гаварни, Жан Гранвилль, Огюст Раффе и многие другие. Эти плакаты были малого формата, большей частью монохромные, многие были увеличены до фронтисписов книг или адаптированными версиями иллюстраций в книге. Первым был подобный плакат, выпущенный в 1828 году иллюстратором, художником и литографом Ашилем Девериа для издания «Фауста» Гете, также проиллюстрированного Эженом Делакруа [3], а после 1835 года их использование вошло в обиход [4].

Тем не менее, плакат Шере, несмотря на громкий успех, не повлек новые заказы, и художник был вынужден уехать в Лондон, где создавал обложки для книг издательского дома Крамера и около 15 плакатов для опер, цирковых представлений и концертов в мюзик-холлах. Популярность и успех пришли к нему после знакомства с производителем парфюмерии Эженом Риммелем, от которого он получил заказ на дизайн упаковок для парфюмерной продукции, а в 1866 году — сумму, на которую смог вернуться в Париж и открыть собственную литографскую мастерскую, оборудовав ее большими печатными станками из Лондона.

Афиши Шере стали иллюстрированной хроникой эпохи. Они рассказывали о модных течениях, о вкусовых представлениях, о новостях культурной жизни, о популярных развлечениях — скачках на ипподроме и катании на коньках, о маскарадных балах Тиволи и Валентино, о разгульных ночах в Мулен Руж, делавших Париж светочем удовольствий.

Ранние плакаты Жюля Шере, преимущественно для других оперетт Жака Оффенбаха, — «Парижская жизнь» (1866), «Герцогиня Герольштейнская» (1867), «Дива» (1868), «Вер-вер» (1868), «Замок Тото»

(1868), а также к представлению в театре «Сен-Мартен» «Лань в лесу» (1866) — монохромные, с многочисленными персонажами, зачастую четкая, строгая композиция выстроена таким образом, чтобы отразить основные сцены представления (что в дальнейшем будет нехарактерно для его самых известных плакатов), и вызывают ассоциацию с гравюрами рококо. Один из первых исследователей афиши как самостоятельного вида графики Э.Мейндрон — современник Жюля Шере — в своем труде «Иллюстрированные афиши (1886–1895)», отмечает влияние работ Антуана Ватто, Жана-Огюста Фрагонара, Джованни Баттиста Тьеполо и Франсиско Гойи на творчество художника. Действительно, уже в его более поздних и известных работах, в нежных, парящих образах чувствуется влияние рококо, а в некоторой порывистости движений персонажей — смятение романтизма. Начиная с 1866 года, Шере произвел более 1000 афиш — они приветствовали прохожих на каждом углу Парижа. Динамичные многофигурные композиции, яркие и почти невесомые, они были узнаваемы уже издалека, став его фирменным стилем. Шере правильно воспринял основные принципы рекламы — она должна быть броской, емкой и способной заинтересовать зрителя. Он ввел диалог между текстом и изображением — название рекламируемого товара или мероприятия всегда преподносилось прописными буквами, строчными — второстепенная информация, причем названия оказывались вписанными в изображения, вторя им, как бы взывая к прохожему. За счет этой особой формы шрифта художник вносил трехмерное ощущение пространства в свои плакаты, делая их крайне приметными и запоминающимися.

Сам художник в статье 1894 года утверждал, что «создание иллюстрированного рекламного плаката подобно… фресковой живописи — необходимо принимать во внимание те особенные атмосферные условия, в которых возникает работа, и нужно применять те способы, которые лучше помогут воплотить конечную цель» [5].

В расцвете своего плакатного творчества Шере уже обладал опытом настенных росписей, создавая их для частных резиденций коллекционеров, в частности, расписывая виллу своего покровителя, Барона Витта в Эвиане, а также виллу Ньюли французского нефтяного промышленника и патрона искусств Мориса Фенайя. К тому же, он

получил престижный заказ на декорирование парижского Отеля-де-Виль, за который был солидно награжден. При этом художник понимал, что именно плакат — ведущая живописная форма в эпоху рекламы, и полагал, что цель художника — «найти что-то, что будет останавливать внимание и взывать к воображению обычного прохожего, смотрящего на рекламу с пешеходного тротуара или с верхней части омнибуса. Он объяснял свою концепцию дизайна плакатов тем, что создает плакаты, чтобы их было видно на улице «с расстояния около 5 или 6 метров» [6] и что они «не приспособлены для близкого или детального изучения» [7].

Таким образом, создавая афиши к выступлениям в Мулен Руж, Фоли Бержер или Парижском казино, он отражал зажигательную атмосферу веселья, царящего в этих заведениях, в работах, посвященным операм, — масштабность исполняемых произведений. Рекламируя товар (сигареты «Джоб», лампы «Саксолейн» или жидкости «Бото»), он, тиражируя образы своих веселых парижанок, демонстрировал достоинства продукта. Он привнес в афишу жизнерадостность и легкость. Его рисунок, отличающийся изысканным и точным штрихом, давал возможность для создания многофигурных композиций с массой выразительных деталей. При этом Шере не всегда тщательно прорабатывал фоны (несомненно, сознательно) — его персонажи будто выступали из насыщенного индиго, бликов огненно-красного или на их контрасте. Свободное пространство, оставленное на поверхности листа, а также ощущение вневременности и отсутствия какого-либо интерьера, легкость и невесомость персонажей находят свои истоки в японской гравюре, в которой многие европейские и особенно французские художники черпали вдохновение.

Яркость и чистота красок, контрасты цветовых переходов (излюбленное цветовое сочетание Шере — синий-желтый-красный), нанесение красок пятнами — широкими мазками — указывают на увлечение Шере импрессионизмом. Динамику изображению придают не только летящие и кружащиеся фигуры героев, но и текст, который художник зачастую вписывает в композицию изображения, повторяя ее форму (как, например, в рекламе к туалетной воде «Рафаэль» 1877 г. текст оказывается «нимбом» для героини, что вместе с ее движением

составляет круг; или в рекламе «Мятного ликера» 1899 г.: использован тот же прием), либо текст является гармоничным элементом общего композиционного решения.

За счет обилия деталей и персонажей, которые свойственны некоторым работам Шере, возникает впечатление не всегда четко продуманной и проработанной композиции. Зачастую художник пренебрегает масштабом или законами перспективы. Например, в рекламе к «Всемирной выставке» 1889 года художник изображает парижанку в желтом платье, парящую над павильоном выставки и его посетителями. Он совмещает две точки зрения — на здание выставки и на парящую парижанку. К тому же, вероятно, для большей достоверности эффекта полета, он кадрирует ее изображение.

Тем не менее, общая «легкомысленность» популярных плакатов Шере в процессе его творчестве перемежалась с работами на остросоциальные темы, для которых художник прибегал к языку реализма, вдохновляясь работами Оноре Домье и своего современника, швейцарского графика-иллюстратора Теофиля Стейнлена. В плакатах к благотворительному вечеру «Общества помощи семьям моряков, потерпевших кораблекрушение» во дворце Трокадеро (1890, 1893) на смену парящим, излучающим радость жизни женским образам приходят согбенные мрачные фигуры, оплакивающие потери; мелкими штрихами и темным, приглушенным колоритом художник передает всю тяжесть печали и жизни героев. К той же серии можно отнести плакат 1889 года к произведению Эмиля Золя «Земля», композиционно схожий с работой Стейнлена, а также к литературному произведению «Виновник» Франсуа Копе 1886 года. Тем не менее, за счет укрупненного плана при изображении персонажа, его выразительного взгляда, направленного, словно сквозь зрителя, плакат Стейнлена представляется более драматичным.

Примечательна афиша Жюля Шере, выполненная по заказу Жозефа Оллера и Шарля Зидлера к открытию их кабаре «Мулен Руж» в 1889 году. В очередной раз художник мастерски изображает атмосферу безудержного веселья, которую сулит новое заведение своим будущим посетителям. Однако больше никаких композиционных новшеств он не вводит, а просто изображает героев на фоне красной мельницы. То

же касается афиши 1890 года, также посвященной «Мулен Руж», — он кадрирует изображение танцовщицы, как бы вписанной в мельницу, таким образом, создавая ощущение динамики.

Для персонажей Шере характерно отсутствие портретности. Это заметно и в образах детей, которые он создает для рекламы магазина шляп 1892 года, где он изображает девочку, примеряющую вместе с мамой шляпки в магазине, — образ, часто встречающийся в его афишах: та же девочка, с той же бесконечной жизнерадостностью поддерживающая шляпку, смотрит на зрителя с афиши, исполненной уже в 1894 году. Даже известные на весь Париж личности растворяются в потоке его излюбленных типажей. Запечатлевая огненный танец Лои Фуллер (1897 год), Шере проявляет изрядное мастерство, отображая чарующую игру ее юбок, однако ее поза и черты лица практически ничем не отличаются от характерных для него «парижанок». Индивидуальность в афише к выступлению «Иветт Гильбер» в Парижском кафе 1891 года вносят только характерные для ее образа длинные черные перчатки, а нежные обобщенные черты ее лица отнюдь не соответствуют тем комичным портретным образам певицы, которые были созданы Анри де Тулуз-Лотреком.

Париж конца XIX века стал прибежищем для сотни художников этого периода. Большинство из них привнесло свой талант именно в область плаката, спрос на который, как и его популярность, продолжал расти, но прежде всего, именно его высокий художественный уровень сделал Париж в период с 1895 по 1900 годы мировой столицей рекламного искусства.

Разительно отличалось творчество корифея плаката Жюля Шере и молодого поколения авангардных художников, обратившихся к созданию плаката. Наиболее очевидным примером служит плакат Пьерра Боннара — живописца и графика, члена группы «Наби» — «Французское Шампанское» 1891 года. В этой работе художник создает новый визуальный язык, уплощенных поверхностей, декоративных очертаний и насыщенных цветов. Боннар полностью отказывается от фона и реалистичных очертаний, свойственных фигурам на афишах Шере. Он уходит от повествовательной формы и обращается к плакату как к рекламной форме графики. Зачастую

женский образ его плаката ассоциируется с «шереттами», однако, вероятно, сам Шере вдохновлялся его работой, создавая плакаты для алкогольной продукции.

Пьер Боннар был глубоко впечатлен плакатом Шере «Мулен Руж» 1889 года и в том же году создал плакат «Французское шампанское» (который был отпечатан двумя годами позже). Художник извлек облаченную в желтое платье «шеретту» из суетливой сцены с многочисленным числом персонажей, акцентировав внимание на ее образе, сделав ее единственной фигурой, изображенной вблизи. Большие волнистые буквы, по которым с трудом можно прочесть «Французское шампанское», выглядят столь же неустойчивыми, как опьяненная женщина и пена, струящаяся из ее переполненного бокала. Плоское изображение, смелые, декоративные черные контуры создают ее фигуру на фоне полностью уплощенного желтого фона, обеспечивая иллюзию объема только за счет тонких линий, как я японских эстампах. Известный писатель и художественный критик Октав Мирбо признавал исключительность смелого плаката Боннара, по сравнению с «очаровательными настенными декорациями» Шере. Именно эта работа Боннара побудила его друга художника Анри де Тулуз-Лотрека к созданию своего знаменитого плаката для Мулен Руж.

Анри де Тулуз-Лотрек, младший современник Шере, будучи живописцем ночной жизни Парижа, также попробовал себя в жанре афиши. Его работы отличает революционный подход: он отходит от безучастного взгляда Шере на портретируемых, заменяя его взглядом «изнутри», моментальным впечатлением от происходящей сцены. Его работы преисполнены яркости и смелости композиции. При изображении каждого персонажа он пытается увидеть индивидуальные черты и глубокий психологизм. В своем первом плакате «Мулен Руж» 1892 года Лотрек использует гротескный образ танцующей Ла Гулю, представив его отличительным знаком кабаре, — именно ее имя было написано на афише. Рядом с ней он изображает ее бессменного партнера Валентина Бескостного, остроумно представляя его в виде силуэта, в контрасте с энергичной фигурой Ла Гулю. Вдохновляясь японским эстампом, Лотрек вводит черные контуры, смелые ракурсы и зачастую утрирует черты и мимику своих персонажей до сходства с карикатурой.

Как и Шере, Лотрек создавал много зарисовок (правда, в отличие от Шере, с натуры) для своих плакатов, чтобы выбрать наиболее эффектные ракурсы. Каждая его плакатная работа — уникальное явление, результат индивидуального подхода к рекламируемому продукту или проводимому мероприятию.

Одним из наиболее очевидных последователей творчества Шере является Жан Палеолог (Паль). Он перенял основные стилистические приемы мастера — его образы так же беспечно парят в пространстве афиши, жеманно заламывают руки и кокетливо смотрят на зрителя. Однако Паль уходит от несколько наигранной веселости персонажей Шере, их безудержное веселье сменяется кокетливой полуулыбкой, абсолютная идентичность — вариативностью образов. К тому же Паль стремится разнообразить композиции, в зависимости от рода заказов, — в рекламе к гигиеническому средству «Исилма» 1897 года он изображает белокурую Еву, которой змей протягивает флакон. Художник четко прорабатывает не только фон — райский сад с его прекрасными деревьями и цветами, но и образ Евы и даже змея, вплоть до выражения лица. Гармоничное сочетание цветов, мягкие цветовые переходы и изящные линии придают работе ощущение законченности. Не менее интересен замысел рекламы «Восточной жидкости и зубного порошка» 1894 года, на которой Паль, следуя модным представлениям о Востоке, изображает одалиску в роскошных одеяниях и интерьере, любующуюся своими белоснежными зубами в зеркальце. Паль использует яркую цветовую гамму, как того требует восточный интерьер, в изображении которого, кстати, нет излишней детализации. Тонкими мелкими штрихами воссоздается игра шелка в одеждах девушки, блеск ее прекрасных темных волос. Афиша производит впечатление абсолютно законченного произведения литографического искусства. Композиция вызывает ассоциации с «Большой Одалиской» Жана-Огюста Доминика Энгра 1814 года, однако она значительно упрощена.

В работах, посвященных Лои Фуллер, Палю удается изобразить не только саму танцовщицу, но и саму суть ее танца, взяв за основу практически ту же композицию, что и Шере, Паль на афише 1895 года создает впечатление, будто Лои возникает из разноцветных огней, и, кружась в вихре, как бы расцвечивает пространство вокруг себя. Цвета,

столь излюбленные Шере, Паль оригинально соединяет в калейдоскоп пятен на платье танцовщицы. В афише 1897 года, также посвященной Фуллер, художник изображает ее в пол-оборота, предающейся танцу. Благодаря более сдержанному колориту и светло-голубому цвету, который художник применяет в качестве «подсветки», усиливается ощущение нежности и легкости ее танца. Характерно, что Паль полностью прорабатывает фоны в своих афишах, отчего не создается ощущения перегруженности общей композиции. К тому же, афиши Паля отличаются оригинальными задумками, например, на рекламе велосипедов «Клемент» 1897 года, для которых Паль исполнил не одну работу, он представляет девушку, которая едет на велосипеде по серпу луны. Несмотря на то, что зачастую его задумки алогичны, Палю все равно удается создать максимально удачную концепцию для рекламного плаката.

Творчество Альфреда Шубрака — современника Шере и Палеолога — тоже проходит в русле влияние Шере. Создавая рекламу для ликера «Мокатин» в 1895 году, Шубрак практически полностью повторяет композицию рекламы зубного порошка 1894 года Паля, заметно упростив фон и придав облику парижанки, одетой в восточные одежды и возлежащей на подушках, ориентальный колорит. Цветовая гамма, избранная Шубраком, гораздо ярче — здесь больше желтого и красного, однако эти цвета вносят в изображение определенную долю условности. Об «упрощении» находок Шере можно говорить, рассматривая афишу Шубрака, посвященную выступлениям Лои Фуллер в Фоли Бержер 1892 года, на которой он изображает танцовщицу портретно, однако, несмотря на то, что он пытается передать характерные черты ее танца, композиция афиши не преисполнена ни динамизма, ни чарующей таинственности и огня, которые были присущи работам Шере и Паля, также созданным для Лои Фуллер.

Жюль-Александр Грюн, чьи произведения в жанре афиши в основном приходятся на рубеж XIX — начало XX веков, гармонично совмещает в своем творчестве черты последователей Шере и предвестников модерна (а также последователей Тулуз-Лотрека) в лице Т.Стейнлена, Ф.Валлотона, Л.Форена и др. Он активно использует черный, красный и белые цвета, зачастую создавая яркие композиции исключительно в

рамках этой цветовой гаммы. Грюн любит применять черный контур, варьируя его толщину в зависимости от характера изображения. Фон он не прорисовывает, а просто заполняет цветом, акцентируя внимание на главной композиции. Художник выявляет характерные черты своих персонажей даже в многофигурных композициях (как, например, в афише к «La pepiniere» 1899 года). Его женские образы преисполнены чувственности, в их образах проскальзывают черты эротической привлекательности. В его работах можно отметить тенденцию, не совсем уместную в рекламе. Он передает свое ощущение от рекламируемого объекта, но если ощущения художника и зрителя не совпадают, то понять, что именно рекламируется, без текста оказывается затруднительным.

Новаторство Жюля Шере заключалось в том, что он внес черты художественных произведений в коммерческие плакаты. Его литографическое творчество заменило тяжеловесное качество «механической продукции», бытовавшей до него, причудливым воздушным эстампом. Шере постепенно совершенствовал использование цвета в своих плакатах до точки, когда его техника превратила «тяжелую, холодную и темную литографию в плавную, утонченную, припудренную по типу пастелей» [8]. Критики также прославляли Шере за его современную иконографию, светлую парижскую продукцию, отражающую веселых и светящихся чувственных женщин.

В 1886 году, по инициативе Анри Беральди, выдающегося историка своего времени, возникло издание афиш Шере в уменьшенном формате в виде альбомов. Его идея основывалась на издании Эрнеста Мейндрона 1886 года «Иллюстрированные афиши», которое стало первой хроникой иллюстрированного плаката и включало в себя высококачественные цветные иллюстрации плакатов в уменьшенном формате. Еще через десятилетие сам Шере запустил амбициозный проект «Мэтры афиши», который включал 240 плакатов не только французских, но и интернациональных художников.

После ретроспективной выставки Шере 1889 года в Галерее Театра Бодиньер, которая включала плакаты, пастели и рисунки, многочисленные критики прославили художника во французской прессе и интернационально. Он был признан еще в 1879 году Гюисмансом как

показавший «тысячу раз больше таланта», чем большая часть картин на официальной выставке Салона, и посоветовал людям «протереть свои глаза», глядя на плакаты Шере на улице.

Сам Шере грезил о карьере живописца и в конце своей жизни обратился к живописи, так как считал, что для того, чтобы стать настоящим художником, нужно отказаться от дизайна и печати плакатов. Тем не менее, именно в этой области он достиг самых значимых успехов и известности.

Трудно переоценить вклад Жюля Шере в развитие французской афиши конца XIX века, как и его влияние на современников — не только во Франции, но и за ее пределами. Именно его художественная концепция плаката вывела этот жанр искусства на более высокий уровень и одновременно легла в основу современного плаката.

Примечания:

1. *Elliott B.* History of English Advertising. — London, 1962. — P. 166.
2. *Geffroy G.* Jules Cheret // La Vie artistique, 2e serie. ??
3. *Christin A.-M.* Lettering on Posters — in Christin. A History of Writing: From Hieroglyph to Multimedia. — Paris: Flammarion, 2002. — P. 373.
4. *Collins B.R.* Jules Cheret and the Nineteenth-century French Poster. — University Microfilms, 1894. — P. 40.
5. *Jules Cheret, Hardy, Beardsley.* Art of the Hoarding // New Review XI. — July 1894. — P. 47.
6. Там же. — С. 50.
7. Там же. — С. 47.
8. *Mauclait Camille*. Jules Cheret. — Paris: Maurice Le Garrec, 1930. — P. 22.

Библиография:

1. *Broido L.* The Posters of Jules Cheret: 46 full-color plates & an illustrated catalogue Raissonne. 2nd edn. — Canada: General Publishing company.
2. *Christin A.-M.* Lettering on Posters — in Christin. A History of Writing: From Hieroglyph to Multimedia. — Paris: Flammarion, 2002. — P. 373.

3. *Collins B.R.* Jules Cheret and the Nineteenth-century French Poster. — University Microfilms, 1894.

4. *Geffroy G.* Jules Cheret // La Vie artistique, 2e serie.

5. *Huysmans J.-K.* Le Salon Officiel en 1880 // L'art modern. — Paris: Stock, 1903.

6. *Jules Cheret, Hardy, Beardsley.* Art of the Hoarding // New Review XI. — July 1894.

7. *Mauclait Camille*. Jules Cheret. — Paris: Maurice Le Garrec, 1930. — P. 22.

8. *Ruth E. Iskin.* The Poster: Art, Advertising, Design, and Collecting, 1860s-1900s. — Hanover, NH: Dartmouth College Press, 2014.

Л.Г. Мясникова

ДЕКОРАЦИЯ ИГРОВОГО ФИЛЬМА В ВОСПРИЯТИИ ЗРИТЕЛЯ И КИНОКРИТИКА

Статья рассматривает восприятие первых двух серий отечественной экранизации романа Льва Толстого «Война и мир» (1965 г., реж. С.Бондарчук) различными кругами обычных зрителей и профессиональных кинокритиков на материале российской и французской прессы. Демонстрируется тезис теории кино о «некинематографичности» исторического фильма, декорации и костюма и его ограниченность.

The article describes the receipt of the first two episodes of the Russian screen adaptation of Leo Tolstoy's novel «War and Peace» (1965, director S.Bondarchuk) by different groups of common audience and movie professional critics in Russia and France. It reveals the movie theory's idea of «uncinematic» nature of a historical film, set and costume and its limitations.

Ключевые слова: «Война и мир», Лев Толстой, первый бал Наташи, художник-постановщик, Геннадий Мясников, исторический фильм, теория кино, материальная среда, фон, кинодекорация, павильонная декорация, место съемки.

Keywords: «War and Peace», Leo Tolstoy, Natasha's first ball, art director, production designer, Gennadiy Myasnikov, period film, film theory, material environment, background, movie set, location.

Летом 1965 г. на киностудии «Мосфильм» завершились съемки первых двух серий масштабной экранизации романа Льва Толстого «Война и мир» (режиссер С.Бондарчук, оператор А.Петрицкий, главные художники-постановщики М.Богданов и Г.Мясников). Не будет





Рисунок 1. Строительство кинотеатра «Россия» на Пушкинской площади в Москве в 1962 г. Фото В.Тарасевича с обложки журнала «Советский экран»
Рисунок 2. Публика у кинотеатра «Россия» в 1965 г. Фото с обложки журнала «Советский экран»

преувеличением сказать, что постановка Бондарчука пользовалась не только государственной, но и общенациональной поддержкой. Многочисленная команда художников фильма, занимавшаяся воссозданием предметно-пространственной среды России начала XIX века, получала множество писем от самых обыкновенных граждан страны с предложениями предоставить в распоряжение съемочной группы уникальные старинные предметы и материалы. Где только было возможно, художники использовали подлинные предметы. Но экран имеет свои законы, и важен не сам факт съемки подлинной вещи, а иллюзия достоверности этой вещи на экране. Так, совершенно невыразительно смотрелись настоящие ювелирные украшения, поэтому по их образцам пришлось изготовлять бижутерию с учетом требований экрана.

Особое отношение к экранизации «Войны и мира» в СССР было вызвано тем, что, за исключением некоторых дореволюционных иллюстраций, отечественный кинематограф к роману еще не обращался. А вот американский режиссер Кинг Уэллис Видор обратился, и в 1956 году выпустил свою киноверсию русского национального романа.

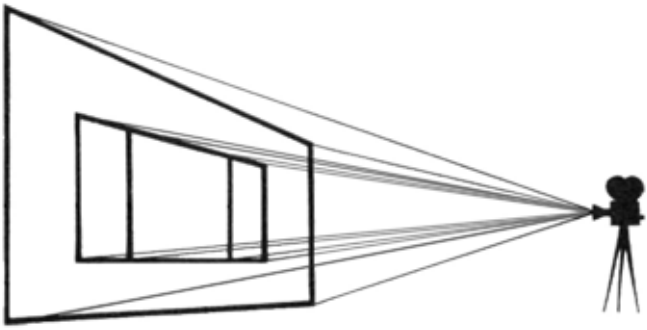


Рисунок 3. Кинoформаты 1965 г.: обычный (1.37:1), широкоэкранный (2.35:1) и широкоформатный (2.20:1)

Фильм Видора был сделан весьма добротно, а в главных ролях блистали звезды первой величины: Одри Хепбёрн, Генри Фонда и Мел Феррер. На Западе фильм не снискал успеха, а в СССР вышел в широкий прокат в 1959 г. и завоевал огромную популярность, несмотря на очевидные для русского глаза нелепости, которые не могли не быть допущены авторами в отсутствии досконального знания страны и эпохи. Как деликатно пишет о реакции наших зрителей автор рецензии в журнале «Советский экран», сцены русского быта «каждый раз вызывали весёлое оживление в зале» [1].

Отечественный фильм Бондарчука впервые показали публике на IV Московском международном кинофестивале в июле 1965 г. К этому времени были отсняты и смонтированы две серии из четырех — «Князь Андрей» и «Наташа», которые демонстрировались в недавно построенном фестивальном кинотеатре «Россия» на огромном экране (рис. 1, 2).

Широкоформатный отечественный фильм «Война и мир» оказал на зрителя колоссальное впечатление. Фантастические батальные сцены первой серии, фейерверк блестящих гармоничных интерьеров и отлично снятые сцены природы во второй, прекрасные костюмы доставляли зрителю визуальное наслаждение, многократно усиленное тем, что широкий формат был еще в новинку. Широкоформатная 70-милиметровая пленка (соотношение сторон кадра 2.20:1), в отличие от широкоэкранного формата 35-мм пленки (соотношение сторон 2.35:1), позволяла растянуть картинку на огромный экран (рис. 3). Даже сами создатели фильма впечатлялись картинкой в условиях



Рисунок 4. Обложка журнала «Советский экран» 1965 г.

хорошего кинотеатра. Первый кадр сцены «Первого бала Наташи» всегда срывал аплодисменты, хотя и не только он. Художник фильма Геннадий Мясников однажды специально подсчитал, сколько раз хлопали во время показа картины тем летом. Оказалось, что 29 раз: 14 во время первой серии и 15 во время второй.

В фестивальные дни «Советский экран» опубликовал большую статью под названием «Первый бал Наташи». Автор рассказала о том, как проходили репетиции и съемки в грандиозной декорации — «Зале екатерининского вельможи», «едва вместившемся в павильоне «Мосфильма». «Это было великолепное зрелище, — пишет Н.Колесникова, — посмотреть которое стремился народ из соседних павильонов и цехов» [2]. К сожалению, как это бывает в 99,9 % рецензий, она даже не упомянула художника, который придумал и построил декорацию. По цвету зал был вскользь описан как «белый с золотом» — грубая ошибка для художников и — увы! — весьма распространенная для кинокритиков, многие из которых смотрят кино «с широко закрытыми глазами».

Фильм «Война и мир» получил на Московском международном кинофестивале Большой приз и был закуплен к показу ведущими кинодержавами. Его сразу же включили во внеконкурсную программу Каннского международного кинофестиваля 1966 года, а затем демонстрировали в крупнейших кинотеатрах Парижа (рис. 4).

Для художников советского времени успех кинокартины означал дополнительную нагрузку и привилегию. Нагрузку, потому что им вменялись в обязанность реклама и продвижение фильма средствами своего искусства. Они делали афиши, буклеты, календари, рекламные материалы. Привилегию, потому что их эскизы участвовали в выставках, сопровождали международные делегации, продавались на международных аукционах. Лучшие эскизы отбирались в музеи страны. Художника-постановщика



Рисунок 5. Г.А.Мясников. Первый бал Наташи. Масло, холст

Геннадия Мясникова в первую очередь просили писать первый бал Наташи, поскольку именно он был автором этой сложнейшей и чрезвычайно зрелищной декорации. Из-под его кисти вышли десятки полотен, которые осели где-то во Франции, Италии, Германии, Японии, США, попали в музейные собрания и частные коллекции (рис. 5). В афишах фильма в нашей стране и за рубежом очень часто использовали кадры «Первого бала Наташи» (рис. 6, 7).

Французская пресса о первых сериях фильма «Война и мир»

«Фигаро» 26.11.1966. Луи Шове. Война и мир (Наташа).

(«Фигаро» — престижная ежедневная газета добропорядочных, состоятельных буржуа, обычно стоит на позициях правых партий, ассоциируется с голлизмом; выходит с 1826 года.)

«Вторая серия грандиозного четырехсерийного фильма русского режиссёра Бондарчука “Войны и мира”, — пишет Луи Шове, — волнует даже больше, чем первая. Наташа выходит в свет, и мы узнаем о несчастливой судьбе их любви с князем Андреем… Как и в первой серии, изобразительный ряд являет собой собрание образов, которые не перестают удивлять. Кадр за кадром. Я хочу сказать, что нет ни одной неоправданной или лишней детали, что каждый эпизод способствует красоте целого. Музыка украшает изысканную картину. Два самых выдающихся блестящих эпизода этой серии — первый бал Наташи и охота с борзыми».



Рисунок 6. Российская афиша второй серии к/к «Война и мир»

Далее автор хвалит Бондарчука, а в его лице и всех создателей фильма за искусство композиции, деликатность мазка, любовь к красоте, чувство меры в нежности и страсти, дерзость ума. «Между жизнью в прошлом и жизнью в настоящем, — пишет он, — достигнута удивительная и редко встречающая гармония, которая рождает это поэтическое чудо. “Война и мир” — образец кино, которое очаровывает. Очарование — это то, что исчезло сегодня из кино. Авторы “нового кино” удивляют, шокируют, поражают, застают врасплох, но очаровывать… они на это не способны. Для этого нужно большое поэтическое чувство, большой жизненный опыт, твёрдые знания. И не забудьте главное: большой талант».

«Идите смотреть “Войну и мир” — вторую серию, если вы пропустили первую, — призывает он парижан. — Кинематограф, без сомнения, подарил нам одно из необыкновенно захватывающих и запоминающихся творений, которое чрезвычайно богато своими художественными достоинствами» [3].

«Круа» 07.05.1966. Жан Рошеро. Война и мир.

(«Круа» — ежедневная газета общего профиля, не имеющая религиозного содержания, хотя и выпускаемая католической общиной Франции, одна из самых читаемых; издается с 1883 года.)

«Десять лет назад американец Кинг Видор при поддержке Марио

Солдати и финансировании итальянца Карло Понти снял в Югославии свою версию “Войны и мира”, которую мы в то время посчитали вполне удовлетворительной. Образы, созданные Одри Хепбёрн, Генри Фондой и Мелом Феррером, казались нам идеальными образами Наташи, Пьера и Андрея… Просмотр первой серии гигантского русского фильма Сергея Бондарчука “Война и мир” заставил меня признать, что Голливуду лучше интересоваться исключительно вестернами и своей гражданской войной. Ибо заморский подарок, который Советы поднесли Кингу Видору на 10-летие его фильма, … — это шедевр, который вас оглушает, изумляет, ошеломляет и заставляет трепетать от восхищения. “Мы ничего не хотели привносить или добавлять. Автор фильма — Толстой”, — говорит режиссёр Бондарчук. И думается мне, что о Толстом и “Войне и мире” русские знают куда больше, чем кто бы то ни был».



Рисунок 7. Немецкая афиша второй серии к/к «Война и мир»

Среди прочих похвал Жан Рошеро говорит о том, что в нашем фильме удалось соединить искусство и жизнь, и что впервые со времен выхода на экран кинокартины «Унесённые ветром» (1939) «кинематограф и литература изумительно соединились» [4].

«Аврора» 29.04.1966. Робер Монанж. «Война и мир» в кинотеатре «Кинопанорама».

(«Аврора» — ежедневная газета левого толка, ближе всего к социалистической партии по политическим взглядам, возникла в 1943 г. на волне антифашистской борьбы левого блока социалистов и коммунистов, закрылась в 1985 г.)

«Триумф советского кинематографа: первая серия фильма “Война и мир”, которую Сергей Бондарчук снял в полном соответствии с эпическим романом Льва Толстого, так захватывает, что по телу начинают бегать мурашки от одной только мысли о том, что придётся

ждать до июня, чтобы увидеть продолжение… Никогда ещё батальные сцены не были так хорошо сняты; никогда ещё солдаты не были так хорошо, по-человечески одеты… Сергей Бондарчук… обладает врожденным чувством цвета и знанием людской души» [5].

Но чем ближе мы движемся к профессиональному киноведению, тем сдержаннее становятся отклики. Киноведение делится на историю кино и теорию кино. Самый крупный французский историк кино Жорж Садуль, написавший мировую историю этого вида искусства, лично знавший, как кажется, всех без исключения выдающихся деятелей кино с конца 20-х до середины 60-х гг., весьма сдержано и даже критично отозвался о фильме Бондарчука «Война и мир».

Садуль всегда с большим интересом относился к русскому кинематографу, хорошо его знал. В отличие от отечественных киноведов советского периода, он знал не только об Эйзенштейне, но и о дореволюционном Евгении Бауэре, и ставил последнего на уровень отцов-создателей киноязыка, наравне с Гриффитом. Садуль неоднократно бывал в Москве, писал восторженные рецензии (по-французски восторженные) о фильмах «Летят журавли» Калатозова (1957) и «Повесть пламенных лет» Солнцевой (1960). Т.е. важно понимать, что прохладный отзыв шел не от недоброжелателя русского кино, а, скорее, от его почитателя и, что также очень важно, от звезды первой величины в кинокритике.

1 декабря 1966 г. в литературно-киноведческом еженедельнике «Летр франсэз» Жорж Садуль опубликовал большую статью о «Войне и мире» Бондарчука под названием «Пантеистический кинороман». «Фильм, — пишет он, — это не книга, которую можно отложить, когда хочешь, а потом опять взять в руки и продолжить смотреть, а вернее представлять Наташу, Безухова, Андрея — или отца Горио, или мадам Бовари — тех, кто появился перед вами в первых главах. В кино зритель подчинён времени демонстрации фильма. Он почти ничего не может себе представлять: ему показывают, а он обязан смотреть на те лица, интерьеры, мебель, улицы, пейзажи, времена года, которые хочет режиссёр, которые он вам навязывает, да ещё и под выбранным им углом зрения. Таким образом, кинороман

или экранизация романа (или тон, как в романе), — подытоживает классик, — в корне отличается от романа, поскольку выражается не через красноречивые слова, а через точно определённые образы и звуки, возникшие вне зрителя и не по его воле. Смотреть и слушать — это совсем не то же, что читать».

И далее самое главное: «Не так уж много времени прошло с тех пор, когда считалось, как думал Пудовкин, что монтаж составляет всё искусство фильма. Фильм превращается в нечто иное, если мы предлагаем посмотреть тот или иной фрагмент, главу или том, не заботясь об изменениях в монтаже».

Помимо недовольства монтажным решением первых двух серий «Войны и мира», Садуль раскритиковал и все главные актерские работы. Сравнивая экранизации «Войны и мира» Бондарчуком в 1965 г. и Видором в 1956 г., он без колебаний отдает предпочтение американцу. Он прямо говорит, что не очень впечатлен образом князя Андрея, созданным Вячеславом Тихоновым, хотя и признает кое-что из его трактовки. А вот в роли Наташи Ростовой Садуль безоговорочно отдает предпочтение Одри Хепбёрн перед Людмилой Савельевой. «Нет никаких сомнений, — пишет он, — что Одри Хепбёрн красивее, в ней больше “породы” и профессионализма». И далее о Пьере в исполнении Бондарчука: «Актёр-режиссёр сыграл свою роль плохо… В фильме нет в нём других привлекательных черт, кроме его необыкновенной доброты и нескольких нежных фраз». При этом у Садуля не возникает вопроса — а как там у Толстого? Кинокритик в самом начале статьи отсек все претензии, объяснив, что кино — это не роман. (Заметим в скобках, что у зрителя в нашей стране вопрос об оригинальной трактовке образа писателем возникает очень часто.)

Примечательно, что, в отличие от журналиста из «Фигаро», которой выделил два эпизода второй серии как особенно удачные — первый бал Наташи и охоту с борзыми, Садуль положительно оценил только охоту. Различие между эпизодами в том, что первая снята в павильонной декорации, а вторая — на природе.

В завершение своей статьи о первых двух сериях «Войны и мира» Жорж Садуль пишет: «…Пока что фильм у меня энтузиазма не

вызывает. Однако подождём окончания, чтобы иметь возможность оценить данное произведение кинематографии целиком. Вторая серия, как и первая, — провал, к которому пришёл режиссёр из-за того, что у него было слишком много ресурсов. Она иногда кажется такой же неуклюжей, как и его Безухов, но его усилия, хотя и неловкие, всегда были честными; его фильм имеет ценность как дань уважения Льву Толстому» [6].

Двигаясь дальше в самую глубь рафинированной кинокритики Франции, в область специалистов по теории кино, основателей «новой волны» и их профессионального журнала «Кайе дю синема», основанного в 1951 году самим Андре Базеном, отметим, что «Война и мир» была проигнорирована. На страницах журнала не появилось вообще никаких статей о российской киноэпопее ни в 1966 году, когда на Каннском кинофестивале во внеконкурсном показе и в кинотеатрах Парижа демонстрировались первые две серии, ни позднее, когда во Франции проходили третья и четвертая серии. Только в самом конце журнала в кратком обзоре фильмов, в несколько строк, после появления на экранах очередной серии возникала едкая, издевательская, ругательная заметка о каждой из них. Приговор был суров: «…Эта иллюстрация знаменитого романа ничего общего с кино не имеет» [7]. Однако в Париже в 1966 году «ничего общего с кино не имеющая» «Война и мир» собрала в кинотеатрах 1 миллион 205 тысяч зрителей [8].

Подобным образом проявил себя и толстый киноведческий журнал «Искусство кино» в России, не давший ни одного разбора фильма ни в 1965 г., ни позднее, когда вышли все четыре серии киноэпопеи. Сегодня нам трудно представить себе и тот факт, что в силу политической ситуации журнал ни единой строчкой не озвучил получение кинокартиной «Война и мир» первого в истории отечественного кино «Оскара» (1968 г.) как лучшего фильма на иностранном языке. Также публика осталась в неведении, что художники фильма были номинированы на «Оскар» за декорации.

Из краткого обзора рецензий на «Войну и мир» в общепопулярной и профессиональной киноведческой периодике второй половины 60-х годов можно сделать несколько выводов:

1. Публике нравится красивая картинка, в частности, «хорошо, по-человечески одетые» актеры и хорошие декорации. Публика чувствительна к течению цвета на экране, гармоничной организации пространства в кадре и эмоциональной составляющей того зрительного образа, который создает художник-постановщик фильма.

2. Критика игнорирует визуальное содержание картинки. Она концентрируется на игре актеров, монтаже, движении и новых смыслах, образуемых при помощи специфических средств киноязыка. Наличие «хорошо, по-человечески сделанных» костюмов и декораций — скорее недостаток фильма, а не его достоинство.

3. Ни публика, ни критика не знают о существовании художника кино и о его роли в создании кинофильма.

Последний вывод, разумеется, содержит в себе преувеличение. Но, тем не менее, в дневниках художника Мясникова есть записи о том, что его постоянно просили объяснить, что делает в кино художник и, вообще, зачем он там нужен. Причем не только зрители, но и коллеги во ВГИКе — самой главной кузнице кинематографических кадров в советское время. В какой-то момент Мясников сформулировал для себя тактику ответа на этот вопрос: «Никогда ничего не декларировать, просто рассказывать о том, что мы делаем». Художник «дорассказывался» до такой степени, что защитил диссертацию и написал курс по истории русского и советского кинодекорационного искусства, который сам же и читал во ВГИКЕ в 70-е и 80-е гг. прошлого века.

Такой разрыв в восприятии кино обычной публикой и специалистами наблюдается не только во Франции, но и повсюду, и во все времена: теория кино и сориентированная на нее история кино категорически отвергают исторический фильм, а, следовательно, и экранизации классической литературы, которыми столь богата отечественная кинематография, а также культовые комедии и мелодрамы, засмотренные зрителем «до дыр», как не имеющие отношения к киноискусству. Зритель и через 50 лет после выхода «Войны и мира» на экраны продолжает ее смотреть и находить особую прелесть в том, что этот фильм, в отличие от других экранизаций, передает атмосферу Толстого, его образы и его текст. Визуально для зрителя этот фильм становится путешествием во

времени, окном в прошлое России. Зритель смотрит на экран и у него не возникает ни малейшего сомнения в том, что герои Толстого жили и действовали именно в той материальной среде, которая показана на экране. А серьезные кинокритики и сегодня пренебрегают отдельным от режиссуры анализом изобразительного содержания кинокадра (что́ показано, а не только как; с какой целью показано; какую информацию несет пластический образ напрямую в подсознание) и отказываются видеть в постановке Бондарчука хоть какие-то достоинства. О ней упоминают лишь вскользь для отрицательного примера, как не надо делать кино, поскольку эта экранизация великого романа, по их мнению, не поднялась выше «более или менее богатых иллюстраций, напоминающих роскошные подарочные издания, чуждые самому духу толстовского творчества» [9]. Кажется, что теория кино испытывает органическую неприязнь к кинодекорации. И это вопреки тому, что в практике кинематографии не один раз приходила «новая волна» отрицания декораций, и очень быстро уходила, оставляя за собой лишь пену деклараций об их «некинематографичности». Ведь и в «Броненосце Потёмкине» (реж. С.Эйзенштейн, 1925) броненосец — это декорация (художник В.А.Рахальс, не указанный в титрах). И основоположники итальянского неореализма не обходились без них.

А ведь хорошая декорация как раз тем и хороша, что она кинематографична, т.е. обладает специфическими свойствами, делающими ее пригодной только для кино. Художник создает эскизный проект на плоскости листа с тем, чтобы реализовать его в реальном трехмерном пространстве. Причем эта трехмерная реализация не должна быть настоящим функциональным помещением и радовать глаз при нахождении внутри него, а должна хорошо выглядеть на плоскости экрана. Вот почему художник Егоров при неподвижной камере строил и отделывал лишь видимые аппаратом части помещения, и у его декорации всегда были видны «кишки». Вот почему художник Мясников при движущемся аппарате строил непрерывную стену и упорно упрощал, укрупнял, стилизовал декор и архитектурные ритмы. Для зала первого бала Наташи он выбрал в качестве архитектурного стиля нарядное барокко. Но он не мог буквально повторить Большой тронный зал Екатерининского дворца в Царском селе, который послужил ему образцом. Он должен был

создать свое, «мясниковское», только для кино пригодное барокко, иначе бы фактура стены лезла в глаза зрителю и мешала бы следить за сюжетом. Художник кино Мясников очень хорошо знал, что зритель приходит в кинозал не для того, чтобы рассматривать интерьеры декораций. Глубоко понимая и чувствуя динамическую природу кинематографа, он умел создать настроение, атмосферу действия за счет организации материальной среды так, что зритель получал нужное впечатление за считанные секунды, а иногда и за доли секунды. Он всегда говорил, что нужно уметь «сочинить» декорацию, и что декорация «играет» в кино.

Однако не все художники кино придерживались подобной терминологии. Например, художник-постановщик австрийского происхождения Оскар Вендорф, работавший в британской киноиндустрии с конца 1920-х, заявил в статье о своей профессии следующее: «…Хороший художник кино должен создать атмосферу картины и не быть слишком заметным. Наилучшие декорации по моему опыту — это те, о которых вы забываете, как только фильм окончен и в зале кинотеатра снова включен свет. Главное в фильме — действие персонажа. Задача художника-постановщика обеспечить его фоном, и фон должен оставаться фоном любой ценой» [10]. Мясников очень резко высказывался против определения кинодекорации через понятие «фон». Сам он всегда использовал слово «среда»: «материальная среда» или «игровая среда». И в этом есть большой смысл с точки зрения профессии: человек, занимающийся фоном, чем-то второстепенным, не будет ни принимать серьезных решений и ответственности за них, ни считать себя соавтором кинопроизведения.

Различие между фоном и средой можно положить в основу киноведческого анализа изобразительного ряда фильма как отправной пункт отдельного анализа изобразительного ряда кинофильма. Различие между фоном и средой очень легко себе представить в музыкальном фильме. Если актеру, певцу или танцору предоставлена лишь нейтральная сцена — это фон, а если окружающая обстановка активно включена в мизансцену, то это среда. Сравнивая два популярнейших мюзикла «Серенада Солнечной долины» (1941) и «Поющие под дождём» (1952), в первом случае мы видим дощатые стены без особых украшений, настенные часы, для которых даже не сделали циферблата, столы и стулья,

которые мысленно можно перенести в любую другую ситуацию без какого-либо ущерба для картинки или смысла эпизода. А вот попробуйте выкинуть хотя бы столб, или манекен в витрине магазина, или даже лужу в песне Джина Келли «Я пою под дождём» — все развалится. Поэтому, когда делают ремейк «Серенады», то просто поют песни, а когда хотят повторить поющего под дождем Келли, воспроизводят его партнера — декорацию и снимают видео. Что может быть кинематографичнее, чем кинокадр, который невозможно разъять на части, не разрушив его, в котором все так органично слилось: и песня, и актер, и среда, и камера-посредник, которая позволяет увидеть это произведение синтетического киноискусства?

В отсутствие танцевальной мизансцены декорацию, может быть, и не настолько просто оценить как фон или как среду, но мысленный эксперимент всегда помогает: перенос декорации в другие обстоятельства или перенос действия в другую декорацию всегда раскрывает ее художественно-образную значимость для киноповествования. По отношению к материальной среде кинофильма можно и нужно задавать простые очевидные вопросы: формирует ли она образ, какой это образ, какими средствами он создан, согласуется ли он с режиссерской трактовкой, удобно ли работать оператору и актерам и, наконец, понятен ли зрителю такой образ. Заметим, что мы ничего еще не говорим о композиции кадра, о ритмах, цвете и движении. Здесь оператора и художника отделить друг от друга очень сложно. Но если художник-постановщик не считает своей единственной задачей обеспечить нейтральный фон, который, чем скорее будет забыт, тем лучше, то он обязан ставить перед собой задачи первого порядка — задачи формирования образа.

Мясников поставил перед собой такую задачу в декорации для эпизода «Первый бал Наташи» и нашел решение во вдохновившем его самого в юности архитектурном стиле барокко Екатерининского дворца. Сделать убранство декорации по-барочному нарядным, но не настолько пышным, чтобы оно отвлекало зрителя от героев и от действия, было непросто. В этом и заключается все мастерство. Один из ведущих советских операторов Анатолий Головня еще в 1945 г. объяснял, почему в кинокартине «Суворов» (1940, реж. Вс.Пудовкин) нельзя было снимать сцены в Гатчинском дворце в настоящих интерьерах. Он писал о том, что

убранство Чесменской галереи было настолько пышным, что «забивало» актеров и отвлекало зрителя. Для этого и нужен был талант художника-постановщика Егорова: прочитать произведение архитектуры, выделить характерное и создать свое собственное кинодекорационное произведение, которое было бы узнаваемым, но не мешало следить за актерской игрой.

Экранная картинка, считываемая зрителем, отличается от прямого человеческого восприятия. Человек на уровне подсознательных механизмов настраивает свои органы чувств, в зависимости от ситуации. Нам, например, ничего не стоит сконцентрироваться на интересном для нас предмете и как бы не видеть остального. Эту способность зрительного восприятия — разделять видимое на фигуру и фон — гештальтпсихология положила в основу своей теории. Эта способность всегда подводит начинающих художников: переводя взгляд с одной части изображаемой ими натуры на другую, они всегда видят фигуру и никогда фон. В итоге все части картины получаются «в фокусе», цвета искажаются, не возникает целостности художественного произведения. Мастера-живописцы учат видеть тональные соотношения цветов, сильно прищурив глаза, или краешком глаза, используя исключительно боковое зрение. Иначе сконцентрированное зрение не только вырвет цвет из контекста, но при наличии дополнительных вводных для мозга даже поменяет его на другой. Человеческий слух, точно так же, как и зрение, всегда действует избирательно. Если тихой летней ночью загородом с помощью обычного микрофона записать оглушительное пение сверчков, а потом прослушать запись, то обнаружится, что сверчков не слышно. Слышно, как скрипнула калитка, вдалеке прогромыхала электричка, залаяла собака — то, что человек не воспринимал во время записи, а техника честно зафиксировала. То же самое делает и оптика. Сама по себе она не может убрать лезущие в глаза причудливые формы, яркие цвета, ритмические контрасты. И павильонный, и натурный объекты необходимо декорировать.

В декорации для сцены «Первый бал Наташи» художнику-постановщику Геннадию Мясникову удалось создать материальную среду, максимально благоприятную для киносъемки (на то она и декорация) с сохранением характерных признаков стиля барокко и



Рисунок 8. Кадр из четырехсерийного телефильма «Война и мир». 2007 г. Режиссер Р.Дорнхельм

узнаваемыми ритмами Большого тронного зала Екатерининского дворца. Образ получился настолько убедительным, что в двух последних экранизациях «Войны и мира» Льва Толстого снимали последний бал Наташи именно там, в Царскосельском дворце, просто обратившись к прототипу Мясникова напрямую. Что получилось из съемки в подлинном дворце?

Первый фильм — это четырехсерийный телефильм 2007 года совместного производства нескольких европейских стран режиссера Роберта Дорнхельма. Съемки в Большом тронном зале, прямо скажем, не удались. Наташа Ростова, входя в зал, произносит: «C'est magnifique!» (Как красиво!), а оператор иллюстрирует ее слова несколькими кадрами великолепного декора стен где-то над дверью. В основном, съемка бала проходит с завышенного ракурса: оператор режет стену на общих планах почти по головам массовки; на остальных кадрах зритель любуется изумительным подлинным художественным паркетом (рис. 8). Пространства в кадре не хватает, все очень низко из-за того, что великолепную в реальной жизни фактуру стены настоящего зала нельзя пускать в кадр. «Как весело!» — произносит Наташа слова Толстого в



Рисунок 9. Кадр из шестисерийного телефильма BBC «Война и мир». 2016 г. Режиссер Т.Харпер

фильме у Бондарчука, натанцевавшись со множеством кавалеров, а как красиво, зритель уж сам видит. Так, может быть, и сегодня лучше все-таки декорация и образ, чем подлинный интерьер и объяснение на словах, что он красив?

Второй фильм, совсем новый, 2016 года — это телефильм «Война и мир» канала BBC-One режиссера Тома Харпера. Он доказывает, что сегодня все-таки можно хорошо снять Большой тронный зал в Екатерининском дворце. Создатели фильма побеждают барочный интерьер очень точно рассчитанной световой схемой. Съемка проводится ночью, как, впрочем, и в первом случае. Но на этот раз и в самом помещении не так много света. Золотой декор стен слегка подсвечен свечами, повсюду в зеркалах отражаются огоньки. Легкое мерцание света и золота создает атмосферу рождественской сказки (рис. 9). Прекрасный образ и прекрасная техника, которая позволяет снимать в полумраке. Конечно, у авторов телеверсии «Войны и мира» 2016 г. не получился толстовский образ — зал, который оглушил и ослепил Наташу своим великолепием, но они к этому и не стремились.

Декорация или подлинный интерьер? Думается, что дилемма надумана.

Разумеется, в декорации снимать удобнее, а съемка во дворце может стоить гораздо дороже декорации. Но это не означает, что декорация во всех случаях предпочтительнее. Понятно, что подлинный интерьер тем-то и хорош, что он подлинный. Но это не означает, что под него следует подстраивать свои художественные решения. Организация предметно-пространственной среды кинофильма в любом случае требует знаний, выдумки, таланта, большого труда и опыта.

У Геннадия Мясникова есть прекрасная мысль о том, что, если материальную среду кинофильма не создавать, то она заполняется произвольно. То есть на экран попадает то, что находится под рукой: костюмы, предметы, мебель, интерьеры, в которые пускают съемочную группу, и т.д. Очень часто приходится слышать от практиков кино, что, мол, материальная среда в фильме не главное, и что зритель ничего не заметит. С другой стороны, в противоречии с данным заявлением все громче звучат голоса о захламлении картинки кино подлинными, но ничего не выражающими, неудобными для актеров и оператора интерьерами, кочующими из фильма в фильм; о безликости костюмов; об отсутствии колористических и композиционных решений. Большие мастера — художники кино классического доцифрового периода — уже ушли или уходят, и возникает опасный разрыв в передаче опыта между поколениями. Отсутствие какого-либо интереса к опыту создания материальной среды фильма со стороны киноведения, опасливая настороженность в отношении к кинодекорации, к историческому костюму, к трюку питают этот разрыв и способствуют вымыванию художника из кинематографии. В цифровую эпоху так же, как и до нее, важно понимать, что недостаточно сфотографировать реальный объект и перенести его на экран, чтобы экранное изображение стало художественным.

Примечания:

1. *Григорьев М.* Война и мир // Советский экран. — 1959. — № 17. — С. 12.

2. *Колесникова Н.* Первый бал Наташи // Советский экран. — 1965. — № 12. — С. 12.

3. *Chauvet Louis*. Guerre et paix (Natacha) // Le Figaro. — 26.11.1966.

4. *Rochereau Jean*. Guerre et paix // La Croix. — 07.05.1966.

5. *Monange Robert*. «Guerre et Paix» au Kinopanorama // L'Aurore. — 29.04.1966.

6. *Sadoul Georges*. Un «ciné-roman» panthéiste // Les Lettres Françaises. — 01.12.1966.

7. Cahiers du Cinema. — 1966. — № 159.

8. *Шапрон Жоэль*. История русского и советского кино во Франции (1896–2012) // Искусство кино. — 2013. — № 7. — [Электронный ресурс] http://kinoart.ru/archive/2013/07/russkie-vo-frantsii (дата обращения: 02.03.2016).

9. *Лотман Ю*., *Цивьян Ю*. Диалог с экраном. — Таллин: Александра, 1994. — С. 124.

10. Цит. по: *Bergfelder Tim. Harris Sue. Street Sarah*. Film Architecture and the Transnational Imagination. — Amsterdam: Amsterdam University Press, 2007. — С. 13.

Библиография:

1. Архив Г.А.Мясникова.

2. *Головня А.Д.* Свет в искусстве оператора. — М.: Госкиноиздат, 1945.

3. *Дихтяр А.С*. О работе художника над фильмом «Война и мир». — М.: ВГИК, 1973.

4. *Журналы «Искусство кино», «Советский экран».* — 1959–1969.

5. *Лотман Ю., Цивьян Ю*. Диалог с экраном. — Таллин: Александра, 1994.

6. *Мясников Г.А.* Художник кинофильма. — М.: Искусство, 1963.

7. *Мясников Г.А.* Работа художника кино. — М.: Знание, 1965.

8. *Мясников Г.А*. Мастерство художника кино (Введение в курс). — М.: ВГИК, 1965.

9. *Мясников Г.А*. Советское кинодекорационное искусство (1958–1974). — М.: ВГИК, 1985.

10. *Bergfelder Tim, Harris Sue, Street Sarah*. Film Architecture and the Transnational Imagination. — Amsterdam University Press, 2007.

11. Journaux et magazines dans la Cinémathèque française, Paris.

П.Е. Родькин

ПРОБЛЕМА ХУДОЖЕСТВЕННОГО ФОРМООБРАЗОВАНИЯ В ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ БРЕНД-ИДЕНТИФИКАЦИИ: НЕЛИНЕЙНОСТЬ И АБСТРАКТНОСТЬ

Статья посвящена проблеме нелинейности в структуре информационного и эстетического сообщения в современной визуальной айдентике и территориальной бренд-идентификации. В качестве элемента нелинейности выделяются абстрактные образы, т.е. изобразительные элементы, которые не имеют соответствия в реальной предметной среде. Проблема художественного образа рассмотрена в контексте теории коммуникации в качестве ключевого элемента формообразования визуальной идентификации в сфере массовых коммуникаций и брендинга территорий.

The article deals with the problem of nonlinearity in the structure of media and aesthetic communication in contemporary visual identity and territorial brand identification. As an element of nonlinearity stand out abstract images, — the visual elements that do not have matching subject in the real environment. The problem of the artistic image is considered in the context of the theory of communication as a key element of shaping visual identification in the field of mass communications and branding.

Ключевые слова: нелинейность, структура визуального сообщения, бренд-идентификация территорий, брендинг территорий, формообразование, визуальная айдентика.

Keywords: the nonlinearity, the structure of a visual communication, brand identification of territories, branding, shaping, visual identity.

Проблема нелинейности в структуре визуального сообщения в

массовых коммуникациях является одним из важнейших аспектов генезиса и развития современных форм визуального искусства в рамках его коммуникативных функций. Линейный способ коммуникации (формирования, передачи и обработки информации) является базовым и определяющим для всех типов человеческой культуры на разных стадиях дописьменного и письменного развития. Линейность не является исключительным и единственно возможным способом воспроизводства языка в знаковой и художественной, визуально «закодированной» форме, напротив, структурная и конструктивно-композиционная нелинейность как некая «противоположность» линейности является выразительным и функционально-приемлемым инструментом визуальной репрезентации. Нелинейность в современной литературе, кино, искусстве и дизайне не является «маргинальной» формой художественного самовыражения, хотя и не претендует на сколько-нибудь серьезную альтернативность по отношению к линейности. Обе формы, несмотря на известную диспропорцию в пользу линейности, сосуществуют вместе и обнаруживают влияние в самых разных сферах искусства и коммуникации.

Данная проблема носит междисциплинарный (включая филологию, лингвистику, логику, семиотику, теорию искусства и др.) характер и имеет теоретическое и практическое значение в предметных областях:

- визуального восприятия (понятности сообщения, его интерпретации, контекстуальности);
- художественного конструирования (формообразования, композиции);
- коммуникации (смыслообразования, интерпретации, языка, знака).

Элементом новизны применительно к коммуникативным функциям визуального искусства и дизайна в сфере корпоративной и территориальной айдентики (бренд-идентификации) является анализ нелинейности во взаимосвязи с абстрактной изобразительностью (т.е. изображении, не имеющего прямого «линейного» соответствия в предметной среде), в качестве ее «продолжения» и аналога. Актуальность и практическая значимость изучения нелинейности в коммуникативной и художественной практике XX–XXI веков заключается в прикладном



Рисунок 1. Логотипы Саммита Евросоюза в Нидерландах 2004, компаний Enron, Alliansen, ITG

значении анализа конструктивных особенностей корпоративной и территориальной айдентики, массовых коммуникаций и культуры. Тенденция развития и усиления нелинейности в сфере современного дизайна и визуального искусства в целом оказывает важное влияние на массовый язык и коммуникации и вносит существенное разнообразие (и новые функциональные возможности) в фиксированную последовательность грамматической структуры письма, речи и мышления в их непосредственной взаимосвязи с художественным произведении.

Линейность в структуре художественного образа и визуального сообщения

Структура информационного (понимаемого в широком смысле) сообщения, которое может быть воспроизведено в виде рукописного или печатного текста на разных носителях, выражается в линейности как наиболее распространенной и устойчивой формы коммуникации. В этом отношении линейность является искусственным явлением, так как прямая линия — это творение человека [3, с. 175]. Линейная система организации и передачи информации является базовой как для западной,

так и для восточной типов цивилизаций практически на всех этапах их исторического развития. Сама линейность имеет несколько направлений: чтение слева направо (европейская), справа налево (арабский восток), сверху вниз (азиатская), но базовый принцип направленности линейного представления информации (текст и логический порядок иллюстраций) в общей структуре исторических документов оставался неизменным. В пространстве визуальной айдентики, в отличие от существующих систем линейного письма, структура сообщения имеет разнонаправленный и комбинированный характер, буквально во всех существующих направлениях (рис. 1).

Понятие линейности в научной картине мира, математике, литературе, обществознании имеет разное определение. В математике линейность определяется через соотношение между двумя переменными (например, X и Y), которое на графике представляется в виде прямой линии. Линейность на коммуникативном уровне выражает себя в операционной последовательности — чтения, восприятия, понимания информации — и обусловлена функциональными потребностями коммуникации. Аналогом линейности в литературе является «нарратив», или повествовательное изложение взаимосвязанных событий, представленных читателю или слушателю в виде последовательности слов и образов. Однако литературное изложение (содержание) может иметь достаточно гибкую по отношению к визуальной форме структуру в виде, например, нелинейного сюжета, если речь идет о литературном произведении. Визуальные коммуникации долгое время сохраняли известный консерватизм, особенно в функциональных рамках массовой коммуникации, в частности, в художественном оформлении книги по отношению к ее содержанию. Радикальное и осознанное нарушение линейности было реализовано в русской футуристической книге начала 1910—1920-х годов, попытка развития антимедиальных технологий была предпринята в дадаистских киноэкспериментах 1920-х. Во многом даже сегодня, несмотря на эстетический демократизм, который принесла эпоха постмодерна, футуристический эксперимент по глубине и концептуальности произведенной в нем деконструкции остается непревзойденным [8]. Авангардный эксперимент не перерос в нормативное качество, хотя и оказал серьезное влияние на все визуаль-

ное искусство второй половины XX века, его отголоски можно найти практически во всех экспериментальных и авторских формах современного искусства, кино и литературы. Впрочем, изменился и сам характер массовых коммуникаций, главную роль в которых стали играть неклассические формы и технологии.

Применительно к визуальному языку современного художественного произведения (также понимаемого в широком смысле) линейность может быть определена в качестве определенного типа композиционной структуры, легитимированного конкретным культурным и историческим контекстом. Неизменным остается отношение визуального сообщения к языку. Как отмечает Р.Арнхейм, «основным механизмом, на который полагается язык при реконструкции образа, являются пространственные отношения между словами, и главное из них, которое используется для этой цели — это линейность. Однако линейность не является ингерентным (*органически свойственным, неотъемлемым — П.Р.*) свойством языка» [2, с. 108]. Данное замечание является чрезвычайно важным, так как, несмотря на детерминизм языка над образом и визуальным сообщением как таковым, искусство обнаруживает большую свободу, так как «язык становится линейным, только когда он используется для кодирования линейных событий, когда он служит средством передачи информации о том, что происходит во внешнем мире, например, когда рассказывается какая-то история или когда язык сообщает информацию из мира мыслей (например, когда с его помощью воспроизводится логическое рассуждение)». «Зрительные представления в меньшей степени зависят от линейности», — отмечет Арнхейм [2, с. 108]. Таким образом, возможность нарушения линейности не обязательно является деструктивным, напротив, она создает условия формирования новых типов структур (и метаструктур) и отношений с языком. Как показывает практика функционирования корпоративных коммуникаций в области рекламы, потребительского и территориального брендинга, нелинейность и абстрактность визуальных знаков и сообщений не оказывают негативного влияния на их прямые коммуникативные функции и свойства.

В изобразительном искусстве и графическом дизайне отношение

линейности к знаку и образу можно выразить в буквальном значении последовательности. Мысли преобразуются в язык, язык воспроизводится с помощью текстов и образов, которые на другом полюсе этой цепочки рождают понимание, принятие, интерпретацию или, наоборот, могут быть не поняты, не приняты и ложно истолкованы. Линейность — психологически и перцептивно приемлемая и наиболее быстрая и удобная для человеческого восприятия конструкция. В этом отношении линейность закрепляет моновариативность и безальтернативность, которые создают условия непонимания и невосприимчивости к структуре содержания, нарушающего линейность. Как справедливо замечает Арнхейм, «наиболее приемлемым для глаз выражением линейности является цепочка слов такой же длины, как и сам рассказ» [2, с. 109]. Линейность создает развернутое в пространстве и времени, открытое, не требующее расшифровки сообщение. От приемника сообщения требуется только владение навыками чтения (грамотностью) и владение соответствующими знаниями. Одним из базовых принципов воспроизводства линейности в графическом дизайне является «модульная сетка», являющейся той конструкцией, которая представляет собой сквозной принцип организации сложных многостраничных объектов [4, с. 53]. Сетка помогает организации сложных информационных структур с большим количеством разнородной визуальной и текстовой информации в ту же самую линейную систему. Подобная система сохранилась и в цифровой среде, оставшейся по сути линейной, даже на уровне физически не реализуемого в печатном издании гипертекста.

В конце 1980-х и особенно во время компьютерной революции издательских систем в 1990-е, благодаря движению «новой волны» типографики, широкое распространение получило явление визуально-пластического и семантического деконструктивизма. Теоретической базой деконструктивизма и нелинейности в современном визуальном искусстве является эстетика постмодернизма. Теоретическим обоснованием нелинейных форм коммуникации и художественных объектов являются деконструкция, эклектизм, ирония, диффузия, эмансипация и плюрализм [5]. Критический анализ нелинейной структуры визуального сообщения как одного из важнейших

выразительных элементов визуальной культуры XXI века заставляет прибегнуть к понятию деформации. Деформация — изменение взаимного положения частиц тела, связанное с их перемещением относительно друг друга. Под деформацией линейной коммуникации понимается принципиальное нарушение грамматической и синтаксической, сюжетно-смысловой, композиционной и т.д. взаимосвязанности отдельных или всех компонентов информационного объекта. Условием широкого распространения и применения деформации в рамках художественных течений начала XX века является визуализация слова как средства отказа от логоцентризма, семиозис текста, иллюстрации, графики, типографики, композиционных и структурных компонентов художественного произведения.

Применительно к визуальной айдентике в качестве элемента нелинейности можно выделить абстрактные образы, т.е. изобразительные элементы, которые не имеют соответствия в реальной предметной среде. На уровне визуального восприятия такие элементы не могут быть интерпретированы, так как не имеют прямых аналогов в природе или рукотворном мире. Абстрактное изображение образует смысловой и когнитивный «разрыв» в цепочке между реальным и отображаемым миром, при этом функциональное значение абстрактной изобразительности не утрачивается. Как замечает Т.В.Адорно, «автономный закон формы, действующий в произведении, властно требует заявить протест против логичности, которая тем не менее определяет форму как принцип» [1, с. 203]. Как справедливо отмечает И.Стор, «взаимообусловленность содержания и формы в искусстве не исключает наличия противоречий между ними. Конфликт существует не между содержанием и формой вообще, а между старой формой и новым содержанием. Новое содержание в искусстве, как правило, стремится к выражению в новой художественно-изобразительной форме» [9, с. 26]. Данная проблема, единая для всех видов визуального искусства и коммуникаций, актуальна и для бренд-идентификации. Легитимация абстрактного искусства, которое произошло в культуре и искусстве, а также распространение абстрактной айдентики в корпоративных коммуникациях позволяет включить ее метаязык в нелинейную структуру визуального сообщения.

Таким образом, линейность в сфере современного коммуникативного искусства и графического дизайна может быть определена как:

- последовательность организации сообщения на когнитивном, текстовом и визуально-пластическом уровнях;
- нормативный и «предопределенный» тип коммуникативных отношений между структурными элементами художественного объекта и зрителя;
- устойчивость, цельность и равновесность всех элементов сообщения и художественного произведения.

Нелинейность как один из важнейших элементов художественного формообразования и эстетики можно определить как:

- структуру сообщения, неэквивалентную грамматической и синтаксической, но существующую в рамках конкретного языка;
- принципиальную недифференцируемость структурных элементов визуального сообщения;
- нарушение, диссонанс и дисгармонию классических (нормативных) принципов структуризации языка, культурного кода и знака в рамках «раскрепощающей» эстетики постмодернизма;
- приоритет формы над содержанием.

Нелинейные типы бренд-идентификации: шрифтовая айдентика и абстрактная

По сравнению с многостраничными и мультимедийными художественными объектами (книга, кинофильм и т.д.), визуальная айдентика имеет пространственные ограничения и меньший объем передаваемой информации. Визуальная айдентика (*от англ.* visual identity — визуальная идентичность; зрительный образ; фирменный стиль) стала общеупотребительным понятием. Визуальная айдентика является сложной коммуникационной системой корпоративной идентичности (corporate identity) и брендинга (brand identity) в целом. Допуская известное упрощение, под визуальной айдентикой в данном контексте подразумевается прежде всего фирменный знак и логотип. В среде дизайнеров не будет серьезной ошибкой назвать

визуальную айдентику визуальным брендингом, тем более что сам этот термин только сравнительно недавно вытеснил и заместил понятие «айдентити дизайн» (identity design).

Применительно к территориальному брендингу автором введено понятие «бренд-идентификации», что позволяет наиболее адекватно определить и выделить ее предметную область, а также устранить методологическую и терминологическую путаницу в среде разработчиков и заказчиков территориального брендинга [7]. Термин «бренд-идентификация», возможно, покажется избыточным, бренд уже сам по себе является идентификатором, но в рамках брендинга территорий, явления гораздо более сложного, чем традиционный корпоративный брендинг, данное понятие конкретизирует и повышает самостоятельность и значение визуальных коммуникаций бренда территории.

А.Моль в рамках общей теории информации выделяет два типа сообщения: семантическое сообщение, выражаемое с помощью символов, «переводимое», логически обусловленное, и эстетическое сообщение, определяющее внутреннее состояние, «непереводимое» [6, с. 195–209]. Каждое из этих сообщений, как указывает Моль, может передаваться с помощью одних и тех же элементов, что также соответствует структуре визуального сообщения в форме знака или логотипа. В художественном формообразовании корпоративной и территориальной идентификации нелинейность как проблема специфической организации художественной формы и структуры сообщения воспроизводится через такие распространенные решения, как абстрактная и шрифтовая бренд-идентификация городов, регионов и целых стран. В качестве основных характеристик современного логотипа можно выделить приоритет визуально-пластической конструкции над синтаксисом и орфографией, что не является препятствием для коммуникации (чтению и восприятию) с аудиторией при любой структурной сложности создаваемого сообщения. Типографическая (шрифтовая) айдентика существенно расширяет существующую конструкцию сообщения в смысловом и эмоциональном отношении через относительно «простые» композиционные и пластические решения:

- вставки и выделения в слове (страны: Словения, Эстония, Чешская Республика; города: Копенгаген);
- соединение и связывание (страны: Литва);
- незавершенность, обрезание и усечение (города: Ганновер);
- переворачивание (города: Мадрид);
- буквенные блоки (города: Прага, Мурманск);
- числа, знаки пунктуации и специальные символы (города: Людвигсхафен, Пула, Острава);
- пластические рифмы (города: Дюссельдорф, Гонконг).

В визуальной айдентике, как и в рекламно-информационных сообщениях в целом, траектория чтения не обязательно совпадает с чтением печатной страницы слева направо и сверху вниз [11, с. 218]. Отмеченное несовпадение, однако, не приводит к коммуникационной дисфункции, хотя активизация дополнительных каналов коммуникации приводит к заметному структурному усложнению «классического» линейного написания сообщения, что можно наглядно проследить, сравнив логотипы Саммитов Евросоюза в Чехии 2006 года и Дании 2009 года (рис. 2). Логотип «EU2009.CZ» построен точно в рамках линейного написания, фактически динамика вводится только через цветовую градацию букв (восемь цветов на девять знаков). Колористический минимализм логотипа «EU2012.DK» компенсируется сложной структурой, которая создает пластический и композиционный ритм, более активный по сравнению с цветовой насыщенностью чешской айдентики. В данной конструкции возникает сразу два направления чтения: справа налево и сверху вниз (цифры «1/2» воспроизводят движение счетчика), поддержанное цветовым выделением цифры «2012». Следует отметить, что пластическое вмешательство в линейную структуру, при условии сохранения ее однонаправленности, как, например, в логотипе чешского города Брно 2004 года, в котором между букв вводятся утолщающиеся по мере «движения» слева-направо разделительные элементы, вызывает своеобразную языковую и смысловую редукцию у зрителя.

Следует выделить два основных решения конструкции нелинейной бренд-идентификации, которые вполне могут быть сравнены с семантическими и эстетическими сообщениями Моля:



Рисунок 2. Логотипы Саммитов Евросоюза в Чехии 2006 и Дании 2009, бренд-идентификация Брно (Чешская Республика)

- конструкция, сохраняющая логическую обусловленность структуры языка как «единицы» смысла и нарушающая ее минимальными композиционными и колористическими средствами;
- конструкция, данную логику опровергающая и полностью основанная на приоритете визуально-пластической конструкции над правилами письма.

Во втором случае визуальный язык выступает в качестве самостоятельного элемента (субъекта) коммуникации. Данную позицию выражает М.Эвами: «Если достаточно того, что логотип хорошо воспринимается просто зрительно, вопрос языка перестает иметь значение» [10, с. 23].

Грамматические конструкции в бренд-идентификации построены на выделении одного слова в другом в виде так называемых слов-матрешек, которые образуют дополнительные «интонационные»

смысловые значения и могут быть прочитаны в логотипе. Подобный прием используется в бренд-идентификации Словении «I **Feel** S**love**nia» 2007 года (в логотипе выделяются части слов «I Feel» (я чувствую) и «Love» (любовь) в названии страны, что создает игру слов: I Feel Love (я чувствую любовь), отсылающую к популярной композиции Донны Саммер), Копенгагена «C**open**hagen» 2007 года (идея открытости выражается в выделении «Open» (открытый) в названии города, к словесному выделению добавляется визуальный образ в виде «кнопки» OPEN), Эстонии «Welcome to **Est**onia» 2002 года (в логотипе выделяется «Est», созвучное слову «восток» в английском языке) и др. Визуально-пластическая конструкция, напротив, не привязана к языковому созвучию или грамматическим комбинациям, такая бренд-идентификация не может быть «обоснована» правилами грамматики или синтаксиса и образует самостоятельное смысловое сообщение.

Сравнение бренд-идентификации городов Ганновера (Германия), Геральдтона (Австралия) и Литвы (рис. 3) позволяет выделить эти особенности. Логотип Геральдтона 2010 года представляет собой блок, в котором текст размещается в три строчки (по три буквы в строчке), чтение названия города происходит по диагонали, и, как и в примере с логотипом «EU2009.CZ», каждая буква имеет собственный цвет. Логотип Ганновера 2011 года имеет схожее построение, однако пластическая и композиционная острота и динамика (при колористическом минимализме и здесь также можно провести некоторые аналогии с логотипом «EU2012.DK») достигается с помощью обрезания и «незавершенности» обеих букв «n» и двух наложенных друг на друга цветных квадратов в конце последней строчки на «пустом» месте. Самым сложным конструктивным решением в этом ряду является бренд-идентификация Литвы 2008 года, в котором трехстрочное расположение не привязано к жесткому геометрическому блоку из букв равного числа (строчки состоят из шести, двух и одной буквы), верхняя строчка нарушается в паре «ua» (буква «u» смещена относительно первой линии «Lithua»), а также вводится разное межбуквенное пространство в слогах «Lith», «ua» и «nia». Данное решение не может быть обосновано и выведено из логики и грамматических синтаксических правил письма и языка,



Рисунок 3. Бренд-идентификация Геральдтона (Австралия), Ганновера (Германия), Литвы

оно рассчитано, прежде всего, на визуальное восприятие и не может быть передано средствами устной коммуникации. Правда, привязка к языку все-таки сохраняется даже в самых визуально-пластически и композиционно сложных конструкциях, так как подобные решения могут не работать в других языковых версиях.

В формообразовании абстрактной айдентики, которая была выделена в качестве особой части нелинейного сообщения, не используются реальные изображения. Абстрактная айдентика оперирует геометрическими фигурами, пластическими и изобразительными формами, не имеющими прямых аналогов с реальными объектами. Несмотря на такое смысловое усложнение и меньшую семантическую прозрачность, абстрактные образы могут легче считываться визуально и при качественном визуально-пластическом решении не менее эффективны, чем реалистические образы. Бренд-идентификация территории может не означать что-то определенное, в любом случае, даже в самой абстрактной форме аудитория найдет смысл. В этом выражается познавательная особенность человеческого восприятия. Любое, даже самое сложное для восприятия абстрактное изображение все равно предусматривает известную долю «узнавания» на основе как объективного опыта, так и субъективного восприятия («домысливания»), и сохраняет семантическую открытость.

Бренд-идентификация Бразилии 2005 года интересна в отношении репрезентации страны на основе абстрактного визуально-

пластического решения. Логотип сочетает семантическое и эстетическое сообщение: конкретное смысловое содержание выражено через абстрактную пластику, не допускающую повествовательной избыточности, но сохраняющую полноту символического набора. Все «компоненты» логотипа (море, песок, национальные цвета), а также весь символический и ассоциативный набор страны, который, например, изображает Марио Белем (Mario Belem) в коммерческой иллюстрации для компании Vodafone («Vodafone hearts»), не нуждаются в реалистическом изображении и дальнейшей детализации, как это часто делается в других территориальных брендах. Логотип решен на уровне «пятна», в котором абстрактные визуальные формы передают смыслы развернуто и привлекательно, так же как и традиционный реалистический изобразительный ряд, например в туристическом брендинге, при этом разработчики не злоупотребили визуальными эффектами, характерными для айдентики 2000-х годов, что связано с появлением стилистики «логотипов 2.0».

Итоги

Нелинейность является выразительным художественным средством создания емкого, многоканального эстетического сообщения, которое формирует у зрителя новые коммуникативные навыки чтения и восприятия подобного типа конструкций. Нелинейность в визуальной айдентике и территориальной бренд-идентификации возникает вследствие сознательного «разрыва» и «несоответствия» между объектом и его изображением (знаковой формой) и изменения грамматической и синтаксической структуры языка. Несмотря на различные сферы применения и бытования станкового искусства и графического дизайна, подобный разрыв является крупной художественной и теоретической проблемой в искусстве XX века, применительно к графическому дизайну и визуальным коммуникациям он сохраняет практическую и теоретическую актуальность.

Гибкость и вариативность художественной формы позволяет существенно расширить и обогатить сообщение до степени его полной коммуникативной дисфункции (невозможности прочесть и понять). Конечно, художник или дизайнер, кроме отдельных течений авангарда и постмодернизма, не ставит цель — создание нечитаемого или трудно

декодируемого сообщения (визуальный аналог «тугого восприятия» в русском формализме), в реальной проектной деятельности, несмотря на эстетическое влияние указанных течений, визуальный язык продолжает пластически и стилистически развиваться в конвенциональных рамках традиционных, исторически сложившихся и доминирующих языковых и коммуникативных формах общения и коммуникативных отношений. Нелинейное и абстрактное формообразование не ограничивает скорость восприятия информации, наоборот, в контексте эволюции современных медиа и массовой культуры, служит ее акселератором.

Таким образом, для нелинейности и абстрактности в визуальной айдентике и территориальной бренд-идентификации следует выделить ряд принципиальных моментов:

- «единицей» смысла в визуальной айдентике и территориальной бренд-идентификации выступает эстетическое сообщение;
- композиционные решения нелинейного и абстрактного сообщения не опираются на априорные структуры языка;
- нелинейное формообразование не приводит к коммуникативной дисфункции и не может быть признано деструктивным;
- структурное усложнение эстетического сообщения компенсируется его перцептивной редукцией со стороны зрителя.

Проблема художественного образа, рассматриваемого в контексте теории коммуникации и как ее неотъемлемая часть, является ключевым элементом для анализа современной визуальной культуры и массовых коммуникаций. Структурные трансформации эстетического сообщения являются более существенным и фундаментальным феноменом по отношению к стилистической эволюции айдентики и бренд-идентификации.

Библиография:

1. *Адорно Т.* Эстетическая теория. — М.: Республика, 2001. — 527 с.

2. *Арнхейм Р.* Новые очерки по психологии искусства. — М.: Прометей, 1994. — 232 с.

3. *Арнхейм Р.* Искусство и визуальное восприятие. — М.: Издатель-

ство «Прогресс», 1974. — 352 с.

4. *Лаврентьева Е.* Текст и контекст в графическом дизайне. — М.: МГХПУ им С.Г.Строганова, 2008. — 232 с.

5. *Маньковская Н.* Эстетика постмодернизма. — СПб.: Алетейя, 2000. — 347 с.

6. *Моль А.* Теория информации и эстетическое восприятие. — М.: Издательство «Мир», 1966. — 352 с.

7. *Родькин П.* Бренд-идентификация территорий. Территориальный брендинг: новая прагматичная идентичность. — М.: Совпадение, 2016. — 248 с.

8. *Родькин П.* Футуризм и современное визуальное искусство. — М.: Совпадение, 2006. — 256 с.

9. *Стор И.* Смыслообразование в графическом дизайне. — М.: МГТУ им. А.Н.Косыгина, 2003. — 269 с.

10. *Эвами М.* Logo. Создание логотипов. Самые современные разработки. — СПб.: Питер, 2009. — 352 с.

11. *Kress G.* Reading Images: The Grammar of Visual Design / G.Kress, T. van Leeuwen. — London: Routledge, 1996. — 288 p.

Е.А. Дехтяренко

ПРЕДПОСЫЛКИ ВОЗНИКНОВЕНИЯ И РАЗВИТИЕ ДИЗАЙНА ТОРГОВОЙ СРЕДЫ (ЭКСПОЗИЦИИ)

В статье рассматривается появление и развитие дизайна торговой среды, создание торгового пространства, начиная с древнейших времен и заканчивая анализом современных принципов построения торгового пространства. Подчеркивается, что цель любого торгового пространства — заставить потребителя потратить как можно больше денег, оказывая воздействие на его эмоции при помощи целевого дизайна.

Emergence and development of design of retail, creation of retail space is considered, since the most ancient times and finishing with the analysis of modern retail space creation rule. It is emphasized that the purpose of any retail space — to force the consumer to spend as much as possible money, making impacts on his emotions by means of target design.

Ключевые слова: торговая среда, торговое пространство, дизайн торгового пространства, продажи, коммерция, экономика, инновация, специализация, развитие, потребность.

Keywords: retail, retail space, design of trade space, sale, commerce, design, economics, innovation, specialization, development, need.

Одним из самых важных факторов исторического процесса является торговля. Уже начиная с каменного века, она была известна как процесс обмена товарно-материальными ценностями. Нет такого периода в развитии человечества, когда торговля не оказывала влияние на различные стороны общественной жизни.

Торговые отношения начались со скромного обмена внутри страны и развились в раскинувшиеся по всему миру сети сложнейших коммерческих операций.

Сутью торговли как в прошлом, так и сейчас является предложение к обмену или продаже товарно-материальных, а также нематериальных ценностей с целью извлечения выгоды [1].

Длительное время единственным способом привлечения клиентуры было использование разнообразных вывесок. В средневековой Европе перед каждой лавкой или мастерской висели известные нам изображения, такие как оружие, сапог, сдобный бублик и др.

С развитием торговли как самостоятельной отрасли и ее разнообразных направлений решения по оформлению торгового пространства становились необходимыми, одной привлекательной вывески было уже недостаточно. А с появлением торговых сетей дизайн и грамотная организация торгового зала и вовсе стали отдельной сферой и, что самое главное, фактором, непосредственно влияющим на качество продаж.

По результатам исследований Лондонской школы бизнеса, 1%, вложенный в дизайн, увеличивает прибыль на 3%. Так что правило «встречают по одежке» не только не устарело, а стало еще более актуальным. Нужно как-то выделяться на рынке, поэтому в некоторых случаях дизайн может стать практически единственным инструментом, помогающим отличиться от остальных.

Изначально, в эпоху доисторических отношений, места простого товарообмена не выходили за пределы привычного места обитания племен. Форма торговли «рынок» появилась уже как обязательный атрибут древних цивилизаций. Помимо чисто коммерческого назначения, рынки выполняли множество социальных и культурных функций, становились своеобразными центрами общественных коммуникаций, что предопределило их центральное местоположение в пространстве поселений. Очень скоро торговые площадки рынков приобрели градообразующее значение. До сих пор в старинных городах Европы исторический планировочный центр называют рыночной или ратушной площадью. Рядом с торговыми местами

часто возводили церкви, чтобы святые «помогали и следили» за справедливостью сделок, а крупные торговые сделки совершались в присутствии свидетелей и судей самого высшего уровня [3].

В основе технологического развития рыночных площадок обычно лежит экономическая целесообразность. Часто дешевле построить новый рынок на новом месте, чем распутывать клубок устоявшихся традиций, собственности, местных раритетов. Поэтому где-нибудь в Германии, Италии или Франции рынок с точки зрения принципов обустройства выглядит почти так же, как и в Китае и Индии, разумеется, с учетом национальных культурных особенностей.

В России первые упоминания о внутренних формах торговли относятся к 8–9 векам. Центром всей экономической жизни становится Киев. Замыкая собой цепь русских городов по великому водному пути, он является главным сборным пунктом русской торговли и в короткое время достигает удивительного процветания [5].

Рынок — торг, торжище — являлся тем местом, где производились все торгово-обменные операции на Руси. Торговля носила ярмарочный характер. Главным торговым днем считалась пятница, когда на главной площади города открывался рынок. По данным летописей Киевской Руси, уже существовало плотничество, гончарное дело, кузнечное мастерство, ткацкое дело, выделка мехов и кожи. Но все изделия этих промыслов вначале имели сбыт только на внутреннем рынке, который был первым проявлением розничной торговли.

В 9 веке в Киевской Руси с возникновением товарно-денежных отношений развитие торговли ускорилось. В это время Киевская Русь еще не являлась единым государством, каждый город представлял собой отдельное княжество, у каждого были свои рынки, внутренняя и образовавшаяся внешняя торговля. Внутреннюю торговлю вели чаще всего без посредников сами производители, внешнюю — купцы [5].

Следующий этап становления торговли можно отнести к 12 веку, когда экономическим центром становится Новгород. В Новгороде торг занимал обширное место и подразделялся на ряды, соответственно роду продаваемых товаров или происхождению сидевших в лавках купцов. Обозначилось проявление первой специализации в торговле.

Начиная со второй половины 14 века, центром торговых отношений

и промышленности на Руси становится Москва. Она становится центром всей русской торговли и промышленности. Именно здесь происходят все весомые торговые сделки, издаются государственные указы для регламентации и поддержки коммерции, здесь же живут богатейшие купцы [3].

В образовании русского централизованного государства в 15–16 веках имела значение торговля между княжествами. Во внутренней торговле стали участвовать многие социальные группы, а также монастыри. Основной формой торговли в городах стали ежедневные рынки. Возникли различные Гостиные дворы и торговые ряды с направленной специализацией товаров по видам и географической направленности или принадлежности.

Стали развиваться различные виды передвижной торговли и разностной торг, которым занимались скупщики, прасолы, коробейники и т.п.

Успешному развитию торговли в 17 веке содействовал принятый в 1653 году Торговый Устав. К началу правления Петра Великого на территории России обозначились следующие тенденции в развитии торговли:

— специализация торговли;

— разделение торговли на опт и розницу;

— большое количество торговых мест и их разнообразие;

— концентрация торговли в определенных местах по ассортиментному профилю;

— разделение торговли на сезонную (эпизодическую) и постоянную.

Во второй половине 17 века появились торговые компании. Расширялись внешнеторговые связи с Индией и Китаем. В 1802–1810 годах Торговлей ведало Министерство коммерции, с 1810 года — Министерство финансов. Рост городского населения и численности рабочего класса привел к расширению емкости внутреннего рынка. Во 2-й половине 18 века в Москве возникли первые магазины при купеческих домах. В 1797 году было разрешено иметь лавки при жилых домах, где находились витрины и выставки [2].

Вступление России на рубеже 19–20 веков в стадию империализма

вызвало дальнейший рост торговли и ее концентрацию в руках монополий. Падала доля ярмарок во внутреннем товарообороте, развивалась магазинная форма торговли, появилась кооперативная торговля. В 1905 году было создано Министерство торговли и промышленности. В годы 1-й мировой войны 1914–1918 годах сократилось производство потребительских товаров, росли цены, развивалась спекуляция. После Октябрьской революции 1917 года Советским государством была создана новая система торговли — социалистическая, значительно отличающаяся от предыдущих форм торговли [6].

В ноябре 1917 года был создан Народный комиссариат по делам продовольствия, в целях обеспечения централизованного снабжения населения товарами, организации заготовок сельскохозяйственных продуктов.

Государство перешло к организации торговли в масштабах всего народного хозяйства, начав с товарообмена в рамках местного хозяйственного оборота. В 1924 году был образован Народный комиссариат внутренней торговли, преобразованный в 1946 году в Министерство торговли СССР. В процессе развития социалистической экономики были созданы и получили развитие три формы внутренней торговли:

— государственная;

— кооперативная

— колхозная.

Развитие торговли и улучшение обслуживания населения неразрывно связаны с созданием материально-технической базы, внедрением более совершенных видов торгового оборудования и технологических процессов, а также с дальнейшим совершенствованием методов повышения эффективности торговли. Увеличивается сеть специализированных магазинов. Строятся крупные универсальные магазины по продаже товаров повседневного спроса (универсамы), создаются крупные складские хозяйства, холодильники, плодоовощные базы и комбинаты [6].

В связи с социально-политическими изменениями в жизни страны в 20–21 веках торговля претерпевает немалые изменения и в связи

с переходом на рыночные отношения получает толчок к активному развитию. Благоприятствует расширению значения сферы торговли и услуг появление частного, развитие малого и среднего бизнеса [5].

Развитие торговли начинается с ростом экономики и выходом из кризиса. Активно развиваются крупные торговые сети. Привносятся новые экономические модели и способы повышения эффективности коммерческой деятельности, в основном, заимствованные из-за рубежа [1].

Маркетологи производителей товаров стали рассматривать его как необходимую составную часть их общей стратегии распределения. В это же время стали появляться формы торговли по каталогам, интернету. Появились различные методы привлечения и охват различных сегментов потребителей с помощью рекламы и различных акций, основанные на современной науке влияния на повышение эффективности в коммерческой деятельности — маркетинге [1].

Визуальное обозначение, или дизайн идентификации торговых объектов, становится чуть ли не единственным средством отличия типовых, ангароподобных зданий современных супер- и гипермаркетов [4].

Фирменный стиль формируется за счет острых цветовых решений, логотипов торговых компаний, увеличенных до гигантских размеров, хорошо читаемых с многокилометровых расстояний.

Транснациональные сети задали определенную корпоративную культуру, с которой приходится считаться и российскому бизнесу, почти всегда имеющему свою особую точку зрения, основанную на ностальгических вкусовых пристрастиях. Рациональный дизайн с трудом приживается в России, но интеграция ценностей в мировой культуре торговли все же неизбежна.

Сегодня потребитель совершает свой выбор подсознательно, на основе эмоций, и торговое пространство должно это учитывать. Фактически, дизайн торгового пространства — это тонкая сфера пересечения эмоционального и рационального. Цель любого торгового пространства — заставить потребителя потратить как можно больше денег, оказывая воздействие на его эмоции путем создания лаконичного дизайна.

Этому способствует постепенный переход от дизайна розничного магазина к созданию полноценного торгового пространства бренда. Многочисленные исследования в этой области показали, что потребителю, в основном, запоминается определенный образ или стереотип, характеризующий данный продукт, то есть необходимо, в первую очередь, создать яркий образ.

Современная высококачественная торговая среда — это пространство, где создана уникальная и полностью захватывающая потребителя атмосфера для полного погружения в представленный бренд.

Библиография:

1. *Папанек Виктор*. Дизайн для реального мира / пер. с английского. — М.: Издатель Д.Аронов, 2004.

2. *Михайлов С.М*. История дизайна. Т. 2. — М.: Союз дизайнеров России, 2011.

3. *Рунге В.Ф*. История дизайна науки и техники. Кн. 2. — М.: Архитектура-С, 2009.

4. *Глазычев В.Л*. Дизайн как он есть. — М.: Европа, 2010.

5. *Мельников О.Н*. Место дизайна и рекламы в бизнесе // Российское предпринимательство. — 2000. — № 3 (3).

6. *Кулишер И.М.* Очерк истории русской торговли. — П., 1923.

И.А. Гордиевских

СТАНОВЛЕНИЕ ВЫСТАВКИ КАК ФЕНОМЕНА КУЛЬТУРЫ В ЕВРОПЕЙСКОМ ИСКУССТВЕ РУБЕЖА XIX–XX ВЕКОВ

Статья посвящена исследованию становления выставочных практик европейской культуры рубежа XIX-XX веков. Освещены основные моменты восприятия художественной выставки как явления времени в контексте культурной политики переходного периода.

The article is devoted to the investigation of the formation of exhibition practices of European culture at the edge of the XIX-XX-th centuries. The main items of comprehension of art exhibition as exhibition practices of time are interpreted in the context of cultural policy during the transitional period.

Ключевые слова: Выставочные практики, феномен культуры, парадигма переходного периода.

Keywords: exhibition practices, phenomenon of culture, paradigm of the transitional period

Современное культурное пространство переполнено различными художественными выставками и проектами, и сегодня становится важным исследование тенденций развития и формообразования экспозиций и выставок в историческом развитии. Выставка — всегда явление времени, она имеет определенный срок, ставит актуальные задачи, находится в контексте культурной политики и зависит от технологий информационного пространства.

Анализ новой ситуации визуального искусства рубежа веков отражается в работах искусствоведов и философов Б.Гройса, В.Мизиано, Н.Хренова (Россия), Х.Фостера (Америка), В.Бычкова, Д.Каспида и др.

Современное восприятие культуры XX–XXI веков — как переходное или кризисное — удивительным образом соответствует настроениям рубежа XIX–XX веков, характеризуемое как пограничное.

Обращаясь к истории экспозиционной культуры, можно проследить становление выставочных практик XIX–XX веков как пример формирования феномена современной выставки. Именно в это время выставка начинает восприниматься как событие, она во многом определяет начало новых направлений в искусстве. В рамках выставки происходит становление новых зрелищных форм демонстрации произведений, а реакция публики и критики позволяет осмыслить современную ситуацию в искусстве.

Историческими предвестниками художественных выставок были демонстрации произведений искусства в Древней Греции и Древнем Риме, публичные показы новых алтарных композиций и работ художников в Италии XVI века во времена праздничных шествий, в Голландии и Фландрии в XVII веке — на ярмарках и рынках. Это способствовало установлению новых связей между художником и зрителем и определяло статус мастера.

Со второй половины XVI века в городах Европы устраивают выставки работ мастеров и учеников монастырских школ, художников-ремесленников, которые преследовали, прежде всего, информационные цели и показывали престиж каждого заведения. Раз в два года в Риме в величественном и пустом Пантеоне проходили выставки картин художников, работавших в это время в папской столице. Об этих выставках хорошо знали во Франции.

В Париже официальные выставки произведений художников проводились с 1653 г. по инициативе Королевской академии живописи и скульптуры. С 1699 года они размещались в Лувре, в так называемом Квадратном Салоне. Затем официальные Салоны стали устраивать в Большом дворце Елисейских полей в салонах Лувра (отсюда название выставок — салоны).

С 1746 г. Салоны стали проводиться раз в два года. До середины XIX века это были самыми представительные официальные выставки во Франции, участвовать в которых могли только члены Академии. Все это время художники сами занимались развеской картин и

оформлением экспозиционного пространства. Непосредственно организацией выставок ведал Смотритель королевских строений, а развеской картин (по тематическому и декоративному принципу) занимался таписсьер (фр. tapissier — «обойщик, декоратор, оформитель», от tapis — «ковер»), назначаемый из наиболее уважаемых художников-академиков. Так, в 1761–1773 гг. это почетное поручение исполнял Ж.Б.Шарден. Обычно экспозиция выглядела так: в центре помещали портрет короля, а вокруг, вплотную, рядами от пола до потолка (так называемая шпалерная развеска картин) — все остальные картины, обычно родственные по жанру. При такой системе развески произведения одного автора могли оказаться в разных местах экспозиции.

Салоны становятся школой социально-политического воспитания публики. Число выставленных произведений в Салонах с каждым годом растет и в 1765 году достигает 432 номеров, а с началом революционной эпохи оно выросло больше чем вдвое. Не смотря на официальный характер Салонов, они достаточно полно отражали развитие французского искусства и стояли выше других художественных выставок, число которых в Париже этого времени было невелико. Салоны привлекали в стены Лувра самую разнообразную публику — от аристократии и состоятельной буржуазии до самых демократических слоев населения**.** Луи-Себастьян Мерсье — «Великий книгопроизводитель Франции» — в «Картинах Парижа» пишет, что в день открытия Салона «поток посетителей не прекращается с утра до вечера. Бывают часы, когда в нем задыхаешься. Это — настоящее смятение». (1) Он отмечает, что «зрители столь же пестры, как и изображенные сюжеты, где все смешано — духовное и светское, патетическое и гротескное». (2)

Но не всех художников устраивала эта ситуация. С середины XIX в. в знак протеста против официально проводимой жюри салонов политики в области искусства стали возникать независимые художественные выставки (выставка Г.Курбе «Павильон реализма», 1855; «Салон Отверженных», 1863; выставки импрессионистов, с 1874).

Одним из революционеров выставочной деятельности Франции XIX века был Гюстав Курбе. В «Павильоне реализма», возведенном на

собственные деньги, художник выставил сорок произведений, главным среди которых было полотно под названием «Мастерская художника, или Реальная аллегория, характеризующая семилетний период моей художественной жизни».

Нам неизвестно, какой вид имела экспозиция этой выставки, но она стала поворотным моментом в представлении независимых индивидуальных взглядов художника, ориентированного на преображение современного ему искусства.

Пример Курбе повлек за собой других художников. Через альтернативные, независимые выставки они начинают активно заявлять о себе. Эдуард Мане, не принятый в Салоне, открывает свою персональную выставку в павильоне на площади Альма в 1867 году. Это привлекло внимание целой группы молодых художников-импрессионистов. В 1874 году они устраивают в парижском фотоателье Надара выставку «Анонимного общества художников, живописцев, скульпторов, граверов и литографов» (Моне, Ренуара, Писарро, Сезанна и Дега).

Выставки импрессионистов стали первым коллективным вызовом официальному академическому искусству, Салону, критике и консервативно настроенной публике. Восемь выставок импрессионистов, прошедшие за последующие двенадцать лет, исчерпывающе продемонстрировали все многообразие возможностей нового направления в искусстве.

В конце XIX — начале XX веков возникают новые площадки для демонстрации актуальных выставок — авангардистские салоны. Одним из таких центральных салонов конца XIX начала XX века во Франции становится галерея Амбруаза Воллара. Начав свою деятельность с торговли произведениями искусства, за короткий срок агрессивный, предприимчивый и необыкновенно проницательный Воллар занимает ведущее место среди торговцев картинами в Париже. В его галерее проходят значимые для последующих времен выставки: Эдуарда Мане, посмертная выставка Ван Гога (1895), первые персональные выставки еще мало известных Поля Сезанна и Пабло Пикассо (1901). Таким образом, Воллар «открывает» этих мастеров для искусства.

Одновременно с Францией, альтернативная академическому искусству выставочная деятельность с 1892 года получает свое активное развитие в объединениях Германии и Австрии. Это явление получило название Сецессионы (от лат. Secession — отход, отдаление). Наиболее известны «Мюнхенский », «Берлинский » и «Венский ».

XX век уже перенасыщен выставками и различной полемикой вокруг них, но все же выставка и появление на ней принципиально новых работ становится серьезным событием для дальнейшего развития искусства.

С появлением новых выставочных площадок, открытием возможности фиксировать реальные события с помощью фотоаппарата, лояльностью критики и формированием дилеров от искусства художники начала XX века должны были стать изобретателями. Чтобы привлечь внимание, им нужно было постоянно искать оригинальности. Любое отклонение от традиции, способное привлечь сторонников и заинтересовать критиков, приветствовалось как новый «изм», указывающий дорогу в будущее.

Самые талантливые и одаренные художники были вовлечены в череду экспериментов искусства XX века. Важным принципом позиции художника в культурном пространстве стало утверждение жизни как искусства, а осознание искусства как духовного отражения реальной жизни способно не только показать, но и предсказать ее будущее развитие. Эти мировоззренческие концепции художника-творца, позволили поменять его роль в культурной политике своего времени. Быстрые технические изменения условий жизни и представления о свободе самовыражения в комбинации с верованием в фатальную предопределенность искусства «духом времени» привели к заключению, что художник не только вправе, но и обязан освободиться от самоконтроля и даже уйти от действительности.

Целый ряд выставок начала века демонстрирует эту новую парадигму искусства. Особенно активно это проявилось в Германии. В 1892 в Берлине прошла громкая выставка Мунка. Затем, в начале века, в Берлине (1903), Мюнхене (1904) и Дрездене (1905) прошли выставки французских авангардистов Гогена, Сезанна, Тулуз-

Лотрека, Ван Гога. В 1906 году состоялась выставка группы «Мост» в Дрездене, а в 1912 году в Кельне и Зондербунде — выставка «Немецкие экспрессионисты».

Развитие идей экспрессионизма в Германии во второй половине XIX в. свидетельствует о появлении нового отношения к произведениям искусства. В 1905 году немецкий экспрессионизм оформился в группу «Мост», которая бунтовала против поверхностного правдоподобия импрессионистов, стремясь вернуть немецкому искусству утраченные духовное измерение и разнообразие смыслов, заявляя об этом целым рядом выставок.

Так группа «Мост» выставила свои работы в галерее «Штурм» Херварта Вальдена, галериста и теоретика авангардных течений в искусстве, который вскоре обобщит термин «экспрессионизм». На выставке в Берлине в 1911 году этот термин употребили по отношению к некоторым картинам французских фовистов. Быстрота обмена идеями, эволюция и роль Вальдена способствовали усложнению понятия: в 1912 году «экспрессионистскими» были названы три выставки в галерее «Штурм». Это были очень разные выставки — немецких («Синий всадник»), французских (Брак, Дерен, Фриез, Вламинк) и бельгийских (Энсор, Ваутерс) художников.

Доктрина экспрессионизма как таковая подталкивала к экспериментированию. Если в искусстве существенно не подражание природе, а выражение человеческих чувств посредством линий и красок, то вполне закономерен вопрос: не лучше ли вообще отказаться от изображения, сотворить чистую живопись, основанную на самостоятельной выразительности красочных форм.

Подобные выводы отражают международные столкновения идей в предвоенной Германии, в частности, на выставке «Зондербунда» в Кельне (1912) и на первом немецком Осеннем Салоне в Берлине (галерея «Штурм», 1913). К этому моменту термин экспрессионизм уже означал направление современного искусства в Европе, где также происходят активные поиски новых путей в искусстве, что отражается во всех публичных демонстрациях работ художников.

В 1905 году в Париже были показаны произведения группы молодых художников, которых вскоре прозвали фовистами (по-

французски «les fauves» значит «дикие»). Спустя короткое время «дикими» стали называть себя и русские, и немецкие художники — приверженцы нового искусства. Осенний Салон 1905 года произвел настоящую сенсацию: ранее неизвестный фовизм вдруг обнаружил признаки вполне сложившегося направления в искусстве. Фовизм стал первым модернистским течением 20 столетия.

Кубизм — еще один художественный стиль и движение, заявленное через выставочные проекты, его принципы сформировали в Париже в 1907–1914 годах живописцы Пабло Пикассо и Жорж Брак. Первое публичное выступление в качестве «группы независимых художников-кубистов» состоялось в 1911 году в Салоне Независимых, в котором участвовали Робер Делоне, Анри Ле Фоконье, Альбер Глез и Жан Метценже. По описанию Гийома Аполлинера, «зал 41, который был отведен кубистам, произвел глубокое впечатление на публику». (3)

Сегодня эта выставка считается первой групповой манифестацией кубизма. После презентации в «зале 41» кубисты были разделены на две группы: представивших работы на выставку Р.Делоне, А.Глеза и Ж.Метценже стали именовать «салонными кубистами», а Ж.Брака и П.Пикассо — «галерейными кубистами». Теперь произведения П.Пикассо и Ж.Брака можно было увидеть только на выставках в галереях Даниэля-Анри Канвейлера (французский галерист немецкого происхождения) и А.Воллара и на различных выставках за рубежом.

С 1910 года Канвейлер отправлял работы художников, которых он представлял, на выставки авангардистов за границу. Выставки «Зондербунда», проходившие попеременно в Дюссельдорфе и Кёльне, являлись значительным форумом, на котором картины Ж.Брака и П.Пикассо выставлялись в 1910–1912 годах. А произведения «салонных кубистов», таких как А.Глез, Ле Фоконье, можно было увидеть на периодических выставках общества «Бубновый Валет» в Москве.

Еще в 1910 году в результате постоянных встреч художников на квартире у живописца Жака Вийона образовалась группа «Пюто» (город в пригороде Парижа), где обсуждалось творчество мастеров-

кубистов. В 1912 году состоялась выставка еще одной авангардной группы художников «Золотое сечение», представившей всех кубистов. Группа получила широкую известность после знаменитой художественной выставки весной 1911 года в парижском Салоне Независимых. В состав объединения входило около 30 художников-кубистов, среди них — Ф.Леже, А.Глез, А.Метсенже, А. Ле Фоконье. В связи с этим художники Альбер Глез и Жан Метценже пишут теоретический манифест «О кубизме» (Du cubisme), вышедший в 1912 году в парижском издательстве Figuière. В 1912 году часть художников из группы «Пюто» образовала сообщество по организации выставок, и даже свой салон «Золотое сечение». Таким образом, кубизм посредством выставочной пропаганды очень сильно повлиял на развитие художественной культуры в XX веке, став предшественником всего абстрактного искусства.

В связи с такими активными заявлениями художников различных групп возникает потребность в искусстве более конструктивном и динамичном. Это очень ярко проявилось в новом течении футуризма. Уже в феврале 1912 года в первой футуристической выставке в Париже принимают участие такие мастера кубизма, как А.Архипенко, Роже де ла Френе, Франсис Пикабиа, Жан Метценже. А в Италии еще в 1909 году поэт Филиппо Маринетти выпустил программу для всех искусств, назвав ее манифестом футуризма. Манифест был написан для молодых итальянских художников. Маринетти писал: «Самые старые среди нас — тридцатилетние, за 10 лет мы должны выполнить свою задачу, пока не придет новое поколение и не выбросит нас в корзину для мусора…» (4)

Первая значительная выставка итальянских художников-футуристов прошла в Париже в 1912 году и затем проехала по всем художественным центрам Европы (Лондон, Берлин, Брюссель, Гамбург, Амстердам, Гаага, Франкфурт, Дрезден, Цюрих, Мюнхен, Вена). Везде она имела скандальный успех, но практически нигде футуристы не нашли серьезных последователей, кроме России, куда выставка не доехала, но русские художники в то время сами часто и подолгу жили за границей; теория и практика итальянского футуризма оказались во многом созвучна их собственным исканиям.

Еще одним направлением в искусстве, заявившим себя через выставки, стал дадаизм. Дадаизм был международным, авангардистским художественным и литературным движением, существовавшим в 1915–22 гг. Дадаизм появился почти одновременно в Цюрихе, Нью-Йорке и Париже и скоро был усвоен в Германии. В Цюрихе его активисты Хуго Балль(немецкий поэт и драматург) и Тристан Тцара (румынский поэт) основали «Кабаре Вольтер» — ставшее знаменитым местом первых акций дадаистов. Это был театр, место литературных встреч и выставочный центр, где Т. Тцара и Х. Балль читали лекции о кубизме и новейшем искусстве, издавали журнал с тем же названием («Cabaret Voltaire», 1916—17) и выставляли вместе самых разных художников — Ж.Арпа, Джорджо де Кирико, Макса Эрнста, Василия Кандинского, Пауля Клее и Пабло Пикассо. А в 1918 г. Хуго Балль даже написал манифест движения. «Как сбросить с себя все змеиное, склизкое, все рутинное, борзописское? Все нарядное и приглядное, все примерное и манерное, благоверное, изуверное? Произнося: Дада. Дада - это душа мира. Дада - это гвоздь сезона...» (5)

Дадаизм это новая режиссура уже состоявшихся произведений искусства различных направлений. Дадаисты ввели в практику репрезентацию как самостоятельный вид деятельности. Хорошо срежиссированная и тонко продуманная репрезентация подчеркивала импровизационность и культивировала случайность и спонтанность каждой акции. Отбор работ на выставки был очень точен и профессионален, каждая работа была созвучна исканием времени, а использование необычных материалов позволяло ломать стереотипы и добиваться неожиданных эффектов. Песок и живопись, цветные контррельефы, скульптурные предметы-организмы составляли процесс презентации, как пример синкретического искусства игры.

В Париже в 1922 году также открылся салон дадаизма. Главным идеологом дадаизма стал Марсель Дюшан, который изобрел термин «реди-мейд» («ready-made»). Он утверждал, что границы между искусством в обычном смысле слова и просто тиражированным предметом, имеющим свою «машинную философию» становятся

взаимопроницаемы. В своих композициях (инсталляциях) обычные бытовые предметы типа совков, лопат, писсуаров, бутылочных подставок он заставил вступить в диалог не избегая игры подписывал их как автор и выставлял в галереях, эпатируя публику.

Мы собрали примеры, которые наиболее ярко отражают тенденции развития выставочной культуры европейского искусства рубежа XIX–XX веков. На этих примерах видно, что выставка как лаборатория искусства активно завоевывает свои позиции в информационном и культурном пространстве Европы. У художников формируется потребность в выставке, как площадке для демонстрации своих идей. Роль заказчика, статусное образование и традиции уже не самые важные в творческой жизни художника — выставка и оживленная реакция критики делают теперь громкое имя художнику.

Пока еще мало меняется организация выставочного пространства и подачи произведений, это будет чуть позже. Но уже на этих примерах можно говорить, что выставка становится зрелищем, историческим событием и структурирующим инструментом — медиумом новых имен в искусстве. Выставка демонстрирует смену мировоззрений и формирует новые культурные смыслы искусства.

Примечания:

1. Мерсье Луи-Себастьян , Картины Парижа, ACADEMIA, Москва-Ленинград 1935

2. Там же

3. Из сборника статей «Художники-кубисты», 1913). ... G. Apollinaire, Les peintres cubistes – Méditations esthétiques, E. Figuière, Paris, 1913. Цитируется по собранию сочинений Гийома Аполлинера в трех томах, М.

4. *Маринетти. Собрание манифестов Маринетти, Боччьони, Карра, Руссоло, Балла, Северини, Прателла, Сен-Пуан. Перевод Вадима Шершеневича. Москва, Типография Русского товарищества 1914 г.* (Ф.Т. Маринетти - Le Figaro, 20 февраля 1909 г.)

5. Из Манифеста к первому вечеру дадаистов в Цюрихе. Цюрихская хроника // Альманах Дада. М., 2000

Библиография:

1. *Мизиано Виктор*. Пять лекций о кураторстве. — М.: Ад Маргинем Пресс, 2014.

2. *Гомбрих Эрнст*. История искусств. — М.: Искусство XXI век, 2014.

3. *Герман М.Ю*. Модернизм. Искусство первой половины XX века. — СПб.: Азбука-классика, 2003. — 479 с.

4. *Дидро Дени*. Салоны. В 2-х тт. — М.: Искусство, 1989.

5. *Майстровская М.Т*. Композиционно-художественные тенденции фомообразования музейной экспозиции: В контексте искусства, архитектуры, дизайна. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата искусствоведения. — М., 2002.

Т.М. Заяц

ПРИЕМЫ И ПРИНЦИПЫ СЦЕНОГРАФИИ В ОФОРМЛЕНИИ ВИТРИН

В статье рассмотрены вопросы, связанные с историей витринистики, а также проблематика сценографического подхода в оформлении современных витрин за рубежом.

In the article, questions connected with the story of the shop window decoration were considered, and the issue of scenographic principle in making modern shop window design in other countries is addressed.

Ключевые слова: витрина, театрализация, сценография, сценарный принцип, реклама.

Keywords: showcase, theatricalization, scenography, scenario principle, advertising.

Слово «витрина» расшифровывается как «застекленный ящик, шкаф или окно для показа различных товаров». Проектирование витрин является одним из направлений средового дизайна, связанное с развитием торговых отношений. «Главная задача витрины — создать у покупателя определенное представление о магазине и характере предлагаемых товаров и услуг» [1].

Говоря об истории витринистики, трудно сказать, какая фирма, компания или торговец первыми начали оформлять витрины, но сейчас ни один магазин не обходится без красиво оформленной витрины, служащей для привлечения покупателей и увеличения продаж.

В древности существовал прилавок, стоящий на улице, где происходила выкладка товара. В Средневековье многие мастерские находились в домах, витринами для демонстрации товара служили окна домов.

После 1840 года в развитии витринистики произошел существенный шаг — возникла технология обработки стекла, ставшего важным элементом фасадов зданий и ускорившего развитие витрин. Некоторые витрины выполняли функцию сцен; были случаи, что на них проходили шоу. В середине XIX века рождается новая профессия — декоратор витрин. Первые витрины создавались в универмагах, так как универмаги были местом наибольших продаж. Астрид Бусико был директором первого универмага «Бон Марше» в Париже, открытого в 1852 году. Новый принцип планировки назывался «город в городе», цель которой — создание открытого пространства с массой представленных посетителю (зрителю) товаров. Сценарий движения посетителя был хорошо продуман, однако в это время сценографические приемы еще не были сформированы. Следующей страной, в которой получили распространение универмаги, были США. В них открылись универмаги: Блумингдейл в Нью-Йорке в 1872 г., Маршалл-Филд в Чикаго в 1865 г. и Уонамейкерс в Филадельфии в 1876 г., витрины которых были оформлены, словно сцены, привлекавшие толпы прохожих.

На развитие витринистики повлиял американец Гордон Селфридж, начавший карьеру как специалист в области розничной торговли и ставший впоследствии директором Маршалл-Филд. Потом он открыл свой собственный бизнес — магазин Селфриджес, который и по сей день диктует новейшие тенденции в области витринистики. Витрины Селфриджес сценографичны, необычны, интересны. В этом универмаге впервые демонстрировались витрины с ночным освещением, ассоциативно приближенные к театральной сцене.

В начале XX века заканчивается период классического театра, и произошли изменения в театральной архитектуре. К примеру, Всеволодом Мейерхольдом был использован принцип сцены-арены. Режиссер рассматривал театральное здание как единый пространственно-архитектурный комплекс, где зрители и актеры равноправно участвовали в действии. Этот принцип воплотился в проектировании витрин: задник витрины убирался, образуя сквозное пространство с интерьером магазина, таким образом, покупатель имел возможность кругового обзора товара. Помимо принципа сцены-арены, витрины можно подразделить на те, которые спроектированы

по реалистическому принципу и неклассическому. Неклассический принцип — провокационный, рекламный, авангардный, граничащий с поп-артом и другими художественными стилями XX века.

Следующим этапом развития витринистики стали 1920-е годы, когда в искусстве сформировался стиль ар-деко. Все началось с Франции, Парижа, но и Америка не отставала от мировых тенденций. Многие известные художники делают концепты для витрин, к примеру, Сальвадор Дали. Инсталляции его витрин внесли ноту абсурда в проектирование витрин. Дали использует витрину не по назначению, а как инструмент пропаганды, задействуя рекламную функцию витрины. Витрина провоцирует и манипулирует сознанием людей; она неожиданна, провокационна, тем самым она эмоционально задевает зрителя и возбуждает его интерес. Заслуживает внимания витрина Дали, спроектированная для Chanel. Она называлась «ретроспективный женский бюст». Композиция витрины Дали трехчастна; в центре закомпонован женский бюст, по которому ползают муравьи, на шее женщины лежат два кукурузных початка, а голову (вместо диадемы) венчает батон и фигурки из «Анжелюса» Милле. Подставкой служит стеклянный куб, в котором находится рука в черной перчатке, обвиваемая двумя парафиновыми белыми руками. Слева и справа от центральной композиции находятся акулья челюсть, скелет летающей рыбы, рог носорога и ложка с воображаемой чашкой. Фоном служит ярко-красное полотно с фазаньими перьями. Вторая витрина также была сделана с учетом трехчастной композиции. Центральную часть составлял жакет Chanel, висевший на золотой вешалке, которую окружали слева скульптура «цветок зла», справа — мифологические братья Диоскуры, Поллукс и Кастор. Скульптура «цветок зла» была выполнена в форме кувшина из стеклопасты с воткнутыми двумя ступнями: одна — анатомический муляж, вторая — парафиновая.

Одними из наиболее популярных и интереснейших приемов оформления витрины являются сценографические, так как в наши дни для увеличения товарооборота в условиях высокой конкуренции уже не достаточно простой демонстрации товара, что было характерно в XVII–XIX вв. Темпы развития экономики диктуют количество

производимых и продаваемых вещей. И сегодня, и в XVII–XIX вв. одной из функций витринистики является реклама произведенной и продаваемой продукции и привлечение потенциальных покупателей в магазин.

Театральные приемы оформления были сформированы в 1970-е гг. и назывались на языке профессионалов «приемами театральной декорации». Витрина позиционируется как театральное пространство, отличаясь тем, что она меньше сцены, однако состоит из тех же композиционных и функциональных составляющих: задника и боковых частей, отдаленно напоминающих театральные кулисы.

В современных витринах интересно решена проблема освещения, которая является отзвуком сценографического оформления. В театре осветительные приборы устанавливаются по переднему краю сцены (на рампе), по бокам сцены, на балконах, сверху (на колосниках) и за задником, давая контровой свет. В оформлении витрин используются те же дизайнерские приемы. Под определенные спектакли изготавливают вантовые конструкции нужной формы, на которые «одевают» осветительные приборы. На предметы, выставленные на продажу и привлекающие зрителя, соблазняющие его купить товар в этом магазине, падают лучи света. Они подобны артистам на сцене в театре, тогда как покупатели превращаются в зрителей. Цель витринной рекламы — завладеть вниманием, заинтриговать проходящих людей, побудить их зайти в торговый центр. Композиция объектов в витрине подчинена художественным законам, обозначая главное и второстепенное.

Нередко задник витрины занимает инсталляция, изготовленная из красиво скомпонованных пластиковых фигур, вырезанных методом фрезерной резки, или в витрину включены другие виды художественного творчества: энвайронменты, абстрактные художественные инсталляции на определенную тематику, реди-мейд объекты. Задники могут быть изготовлены из фанеры или иметь затянутый тканью корсет. Живописно-перспективный прием, свойственный театру Возрождения и театру конца XIX — начала XX в., или реалистичное оформление, добавляющее глубины и плановости в восприятие витрины, могут быть применены в сегодняшнем проектировании.

Театральные приемы звучали в более позднем периоде проектирования

витрин. Знаменательны витрины лондонского универмага Harvey Nicols, оформленные репродукциями работ художника Эндрю Сальгадо. В основе концепции сформулирован оформительский принцип эпохи Возрождения — роспись задника красками. Живопись дополняют подтеки краски на фронтальном стекле витрины.

Среди западных примеров примечательны витрины универмага Harrods, объединенные единым сценарным комплексным подходом, охватывавшим все витрины универмага. Каждая из витрин демонстрировала образ диснеевской принцессы, одетой в украшения, произведенные совместно с Harrods компанией Disney.

В конце XX — начале XXI вв. популяризируются витрины, снабженные новыми технологиями, бросившими вызов традиционному проектированию. На первое место выходит персональный опыт каждого потребителя, и поэтому большую популярность набирают такие интерактивные технологии, как 3д-демонстрации, тачскрины, интерактивные витрины. Примером служит концепт, созданный для Nike Free Run «Свобода движения» («FREEDOM OF MOTION») — витрина от Engineering by 1/2 Studio, автор которой известный дизайнер Anthony Howe. Композиционный центр витрины — установленная кинетическая движущаяся скульптура, на выступы которой надеты кроссовки «Nike».

Современная Россия также не отстает от прогрессивной Европы. Одним из центров развития современной московской витринистики является ЦУМ, витрины которого подобны сезонным театральным декорациям. Зимний сезон 2014 г. решен в едином концептуальном ключе: общая цветовая гамма и принцип оформления витрины. В витринах стоят манекены, окруженные архитектурными фрагментами, частями интерьерной экспозиции, товарами, элементами натюрмортов. Композиция витрин многопланова: задники изображают или средовые объекты: арки, камины, ворота, или театральные декорации и фрагменты интерьеров. Освещение — одно из ведущих составляющих оформления. В зависимости от замысла художника-постановщика витрину то освещают боковые прожекторы, то прожекторы, установленные сзади. Некоторые витрины освещают хрустальные люстры, которые продаются в ЦУМе.

В заключение обзора истории зарождения и развития витринистики можно выделить ее важность и актуальность в наши дни, а также выявить необходимость использования сценографического подхода.

Примечания:

1. *Виноградова Т.Б., Сазиков А.В*. Реклама Москвы. История. Типология. Документы. — М.: Русский Мир, 2013. — С. 201.

Библиография:

2. *Виноградова Т.Б., Сазиков А.В*. Реклама Москвы. История. Типология. Документы. — М.: Русский Мир, 2013. — С. 400.

3. *Грашин А.А.* Методология дизайн-проектирования элементов предметной среды. — М.: Издательство Архитектура—С, 2004.— С. 232.

4. Визуальное культурное мышление в дизайне. Библиотека дизайнера. — М.: ВНИИТЭ, 1990. — С. 87.

5. *Mary Portas,* Windows. The Art of Retail Display. — London: Thames&Hudson, 1999. — 192 p.

6. Ultimate shop design. — Kempen: Neues Verlag GMBH+ Co, KG 2005.

Т.В. Литвина

ТЕХНОЛОГИЯ СОЗДАНИЯ И ЭСТЕТИЧЕСКИЕ КАЧЕСТВА ВИРТУАЛЬНЫХ ОБРАЗОВ

В статье рассматривается влияние цифровых технологий на зрительское восприятие экранных образов. Считывание зрителем больших потоков информации, передаваемых средствами мультимедиа и современный подход к производству медиа контента. Роль медиа дизайнера, формирующего экранные образы.

In article is considered influence of screen's images of digital technologies on spectator perception. Reading by the viewer of the big flows of information transferred by means of multimedia and modern approach to production of media of content. A role of media of the designer forming screen images.

Ключевые слова: Информационная культура, клиповое мышление, виртуальные образы, компьютерная графика, медиа-производство, зрительское восприятие.

Keywords: Information culture, clip thinking, virtual images, computer graphics, media production, spectator perception.

Современная подача информации в средствах массовой коммуникации визуально выглядит серией коротких модульных вспышек — новости, фрагменты фильмов и передач, рекламных блоков. Человек современной информационной культуры отказывается от восприятия измененных понятий и данных в уже сложившихся структурах и категориях, теперь он стремится к созданию своего собственного материала из мозаичной информации.

Еще Э.Тоффлер, размышляя о том, каким будет общество будущего,

отмечал, что ассоциативные образы, формирующие «ментальную модель действительности», переносящие нас в некое пространство и время и определяющие «наше место в структуре личностных взаимоотношений», создаются при преобразовании информации [1].

В 70-е гг. XX в. явно обозначился поворот к новому типу общества, принципиально противостоящего прежнему, «индустриальному», «научно-техническому» или «научному»; предыдущая техническая эпоха уступила место «информационной и системно-технологической». Влияние «технологической революции», постоянное изменение технологии массовых коммуникаций, в последние десятилетия особенно усилившееся и ускорившееся, оказывает активное влияние и радикально трансформирует современную культуру.

Возникшая новая социальная система отличается высоким уровнем инновативности, а с точки зрения технологии ее ведущими качествами является упор на сетевые технологии, основанные на принципе всеобщей и глобальной доступности информации, а также на создание моделей, способных обобщать и формализовывать информацию.

Безостановочно переключая TV каналы, мы создаем новый образ, состоящий из обрывков информации и осколков впечатлений. Новый тип культуры, который Э.Тоффлер обозначил как клип-культуру, создает иные формы восприятия. Возникающий образ уже не требует от зрителя воображения и глубокого осмысления увиденного, т.к. информация идет непрерывным потоком, и этот поток постоянно «обновляется». Ярким примером подачи информации с телеэкрана может служить любая программа новостей, где все новые и новые блоки информации формируются и выдаются в эфир за максимально короткий промежуток времени. Таким образом, информация, еще не успев уложиться в умах зрителя, практически сразу становится устаревшей, теряет свое значение.

Если раньше каналы коммуникации определялись характером информации, то техническая коммуникативная система постиндустриального общества стала проявлять активность по отношению не только к классификации, но и к самому производству информации, где «средство передачи сообщения» само стало «сообщением» [2].

М.Маклюэн, описывая новую реальность, формируемую современными коммуникационными технологиями, говорил и о разрушительном воздействии экранной культуры на человеческое сознание — появление так называемого клипового мышления, когда при переходе от текста к экрану как следствие происходит превращение абстрактного мышления, связного и логичного, в оперирование дискретными клишированными понятиями, дробными картинками, символами, с трудом обеспечивающими цельность разрозненным мозаичным образам

Мир виртуальной реальности уже настолько развит, что становится некой альтернативой реальному миру, выступает в качестве самого мира.

Технологические моменты создания виртуальных изображений проявляют их определенную специфику, которая может и должна быть использована для целей художественного воздействия.

Появившиеся в арсенале медиа дизайнера цифровые инструменты такие, как трехмерная графика — простейшее построение любого объекта, структуры объекта, создание каркасной сетки, обозримый как в плоскости, так и в объеме; комбинаторная геометрия — возможность моделирования сложной фигуры при помощи простых геометрических форм (шар, куб и т.п.); световые эффекты; цвет, разнообразие фактур и, главное, возможность перемещения элементов композиции в пространстве с различной скоростью и т.п. необычайно расширили границы художественного творчества.

На современном этапе развития медиа производства особенно остро стоит проблема композиционной целостности, единства стиля, художественной оригинальности и простоты в применении виртуальных образов.

Все развитие экранной теле- видеокультуры ясно показывает, что для более полного эмоционального воздействия на зрительскую аудиторию необходим не технологический, а именно художественный, дизайнерский подход.

Современный медиа-дизайнер должен не только уметь понимать особенности построения драматургического замысла, но и видеть возможность его переложения в изобразительный ряд, используя

весь спектр современных графических средств: не бессмысленное апробирование возможностей новых и новых программ, а сознательное художественное проектирование, опирающееся не только на современность, но и на культурные традиции. В современных массовых жанрах, формах, видах искусства продолжают жить метаморфозы древних зрелищ, сюжетов, персонажей. Существующая своеобразная эстетика в представлении людского большинства, сложившаяся в незапамятные времена, дает о себе знать и в наши дни.

Смену ракурса, цвета, текстуры, крупности плана, характера движения, перспективы, глубины, резкости, типа объектов и т.д. можно воспринимать как переброску из мира в мир, из одного слоя реальности в другой. На смену весьма ограниченному набору типов восприятия, который часто сводится к единственному «бытовому» восприятию слоя физической реальности, возможности виртуального проектирования приносят широкий спектр различных восприятий, т.е. расширяют картину мира, лишая ее привычной устойчивости и единственности. Клиппинг как принцип нарезки фрагментов визуальных реальностей предоставляет возможность создать иллюзию множества миров и восприятий. Разнообразные элементы клиппинга (резкая смена фрагментов, плавная, скачкообразная...) активно используются сейчас в видеоарте и преследуют уже свои эстетические цели. Интересно, что возникшая эстетика носит целостный характер: она достаточно идентична в рекламе, телезаставках, презентационных видеороликах и кино.

Первым глобальным шагом, открывшим начало эры компьютерной графики была, вероятно, придуманная в 1961 году И.Сазерлендом система, где с помощью светового пера пользователи могли создавать рисунки прямо на поверхности экрана. И в 1967 году И.Сазерленд начал совместную работу с Дэвидом Эвансом с целью создания учебного курса компьютерной графики, в котором были бы слиты воедино искусство и наука.

На заре компьютерной графики была разработана концепция создания объемных изображений, исходя из геометрических фигур (треугольники, сферы или параболоиды). Получались некие наложения одних объемов на другие, фигуры получались сплошными, и при этом геометрия переднего плана закрывала геометрию заднего плана. Следующий технологический

этап — работа с виртуальным освещением в сцене, благодаря которому на виртуальных объектах появлялись плоские затененные участки, придававшие компьютерным объемам четкость.

В начале 80-х годов прошлого века, когда компьютеры стали чаще использоваться в различных областях деятельности, начались попытки применения компьютерной графики в развлекательной сфере, включая телевидение и кино. Для этого использовалось специальное аппаратное обеспечение и сверхмощные компьютеры, но начало было положено.

Сегодня существует множество программных пакетов для трехмерного моделирования, пакеты, связанные с нелинейным монтажом, и пакеты, применяющиеся для многослойного компоузинга (совмещение в различных слоях видео и графических материалов и добавление к ним необходимых спецэффектов).

Медиа-дизайнер, профессионально занимающийся медиа производством, должен одновременно владеть несколькими пакетами векторной и растровой графики, трехмерного моделирования и анимации, программами монтажа и создания различных спецэффектов.

Сегодня экранное пространство смело заполняют объективно существующая реальность и виртуальная. Виртуальная реальность, вытекающая из нашего сознания на экраны дисплеев, принимает образы предельной текучести, подвижности и свободы. Реальный герой оказывается в виртуальном, но в какой-то момент сливающимся с реальностью пространством. Создание подобных сложных образных пространств позволяет современному зрителю наиболее полно вникать в характер героя. Виртуальное пространство может сливаться с реально существующим пространством, с киберпространством, передавать его внутреннее состояние.

Если говорить о телевидении, то дизайнеры, занимающиеся проектированием виртуальных студийных пространств, так же пытаются передать в своих решениях некий «второй» смысл, как на уровне чувственного и знакового восприятия. Знаковость вызывает ряд ассоциаций, позволяющих расширить студийное пространство, определить временные границы происходящего, пробудить у зрителя не просто интерес, а и ощущение сопричастности к происходящему как в прямом смысле, так и в переносном.

Особое место принадлежит созданию новых структур показа интерактивному телевидению, системе online вещания, вещанию в интернете и т.п. В их основе лежат технологии создания особого экранного пространства, где на глазах у зрителя происходят разнообразные превращения, изменения временного течения событий, слияния различных сред и пространств в режиме реального времени.

Пространство экрана — не просто «окно в мир», но и связь зрителя с этим огромным миром. Так проявляется один из скрытых видов коммуникативной связи, являясь одновременно одним из элементов выразительных средств экранной композиции, и роль медиа-дизайнера в не меньшей степени, чем режиссера, в конечном счете формирует зрительный образ программы или видеоролика, их изобразительный стиль, т.е. художественный смысл формы будущего произведения. Медиа-дизайнер, объединяя все элементы композиции, придает им особую «жизненность», новую реальность. Он здесь не только изобразитель, но и драматург действия, происходящего в кадре.

Таким образом, процесс художественного формирования виртуальных образов предоставляет уникальную возможность для создания художественных эффектов как элементов, с помощью которых можно добиваться определенного эстетического, психологического воздействия на зрителя.

Библиография:

1. *Тоффлер Э*. Третья волна. — М., 1999.
2. *Маклюен М*. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / пер. с англ. В.Г.Николаева, М.Жуковского. — М.: Канон-Пресс-Ц, Кучково поле, 2003.
3. *Миллерсон Дж*. Телевизионное производство / пер. с англ. Л.С.Волкова, Ю.В.Волкова, под ред. В.Г.Маковеева. — М.: ГИТР, 2004.
4. *Орлов А.М*. Виртуальная реальность. Пространство экранных культур как среда обитания. — М.: ГЕО, 1997.
5. *Костина А.В*. Массовая культура как феномен постиндустриального общества. — М.: УРСС, 2004.

Н.Ю. Казакова

ИГРОВОЕ ПРОСТРАНСТВО И КАТ-СЦЕНЫ КАК СПОСОБ ВЕДЕНИЯ ПОВЕСТВОВАНИЯ В РАМКАХ ИГРОВОГО ПРОЦЕССА

В статье рассматриваются особенности и типы игрового пространства, выполняющего в гейм-дизайне не только роль локализации всех происходящих в рамках геймплея событий, но и являющегося действенным способом донесения повествования до пользователя посредством динамично меняющегося визуального ряда и возникновения на отдельных уровнях-локациях, представляющих собой единицы измерения игрового пространства, ситуаций, требующих немедленного принятия решений со стороны игрока. При этом важной оставляющей разработки игрового проекта становится обеспечение мгновенной, адекватной и имеющей визуальное выражение реакции цифрового пространства на действия пользователя с целью восприятия результатов, совершаемых им в игровой среде действий. Кроме того, в рамках данного исследования приводится классификация предварительно отснятых сцен, также способствующих максимально эффективному и простому донесению информации до пользователя.

The present article deals with the unique characteristics and types of game space, that plays the role of not a simple location for all events emerging in gameplay, but also represents an effective way of getting the narrative across to the user by means of dynamically changing visuals and the occurrence of situations, calling for immediate decision-making, on separate levels or locations, which act as units of game space. Therefore, providing conditions necessary for producing instantaneous, adequate and clearly visible in the digital environment reactions to the user's actions becomes especially important. Moreover, this study also includes the classification of pre-rendered cut-scenes that also serve as a most effective and unobtrusive source of information for the gamer.

Ключевые слова: гейм-дизайн, игровое пространство, нарратив, аллеи, острова, локация, дизайн уровней, кат-сцена, ориентир, песочница.

Keywords: game design, game space, narrative, alleys, islands, location, level design, cut-scene, reference point, sandbox.

Будучи междисциплинарным видом проектной деятельности и объединяя в себе инструментарий столь сильно между собой различающихся дисциплин как информационные технологии, кинематограф, изобразительное искусство и компьютерная графика, гейм-дизайн инновационно и творчески подходит к вопросу применения на практике давно зарекомендовавших себя в сфере кинематографа приемов и теоретических наработок, таких как, например, десятилетиями оттачиваемые принципы работы с плановостью и различными видами камер [1], с целью выработки уникальных подходов к повышению качества игрового опыта, получаемого пользователем в рамках геймплея.

В процессе отбора оптимально подходящих для определенного игрового проекта художественно-выразительных средств, служащих повышению привлекательности геймплея и улучшению его потребительских и эстетических свойств, необходимо понимать, что пространство и действие в рамках гейм-дизайна являются ключевыми способами донесения информации до игрока. Игровое пространство посредством активного взаимодействия пользователя с ним транслирует заложенную в нем разработчиками информацию в визуальной форме. Здесь стоит отметить, что использование пространства как способа повествования встречается в архитектуре и ландшафтном дизайне и особенно четко прослеживается в планировке тематических парков развлечений и аттракционов, например, «Диснейленда», ставшего источником вдохновения для многих разработчиков игр [2]. Игровая вселенная, как правило, состоит из диверсифицированных уровней, в идеальном случае обеспечивающих непрерывный поток разнообразных впечатлений, позволяющих геймплею удерживать внимание пользователя в течение значительного промежутка времени и способствующих его погружению в потоковое состояние.

Игровое пространство, в котором разворачиваются все инициируемые геймером игровые действия, является фактором первостепенной важности во взаимодействии субъекта с игровой реальностью, а организация данного типа пространства становится одной из главных задач гейм-дизайна, у которого отсутствует возможность напрямую влиять на впечатления, получаемые от игры, и который вынужден использовать дизайн уровней как способ косвенно воздействовать на психоэмоциональный уровень игрока. При этом большое внимание необходимо уделять психологическим аспектам восприятия пространства для достижения необходимого эффекта или получения т.н. «вау-фактора» (англ. wow-factor, характеристика, мгновенно вызывающая положительное восприятие продукта или проекта со стороны потребителя, зрителя или пользователя) в геймплее. Так, например, пространство кажется существенно больше, если игрок попадает в него из очень тесного помещения, что зачастую широко используется в проектировании игровых уровней, содержащих в себе такие структурные элементы как подземелья и тоннели.

Выделяют пять основных видов пространства в игре:

- линейная структура пространства, дающая пользователю возможность двигаться только вперед («Super Mario»);
- ячеистая структура, которая была применена, например, в вышедшей в 1996 году культовой игре «Quake», являющейся преемницей традиций «Doom», и обеспечивала необходимость заранее просчитывать развитие ситуации, обусловленных структурой пространства и наличием других игроков в локациях с трехмерным дизайном [3];
- сетчатая, состоящая из точек на карте, соединенных друг с другом произвольным образом («Jelly Defense»);
- изолированная, состоящая из отдельных точек в пространстве, соединенных с некой центральной точкой и обособленных друг от друга («Final Fantasy»);
- имитация реальной карты, разделяющей пространство произвольным образом («Spore»).

Кроме того, гейм-дизайнер Б.Митчелл выделяет и сходную с

ячеистой структуру, состоящую из некоего центра, в который игрок может возвращаться по своему желанию в любой момент игрового процесса. Данная структура чаще всего представляет собой некую безопасную гавань, дающую возможность восполнить ресурсы и получить новые задания. Она соединена с определенным количеством объединенных между собой пространств, также дающих игроку возможность свободно перемещаться. Такая конструкция называется «ось и спицы» (англ. hub-and-spoke), поскольку при схематическом изображении напоминает ось и спицы колеса [4].

Какой бы не была выбранная гейм-дизайнером структура организации, качественно разработанное игровое пространство должно предоставлять игроку некие виртуальные ориентиры, упрощающие навигацию и повышающие визуальную привлекательность игры. Более того, наряду с другими внутриигровыми объектами, они помогают геймеру определить относительные пропорции всех элементов окружающей игровой персонаж виртуальной среды, или сеттинга. В отсутствие привычных способов определения относительных и абсолютных размеров объектов в реальном мире, таких как система мер, освещение, тени, текстуры и, главное, размеры собственного тела, данные ориентиры становятся фактором первостепенной важности для осуществления любой осмысленной деятельности игроком. Так, по данным ресурса «GameFaqs.com» среди игр с лучшим дизайном уровней, в котором удачно проработаны вышеупомянутые элементы, отмечены «Half-Life», «God of War III» и «Deux Ex». Кроме того, для создания реалистичных пропорций в игровом пространстве важно учитывать высоту глаз (камеры) в игре от первого лица, которая должна быть пропорциональна среднему росту человека. Необходимо принимать во внимание и пропорции роста других людей в игре и высоту дверных проемов, являющуюся одним из основных способов определения масштаба пространства на подсознательном уровне. Сюда же могут быть отнесены пропорции текстур, например, размер одного кирпича по отношению в высоте и ширине стены. Также следует учитывать, что в играх от третьего лица, когда геймер видит и своего игрового персонажа, и пространство вокруг него, восприятие пропорций

искажается, и закрытые пространства начинают восприниматься гораздо более тесными и загроможденными различными объектами, чем при восприятии этого же пространства от первого лица. Данную проблему можно устранить за счет незначительного увеличения относительных размеров закрытого пространства и находящихся в нем объектов, а также за счет увеличения расстояния между ними.

С точки зрения гейм-дизайна существуют разные подходы к проектированию уровней в рамках игрового пространства. Так, создатели популярной серии игр «Metal Gear» для большей наглядности строили уровни из кубиков конструктора.

При этом С.Роджерс, обобщая, говорит о существовании только двух типов уровней трехмерных игр: это «аллеи» и «острова» [5]. «Аллеи» создают более направленный геймплей, ориентированный на достижение означенной цели. Уровень проектируется так, чтобы игрок, сталкиваясь с препятствиями, все же находил способы их преодолеть и достичь цели. При этом, «аллеи» могут существенно различаться своей шириной, порой создавая иллюзию открытого пространства («CoD: Modern Warfare 2»).

Использование «аллей» имеет множество преимуществ при проектировании игры: упрощается работа с камерой, так как точно известен маршрут прохождения игрока, что позволяет использовать особенно зрелищные ракурсы камеры при прохождении игроком определенных триггерных точек, активирующих заскриптованную анимацию. Помимо этого, можно создать искусственные преграды, мешающие игроку двигаться в определенных направлениях (например, назад), а также позволяющие более эффективно расставлять ловушки и иные препятствия и быть при этом уверенным, что игроку придется каким-то образом эти сложности преодолевать, а не просто избегать, обходя их стороной.

«Острова» в дизайне уровней трехмерных игр представляют собой самостоятельные отделенные друг от игровые пространства, дающие игроку свободу перемещения в своих пределах. В последнее время создание игрового пространства в виде «островов» стало крайне актуальным направлением в гейм-дизайне, а увеличение размера каждого из таких островов привело к появлению нового жанра

видеоигр — так называемой «песочницы», позволяющей игроку перемещаться внутри себя абсолютно свободно, взаимодействовать с объектами и исследовать все вызывающие интерес предметы и локации. Данный уникальный жанр базируется на насыщении игровой Вселенной таким количеством интерактивных объектов, разнообразных механик, контролируемых другими игроками или искусственным интеллектом персонажей, чтобы игрок был свободен в выборе стратегий взаимодействия с этой вселенной.

Спонтанно возникающий, стихийный дизайн (англ. emergent design) игрового пространства и происходящих в нем событий является основой многих оказавшихся крайне востребованными игр, позволяющих игрокам действовать не так, как задумывали дизайнеры. Например, вместо выполнения определенных заданий геймеры могут сконцентрировать все свои усилия только на продаже ценных внутриигровых предметов («World of Warcraft») или строительстве реплик известных зданий и иных объектов («Minecraft») [6]. И хотя общепризнанным образцовым примером данного жанра практически все специалисты и пользователи называют серию игр «GTA», предтечей данного направления можно назвать появившуюся в 1991 году игру «Lemmings», где игроку предстояло провести колонию леммингов по полному опасности пути, воздействуя на них не напрямую, а косвенно, путем назначения грызунам одного из 8 типов поведения [7].

Многие разработчики стремятся наделить игрока возможностью настолько полноценно и разнообразно взаимодействовать с миром игры, насколько позволяют самые передовые технологии. «Острова» очень хорошо подходят для мультиплеера, так как на их территории могут сосуществовать различные игровые тактики и стили игры. Однако с технической точки зрения «острова» ставят перед гейм-дизайнером много сложных задач: необходимо задать настолько гибкую работу камеры, чтобы качество изображения не ухудшалось независимо от того, в какой точки по оси X (варьирующаяся в разных местах уровня ширина) или Y (возвышенности) персонаж находится. Кроме того, сложнее становится работать с заскриптованными событиями, так как нет гарантии, что игрок обязательно пройдет

через какую-либо определенную точку в пространстве. Также на уровне усложняется и работа с геометрией за счет необходимости тщательно ее прорабатывать, так как игрок может ее увидеть с абсолютно разных углов и взаимодействовать с ней по-разному. Сражения с врагами тоже сложнее проектировать из-за меняющегося положения игрока в трехмерном пространстве, что усложняет в ходе битвы прогнозирование определенных событий.

При создании песочницы важно разделить ее на четко отличимые друг от друга участки с целью облегчения навигации. Причем разделение это может быть не пространственным (все же «песочница» должна восприниматься как единое пространство, лишенное ограничивающих свободу барьеров), а тематическим, когда разные ее части визуально унифицированы в своих пределах, но отличаются друг от друга. Например, игра «Crackdown» визуально разделяет свой открытый мир на оформленные в уникальные темы участки, соответствующие стилистике проживающим там злодеев, от которых герою необходимо зачистить территорию). Кроме того, навигацию в «песочнице» упрощают и видимые из любой ее точки ориентиры, такие как горы, характерные высотные здания и т.д. Также, гейм-дизайнеры на практике убедились, каким насколько важным фактором в ориентировании и в трехмерном пространстве является освещение. Игроков инстинктивно привлекают хорошо или сравнительно хорошо освещенные участки локации, а темных, тенистых или неосвещенных, мест они, как правило, избегают. Это дает возможность как контролировать перемещение игроков, регулируя параметры освещенности и люминисценции отдельных предметов или участков, так и заставлять игрока действовать вопреки инстинктам и привычкам, размещая ценные предметы в плохо освещенных местах. С точки зрения, проектирования уровней-«островов», логичным будет размещать подобные привлекающие внимания ориентиры вдоль маршрута, которого, по задумке гейм-дизайнера, должен придерживаться игрок, контролируя тем самым его передвижение в условиях открытого мира. Прекрасную работу со светом демонстрирует студия «Naughty Dog», сумевшая в рамках трилогии «Uncharted» с помощью удачного размещения источников

освещения, имитирующих свет, падающий сквозь трещины и разломы в кровле или проникающий сквозь кроны деревьев, не только передать загадочную атмосферу древних руин, заброшенных городов и красоту джунглей, но и направить движение игрока и прилагаемые им усилия в нужное русло [8].

Стоит отметить, что «острова» и «аллеи» могут прекрасно сосуществовать в рамках одной игры и, чередуясь, делать геймплей более разнообразным как, например, в играх вышеупомянутой трилогии «Uncharted». Особая заслуга разработчиков трилогии состоит в непревзойденном, поистине мастерском использовании визуальных подсказок. В их ряду такие приемы как трещины в объекте, который необходимо разрушить; едва уловимое выделение цветом выступов, по которым можно вскарабкаться наверх; продуманная расстановка масштабных объектов, служащих ориентирами и направляющих движение игрока и т.д. Данный подход к проектированию различных аспектов игрового пространства служит достижению максимально дружественного к игроку визуального языка геймплея, устраняющего необходимость в каких-либо дополнительных подсказках и минимизирующего фрустрацию игрока при невозможности понять поставленную перед ним задачу, сохраняющего при этом атмосферность и высокие эстетические качества картинки, представленной на экране устройства [9].

Кроме того, разработчикам прекрасно удалось реализовать сцены погони и преследования, когда у игрока складывается ощущение безграничности окружающего его пространства и свободы выбора движения. При этом игровой уровень построен таким образом, что игроку удобно двигаться только по намеченному гейм-дизайнером маршруту. Это одновременно повышает качество геймплея и удовольствие игрока от участия в нем за счет создания иллюзорного ощущения открытого мира.

Однако игровой процесс является слишком сложным и многоаспектным видом деятельности, зачастую требующим от пользователя мгновенной реакции и принятия стратегических решений, основанных на детальном понимании постоянно меняющейся расстановки сил в игре, чтобы довольствоваться

лишь передачей неких абстрактных и крайне индивидуально воспринимаемых посылов, основанных лишь на восприятии пространства как такового. В том случае, если прозрачных намеков и аллюзий оказывается недостаточно для обеспечения полного понимания игроком происходящего на экране, разработчики активно применяют кат-сцены (англ. cut scene), представляющие собой анимированные ролики или видео-фрагменты с реальными актерами, применяемые для облегчения и углубления понимания истории игроком при повышении уровня погружения в игровую реальность за счет наглядной демонстрации посредством развернутых диалогов характера персонажей, динамики их развития и освещения тех аспектов игрового мира, которые сложно было бы донести лишь посредством геймплея. Такие видео-вставки по своей длительности подразделяются на:

• продолжительные сцены в начале и в конце игры, включающие в себя важнейшие аспекты мифологии игры и наиболее масштабные сцены;

• более короткие вставки, интегрированные в геймплей и актуализирующиеся в рамках скрипта (англ. script, программный код) после определенных действий игрока.

При этом стоит учитывать неоднозначную реакцию пользователей на подобные, как правило, не интерактивные сцены: с одной стороны, игроки отдают себе отчет в том, что получают новую и важную для прохождения игры информацию, к тому же зачастую преподнесенную в эстетически привлекательной и захватывающей форме. Но с другой стороны, кат-сцены способны вызывать нетерпение и даже раздражение со стороны той части целевой аудитории проекта, которая ориентирована на максимально скорое начало или продолжение игрового процесса. Таким образом, компромиссным решением с целью недопущения возникновения чувства фрустрации у пользователей может стать максимальное наполнение смыслом максимально коротких кат-сцен. Пытаясь найти целесообразные пути решения данной задачи, практикующий художник-иллюстратор и теоретик, изучающий графические новеллы и комиксы как вид искусства, С.МакКлауд предлагает использовать

методику, именуемую «переходы» (англ. transition) в изображении различных кат-сцен. Эти переходы могут не давать фактически никакого простора воображению пользователя, описывая изменения событий буквально по отдельным моментам (англ. moment-to-moment), аспектам (англ. aspect-to-aspect) или действиям (англ. action-to-action). А могут, наоборот, максимально экспрессивно сублимировать суть происходящего в рамках (и за рамками) игрового процесса, показывая переход от темы к теме (англ. subject-to-subject) или от сцены к сцене (англ. scene-to-scene), перенося место действия на значительные расстояние и временные промежутки, заставляя тем самым пользователя в полную силу задействовать свое воображение, что в большинстве случаев приводит к более эмоциональному и положительному восприятию кат-сцен [10]. С технической точки зрения выделяют следующие типы видео-вставок:

• фул-моушн видео (FMV), являющиеся снятые, как правило, сторонними компаниями киноролики, по своим характеристикам соответствующие фильмам различных категорий, но, очевидно, существенно меньшей продолжительности;

• анимированные ролики, в которых довольно часто применяется визуальный стиль «сэл-шейдинг» (англ. cel-shading), базирующийся на придающем трехмерной модели вид нарисованного от руки комикса или мультфильма способе рендеринга с характерными жесткими контурами, ограниченным числом цветов и не-плавными переходами светотени. Часто применяемые в играх жанра «шутер» и «файтинг», ролики данного типа являются альтернативой видео в формате фул-моушн и вносят дополнительную экспрессию за счет использования различных спецэффектов, порой недоступных в рамках реалистичного подхода к визуальным решениям;

• flash-анимацию, создаваемую с помощью программного обеспечения «Adobe Flash» для анимирования движений персонажей непосредственно в игровом процессе, что при наличии характерного визуального ряда, обусловленного векторным морфингом, заставляющим один ключевой кадр «перетекать» в другой, делает оправданным ее применение в играх определенных жанров и визуальных стилистик («God of War»);

• пре-рендеринг в кат-сценах позволяет применять анимацию героев и пейзажей в играх с высоким разрешением, что зачастую способствует достижению впечатляющих результатов, как, например, в серии игр «Final Fantasy».

Кат-сцены в рамках игрового процесса выступают в следующих ипостасях:

• как поощрение за принятие правильных решений и совершение обоснованных действий на должном техническом уровне, что способствует игровому прогрессу;

• как разъяснение совершенных игроком ошибок, приведших к поражению или смерти персонажа, для разъяснения которых зачастую используется замедленная съемка;

• как обозначение наиболее значимых этапов в повествовании, подчеркивающее важность момента;

• как наглядная демонстрация происходящих на жизненном пути героя изменений;

• как инструктаж перед выполнением очередной миссии, предоставляющий информацию для ее выполнения, как в минимальном количестве, так и в полном объеме. Располагаясь в самом начале игрового процесса, более или менее продолжительная кат-сцена, может облегчать пользователю вступление в игровой процесс, разъясняя правила и цели игры в целом [11].

В целом, безусловным преимуществом кат-сцен является зачастую более выигрышный по сравнению с игровым процессом визуальный ряд и возможность демонстрации захватывающих поворотов сюжета. Но к наиболее серьезным недостаткам можно отнести желание многих пользователей как можно скорее пропустить такую представляющуюся скучной из-за отсутствия возможности контролировать происходящее на экране сцену, для чего большинство разработчиков предусматривает возможность принудительного завершения игроком кат-сцены с целью перехода непосредственно к геймплею. Учитывая такую неоднозначность восприятия, с точки зрения гейм-дизайна целесообразным является изучение и применение на практике альтернативных возможностей донесения содержащейся в кат-сцене информации непосредственно

в рамках игрового процесса. Как утверждают гейм-дизайнеры Ф.Дилл и Дж.Платтен: «Не говори то, что можешь показать. Не показывай то, во что пользователь может сыграть» [12].

В отличие от приведенных выше кат-сцен, заскриптованные сцены дают пользователю большую долю контроля за происходящим на экране, что, однако, ограничивается поворотами камеры и простейшими формами взаимодействием с различными окружающими игровой персонаж предметами.

Учитывая практику ведущих компаний-разработчиков и свой собственный обширный опыт разработки игровых проектов различных жанров, С.Роджерс рекомендует отказываться от кат-сцен с отсутствием интерактивных возможностей в пользу заскриптованных сцен, позволяющих пользователю принимать деятельное участие в происходящем на экране, а в идеальном случае в полной мере использовать непосредственно игровой процесс как основное средство развития сюжета и уникальный способ ведения повествования [13]. Если же использование кат-сцен избежать не удается, то следует включать в них наиболее значимые и драматичные события. Стоит отметить, что настоящую революцию в данном аспекте гейм-дизайна совершила первая часть культовой серии игр «Half-Life», впервые давшая пользователю свободу действий во время кат-сцен.

Библиография:

1. *Казакова Н.Ю.* Работа с камерами как основа визуальной интерактивности игрового процесса в рамках гейм-дизайна // Вестник МГХПА. — 2016, № 1. — С.

2. *Parkin S.* An illustrated history of 151 video games. — Anness Publishing Limited, UK, 2012. — С. 81.

3. *Rogers S.* Level up. The guide to great video game design. — A John Wiley & Sons, Ltd., Publications, 2010. — С. 221.

4. Mitchell B. Game Design Essentials. — John Wiley & Sons, 2012. — С. 181.

5. *Rogers S.* Level up. The guide to great video game design. — A

John Wiley & Sons, Ltd., Publications, 2010. — C. 219.

6. *Mitchell B*. Game Design Essentials. — John Wiley & Sons, 2012. — C. 4–5.

7. *Parkin S*. An illustrated history of 151 video games. — Anness Publishing Limited, UK, 2012. — C. 87.

8. *Wright B*. The art of the Uncharted Trilogy. [Text]. — Dark Horse Books, 2015. — C. 49.

9. *Wright B*. The art of the Uncharted Trilogy. [Text]. — Dark Horse Books, 2015. — C. 33.

10. *McCloud S*. Understanding Comics. — Harper, 1993. — C. 71–72.

11. *Dille F., Platten J*. The ultimate guide to video game writing and design. — Random House, Inc., New York, 2007. — C. 23–24.

12. *Dille F., Platten J.* The ultimate guide to video game writing and design. — Random House, Inc., New York, 2007. — C. 32.

13. *Rogers S*. Level up. The guide to great video game design. — A John Wiley & Sons, Ltd., Publications, 2010. — C. 411.

И.В. Моренко

К ВОПРОСУ ОБ УЧИТЫВАЮЩЕМ ПОТРЕБНОСТИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ДИЗАЙНЕ СИСТЕМ ОРИЕНТИРУЮЩЕЙ ИНФОРМАЦИИ

Дизайн системы ориентирующей информации зависит от определенных потребностей пользователей, обусловленных их индивидуальными особенностями: социокультурными, физиологическими и т.п. На примере московских потребителей информационных сообщений показаны данные особенности. Выявлены и сформированы их номинальные группы и подгруппы, проведен анализ влияющих на дизайн факторов.

Wayfinding system design depends on its users specific needs, which are conditioned by their individual features: sociocultural, physiological, etc. These characteristics are shown on the example of Moscow consumers of wayfinding information. Their nominal groups and sub-groups are identified and formed, analysis of factors influencing on the design is performed.

Ключевые слова: пользователи, адаптация, система ориентирующей информации, ориентированный на пользователя дизайн, универсальный дизайн.

Keywords: users, adaptation, wayfinding system, signage system, user-centered design, universal design.

Развитие городов (особенно мегаполисов) привело к существенному усложнению их пространства. Взаимосвязь между отдельными объектами и структурными частями среды становится все менее очевидной. Процесс определения своего местоположения в пространстве, идентификации объектов среды и планирования

маршрутов передвижения превращается в проблему для обычного человека. Одним из самых эффективных способов ее решения является создание специальных систем информации и коммуникации, направленных на упрощение процесса ориентирования в сложной городской среде.

Дизайн систем ориентирующей информации представляет собой комплексную дисциплину, использующую накопленный опыт различных отраслей науки и художественно-проектной деятельности. В предметно-пространственную среду встраиваются особые системы дополняющих ее подсказок (визуальных, тактильных и звуковых), служащих связующим звеном между человеком и наполненной различными объектами местностью.

Основная задача системы ориентирующей информации — обеспечение пользователей достоверными сведениями об окружающей их городской среде. Важнейшими свойствами дизайна системы является однозначность интерпретации предоставляемой информации и простота ее восприятия. Для их практического воплощения средствами художественного проектирования необходимо изучение потенциальных пользователей. Так как базовые принципы данного направления дизайна одинаковы по отношению к обеспечению ориентационных нужд в любых крупных пространствах [6], возможно проведение исследования потенциальных пользователей на примере московских систем ориентирующей информации. Его результаты будут применимы и для других российских городов и обширных общественных пространств. Эффективность использования теоретических разработок данного типа в проектной деятельности подтверждается практикой в других направлениях дизайна. Например, было доказано, что дизайн среды медицинских учреждений, учитывающий объективные психологические и социологические исследования пациентов, может существенно повлиять на эффективность предоставляемого им лечения [8]. Однако субъективное видение дизайнером нужд пользователей приводит к неприятию результатов его труда. Примером такого варианта развития событий может послужить построенный Ле Корбюзье дом в Марселе, жильцы которого были вынуждены самостоятельно изменить и переоборудовать под свои нужды все интерьеры квартир, подъездов, солярия [4].

В контексте дизайна вышеупомянутых систем информации и коммуникации исследования пользователей разделяются на два типа. Первый изучает особенности самого процесса ориентирования в пространстве. В том числе к нему относятся изыскания в области психологических основ ориентирования [2, 3]. Второй тип рассматривает индивидуальные особенности пользователей, затрудняющие восприятие предоставляемой информации; формирующие факторы, оказывающие влияние на навигационный дизайн.

В рамках данной работы были исследованы потенциальные пользователи московских систем ориентирующей информации и определен ряд их индивидуальных потребностей, что позволило объединить людей по общим особенностям в номинальные группы и подгруппы потребителей навигационных сообщений.

Москва, являясь крупнейшим культурным, туристическим, экономическим и транспортным центром нашей страны, обладает постоянным населением более 12 миллионов человек [7]. Около 17 миллионов (74% — из регионов Российской Федерации, 26% — из других стран) посетило за 2015 год столицу в туристических целях [5]. Все они имеют индивидуальные особенности, влияющие на восприятие и использование ориентирующей информации.

Было установлено, что скорость перемещения пользователей в пространстве города существенно влияет на восприятие информационных сообщений. Проблема дала о себе знать на Западе в третьем десятилетии XX века [1, с. 36], а на территории нашей страны — в послевоенное время. Развитие автомобильной промышленности и транспортной инфраструктуры позволило увеличить скорость передвижения, что естественным образом разделило пользователей на пешеходов и использующих транспорт. Первые, перемещающиеся в спокойном темпе, имеют возможность детально рассмотреть ориентационные сообщения, остановиться для уточнения информации, подойти ближе к носителю. Для пользователей второго типа необходимо создавать отдельные системы навигации, так как скорость передвижения не позволяет им воспринимать мелкие элементы и объемные тексты из-за ограниченного времени доступа. Если перемещающиеся пешком пользователи могут легко считывать длинное рукописное сообщение

даже с небольшой таблички, то использующие транспорт способны использовать для удовлетворения ориентационных нужд только краткую лаконичную информацию, представленную в большом формате. Этим обуславливается и появление специальных регуляционных систем дорожных знаков, отличающихся графической простотой. Данная номинальная группа объединила абсолютно всех людей, использующих системы навигации.

Также на восприятие навигационных сообщений и характер предоставления необходимой для ориентирования информации оказывают влияние различные социокультурные особенности.

Способы представления информации зависят от степени знакомства пользователей с местностью. По данному признаку выделяются подгруппы людей знакомых с местностью (местных), частично знакомых с местностью (например, экспатов), незнакомых с местностью (туристов, транзитных и пр.). Первые имеют достаточно хорошее представление об окружающем пространстве для верной интерпретации специфических данных. Например, они с легкостью идентифицируют условные обозначения объектов, обладают уже готовым набором когнитивных карт. Вторые имеют частичное представление о среде, узнают отдельные элементы-ориентиры городского ландшафта, способны самостоятельно пользоваться небольшим количеством маршрутов передвижения. К третьей подгруппе относятся пользователи, полностью лишенные сформированного представления об окружающей местности и ориентирах. Их самостоятельное перемещение без системы подсказок невозможно.

Другой проблемой, обусловленной социокультурными особенностями, является языковой барьер. Она характерна для любого туристического или транспортного узла. Большое количество гостей города требует специальной адаптации дизайна навигации не только по степени знакомства пользователей с местностью. От их лингвистических особенностей зависит способ представления информации. По данной характерной черте всех потребителей ориентирующей информации в Москве можно разделить на две подгруппы. В первую вошли русскоязычные, к которым относятся граждане Российской Федерации, выходцы из стран бывшего СССР

и другие носители языка. Они способны воспринимать любую имеющуюся в городе ориентирующую информацию. Ко второй группе отнесены не русскоязычные потенциальные пользователи. Среди них необходимо отметить: англоговорящих, знакомых с кириллицей, знакомых с латинским алфавитом и иных. Способные читать русский алфавит пользователи имеют возможность верного прочтения идентификационных сообщений, используют ее в вербальных методах ориентирования. Остальные пользователи нуждаются в дублировании навигационной информации с помощью транслитерации, а также на других языках. В качестве примера такой специальной адаптации могут быть представлены системы визуальной коммуникации в странах Азии, в дизайне которых используются надписи одновременно на 3–4 языках, включая английский. В качестве ориентационных подсказок, учитывающих данные особенности, могут выступать и графические комплексы, пиктограммы.

Немаловажное влияние на восприятие сообщений от систем ориентирующей информации оказывают физиологические особенности пользователей. К данной номинальной группе относятся полностью здоровые люди и люди с нарушенными сенсорными функциями организма. Характерной чертой первых является способность к потреблению любой (в разумных пределах) информации без ее адаптации средствами дизайна. Однако вторая подгруппа требует особого подхода.

Люди с нарушенным цветовосприятием (цветовой слепотой) часто сталкиваются с ошибочной интерпретацией цветового кодирования, которое широко используется в дизайне визуальной ориентирующей информации. Например, для них затруднено использование схемы Московского метрополитена, колористическая концепция которой не изменялась уже более полувека. Другая проблема — не учитывающий особенности восприятия указанных пользователей выбор сочетаний цветов в дизайне указателей, знаков и других ориентационных сообщений.

Пользователи с полной потерей зрения не имеют возможности использовать традиционную визуальную ориентирующую

информацию. Им доступны только тактильные и звуковые сообщения. Для них необходимо формирование особых элементов системы средствами дизайна.

Удовлетворение ориентационных нужд пользователей с ослабленным зрением может быть осуществлено с помощью визуальных сообщений. Однако их дизайн требует специальной адаптации, так как для данной подгруппы является важным масштаб элементов системы, их контрастность и пр.

Слабослышащие и глухие пользователи не могут воспринимать звуковые сообщения, что делает визуальную ориентирующую информации наиболее оптимальной для удовлетворения их потребностей. Они часто сталкиваются с проблемой идентификации своего местоположения в городской среде при использовании общественного транспорта, в котором преимущественно применяются голосовые объявления.

Таким образом, было показано, что для повышения эффективности результатов художественного проектирования систем ориентирующей информации необходимо учитывать характерные особенности потенциальных пользователей. Выявлены основные номинальные группы (по способу передвижения, по социокультурным особенностям, по физиологическим особенностям) и подгруппы пользователей, потребности которых требуют удовлетворения средствами дизайна. Результаты данного исследования могут лечь в основу дальнейших исследований в области ориентированного на пользователя дизайна в целом и проектирования систем ориентирующей информации в частности.

Библиография:

1. *Бергер К.М.* Путеводные знаки: Дизайн графических систем навигации [Текст] / К.М.Бергер. — М.: Издательский дом РИП-холдинг, 2005. — 176 с.

2. *Гаврюшкин А.В.* «Дезориентация — причины и следствия» [Текст] / А.В.Гаврюшкин // Наука, образование и экспериментальное проектирование в МАРХИ: Тезисы докладов научно-практической

конференции. — М: Архитектура-С, 2009. — С. 151–152.

3. *Гаврюшкин А.В.* Ориентация в информационном поле как фактор пространственной ориентации в городе [Текст] / А.В.Гаврюшкин // Архитектура и строительство России. — 2009. — № 6. — С. 18–29.

4. *Гудков Л.Д.* Методологические проблемы социологии в дизайне [Текст] Л.Д.Гудков // Труды ВНИИТЭ. Серия «Техническая эстетика». Социологические исследования в дизайне. — М.: ВНИИТЭ, 1988. — Вып. 54. — С. 8–24.

5. Интерфакс: Москву в 2015 году посетили более 17 млн туристов [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.interfax.ru/moscow/496162 (дата обращения: 26.02.2016).

6. *Кагаров Э.* Комментарий: Эркен Кагаров о дизайне городской среды. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.the-village.ru/village/city/city/125355-kommentariy (дата обращения: 20.03.2016).

7. Мосгорстат: Оценка численности постоянного населения г. Москвы на 1 января 2016 года. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://moscow.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/moscow/ru/statistics/population/ (дата обращения: 13.04.2016).

8. *Назаров В.П.* Социальные вопросы современного дизайн-проектирования окружающей среды [Текст] В.П.Назаров // Современные гуманитарные исследования. — 2007. — № 6. — С. 286–287.

С.С. Водчиц

ПРИНЦИП ИЗМЕРЕНИЯ ПЛОЩАДЕЙ В ПОСТРОЕНИИ КНИЖНЫХ КОМПОЗИЦИЙ

Статья посвящена проблематике редко исследуемого аспекта в искусстве — математико-геометрическому построению композиций применительно к дизайну внешних элементов книги. Автор рассматривает особый вид творческой деятельности — принцип соизмеримости площадей различных элементов книги, дающий максимальную гибкость и простоту композиционных построений.

The article is dedicated to the analysis of the mathematical and geometrical basis of the composition in the book-design. The author speaks about correlation of the arias of different elements of the book-design which enable maximum flexibility and easyness in design.

Ключевые слова: пропорции, золотое сечение, членение площади, соизмеримость площадей, модуль, динамические прямоугольники.

Keywords: proportions, Golden section, area devision, correlation of areas, module, dynamic rectangle.

Дизайн, как и всякое художественное творчество, имеет два начала: интуитивно-эмоциональное и логически-научное. Первое тесно связано с личностью автора, его вкусами, ощущениями и видением мира, склонностями, привязанностями и т.д. Все это всегда и бесспорно накладывает свой особый, неповторимый, индивидуальный отпечаток как на творческий процесс, так и на его результат — на произведение.

Но не только интуиция, не только эмоция, не только чувство должны руководить творческим процессом дизайнера. Направлять его, корректировать должны знания, знания объективных принципов

и закономерностей формообразования, закономерностей композиции. Если бы этого не было, то и сам творческий процесс был бы неуправляем, невозможно было бы и оценить художественное произведение, так как не было бы объективных, не зависящих от личности как автора, так и оценивающего, критериев оценки. Знания этих закономерностей отнюдь не умаляют, не ограничивают самого творчества, а, наоборот, делают его более целенаправленным, избавляют дизайнера от излишних блужданий, случайных ошибок, делают творчество более осознанным, более свободным. Но как бы ни складывался творческий процесс, дизайнер в работе все равно отталкивается от общих композиционных схем, суть которых в следующем.

Внешние элементы книги — обложка или переплет — имеют строго ограниченную плоскость. Следовательно, у каждой из них есть вертикальная ось, которая делит прямоугольник формата на две равные части. Ось симметрии тождественна средней (медиальной) оси тела человека, поэтому художник тонко чувствует эту вертикаль. Недаром дизайн подавляющего большинства книг, начиная с XV в. и по настоящее время, имеет в своей основе симметричную схему.

На переломе 20-х годов прошлого века возник принцип асимметричного построения композиции. Основная особенность асимметричных композиций — наличие нескольких вертикальных осей, по которым располагается материал. Привязанные к осям графические элементы образуют сложные динамические группы, которые, в свою очередь, должны быть объединены в более общую композицию тем или иным способом.

Равновесие асимметричной композиции отражает другая ось — ось равновесия, которая находится в определенном отношении с осью симметрии. Равновесие асимметричной композиции складывается из равновесия главного и дополнительного композиционных центров — доминант, равновесия между оптическими плотностями масс (под «массой» понимается относительно самостоятельная часть композиции, воспринимаемая как «пятно») и, наконец, из равновесия зрительных движений форм в правой и левой частях композиции.

В графических элементах обложки или переплета такого рода композиции встречаются повсеместно. Пользуясь системой осей,

дизайнер определяет зрительный центр, или «центр тяжести», равновесие неравенств, размеры графических пятен и устанавливает расстояние между ними. Все это он делает интуитивно, на глаз. В редких случаях художник прибегает к каким-либо геометрическим композиционным схемам или приемам пропорциональных построений. Правда, многие теоретики рекомендуют пропорции золотого сечения, т.е. деление вертикали в отношении 3 : 5 или 5 : 8, например, при определении оптического центра пятна. Но эта рекомендация не является безусловной. Применение таких пропорций заставляет дизайнеров, образно говоря, играть только в одной тональности.

Создание композиции — это творческая составляющая деятельности дизайнера. Конечно, пользуясь системой осей в симметричных и асимметричных композициях или той же схемой золотого сечения, дизайнер может сознательно корректировать свою работу. Однако заметим, что, пока пригодные к соединению компоненты не будут скреплены в единую соразмерность, целого не получится.

Работая над внешними элементами книги, дизайнер постоянно имеет дело с размерно-пространственной структурой. Любой графический элемент, ложась на чистую поверхность обложки или переплета, вступает с ним во взаимоотношения, определяемые как отношения одного размера к другому. Этими элементами могут быть шрифтовые блоки, декоративные и изобразительные компоненты, пустые пространства. Если, например, провести прямые линии в вертикальном и горизонтальном направлениях по внешним границам нанесенных на обложку графических элементов, то разграниченная этими линиями площадь формата будет расчленена на несколько геометрических фигур. Однако сами по себе они не могут считаться ни красивыми, ни безобразными. Тут надо принять во внимание принцип выбора соотношений этих фигур, который служит источником гармонии.

Поэтому в дизайне нужен подход, дающий максимальную гибкость и простоту пропорциональных построений при одновременном строгом графическом самоконтроле. Такой принцип существует, применяется дизайнерами, но многие с ним незнакомы. Он заключается в членении площади обложки или переплета на части для определения пропорциональных взаимоотношений между элементами формы.

В.Фаворский об этом писал: «Добиваясь цельности, я необходимо должен понять действительность в ее членении на части, предметы и вещи, и понять отношение их друг к другу» [1].

Членение — разделение целого на взаимосвязанные части; один из приемов композиции, посредством которого достигается соответствие предмета его назначению и внутренней структуре. Характерной особенностью этого композиционного принципа является установление взаимоотношений, существующих между сторонами любого прямоугольника, если их рассматривать как отрезки, определяющие площади. Если мы получим площадь с помощью линейных отрезков, например, 9,4 и 16,8 см, то эта площадь окажется случайной и соотношение сторон будет непропорциональным. Естественно, что композиция из таких прямоугольников всегда банальна и неинтересна. Поэтому следует оперировать правильными геометрическими фигурами, такими, как, например, квадрат или прямоугольник золотого сечения, и естественными подразделениями этих фигур. Правильные геометрические фигуры дают наилучшее выражение соразмерности художественных форм и частей художественного произведения. Несоизмеримость линий, но соизмеримость площадей — вот что является отличительной чертой этого принципа. Использование его приводит к композициям чрезвычайно высокого, если не наивысшего, типа среди всех известных до настоящего времени.

Следует отметить, что принцип соизмерения площадей ясно просматривается в явлениях роста растений. Например, у подсолнечника обнаруживается общая закономерность в расположении семян по диску цветка в гнездах ромбовидной формы, причем комплекс этих гнезд образует рисунок пересекающихся кривых. Растения, столь различные по своему внешнему виду (например, сосна и роза, лук и капуста или кактус) расположением и распределением остальных элементов своей формы (ветвей, листьев и семян), свидетельствуют о наличии общего для них закона.

Не так давно было установлено, что этот закон распространяется не только на наземную, но и на морскую флору. Современная наука, по-видимому, натолкнулась в этих наблюдениях на один из основных законов природы. Ценность такого закона для искусства очевидна.

Читатель должен помнить, что принцип измерения площадей при построении композиций представляется в известной мере чисто механическим и его не следует смешивать с творческой интуицией. Индивидуальные элементы в композиции зависят от творческой интуиции, а технические процессы направлены на осуществление замыслов дизайнера посредством геометрических построений. Это лишь косвенная эстетическая ценность, являющаяся частью грамматики художественного языка. Без знания ее принципов мы не в состоянии дать адекватное выражение нашим творческим образам.

Нет сомнения, что каждый дизайнер должен владеть мастерством в области технических процессов. Необходимо, однако, чтобы технические процессы были действительно разумны. Они должны иметь свое естественное обоснование и быть выше личных формул или рецептур. Приведем практический пример, который даст возможность понять этот принцип.

В переплете книги «Сетка» (М.: Книга, 1984) дизайнер членит площадь формата двумя шрифтовыми элементами: по вертикали — названием, по горизонтали — фамилией автора. Если провести вертикальную линию по верхнему краю названия и горизонтальную — по нижней линии написания фамилии автора, то площадь формата будет расчленена на четыре геометрические фигуры, состоящие из двух квадратов и двух идентичных прямоугольников: 1, 2, 3, 4, из которых соединением смежных частей будут получены еще пять прямоугольников: 1+2, 1+3, 2+4, 3+4, 1+2+3+4 (рис. 1).

Внимательно рассматривая чертеж, можно заметить два прямоугольника, выделяющиехся из всех других. Прямоугольники 1+2 и 3 максимально сближены по отношению сторон и одновременно максимально отличаются по отношению площадей. Прямоугольники 1 и 3+4, наоборот, максимально контрастны по соотношению сторон и максимально сближены по соотношению площадей. Отметим, что в указанных парах прямоугольники смежные и не дублируются.

Для анализа пропорций вычислим отношения сторон обособленных и составных прямоугольников, а также отношения их площадей к площади прямоугольника формата. Мы увидим, что прямоугольники внутренне связываются отношением золотого сечения, так как точка

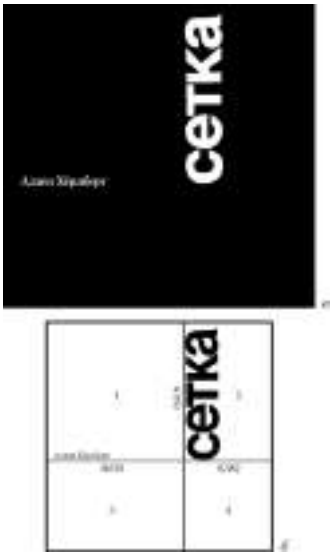


Рисунок 1. Переплет книги «Сетка» (*а*) и схема (*б*) пропорционального анализа (М.Аникст)



Рисунок 2. Суперобложка книги «Сетка» с членением площади формата на соизмеримые части (М.Аникст)

пересечения прямых делит их в отношении 0,618 (больший отрезок золотого сечения) и 0,382 (меньший отрезок золотого сечения). Шрифтовые элементы размещаются вдоль длинных отрезков. Этот композиционно-художественный прием помогает достичь гармонии пропорций частей и целого, особенно в асимметричных композициях.

Четкую размерно-пространственную структуру мы видим и на суперобложке этой же книги. Декоративным пятном и контурными линиями площадь формата расчленена на несколько прямоугольников. Дизайнер выбирает один прямоугольник как основную форму, из которой развивает все остальное, придерживаясь принципа повторения подобных фигур. Казалось бы, в такой композиции формы могли бы стать монотонными. Но ничего подобного не происходит. Прямоугольники отличаются не только размерами, но и расположением по вертикали и горизонтали, цветом, фактурой, контрастом обрамляющих линий — тонких и жирных (рис. 2).

Идея измерения площадей в построении композиций не нова. Она восходит к глубокой древности, а ее теоретические принципы впервые сформулировал Джей Хэмбидж [2]. Исследуя большое количество египетских и греческих памятников (статуй, ваз и предметов культа), Хэмбидж пришел к заключению, что греческое искусство классической эпохи (VI–II вв. до н.э.), как и предшествовавшее ему египетское искусство, основано на применении динамических прямоугольников, и раскрыл посредством разложения площадей механизм их гармонизации. Новизна и суть этого метода заключается в оперировании геометрическими площадями одной композиции. Примером подобного рода построений может служить чертеж греческой вазы из Бостонского музея, выполненный Хэмбиджем. Ваза построена по принципу «золотого сечения» внутри прямоугольника $1 : \sqrt{5}$. Согласно Хэмбиджу, египтяне и эллины создавали абсолютно точные геометрические чертежи, прежде чем приступить к своим композициям (рис. 3).

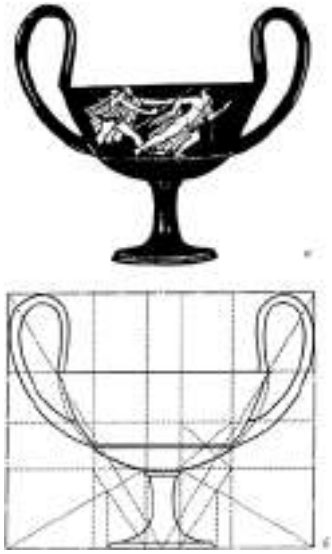


Рисунок 3. Греческая ваза (Кантарос) (*а*) и ее геометрическое начертание (*б*) (Дж.Хэмбидж)

Присоединяясь к мнению Хэмбиджа, можно отметить следующее. Проанализировав большое количество памятников письменности Древнего Египта, автор этой статьи пришел к выводу, что работа египетского художника основывалась исключительно на принципе соизмеримости площадей отдельных элементов. Любая поверхность рельефа или настенной росписи делилась на участки большего или меньшего размера, которые, в свою очередь, можно было делить до бесконечности в зависимости от системы отношений. Эти участки, хотя и были объединены между собой пропорциями, построенными на определенных отношениях, в то же время оставались независимыми

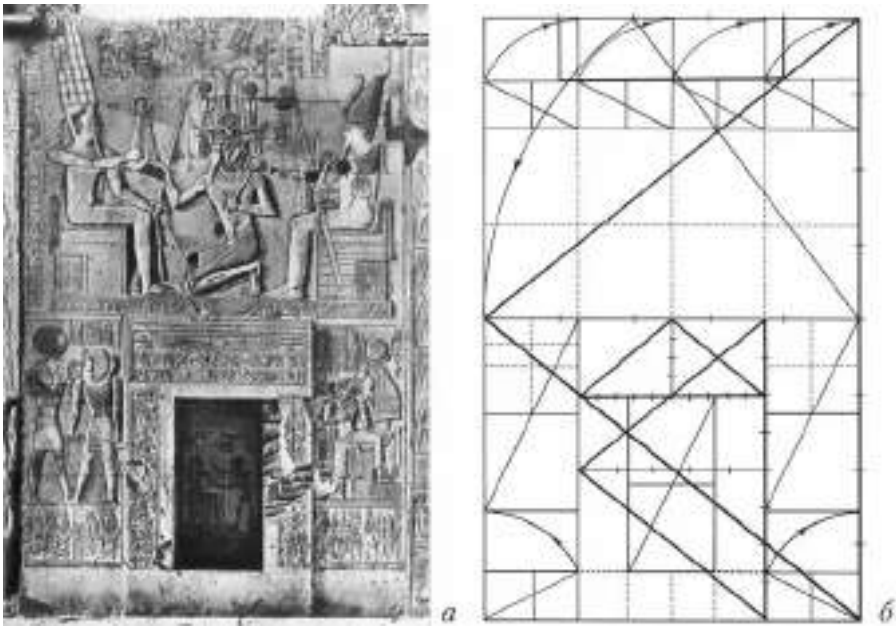


Рисунок 4. Рельеф на западной стене второго гипостильного зала храма Сети I в Абидосе (*а*) и схема (*б*) его соразмерности. Около 1300 г. до н.э. (С.Водчиц)

один от другого и могли рассматриваться самостоятельно, вне связи с изображенным текстом, предметом или сценой. Примером может служить композиция рельефа из храма Сети I в Абидосе, в которой сочетается несколько фигур, построенных на отношениях простых чисел и иррациональных измерениях: квадрат, прямоугольник из двух квадратов, прямоугольник с отношением диагонали двух квадратов к стороне и прямоугольник из двух сомкнутых вместе египетских треугольников с отношением их высоты к основанию (рис. 4).

Идея измерения площадей в построении композиций, высказанная Хэмбиджем в начале XX в., получила громадный резонанс в сфере искусства. В Нью-Йоркской школе изящных искусств еще в 20-х годах прошлого века начали преподавать этот метод в классах рисования и композиции, а восторженные поклонники по сей день делают чертежи своих проектов, следуя трудам Хэмбиджа.

Эту идею в настоящее время подробно сформулировал дизайнер и

преподаватель Института искусства и дизайна Флориды (США) К.Элам [3]. В своей книге «Геометрия дизайна. Пропорции и композиция» рассказывает о том, как законы математики и геометрии применяются в искусстве, архитектуре и самых видах дизайна с древнейших времен и до настоящих дней. Приходит к выводу, что работы практически всех выдающихся художников и дизайнеров основываются на естественных системах пропорций и принципе измерения площадей в построении композиций.

В композиции обложки или переплета пропорциональные отношения площадей можно выразить двумя способами: вписывая рассчитанные модульные фигуры, основанные на рациональных и иррациональных отношениях, или же проводя геометрические линии для пропорциональной связи отдельных частей с целым. Первым способом преподносится модульная система композиции, вторым — ее пропорциональная диаграмма, т.е. геометрическое истолкование системы и пропорций.

Примером модульной системы композиции в простейшем ее проявлении может служить суперобложка книги «Meister Buch der Schrift», выполненная Яном Чихольдом. Для нахождения модуля Чихольд делит сторонку формата суперобложки на определенное число равных частей так, чтобы прямоугольники меньших размеров находились во взаимосвязи с прямоугольником формата. Несмотря на разность масштаба этих прямоугольников, они имеют один и тот же модуль. Модульная сетка определяет площади для графического материала и связывает все размеры в единое целое.

Для выяснения взаимосвязи соотношений площадей между собой и целым целесообразно иногда строить композицию с применением «условного» модуля. Условным он назван потому, что, в отличие от модуля в обычном понимании, необязательно связан с размерами формата обложки или переплета, а лишь отражает соотношения площадей.

Наиболее распространенная работа над композицией с условным модулем — это работа с квадратами и прямоугольниками. Первые применяются в отношениях с самыми различными форматами и всегда дают положительный эффект. Причина положительного воздействия

квадрата на фоне любых других прямоугольников заключается в его нейтральности и статичности. Поэтому квадрат является желательным сопровождающим мотивом, ведь он никогда не мешает.

Условным модулем могут служить также и другие геометрические фигуры. Если начертить переходные формы между квадратом и каким-либо длинным прямоугольником, то мы увидим, что этот прямоугольник можно сокращать приблизительно до прямоугольника с пропорциями золотого сечения, не почувствовав при этом некрасивой формы. Но прямоугольники, которые представляют собой промежуточные формы между прямоугольником с «гармоничными» пропорциями и квадратом, производят худшее впечатление. Прямоугольники, приближающиеся к квадрату, имеют, на наш взгляд, самую неудачную форму. Отношение размеров 3 : 4 еще приемлемо, видимо, просто потому, что мы ощущаем это математическое отношение. В то же время в вертикальных плоскостях нередко используют прямоугольники с пропорциями золотого сечения. Эта давняя и часто необъяснимая традиция основана на приятном чувстве, которое вызывают пропорции золотого сечения. Приблизительные значения последнего определяются отношениями 3 : 5, 5 : 8, 8 : 13, 13 : 21, 21 : 34, 34 : 55 и т. д. Чем больше числа в этих отношениях, тем более они приближаются к идеальному золотому сечению. В свою очередь, прямоугольник, близкий по форме к квадрату, лучше исправить на квадрат, что в известной степени устранит неблагоприятное впечатление. Человеку свойственна любовь к ясным формам, выраженным математическими отношениями, и дизайнер всегда стремится пойти навстречу этой склонности.

Здесь мы говорили о применении модуля с повторением и последовательным чередованием одной и той же площади. Между тем в творческой практике в подавляющем большинстве случаев условия задания или общий художественный замысел композиции требуют большего разнообразия пропорций, не укладывающихся в рамки одного модуля. Крупный исследователь и знаток пропорций второй половины XIX в. француз Виолле-ле-Дюк разумно полагал, что «пропорции требуют не постоянства одних и тех же отношений между частями, служащими определенной цели, но, наоборот, отношений, меняющихся и дающих возможность получить гармонические масштабы...» [4].

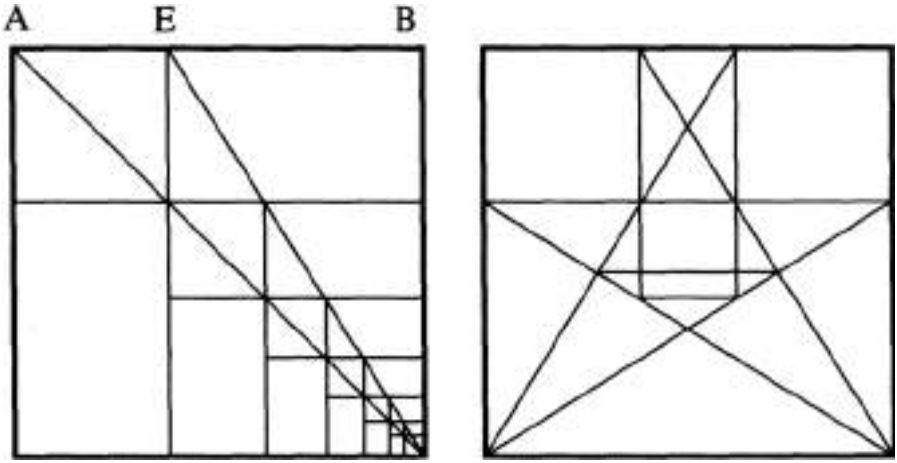


Рисунок 5. Гармоническое разложение площади формата издания с пропорцией 1 : 1.

Из этого следует, что всякая художественная композиция должна обладать богатством модулярных сочетаний, являющихся производными функциями исходной фигуры. Достичь этого можно способом гармонического разложения площадей этой фигуры.

Процесс разложения площадей сводится к их измерению посредством геометрического построения. Другими словами, единицы площади устанавливают геометрическим путем. Достигается это простым построением, при котором диагональ обратного прямоугольника пересекает диагональ основного прямоугольника под прямым углом. Площадь прямоугольника членится на квадрат и прямоугольник исходной фигуры. Если в данном прямоугольнике избрать другое направление диагонали, то получим два прямоугольника, подобных исходному. Избрав любое направление, можно продолжать такое построение до бесконечности. Результатом этих операций станет двойной убывающий ряд находящихся во взаимодействии прямоугольников. Все диагонали этих подобных прямоугольников будут расположены на диагонали большого прямоугольника и на диагонали первого обратного прямоугольника (рис. 5).

Указанный выше принцип очень важен и является одним из тех, которые дизайнер может часто применять в работе.

Если формат книги в пропорциях гармоничен, то мы всегда столкнемся с абстрактной схемой его динамического разложения. Этот способ заключается в членении прямоугольника формата на квадраты и прямоугольники с помощью диагоналей и перпендикуляров к последним, опущенным из вершин, параллельно построенных и проведенных через полученные таким образом точки пересечений. Разграниченные таким способом площади являются функциями модуля основного прямоугольника, т.е. формата.

Эти построения имеют общий характер и могут лечь в основу самых разнообразных композиций. Избрав один из таких способов разложения площади формата, дизайнер приводит к геометрической взаимосвязи все графические элементы. Эта часть пространства организуется нанесением нескольких диагональных линий, которые должны быть дифференцированы по значению и находиться во взаимосвязи с другими линиями. В процессе такой работы динамические принципы тут же вступают в силу и направляют работу дизайнера вплоть до полного ее завершения, помогая ему соблюсти гармонию в построениях и сохранить связь графических элементов с единицами площади формата.

Интересующихся этим вопросом отсылаем к трудам Хэмбиджа [2]. Здесь мы приводим лишь одно из его высказываний о методе разложения площадей: «Динамические прямоугольники могут быть подразделены самым различным образом, и каждый такой метод подразделения дает известную тему, которая сообщает специфический характер композиции, при условии последовательного развития этой темы. Динамическую систему можно сравнить с палитрой художника, покрытой красками. Все краски могут быть смешаны без разбора в одно целое, и тогда они либо совершенно теряют свое значение, либо сливаются в одноцветную гамму. Совершенно так же любой динамический прямоугольник может быть подразделен до бесконечности, как и любая единица меры. Однако такой процесс вовсе не означает разумного обращения с пропорциями. Разумный художник выбирает только те краски на своей палитре, которые в полную силу могут выразить его цветовую красочную тему. Совершенно так же при компоновке геометрических фигур следует выбирать только такие их сочетания, которые последовательно выражают основную тему данной композиции».

В этом высказывании Хэмбиджа ясно прослеживается мысль о том, что разложение прямоугольников должно основываться на «законе несмешания пропорциональных тем». В своих исследованиях этого закона Хэмбидж доказывает, что древнегреческие мастера хорошо его знали и строго выполняли. В основе закона лежит констатация родственных и, наоборот, несочетаемых пропорций. Например, прямоугольники с отношениями сторон $1 : \sqrt{2}$ и $1 : \sqrt{3}$ никогда не сочетаются с фигурами с пропорциями $1 : \sqrt{5}$ и золотого сечения, тогда как последние тесно связаны между собой и являются родственными. В этом превосходство метода Хэмбиджа над теорией Цейзинга о безраздельном господстве пропорций золотого сечения и обязательности их применения при любом пропорциональном построении.

В эпоху Возрождения, как и в античности, считалось, что для начертания композиции особое значение имеют линии и прямоугольники. По утверждению Альберти, произведение должно быть создано таким образом, чтобы все его части легко вписывались в контуры, ограниченные прямыми линиями и окружностями. Мастер утверждает, что при этом между пересекающимися и параллельными линиями существует определенная взаимозависимость. Подобная взаимозависимость органически проистекает из устойчивых принципов и никак не выражает искусственного стремления к простоте и однозначности формы произведения.

Значение линий и прямоугольников в изобразительной деятельности современного художника так же велико, как и во времена Леонардо да Винчи, перу которого принадлежит тезис: «Эти приемы использовались для проверки формы. Первая композиция может всегда содержать ошибку, и, если ее не выявить, она никогда не будет исправлена. Для того чтобы узнать ошибку, необходимо проверить с помощью данных приемов свое произведение, сделать соответствующие поправки и запомнить ошибки, чтобы в будущем избежать их повторения. Если в работе над композицией изменить закономерности ее построения, то это вызовет хаос и дело не будет завершено. Применение определенных сложившихся приемов всегда рождает уверенность в правоте рассуждения. Хорошее рассуждение может исходить хотя бы из одного принципа, который обоснован соответствующими закономерностями.

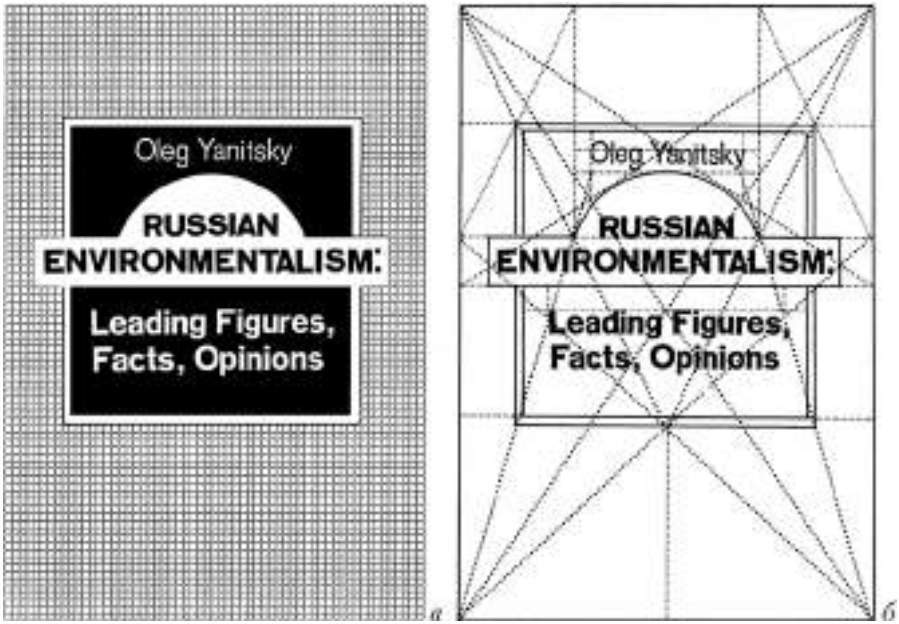


Рисунок 6. Обложка книги (*а*) и схема (*б*) ее композиционного построения (С.Водчиц)

Хорошие правила — дети хорошего опыта — матери всех наук и искусств. Ради этого стоит запомнить мои законы и правила. Ты сможешь оценить каждое произведение и отличить как качество пропорций пространства, так и сущность каждой формы» [5].

Прямоугольники с линиями всегда были элементом изображения книжной конструкции, инструментом гармонизации книжной формы, средством выражения книжной идеи, реализации которых в натуре превращаются в часть материальной культуры. По этому поводу существует высказывание немецкого архитектора и теоретика искусства XIX в. Г.Земпера: «Кто отвергает необходимость установившегося порядка, тот должен создать свой собственный прием выражения идеи, соответствующий собственным художественным принципам, которые затем канонизируются. Кто этого не сумеет сделать, тому следует запретить творчество до тех пор, пока он не поймет всеобщность действующих приемов работы над композицией. Кто принимается за творчество, не опираясь на определенные правила, тот должен быть

готов к созданию произведений малоценных и неудачных. Хотя каждый художник создает собственные правила творчества, это не оберегает его от ошибок, не избавляет от обязанности знать уже сложившиеся приемы деятельности. Если он полностью игнорирует всеобщие законы творчества, может случиться, что его произведения останутся непонятыми» [6].

Главная мысль этих высказываний сводится к тому, что всякое произведение искусства может быть совершенным только тогда, когда оно является продуктом до конца закрепленного знания, а не «счастливого случая». Открытый Хэмбиджем особый вид пропорционирования, основанный на принципе соизмеримости площадей, заслуживает самого пристального внимания как теоретиков, так и практиков искусства. Автор этой статьи уже длительное время пользуется этим принципом в своей дизайнерской деятельности и готов лишний раз засвидетельствовать практическую целесообразность его применения. Примером может служить обложка книги «Russian Environmentalis: Leading Figures, Facts, Opinions» (М.: Международные отношения, 1992) (рис. 6).

Библиография:

1. *Фаворский В.А.* Литературно-теоретическое наследие. — М., 1988.
2. *Хэмбидж Дж.* Динамическая симметрия в архитектуре. — М., 1936.
3. *Элам К.* Геометрия дизайна. Пропорции и композиция. — М., 2012.
4. *Шуази О.* История архитектуры. — М., 1935
5. *Леонардо да Винчи.* Избранное. — М., 1952.
6. *Земпер Г.* Практическая эстетика. — М., 1970.

А.Г. Пушкарев

АКСОНОМЕТРИЯ ВАЗАРЕЛИ (К 110-ЛЕТИЮ СО ДНЯ РОЖДЕНИЯ ВИКТОРА ВАЗАРЕЛИ)

Пластическое пространство, в котором существуют формы и цвета, должно по необходимости быть чем-то большим, чем двухмерная плоскость изображения. Трагедия и триумф художника с самого начала состоят в стремлении достигнуть невозможного: дать больше из меньшего, получить на плоскости нечто другое, чем плоскость.

*Виктор Вазарел*и [1, с. 195]

Виктор Вазарели — выдающийся художник, лидер оп-арта, разрабатывал систему цветовых, графических и кинетических объектов, оказавших значительное влияние на дизайн и визуальную культуру XX века. Анализу одного из направлений в его творчестве, связанному с пластической разработкой формы гексагона, посвящена статья.

Victor Vasarely — the leader of op-art, worked with color, graphic and kinetic objects which influenced design and visual culture of XX century. One direction of his art connected with development of Hexagon's form, explore in article.

Ключевые слова: аксонометрия, изометрия, «аксонометрический куб», гексагон, куб «Неккера», алгоритм.

Keywords: Axonometric projection, Isometric, kinetism, «axonometric cube», hexagon, Nekker's cube, algorithm.

Искусство Виктора Вазарели ассимилировано культурой, адаптировано и даже широко интерпретировалось в дизайне и моде XX

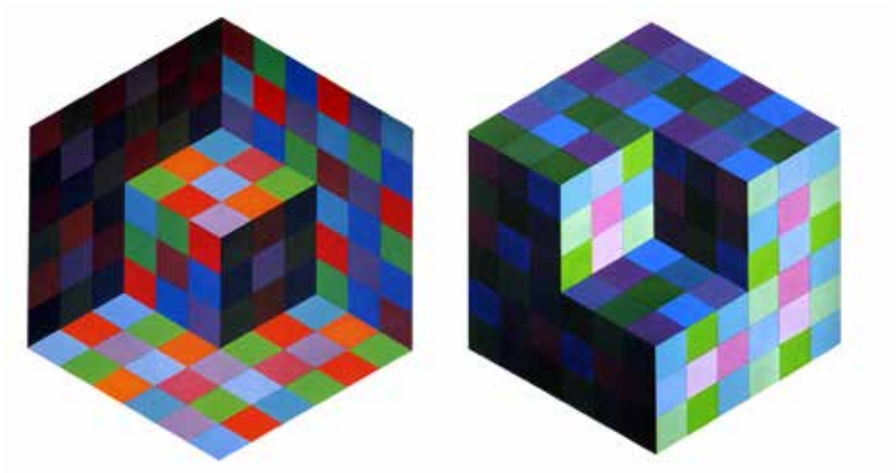


Рисунок 1. Виктор Вазарели. Гексагон I и Гексагон II. 1973

века, но недостаточно изучено и исследовано. Одна из причин состоит в том, что до сих пор (после его смерти в 1997 году) не издан основной корпус его произведений и текстов. Имущественные споры его наследников ведут к путанице и неразберихе. Лишь в 2007 году издан первый том семитомного полного каталога его произведений усилиями его жены Мишель Вазарели [2]. Судьба его творческого наследия не решается комплексно: фонд Вазарели созданный в 1976 году по проекту и под личным руководством Вазарели пришел в упадок и только в 2013 году началось его восстановление стараниями его внука Пьера Вазарели [3]. Но масштабы творчества Вазарели таковы, что его достижения по-прежнему актуальны и анализ их открывает упущенные возможности и новые перспективы в расширении визуально-пластического познания природы восприятия.

Виктор Вазарели (Vásárhelyi Győző) родился в 1906 году в городе Печь, Венгрия. В своем творчестве Вазарели прошел большой путь от фигуративных изображений 30–40-х годов до открытия «пластических элементов» 50–60-х, формирующих особое визуальное пространство, комплексно воздействующее на восприятие и сформировавших новые архетипы искусства, графического дизайна, а в дальнейшем и компьютерной графики. Его размышления об искусстве прогрессировали

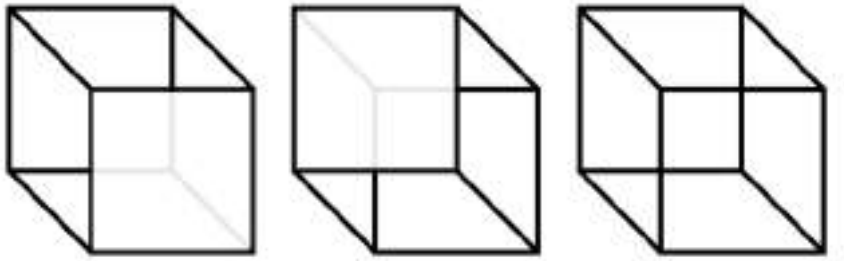


Рисунок 2. Схема восприятия Куба Неккера

от идей авангарда 20-х годов (В.В.Кандинский, БАУХАУЗ) к открытию и развитию собственных представлений о форме, пространстве, движении, структуре, мерности — их взаимодействии, слиянии в единый комплекс представлений и ориентиров для «навигации» в сфере творчества.

Он чувствовал, понимал и анализировал происходящие изменения в сфере визуального восприятия и считал, что «живопись и скульптура стали анахронизмом: правильнее говорить о двух-, трех- и многомерном пластическом искусстве. У нас больше нет однозначных проявлений творческой чувствительности, но развивается уникальная пластическая чувствительность в различных пространствах» [1, с. 38].

Его девизом было: «Искусство для всех». Он считал, что «искусство завтрашнего дня будет коллективной ценностью или оно перестанет быть ИСКУССТВОМ вообще» [4, с. 207].

В его *Двухмерных графических штудиях,* созданных между 1933 и 1938 годами, «…решительно и определенно сформировался Оптический Кинетизм. *Шахматные клетки, Арлекины, Зебры, Тигры, Заключенные и Марсиане* двигались не за счет имитации, но в результате агрессивности их структуры, атакующей ретину. Эти штудии, будучи по-прежнему фигуративными, были весьма изобретательными и образовали базовый репертуар для моего периода абстрактного Кинетизма в плоскости, предпринятого в 1954 году» [5, с. 243].

С 1964 по 1976 годы Вазарели особенно много исследовал «ячеистые» структуры, что нашло воплощение в большой серии работ под названием «Дань уважения Гексагону» («Homage to the Hexagon»).

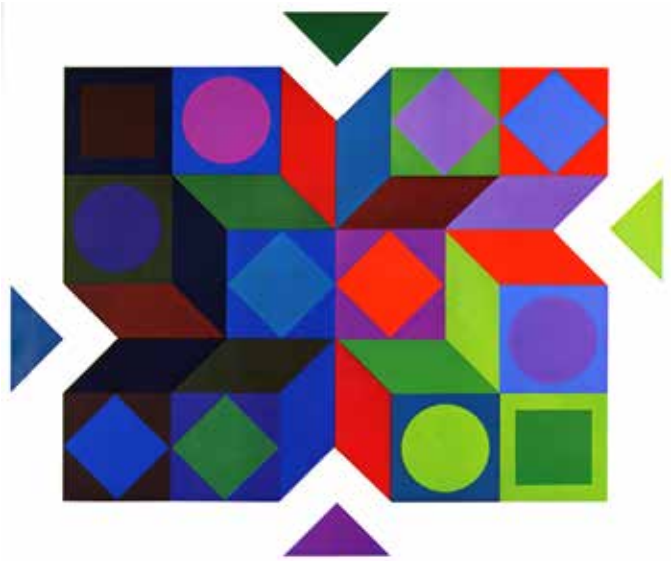


Рисунок 3. Виктор Вазарели. Куб, 1973

Плоскость стала объектом различных визуальных трансформаций, когда форма при восприятии попеременно вдавливается или выпячивается как рельеф.

Одной из причин особого положения Виктора Вазарели в мире искусства является его стремление открыть и ввести в реальную структуру мира новые измерения. Он первым стал работать с гексагоном — правильным шестиугольником — как с пластической, визуально *неоднозначной* формой. Гексагон — это плоская геометрическая фигура, все стороны которой попарно параллельны и равны. Все углы этой фигуры также равны (по 120^{o}).

Одновременно, гексагон — это «аксонометрический куб», как его назвал Вазарели, то есть *изображение* объемной формы. Среди аксонометрических проекций (их несколько), гексагон называют изометрической проекцией куба, если три его вершины (через одну) соединить линиями с центром фигуры. Особенностью изометрии куба является то, что все три видимые грани изображаются не квадратами, а одинаковыми ромбами, то есть квадратами в искажении. Таким образом, гексагон — плоскость и объем попеременно.



Рисунок 4. Виктор Вазарели. Гестальт Руго, 1978

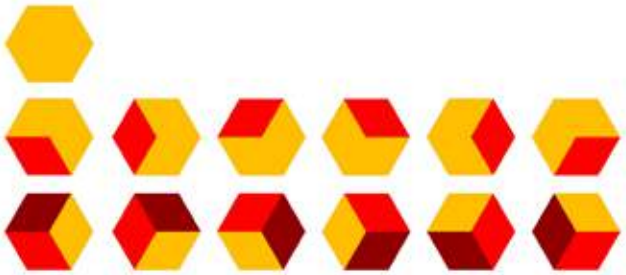


Рисунок 5. «Лежащий» гексагон одно-, двух-, трехцветный и варианты его пространственной ориентации

Аксонометрия как особый вид изображения обычно используется в архитектурном проектировании. Аксонометрия дает специфический, геометрически не искаженный вид формы, хотя на самом деле форма также искажается, но по-другому, чем в прямой или обратной перспективе. Геометрически (по своим размерам) такая форма — правильная, но визуально она выглядит иначе, чем нам подсказывает повседневный опыт.

Существует еще одна аксонометрическая интерпретация шестиугольника — «Куб Неккера», который также является неоднозначным рисунком. «Куб Неккера» — это оптическая иллюзия, впервые опубликованная в 1832 году швейцарским кристаллографом Луисом Неккером.

Ее еще называют диметрической проекцией, где две видимые боковые грани изображаются не квадратами, а одинаковыми параллелограммами, то есть квадратами в искажении, а одна грань представлена в форме квадрата без искажений. В случае с кубом Неккера эта проекция выглядит как «удвоенный» куб, где представлены четыре параллелограмма и два квадрата.

В таком кубе можно видеть правый нижний квадрат как переднюю грань (на левом рисунке) и тогда мы видим куб сверху. Но также можно видеть этот куб иначе (на рисунке в центре), когда левый верхний

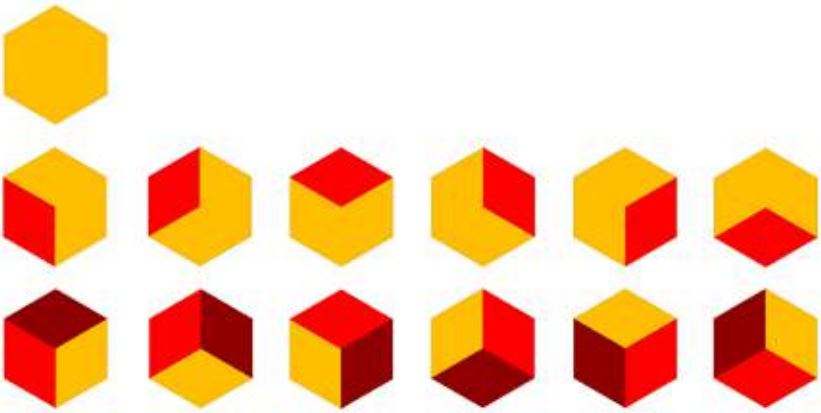


Рисунок 6. «Стоящий» гексагон одно-, двух-, трехцветный и варианты его пространственной ориентации

квадрат становиться передней гранью, и мы видим куб снизу. Выбор пространственной ориентации куба зависит от усилия зрителя и может попеременно меняться. Феномен считается свидетельством того, что человеческий мозг работает так же, как искусственная нейронная сеть с двумя различными равновероятными взаимозаменяемыми стабильными состояниями [6].

Куб Неккера можно представить как плоскую геометрическую фигуру, все стороны которой попарно параллельны, но не равны. Углы этой фигуры также не равны (2 угла по 90^{o} и 4 угла по 135^{o}).

Возможно, Вазарели через работу с аксонометрией, которой занимался до войны и которая была популярна в дизайнерских и архитектурных кругах того времени — БАУХАУЗЕ, МУХЕЛИ, пришел к экспериментам с шестигранниками: гексагоном, кубом Неккера и другими, производными от них формами.

Композиция «Куб» 1973 года образована «пластическими элементами» в сочетании с диметрическими проекциями куба. Форма куба Неккера разрабатывалась Вазарели наряду с «аксонометрическим кубом».

Ориентация геометрической формы имеет для восприятия большое значение. Квадрат — это четырехугольник, «лежащий» на одной из

сторон. Если квадрат «поставить» вертикально на его вершину, то он превращается в ромб. Отметим попутно, что Казимир Малевич работал именно с с «лежащей» формой квадрата.

С шестиугольником происходит то же: восприятие меняется в зависимости от положения фигуры, «лежащей» или «стоящей».

Каждая форма получена путем вращения цветного ромба (в случае двух цветов — второй ряд) или цветных ромбов (в случае трех цветов — третий ряд) по часовой стрелке. Применен простой комбинаторный алгоритм трансформации, но важно отметить, как существенно меняется объемно-пространственное и знаковое (орнаментальное) выражение формы.

Возникает ощущение, что перед нами — куб (гексагон) то полый, то наполненный, то уходящий в глубину плоскости, то выступающий на нас из нее. То он видится снизу, то справа, то слева, то сверху. В двухцветном ряду из-за недостатка информации гексагон можно еще воспринимать как форму, образованную ромбом и стрелкой-указателем (сдвоенными ромбами). Восприятие гексагона меняется также от его ориентации относительно горизонтали: «лежит» он на одной из своих сторон или «стоит» на одной из вершин! Особенно хорошо это заметно, если рассматривать не отдельный гексагон, а множество гексагонов, покрывающих пространство плоскости без промежутков, сплошь, и без включения других фигур. Получается орнаментальный рельеф из кубиков, причем, если он образован из «лежащих» гексагонов, то складывается впечатление, что смотрим мы сбоку (справа или слева зависит от цвета). Если рельеф образован из «стоящих» гексагонов, то перед нами плоскость, уходящая вверх и в глубину.

Многое в нашем восприятии неоднозначных форм зависит от того, что мы «высматриваем» и что называется в психологии «ментальной установкой», — об этом писал Эрнст Гомбрих в своем фундаментальном исследовании «Чувство порядка» [7, с. 411], где получили развитие идеи его раннего произведения — книги «Искусство и иллюзия» (1960). В книге 1960 года, наряду с другими темами, рассматривались особенности восприятия неоднозначных форм. (В дальнейшем мы вместо «лежащий» будем использовать слово «горизонтальный», а вместо «стоящий» – слово «вертикальный» гексагон.)

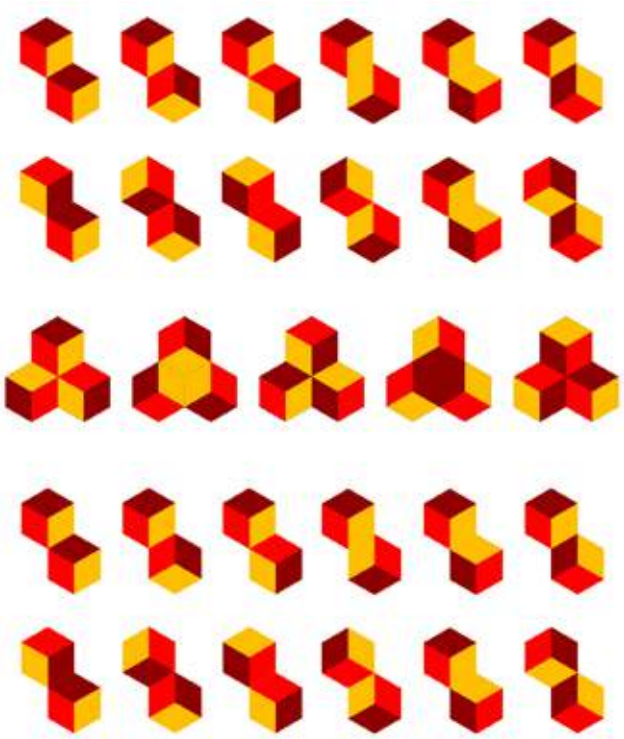


Рисунок 7. Гексагоны. Композиции, полученные вариантами состыковки двух, трех и четырех гексагонов

Правильный шестиугольник и его производные олицетворяют для художника выход в другое измерение, другие размерности, другую ориентацию. Человек ориентируется в трех направлениях: верх — низ, вперед — назад, право — лево. Вероятно, это связано с гравитацией. Но это не единственно возможное представление. В искусстве использовались формы изобразительной плоскости, отличные от прямоугольных и квадратных форм. Круглая, овальная формы иногда применялись, но не органически, изображение не вырастало в границах этих форм. Круг, овал — это своего рода отверстие, в которое можно увидеть, подсмотреть что-то и запечатлеть по правилам прямой «правильной» перспективы. Гексагон дает возможность строить размерности пространства иначе. В гексагоне нет верха или низа, его можно вращать, преодолевая стереотипы восприятия. При

отсутствии гравитации — в космосе, например, гексагональные формы построения объемов для жилья могут оказаться наиболее удобными и востребованными. Вазарели это понимал и (или) чувствовал, когда экспериментировал с формами изобразительного пространства-плоскости.

Пластический ряд может быть образован из гексагонов «первого» (предыдущего, см. выше) уровня для получения более сложных комбинаций.

Каждая форма получена путем вращения гексагонов по часовой стрелке. Применен комбинаторный алгоритм трансформации, причем объемно-пространственное и знаковое (орнаментальное) выражение формы не нивелируется, а усиливается.

Усложнение предыдущих пластических рядов возможно за счет комбинирования двух, трех, четырех гексагонов. Несложно заметить, как возникают так называемые «невозможные» объемно-пространственные формы, которые Вазарели использовал в своих произведениях.

Путем комбинирования гексагонов и других аксонометрических форм Вазарели разрабатывал язык знаковых форм, которые впоследствии воплощались в различных объектах, в том числе, в городской среде.

Панно из гексагонов в городе Печь представляет собой плоскую плиту, поставленную на газоне перед церковью. Цветовое решение выстроено таким образом, что «кубы» воспринимаются попеременно то полыми, то объемными, то с нижней точки зрения, то сверху. (К сожалению, состояние этого произведения оставляет желать лучшего. На фото видно, что правый нижний край мозаики отваливается, а некоторые плитки выщерблены.)

Отметим, что Вазарели использовал как «вертикальные», так и «горизонтальные» гексагоны и шестиугольники.

В 1973 году началось строительство Фонда Вазарели в городе Экс-ан-Прованс (Aix-en-Provence). Замысел художника был грандиозен: создать пространство, которое соответствовало бы его поискам новых форм и в котором объединялись бы его произведения и инсталляции. Виктор Вазарели заказал архитекторам Джону Сонниеру и Доминику Ронсеро подготовить проект, дизайн которого он разработал лично. В планировке помещений Фонда предпочтение было отдано форме гексагона.



Рисунок 8. Виктор Вазарели, панно из гексагонов, установленное в его родном городе Печь в 1965 году

Здание должно было состоять из 16 гексагонов, шириной 14 метров от стены до стены каждый. Гексагоны объединялись вместе в прямоугольник длиной 87 метров и шириной 40 метров. На первом этаже семь «ячеек» высотой по 11 метров каждая должны были вместить сорок две архитектонические инсталляции Вазарели. Оставшееся пространство включало зал конференций, аудиторию, библиотеку и хранилище. На верхнем этаже Вазарели планировал разместить офисы и мастерские для проведения исследований и создания новых инсталляций [3].

В декабре 1973 года был заложен первый камень. А первый этап работы был завершен к ноябрю 1975 года. К этому времени Вазарели успел подготовить к установке сорок две инсталляции, также разработал и дизайн интерьеров здания.

14 февраля 1976 года Фонд Вазарели был торжественно открыт в присутствии Клод Помпиду — супруги президента Франции, Жака Ширака — премьер-министра того времени и Мишель Гуи, государственного секретаря по делам Культуры. Судьба Фонда Вазарели оказалась трагичной, и лишь в 2013 году началось его восстановление.

Здание Фонда — произведение художника и памятник его творчеству



Рисунок 9. Фонд Вазарели в Экс-ан-Прованс

и, в тоже время, воплощение его исследовательского интереса к форме гексагона, открытие выдающегося пластического значения которой принадлежит ему и которую он разрабатывал в течение многих лет.

Вазарели никогда сознательно не искал вдохновения в какой-либо определенной науке. Лишь после достижения высокого уровня в поисках пластического языка он стал замечать существование «… определенных аналогий, которые обуславливают доминирующие аспекты пластических искусств нашего времени» [1, с. 158]. Одним из таких аспектов является исследование и открытие языка новых измерений восприятия, и вклад Виктора Вазарели в эти поиски грандиозен!

Наследие Виктора Вазарели по-прежнему востребовано и используется в различных контекстах. Его произведения и кинетические объекты выставлены в музеях и галереях современного искусства, демонстрируются на выставках, монументальные работы представлены в общественных местах, его идеи воплощаются в дизайне и программах художественного и дизайнерского образования.

Все переводы иностранных текстов и рисунки выполнены автором статьи.

Библиография:

1. *VASARELY*. Plastic Arts of the 20th Century. — Édition Du Griffon Neuchâtel, 1965.

2. URL: http://www.vasarely.com (15.03.2015).

3. URL: http://www.fondationvasarely.fr/en/ (15.03.2015).

4. *VASARELY*. Plastic Arts of the 20th Century. Volume II. — Édition Du Griffon Neuchâtel, 1973.

5. *VASARELY*. Plastic Arts of the 20th Century. Volume III. — Édition Du Griffon Neuchâtel, 1974.

6. Куб Неккера. Википедия (17.09.2015).

7. *Gombrich E.H*. THE SENSE OF ORDER. A study in the psychology of decorative art. — Phaidon, 1984.

Т.В. Белько, А.В. Агафонова

ТИПОЛОГИЯ ОТКРЫТОК XX–XXI ВВ. НА ОСНОВЕ ДИНАМИЧЕСКОГО ФОРМООБРАЗОВАНИЯ

Статья посвящена анализу конструктивной трансформации открыток конца XX — начала XXI вв. Авторами предложена классификация открыток на основе динамического формообразования с использованием системы принципов и методов структурирования плоскости, разработанной В.Ф.Колейчуком.

This article is dedicated to analysis of constructive transformations of postcards of the end of the 20th — the beginning of the 21st century. The authors suggest postcard classification based on the dynamic forming using the system of techniques and methods of plane structuring by V.F.Koleychuk.

Ключевые слова: динамическое формообразование открыток, конструктивная трансформация, типология открыток.

Keywords: dynamic forming of postcards, constructive transformation, typology of postcards.

В конце XX в. открытка отошла от своей прямой почтовой функции и превратилась в объект экспериментов в области дизайна. Использование накопленного опыта в сфере бумажного конструирования позволило создать новые виды открытого письма, превратить его в объемно-пространственную структуру. Целью данного исследования является анализ конструктивной трансформации плоскости открыток, которая представляет собой интерес с точки зрения тенденций развития художественной формы этого вида изданий, где ведущим аспектом является динамическое формообразование. В связи с актуальностью данного вопроса, в статье предпринята попытка провести типологизацию

открыток на основе динамической трансформации формы. Для анализа были взяты образцы продукции, выпускавшейся в конце XX — начале XXI вв. Сюда вошли многотиражные издания, отражающие технологические возможности современной полиграфической промышленности, а также авторские экземпляры открыток как возможная перспектива развития печатной отрасли.

Р.Арнхейм писал, «что любая визуальная модель динамична. Это самое элементарное свойство на деле оказывается самым значительным атрибутом художественного произведения» [1, с. 385]. Динамическому формообразованию уделялось пристальное внимание на протяжении всего XX в. Одними из первых данную тему стали развивать в своих работах представители кубизма, воплощение движения в композиции были основным мотивом в творчестве футуристов (В.Татлин, А.Родченко, Г.Клуцис и др.). Большой вклад в изучение проектных возможностей бумажной пластики сделали преподаватели Баухауза своими пропедевтическими курсами (Л.Мохой-Надь, И.Альберс), а также педагоги ВХУТЕМАСа-ВХУТЕИНа. В середине XX в. увлечение динамической формой охватило области архитектуры, дизайна, декоративно-прикладного искусства (Ю.С.Лебедев, С.О.Хан-Магомедов, В.Ф.Колейчук, А.Н.Лавреньтев и др.).

Особый интерес в контексте данной статьи представляют собой работы В.Ф.Колейчука в области объемной трансформации плоскости, в частности, его классификация типов и операций структурирования листа, согласно которой к основным элементам разработки плоскости относятся:

«— поворотные (цилиндрические) шарниры (пунктиры); в случае моделирования из листа бумаги принимает вид насечек, продавливающих лист, но не прорезающих его;

— просечки (линии); разрезы отделяют одну область плоскости от другой, в месте разреза целостность плоскости нарушена и в ней возможны перемещения;

— перфорации; просечки, имеющие не только длину, но и ширину…» [5, с. 20], а также различные комбинации перечисленных элементов.

Не смотря на то, что упомянутые операции широко применяются при работе с бумагой в различных областях (архитектурное и художественное

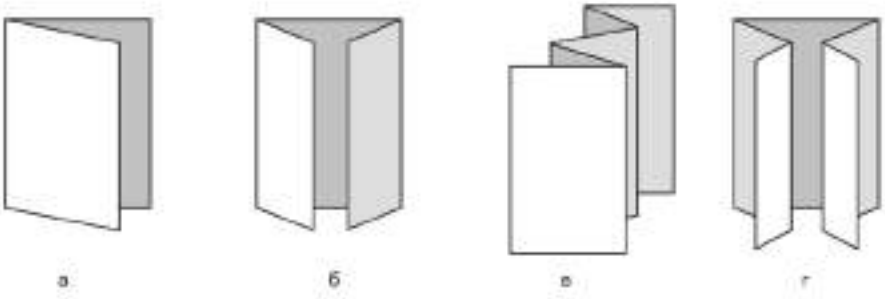


Рисунок 1. Простые складчатые открытки (формообразование открытки на основе поворотных шарниров с использованием одной плоскости)

проектирование, полиграфия), именно данная классификация типов трансформации плоскости была взята нами за основу типологии форм открыток. В отличие от традиционного бумажного макетирования, исследования В.Ф.Колейчука во многом направлены на изучение динамических и кинетических аспектов дизайна, а также возможностей мобильной трансформации формы. В результате анализа основных элементов разработки плоскости (по В.Ф.Колейчуку) в контексте практического применения их при создании динамических структур открыток выявлено, что некоторые операции не могут быть применены в полиграфическом производстве, поскольку либо технически сложны, либо конструктивно не адаптированы (криволинейные сгибы, орнаментальные складчатые структуры и др.).

Рассмотрим основные способы трансформации плоскости листа, которые могут быть использованы для создания динамических структур открыток. Простейшим способом трансформации плоскости листа является сгибание (биговка) — формообразование на основе поворотных шарниров. Соответственно, сложение является базовой операцией, в результате которой образуются простые складчатые открытки. Открытка, сложенная вдвое, представляет собой пространственный образ, специфика которого заключается в последовательном представлении информации: у нее есть внешнее и внутреннее содержание, есть открытая и сокрытая часть (рис. 1а). Использование трех и более сгибов, усиливает динамику композиции: так, сложение открытки в виде буклета дает возможность создать

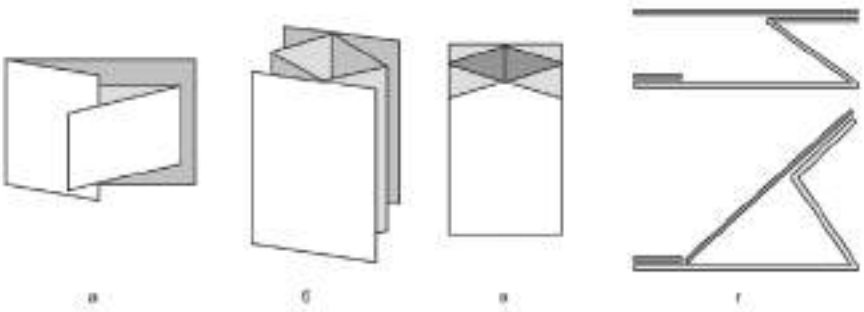


Рисунок 2. Составные складчатые открытки (формообразование открытки на основе поворотных шарниров с использованием нескольких плоскостей)

развитие сюжета (рис. 1б). Модель «гармошка» обладает большими возможностями как конструктивная единица: благодаря ребрам жесткости образуется прочный пространственный каркас. Особенности биговки представляют содержание открытки в виде панорамной картины (рис. 1в). Популярна структура в виде ворот — она добавляет торжественность образу (рис. 1г).

Иногда для воплощения композиционной идеи недостаточно только одного листа, что может зависеть от многих факторов: технических возможностей оборудования, необходимости использования разных сортов бумаги, из соображений более экономного расхода материала. В этом случае в качестве формообразующих элементов применяют несколько отдельных плоскостей, которые чаще всего соединяются путем склейки. Подобные составные формы в сочетании с поворотными шарнирами представляют большие возможности трансформации открытки в объемно-пространственную структуру — составную складчатую открытку.

Один из возможных вариантов — комбинация элементов со схожим сложением. Например, при сочетании сложенных вдвое частей открытки динамичность формы может достигаться с помощью контраста пропорций и размеров, противоположного направления открывания деталей, а так же различий цвета и фактуры бумаги (рис. 2а). В случае объединения двух структур типа «гармошка» образуется объемная открытка с ярко выраженным внутренним механизмом, позволяющим модифицировать объект и придающим устойчивость

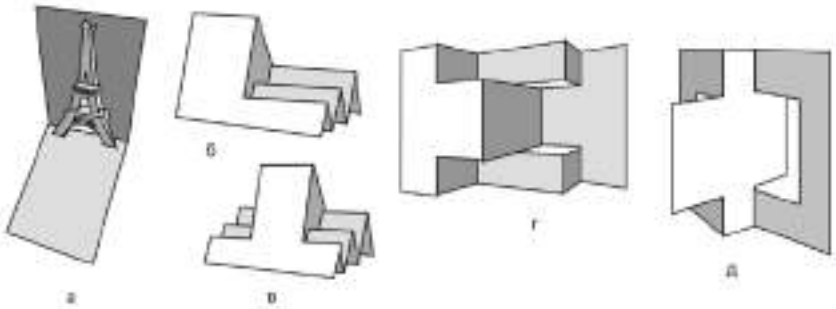


Рисунок 3. Простые складчато-прорезные открытки (формообразование открытки с применением поворотных шарниров и просечек с использованием одной плоскости)

объемной конструкции (рис. 2б). Разновидностью этого вида сложения может быть каскадная система, в которой верхний край срезается под небольшим углом (рис. 2в). Показательно реализуется трансформация составной формы с применением поворотных шарниров в модели открытки-подставки (рис. 2г). В данном образце происходит не только внешнее изменение открытки, но и ее функциональное преобразование: она может служить рамкой для фотографии, подставкой под картинку.

Таким образом, использование поворотных шарниров — наиболее распространенный способ создания динамической формы открытки, который развивается в двух направлениях: моделирование с применением одной или нескольких плоскостей. Дальнейшее конструктивное усложнение достигается путем привлечения других операций — просечек (разрезов) и перфораций (отверстий).

Просечки (разрезы, прорези) особенно актуальны при проектировании открыток из одного листа бумаги (простая складчато-прорезная открытка). Благодаря им возможно создать как нюансные отношения рельефа, так и выраженный объем. Контуры светотени, появляющиеся в результате определенной системы разрезов, выявляют пластику формы, подчеркивают ее геометрию. К наиболее распространенным представителям данного вида относятся pop-up открытки (рис. 3а), в которых «единый принцип организации элементов структуры — …наслоение параллельных бумажных плоскостей, формы и контрформы… — выступает как фактор

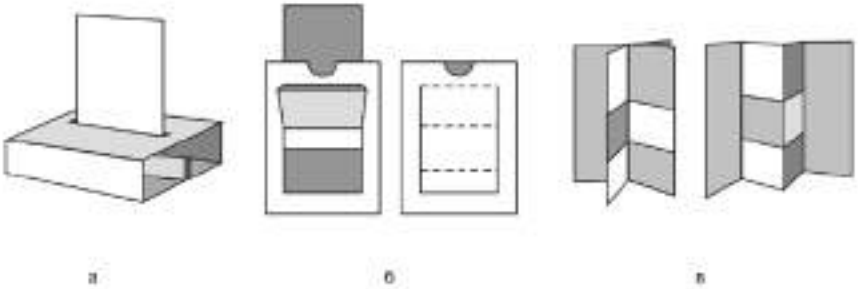


Рисунок 4. Составные складчато-прорезные открытки (формообразование открытки с применением поворотных шарниров и просечек с использованием нескольких плоскостей)

цельности и оправданности формы, собирает разные по геометрии, тектонике, цвету элементы в единую систему» [2, с. 18]. Еще одним примером являются различные модификации ступенчатой открытки (3б, в). С помощью просечек реализуется динамика структуры, создается разноплановое и разноуровневое пространство. Дополнение прорезями системы «гармошка» формирует сложное устройство внутреннего механизма трансформации открытки (рис. 3г). Плетение складок образует небольшие поверхности, оформление которых позволяет развить нелинейный композиционный сюжет. Интересной моделью является открытка с крылом. Здесь подвижная панель (крыло) как бы вмонтирована внутрь открытки и олицетворяет собой классический вариант открытого письма — двусторонней карточки, превращенный в мобильную систему (рис. 3д). Просечки также могут использоваться в качестве замков как в утилитарных целях (крепежное соединение), так и в декоративных (например, для создания образа сумки, сундука).

Большое разнообразие образцов получается в результате образования составных форм открыток с использованием просечек и поворотных шарниров (составная складчато-прорезная открытка). Этот вид продукции отличается интерактивностью с элементами игры, что как нельзя лучше соответствует последним тенденциям развития визуальной среды. Современные мультимедийные средства обладают разнообразными возможностями передачи

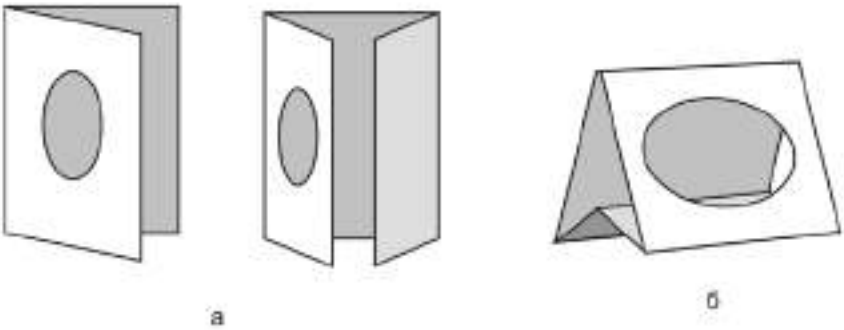


Рисунок 5. Простые складчато-вырубные открытки (формообразование открытки с применением поворотных шарниров и перфораций с использованием одной плоскости)

информации: с привлечением текстов, изображений, звукового сопровождения, анимации, чем вовлекают человека в диалог, приглашают к участию в выводе информации. Рассматриваемая категория открыток подразумевает вовлеченность адресата в процесс трансформации формы, необходимый для получения сообщения. К таковым относится один из вариантов pop-up открытки, в которой эффектной деталью является выдвижная карточка (рис. 4б). Выдвижка образуется при складывании основания открытки, в результате чего появляется невидимая ранее часть. Скрытые детали, демонстрирующие динамическую смену информации посредством конструктивной трансформации формы, представлены также в открытках-слайдерах (рис. 4б). В этом случае внешние изменения происходят путем сдвигания подвижной части. Вариантов приемов решения данной модификации множество: от простых поднимающихся «штор» до сложных технических устройств, позволяющих сдвигать несколько деталей в разные стороны. Следует упомянуть еще одну модель — открытку с потайной панелью (рис. 4в). Она проста по конструкции и эффектна при использовании: при некоторых несложных манипуляциях появляется панель, видимая только в определенном сложении. Это достигается путем протягивания полос бумаги через внутренние

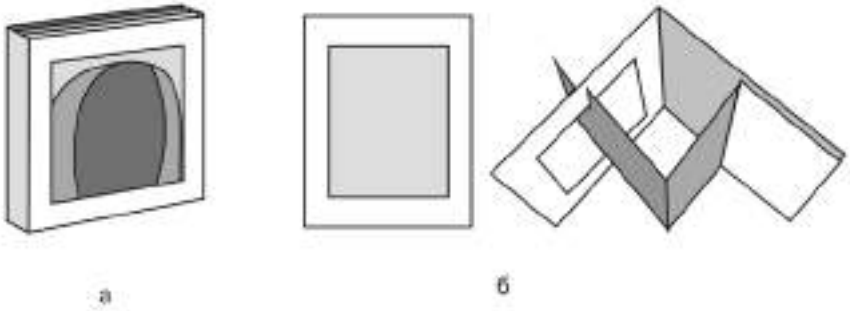


Рисунок 6. Составные складчато-вырубные открытки (формообразование открытки с применением поворотных шарниров и перфораций с использованием нескольких плоскостей)

прорези в шахматном порядке. Описанные виды открыток довольно трудоемки в исполнении и чаще всего выполняются в единственном экземпляре, чем представляют особую ценность для адресата.

Следующим вариантом комбинирования способов трансформации плоскости является модификация с использованием перфораций (отверстий) и поворотных шарниров (простая складчато-вырубная открытка). Чаще всего этот вид разработки поверхности применяется при создании эффекта окна или рамы в открытках. Отверстие на лицевой стороне показывает лишь часть изображения, побуждает зрителя вообразить скрытое продолжение рисунка (рис. 5а). Эффект усиливается при добавлении глубины, трехмерное пространство создает динамику восприятия — взгляд охватывает как внешнюю плоскость, так и внутреннее пространство структуры (рис. 5б).

Большие возможности для обогащения композиционного решения появляются при использовании дополнительных плоскостей (составная складчато-вырубная открытка), в частности, кулисных поверхностей. С помощью различных видов членения можно выполнить имитацию декорации театральной сцены — создать объемные образы в ограниченном пространстве (рис. 6а). Плоскостные элементы в трехмерном измерении могут соединяться в геометрические композиции путем пересечения под различными



Схема 1. Типология открыток на основе динамического формообразования

углами. Интересным вариантом является открытка, где плоскости, сгибаясь в определенных местах, образуют динамическую врезку, позволяющую трансформировать открытку из плоской формы в объемную структуру (рис. 6б).

В результате исследования способов структурирования плоскости листа осуществлена типологизация открыток на основе динамической трансформации формы (схема 1). Выявлено, что наиболее распространенным видом изменения формы открытки являются поворотные шарниры (сгибы, биговка), на основе которых образуются простые и составные складчатые открытки; дизайн простой складчатой открытки создается с использованием одного листа бумаги, однако, при разработке составной формы изделий применяются несколько бумажных плоскостей, благодаря чему появляются новые конструктивные возможности, усиливается выразительность образа; в каждом из случаев дальнейшее усложнение происходит при добавлении новых операций по работе с бумажными структурами — просечек, прорезей (простые и составные складчато-прорезные открытки), перфораций, отверстий (простые и составные складчато-вырубные открытки); различное сочетание описанных

операций дает множество простых и составных комбинированных открыток — интересных образцов для дальнейшего изучения. Эволюция формы открыток конца XX — начала XXI вв. выражается в новой динамической организации ее структуры, в создании образа движения, что имеет особое значение в эру скоростных технологий, поскольку отражает ритм современного мира.

Библиография:

1. *Арнхейм Р.* Искусство и визуальное восприятие. — М.: Прогресс, 1974. — 386 с.

2. *Васерчук Ю.А.* Бумагопластика в проектной культуре дизайна (материалы, технология, принципы моделирования): автореф. дис. канд. искусствовед.: 17.00.06. — М., 2007. — 28 с.

3. Динамическая и кинетическая форма в дизайне. Метод. материалы. — М.: ВНИИТЭ, 1989. — 81 с.

4. *Забочень М.С.* Филокартия Краткое пособие-справочник. — М.: Связь, 1973. — 104 с.

5. *Лаврентьев А.Н.* Эксперимент в дизайне. — М.: Университетская книга, 2010. — 244 с.

С.Р. Николаев

БАЗОВАЯ ТЕХНИКА В ТИПОГРАФИКЕ. «ЭМИЛЬ РУДЕР: ИЗБРАННЫЕ МЕСТА ИЗ ПЕРЕПИСКИ»

Базовой техникой в типографике можно считать универсальную систему образно-пластического языка, состоящую из ряда выделенных элементов, образующих устойчивую основу для учебных проектных экспериментов.

Basic techniques in typography is a universal system of plastic language, consisting of a number of selected elements. These elements form a stable base for educational experiments in design.

Ключевые слова: типографика, базовая техника, образ, пластический язык, эксперимент.

Keywords: typography, basic technique, image, plastic language, experiment.

Давно уже прошло то время, когда к слову «типографика» в нашей стране относились с явным недоверием. Сейчас этим словом никого не удивишь, и вполне осмысленно на него реагируют не только специалисты. А вот раньше к нему скептически относились даже некоторые из профессионалов в области проектирования печатных изданий и больше любили словосочетание «шрифтовая графика». Так традиционно именовали «домашнее» творчество художников, чьей основной работой являлось оформление переплетов, обложек и титульных листов книг, а также изготовление отдельных шрифтовых надписей и заголовков для издательских проектов. Шрифтовой графикой назывались различные рисованные шрифтовые композиции, которые создавались художниками не только в связи с производственными

заказами издательств, но и в свободное от основной работы время. Известные шрифтовики-профессионалы занимались этим как для совершенствования своего мастерства, так и просто из любви к буквам и каллиграфии. Одним словом, была такая специфическая творческая деятельность — искусство шрифтовой графики.

Что же касается технологии проектирования наборных текстов, то в этой области действовали детально разработанные, утвержденные и помещенные в сборники нормативных материалов технические инструкции и стандарты. Считалось, что хорошо обученные профессии художники-конструкторы печатной продукции должны эти инструкции знать, точно им следовать, правильно применять, и тогда у них обязательно получится совершенная во всех отношениях полоса набора на странице издания: прямоугольник определенных пропорций, верного размера по вертикали и горизонтали, в окружении строго установленных нормативными документами полей. В художественных и технических редакциях издательств обязательно присутствовали солидные профессиональные справочники с уже готовыми рецептами и рекомендациями. Но, откровенно говоря, пользовались популярностью такие издания в основном у экономистов и руководителей производственных отделов. Эти нормативные установки часто применялись, когда нужно было, ссылаясь на стандарт, «поставить на место» какого-нибудь дерзкого художника, посмевшего немного увеличить поля или интерлиньяж набора, нарушить действующие строгие правила «экономической целесообразности». Художники же во многом полагались на собственную творческую интуицию и чувство пропорций, а также применяли свои «стандарты»: всевозможные геометрические каноны, позволявшие, по их мнению, правильно «встроить» прямоугольник набора в пространство страницы. Но, к сожалению, очень часто эксплуатировались данные «схемы построения прекрасного» механически, иногда совсем без учета особенностей конкретного текста и связанных с ним иллюстраций, без должных размышлений о типе и назначении проектируемого издания. Просто как пригодные на все случаи жизни «рецепты красоты».

На этом фоне новым и революционным предложением в деле конструирования изданий в нашей стране стала модульная система

проектирования, основанная на обширном зарубежном практическом опыте, которая быстро стала основным методом, прочно утвердив хорошо сейчас известный и привычный термин «сетка». Именно система, появление которой привело к образованию серьезной школы проектирования печатной продукции. Одновременно и типографика также мощно заявила о себе.

Всегда справедливо считалось, что профессиональный набор и верстка текстов — это непростое ремесло, которому следует долго и прилежно учиться. Но только ли о ремесле следует вести речь, когда мы говорим о типографике? Разумеется, это и сложное ремесло, и, соответственно, наука, а в первую очередь — способ коммуникации. Но ещё и настоящее искусство. Типографическое творчество — это искусство соединения и гармоничного взаимодействия в создаваемом произведении двух известных начал: логического и образного, полезного и красивого.

Как обучать ремеслу набора и верстки текстов — понятно: есть сложившиеся традиции, правила, инструкции, приемы. Попробуем разобраться, как следует обучать художников не только ремеслу, но и искусству типографики. Следует сделать оговорку, что речь пойдет не о создании новых шрифтов, что является, безусловно, творческим процессом, а о конструировании и оформлении различной печатной и электронной продукции с использованием уже существующих шрифтовых гарнитур. Задачи, стоящие в этой области перед художниками-конструкторами, не ограничиваются только лишь поиском наиболее подходящих шрифтов и рецептов оформления из числа, имеющихся в наличии. Они гораздо сложнее, для их успешного решения необходимо в совершенстве владеть специфическим языком профессии — языком типографики.

Далее разговор пойдет о сложившейся методике начального обучения студентов-графиков, будущих специалистов в области проектирования печатных и электронных изданий, основам образно-пластического языка типографики, освоение которого позволяет в дальнейшем успешно решать различные по сложности проектные задачи. При этом область конструирования книги является на этом этапе обучения основным универсальным «полигоном».

О художественном конструировании книги написано немало, существуют разные подходы в рамках традиционных школ. Книга — это системное целое, состоящее из отдельных взаимосвязанных элементов, существующих в едином пространстве. Поэтому самый простой и логичный путь обучения основам ее проектирования — постепенное изучение и освоение этих элементов, правильная их расстановка и компоновка, с учетом функциональной структуры всей конструкции. Действительно, существуют вполне определенные правила, проверенные временем, регулирующие облик как отдельных элементов книги, так и всего ее организма. И есть множество великолепных образцов, эти правила наглядно демонстрирующих.

Элементы книги — это отдельные узлы (или модули), связанные между собой в едином ограниченном пространстве. Если мы говорим о печатной книге, то этим пространством является книжный блок, в котором комфортное сосуществование отдельных элементов естественным образом порождает структуру и форму издания. Способ модульного проектирования книги с некоторых пор считается одним из основных, именно он привел к появлению сетки как структуры, позволяющей упорядочить и относительно свободно разместить материал в издании. Причем модульное проектирование — это нечто большее, чем просто расстановка элементов с использованием сетки, как иногда ошибочно считают. Это именно проектирование отдельных функциональных узлов, а не просто использование одного из видов сетки с аналогичным названием.

Получается, что все относительно просто: сначала нужно внимательно изучить отдельные элементы книги и познакомиться с их возможными вариантами, а затем соединять их между собой, выстраивая целое, устанавливая необходимые пространственные связи. И через некоторое время накопится вполне приличный арсенал средств и приемов, вполне пригодный для решения большинства практических прикладных задач.

Но вернемся к типографике. Когда мы говорим «книга», то, разумеется, используем термин «типографика книги», который определенным образом эту типографику идентифицирует, обозначает ее отличие от типографики плаката, например. При этом возникает

понятие «полоса набора» — текстовая зона, один из основных составляющих книгу модулей, форму, размер и свойства которого необходимо точно определить. Но любой текст, наполняющий такой модуль, состоит из отдельных предложений, которые, в свою очередь, состоят из слов, а слова — из букв. И все эти составляющие — тоже модули, более мелкие, но живые и подвижные части, непосредственно влияющие на облик целого, равноправно участвующие в его формировании. Поэтому текст нельзя просто «залить» в выбранную заранее форму, пусть даже и выверенную, совершенную. Ему обязательно будет в ней тесно и неудобно, как узнику в типовой тюрьме, так как каждый текст по-своему уникален, и справедливо «желает» самостоятельно сформировать свою оболочку, принять форму, точно соответствующую его содержанию.

Разумеется, мы каждый раз осознанно выбираем определенный шрифт для набора — гарнитуру шрифта, разработанную мастером, который уже позаботился о рисунке букв и других знаков комплекта, в том числе и об их образном воздействии на читателя. И этот выбор шрифта существенно определяет как облик полосы набора, так и облик всего издания. Затем, регулируя расстояния и величины, мы сложившийся облик корректируем и окончательно устанавливаем. Но все это происходит в основном на уровне ремесленного управления набором: мы добиваемся комфортности чтения набранных текстов, руководствуясь существующими правилами. Но ведь еще и образная составляющая для нас крайне важна, особенно, когда к слову «типографика» добавляется слово «искусство». А вот тут уже готовых рецептов нет, их нельзя извлечь из более или менее наполненного «сундучка» приемов. Поль Валери в эссе «Две особенности книги» очень точно сказал об этом: «Порядок и конечная гармония между независимыми друг от друга и сплетенными воедино элементами создаются не по рецепту или посредством каких-то автоматических действий, но лишь благодаря чуду в сочетании с осмысленными усилиями» [1, 312].

Чудо, разумеется, не в нашей власти: это драгоценный дар, наша награда за труд и терпение. А вот усилия прилагать мы обязаны, причем именно осмысленные. Поэтому так важна способность

художника-конструктора концептуально мыслить и самостоятельно решать творческие задачи. Если же вернемся к разговору о методике начального обучения, то становится очевидно: именно творческому мышлению следует учить в первую очередь, с этого и нужно начинать (а не с перечисления уже известных готовых технических рецептов). Многие мастера типографики приветствуют как раз такой подход к обучению, считая его единственно правильным. Эмиль Рудер, в частности, писал: «Методика преподавания типографики, согласно которой на ранних стадиях обучения происходит знакомство с техническими проблемами, а на позднейших — с художественными, в корне неверна» [2, 34].

Одна из основных функций типографики — коммуникативная. Текст несет в себе сообщение, а облик его наборной формы это сообщение характеризует и усиливает. Вот этот-то визуальный облик текста, связанный с содержанием, и нужно учиться создавать. Причем начинать обучение полезно с управления обликом самых малых элементов — букв и знаков. Искусство свободного обращения с ними, вплоть до их видоизменения и осознанной трансформации, является показателем успешного владения базовой техникой типографики, о которой поговорим далее.

С термином «базовая техника» хорошо знакомы спортсмены, так как именно специфическая техника движений является основой и отличительной особенностью различных спортивных школ. Базовая техника в спорте — это определенный набор простых движений, из которых, как из деталей конструктора, складываются разные по сложности комбинации. Ее изучению уделяется самое пристальное внимание в процессе тренировок, особенно на начальном этапе подготовки. Хорошее знание базовой техники само по себе не является гарантией победы в соревновательной практике, так как действия спортсменов во время состязаний — это процесс творческий и спонтанный. Но свободная импровизация, приносящая успех в соревнованиях, бывает эффективна только при наличии качественной базовой подготовки.

Основными, базовыми компонентами в типографике можно считать выделенные элементы ее образно-пластического языка, как

раз и образующие своеобразную «азбуку» профессии. Подобные системы, очень похожие по своему составу, уже давно существуют в разных областях изобразительного искусства. В данном случае за необходимую фундаментальную основу были взяты некоторые элементы образно-пластического языка типографики, обозначенные Эмилем Рудером и представленные в его известной книге «Типографика. Руководство по оформлению». С одной стороны, швейцарская школа графического дизайна и типографики как школа «рационализма и геометризма», школа с известными принципами функциональной объективности, создавшая так называемый интернациональный стиль, оказалась очень подходящей основой. С другой стороны, именно из этой школы образовалась типографика «новой волны», которую принято считать «бунтарской», но которая явно демонстрирует последовательное и закономерное развитие традиционных канонических основ: да, «волна» образовалась новая, но сам «водоём» с его глубинными процессами остался прежним.

Так появился краткий конспект с условным названием «Эмиль Рудер: избранные места из переписки», и сложилась простая система из одиннадцати элементов языка типографики: от первой позиции, где разговор идет о функции и форме [3], до ключевого раздела, где рассматриваются процессы ритмизации. Точнее говоря, система включает в себя десять основных элементов и еще одну, одиннадцатую позицию, завершающую список, которая призывает обращать внимание на красоту неожиданного и случайного. Эти элементы выстроены в определенной последовательности, которая очень важна в методическом плане. Их поэтапное освоение позволяет сделать первые шаги на пути овладения образно-пластическим языком типографики, который не определен раз и навсегда, а постоянно меняется и совершенствуется. Данная система позволяет проводить на устойчивой пластической основе разнообразные творческие лабораторные опыты, очень полезные на ранней стадии обучения профессии.

В процессе работы со студентами появилось желание дать несколько иные названия избранным элементам «азбуки», немного отличающиеся от перевода текстов Эмиля Рудера на русский

язык. Разумеется, не для того, чтобы претендовать на некоторую самостоятельность «изобретения». Просто в отдельные темы были внесены уточнения. Так, раздел под названием «Цвет» стал называться «Цветовые акценты» именно потому, что основное внимание в нем уделяется цвету как сигналу, выделяющему из общей тональной среды самое главное. Такое уточнение лучше ориентирует студентов, так как рамки возможных разговоров о цвете в типографике сразу конкретизируются. А вместо названия раздела «Контрформа» появился заголовок «Плотность пустоты», более понятный, как оказалось, обучающимся: их внимание точнее концентрировалось на маленьком визуальном чуде, когда при определённых манипуляциях с предметами и пространством пустота приобретает плотность и неожиданно материализуется.

В итоге сложился перечень компонентов со следующими названиями: «Назначение и облик», «Плотность пустоты», «Части целого», «Сопоставление величин», «Единство противоположностей», «Многоголосие оттенков», «Цветовые акценты», «Чередование элементов», «Движение в пространстве», «Интонации мелодий», «Красота неожиданного». В общем-то, каждый может придумать свои названия, отличающиеся от представленных: суть и смысл основных элементов «азбуки» типографики все равно сохранится.

И еще один существенный практический момент обучения — это обязательное использование возможностей фотографии на самом раннем этапе знакомства с предложенными темами, еще до начала работы с буквами, что позволяет благополучно избежать подражания многочисленным образцам. Студентам предлагается внимательно посмотреть вокруг и, с фотоаппаратом в руках, приступить к поиску различных объектов, структур и явлений, точно иллюстрирующих основные компоненты языка типографики. Найденные мотивы затем трансформируются в типографические образы текста, что позволяет использовать фотографию не только как удобное вспомогательное средство поиска, но и как серьезный проектный инструмент.

Кстати, о новизне и традициях: то, о чем говорит Эмиль Рудер, равно как и то, что на основе его рассуждений и многолетнего ценного практического опыта предлагается студентам в качестве базовых

принципов для освоения языка типографики — вовсе не авторское новаторство. Это, скорее, изложение языком типографики основных свойств и особенностей устройства окружающего нас мира, разговор о законах его восприятия.

Итак, предложена одна из возможных систем начального знакомства с образно-пластическим языком типографики, методика, позволяющая сделать первые шаги в овладении языком профессии. Она также позволяет проводить на устойчивой базовой основе творческие лабораторные опыты, которые особенно необходимы на ранней стадии обучения. Наконец, она помогает избежать пути прямого подражания и заимствования, предлагая каждому путь собственных размышлений и экспериментов. Карл Эрнст Пёшель говорил по этому поводу так: «Мы должны не рабски копировать композиции, созданные в иной художественной сфере, а переносить их в нашу сферу, не повторяя линию за линией, элемент за элементом. Мы должны воспроизводить с помощью нашего материала те впечатления, которые получили извне, и при этом стремиться непосредственно передавать лишь саму суть художественного воздействия. Прямое подражание образцу попросту приведёт нас к краже — но если мы постигнем саму суть, главный мотив произведения и разумно используем его, то речь уже пойдёт о нашем достоянии и о возможности создать нечто новое» [1, 174].

Данная система и творческие опыты на её основе позволяют молодым художникам избежать и некоторых существующих в настоящее время в профессии художника-конструктора опасностей. Одна из них — это опасность вседозволенности, которая появилась в связи с новыми широчайшими, практически ничем не ограниченными техническими возможностями, а другая — опасность подмены художественных качеств чисто техническими эффектами.

Все дальнейшее — это сложный, но очень интересный путь практического обучения проектированию изданий на этой основе, занимающий три года, до важного и ответственного момента выбора специализации: от первых фотографических опытов и экспериментов с цифрами и буквами до освоения проектирования изданий сложной структуры, когда студенты являются не только авторами концепции и дизайнерского решения издания, но ещё и авторами-составителями.

Библиография:

1. Книгопечатание как искусство. Типографы и издатели XVIII–XX веков о секретах своего ремесла. — М.: Книга, 1987. — 384 с.

2. *Рудер Э.* Типографика: Руководство по оформлению / Эмиль Рудер. — М.: Книга, 1982. — 286 с.

3. *Николаев С.Р.* Азбука типографики. Взаимодействие фотоизображения и текста. // Строгановские чтения — 2012. Искусство, наука, технология и проблемы художественно-промышленного образования. Материалы межвузовской научной конференции. — М.: МГХПА им. С.Г.Строганова, 15–16 марта 2012. — С. 78–80.

4. *Николаев С.Р.* Базовая техника в типографике как основа для учебных проектных экспериментов. Основные элементы и канонические традиции // Теория искусства, традиционная культура и творческий процесс. Тенденции научных исследований, проблемы терминологии, исторические и междисциплинарные аспекты развития дизайна, декоративно-прикладного и народного искусства и архитектуры, опыт художественно-промышленных школ. Материалы Международной научной конференции. — М.: МГХПА им. С.Г.Строганова, 20 марта 2015. — С. 290–295.

А.Н. Лаврентьев, О.А. Маркова

САММИТ ИНФОГРАФИКИ MALOFIEJ 24 КАК ЗЕРКАЛО СОВРЕМЕННЫХ ТЕНДЕНЦИЙ В ОБЛАСТИ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА

Настоящая статья посвящена Всемирному инфографическому саммиту, в частности, конкурсу инфографических работ Малофей 24 (Malofiej 24), прошедшему в марте текущего года. Выявлены тенденции развития инфографического дизайна на будущий год. В статье указано разделение печатной и онлайн графики, которое подкреплено примерами инфографических работ, названных лучшими в этом году.

This article focuses on The Infographics World Summit, in particular on the competition of Infographic works named Malofey 24, which held in March. There are the tendencies of development of Infographic design for the next year. The article indicates the separation of print and online graphics, which are backed by examples of Infographic works, named the best this year.

Ключевые слова: инфографика, визуализация данных, интерактивная инфографика, печатная графика, Малофей 24, Сообщество новостных дизайнеров.

Keywords: infographics, data visualization, interactive infographics, printed graphics, Malofiej24, The Society for News Design.

Человек постоянно встречается со статистическими и информационными данными в своей повседневной жизни и профессиональной деятельности. Визуализация делает эти данные более доступными для понимания. Перевод информации в формы графических символов означает использование одного из множества

языков, изобретенных человечеством. Визуализация средствами графического дизайна помогает анализировать данные без алгоритмов и вычислений, «посмотреть» их. Чем сложнее данные и значительнее массив информации, тем более сложен подбор подходящего для них способа визуализации, стилевых ориентиров, графических моделей и средств.

Из исследований отечественных авторов, занимающихся проблемами инфографики в графическом дизайне, выделяются публикации В.Лаптева и С.Острикова.

Владимир Лаптев в своей статье «Советская научно-популярная инфографика послереволюционного периода» условно делит информационную графику 1920–1930-х гг. на агитационную и познавательную. Он заметил, что «творцы инфографической продукции агитпропа во многом черпали вдохновение в новых революционных образах авангарда», а «учебная и научно-популярная графика всецело опиралась на художественный опыт традиционных иллюстраций». С.Остриков, анализируя примеры современной инфографики, разделяет ее на недизайнерскую (автоматическую и стандартизированную) и дизайнерскую (дизайнерскую и квазинфографику, то есть функционально ослабленную, создающуюся «на стыке инфографики и графического искусства»); определяет ее как вид коммуникативного дизайна, в основе которого лежит способ передачи информации изобразительными и вербально-графическими средствами. Мы видим, что время и потребности общества в тот или иной период рождают разный спрос на виды подобной графики.

Другой взгляд на затронутую тему представлен у В.Лесняка, который расширяет понимание данного вопроса и пишет, что информационная графика познавательна и относит к ней отчеты, листовки, буклеты, схемы, планы, карты, то есть печатные издания информационной направленности. А.Каиро говорит, что некоторые специалисты и ученые проводят грань между инфографикой и визуализацией информации; по их словам, эти два направления отличаются инструментарием: инфографика представляет информацию с помощью статистических графиков, карт и диаграмм, а визуализация предлагает визуальные инструменты, которые зрители могут использовать для изучения и

анализа наборов данных. То есть инфографика рассказывает историю, разработанную коммуникаторами, визуализация информации же помогает видеть истории сами по себе. Сам автор придерживается точки зрения, что инфографика и визуализация существуют на континууме — представление и изучение взаимодополняют друг друга.

Заметим, что доля инфографики в общем потоке визуально-иллюстративного материала растет — несколько лет была только печатная графика, в наши дни все более осваивается интернет как новый носитель.

Проходившие в 2016 году конкурсы в области инфографики позволяют выявить целый ряд новых тенденций графического дизайна в этой области: разделение потоков цифровой и печатной инфографики, усиление роли интерактивности для привлечения внимания читателя и его вовлечения в процесс обработки данных, преимущественно социальный характер инфографики.

В 2016 г. с 6 по 11 марта в Университете Наварры в Памплоне (Испания) в School of Communication состоялся 24-й Всемирный Инфографический Саммит (The Infographics World Summit). Событие состоит из оглашения жюри лучших работ, выступления докладчиков и мастер-класса «Show, Don't Tell» («Покажи, не рассказывая»). The Infographics World Summit собрал вместе членов жюри, докладчиков, профессионалов media со всего мира, академиков, а также студентов. The Malofiej Awards проходило три дня — с 9-го по 11-е марта, в предыдущие дни проводились мастер-классы.

На 7 дней Памплона стала мировой столицей инфографики. Как обычно, саммит предлагал не только специальную программу, но и книгу-каталог с работами, которые были представлены в прошлом году.

С конца 20 века инфографика выделилась в отдельное профессионально-творческое направление в области графического дизайна. В разных странах ежегодно проводятся международные конкурсы, конференции, посвященные этой проблеме; Сообщество Новостного Дизайна (SND — The Society for News Design) является некоммерческой организацией, которая объединяет около 2600 визуальных журналистов (дизайнеров, инфографов, иллюстраторов и прочих) со всего мира. Ежегодные мероприятия общества, конкурсы и публикации стали основным справочным материалом для газет и журналов по всему миру, начиная с конца 70-х годов, когда она была

создана с целью содействия публикаций, которые стали более доступными для их читателей. Их штаб-квартира находится в Школе коммуникаций Университета Наварры (Испания). SND Malofej — испанское отделение Сообщества Новостного Дизайна. Инфографический саммит в Памплоне имеет своей целью улучшить качества периодической печати и коммуникаций посредством совершенствования визуальных средств. С каждым новым саммитом в профессиональную среду вводятся новые графические решения, принципы и методы работы, происходит обмен информацией, опытом, и приходит понимание того, как развивается данная область в мире, а не в конкретной стране, определение тенденций и вектор их развития — тема современных трендов, технологий, перспектив. Про его результатам издаются каталоги. Так, в этом году был презентован каталог Malofiej 23 с работами, которые были представлены на прошлогоднем мероприятии. К сожалению, «Malofiej Awards» не имеют полноценного архива работ.

The Malofiej Awards (Алехандро Малофей — аргентинский картограф, который считается пионером в области инфографики) проводится с 1993 года, это мероприятие называет лучшую инфографику, напечатанную и опубликованную в сети. Ежегодно в марте интернациональное жюри собирается вместе в Университете Наварры в Памплоне, обычно это событие длится 4 дня. Конкурс входит в четверку международных конкурсов, проводимых Сообществом Новостного Дизайна. Лучшие инфографические работы публикуются в печати и онлайн по всему миру.

На 24-м Всемирном Инфографическом Саммите выступало 16 спикеров из Испании, США, Бразилии, Великобритании, Бельгии, Португалии, среди них был участник из России (Москвы) Максим Горчаков (руководитель московского офиса агентства Infographer), который поделился своими впечатлениями на ресурсе infographer.ru в своей заметке «Malofiej 24 из первых рук». Спикеры — профессионалы в области инфографики, графические дизайнеры, журналисты. В большей своей массе — это представители СМИ и агентств, занимающихся информационной графикой.

О масштабах конкурса говорят следующие факты. В 2016 году на Malofeij было принято 1388 работ от 150 организаций из 33 стран. Жюри выдало 13 золотых, 33 серебряные и 91 бронзовую медаль (в общей сложности 137). Названия специальных номинаций звучат следующим образом: «Награда

Мигеля Урабаена за лучшую карту», «Лучшая графика на тему “Изменение климата и влияние окружающей среды”», «Лучшая графика о правах человека», «Лучшая графика на тему “Равенство и продвижение женщин”».

Разберем несколько работ, которые получили награды.

Начнем с онлайн-категории. В онлайн-категории «Награда Мигеля Урабаена за лучшую карту» была отмечена работа английского издания The Guardian «Unaffordable country: where can you afford to buy a house», она действительно заслуживает уважения — была проделана колоссальная работа как журналистская, так и дизайнерская. Это тот массив числовых данных, который трудно изучить человеку из-за большого объема. Большую часть графики занимает схематичная карта, подгруженная из Google maps. Зона онлайн-заполнения, которую можно увеличивать и уменьшать, разделена цветом на области. Вводя свою текстовую информацию: сумму, которую потребитель готов заплатить за покупку дома, он тем самым меняет и статистические данные всей карты в целом. Красными выделены области, стоимость которых выходит из указанного пользователя бюджета, голубым — те, жилье в которых доступно в текущей ситуации. Эта актуальная для многих функциональная визуализация (по сути, похожа на интерфейс программы) имеет, таким образом, практическую ценность.

Рассмотрим еще одну работу, выделенную среди других в категории онлайн. Best of show онлайн стала работа американского The New York Times «You draw it: How family income predicts children’s college changes». Это также интерактивная инфографика. Пользователю предстоит ответить на несколько вопросов и затем увидеть результаты своих ответов на графике. «Насколько велика вероятность, что дети, растущие в очень бедных семьях, будут учиться в колледже? И как обстоят дела по данному вопросу у очень богатых семей?» Эти варианты отражены на графике. Если вы думаете, что шансы на поступление у всех равны, то график будет выглядеть, как на рисунке 1. Если вы считаете, что шансы на поступление у детей из средних и богатых семей выше, чем у детей из бедных семей, то график выглядит, как показано на рисунке 2. Или ситуация, когда шансы выравниваются после достижения графиком определенного порога дохода (рис. 3). Или, когда пики (рис. 4) и спады (рис. 5) отражают самых богатых. После того как пользователь провел на графике линию, которую считает нужной, происходит ее сравнение с линией, которая отражает результаты по детям,

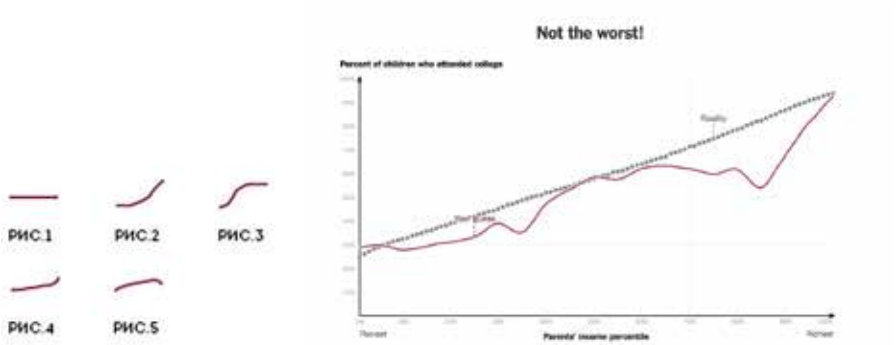


Рисунок 1, 2. Визуальный комментарий к инфографике «You draw it: How family income predicts children's college changes»

рожденным в начале 1980-х годов, на основе исследования, проведенного группой экономистов. Начальная точка произвольна: 58 процентов детей, которые появились на свет в начале 1980-х годов, выросшие в семьях со средним достатком, обучавшихся по системе высшего образования, и достигшие 21 года. Так или иначе, график должен пройти через эту точку. Далее предлагается подробный анализ линии, проведенной вами. Перед нами интересный пример инфографики, отличающийся от интерактивных работ, которые делаются в наши дни. Он привлекателен скорее идеей и проделанной работой ученых, собравших материал, нежели дизайнерским решением.

России в этом году досталась бронза. Ее получила Лаборатория данных за визуализацию результатов Московского марафона 2015 года. Журналист мог бы рассказать об этом событии и письменно, но никто бы из читателей не стал просматривать такой большой объем данных. Данная инфографика использует другой тип инфографики — это самостоятельное изучение пользователем предложенного материала. Эта инфографика выполнена в интерактивном формате. Начиная с 2013 года, Лаборатория данных публикует визуализацию результатов Московского марафона, на котором изображена общая картина забега и результат каждого спортсмена отдельно. В визуализации использован образ, ставший классическим для студии, — змей: диаграмма, наложенная на карту забега. Карта простая, без подробностей. Бегуны стартуют одновременно, а дальше растягиваются вдоль маршрута и

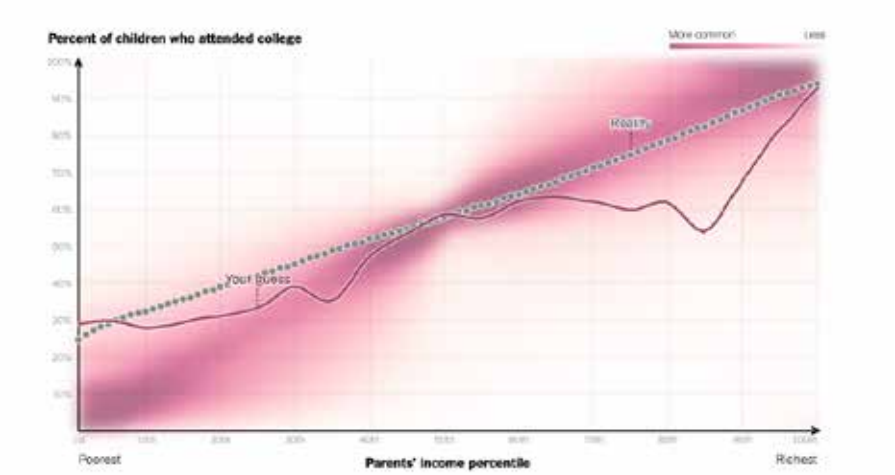


Рисунок 3. Визуальный комментарий к инфографике «You draw it: How family income predicts children's college changes»

во время первого финиша замыкающие пробегают треть дистанции. Цветные точки — это мужчины и женщины разных возрастов. Также картину дополняет диаграмма финишей и таблица результатов с фильтрами и поиском. Из таблицы можно выбрать конкретного марафонца (или нескольких марафонцев) и проследить его (их) полный путь, идентифицируя его в разноцветной массе. Тонкая, но выразительная графика. Справа от карты расположена дополнительная информация — о погоде, график высотного профиля, цветовой график, отображающий пол, возраст участников.

Примечательно, что все интерактивные информационные графики, которые были названы выше, имеют пояснительный текст, то есть все-таки одной визуализации для понимания материала недостаточно — нужен пояснительный текст-инструкция о том, как пользоваться таким результатом деятельности по той или иной проблеме. Идеи подачи информации на данном носителе не новы. Первая — это вовлечение пользователя в игру, вторая — вручение пользователю инструмента для самостоятельного изучения.

Обратим внимание на печатную графику. Победительем в этой категории было признано германское издание Die Zeit за «Wie ich

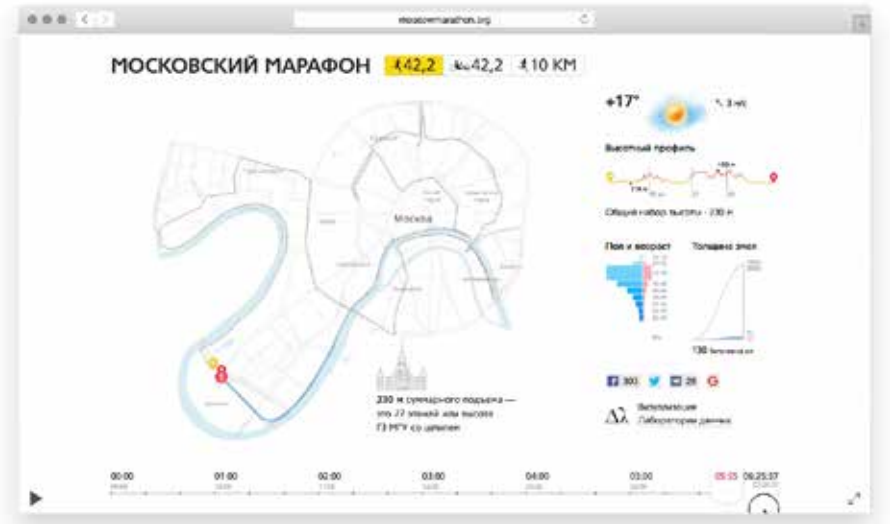


Рисунок 4. Визуализация результатов Московского марафона 2015 года

Deutsscher — Wie man Deutsher wizd» — инфографика о беженцах и рассказ о том, как получить гражданство (что для этого нужно сделать). Здесь так же, как и в интерактивной графике, работает прием вовлечения пользователя в игру, но достигается он уже другими средствами. В качестве способа визуализации выбрана максимально нейтральная блок-схема, состоящая из прямоугольников, закодированных двумя цветами и ответов на вопросы: да или нет. Работа построена на типографике и линейках/стрелках, сверху листа стоит активный заголовок, являющийся доминантой листа, ниже — вводка (согласно традиции структуры статьи), тело алгоритма ограничено рамкой, что подчеркивает закрытую композицию, официальный характер документа. Какие-либо дополнительные изображения отсутствуют — они здесь, ни к чему — дополнительных сведений нет. Композицию листа завершают две цветные плашки, обозначающие положительный или отрицательный результат. Читателю предлагается пройти по стрелочкам весь путь от приезда и регистрации – до получения гражданства в установленные законом сроки.

Некоторые выводы, которые следует сделать. Инфографика с

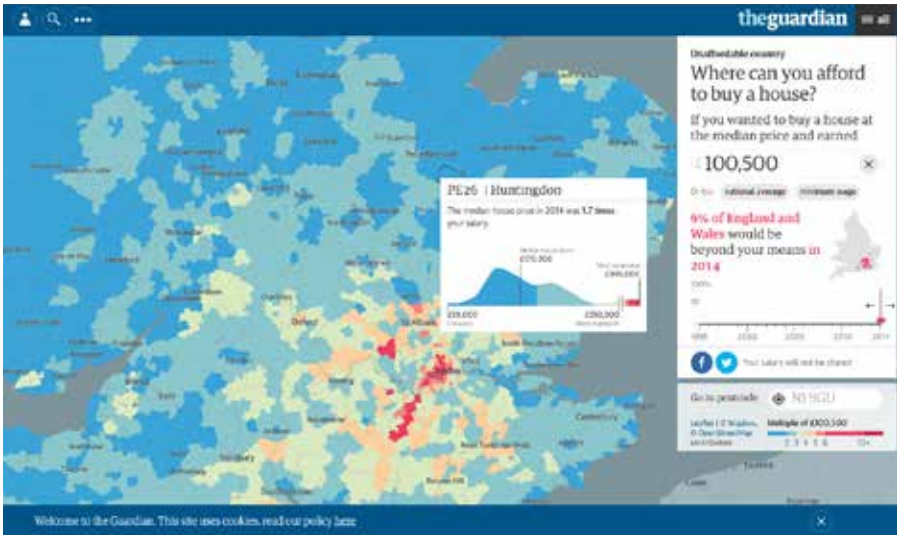


Рисунок 5. Инфографика «Unaffordable country. Where can you afford to buy a house?»

самого начала самоопределилась как независимое явление, затем начала (на конкурсах и тематических фестивалях, таких как, например, «Малофей») декларировать тенденции, позаимствованные из других сфер деятельности: из дизайна, журналистики, рекламы. Небольшие узкопрофильные конкурсы, такие как «Золотая пчела» или «Малофей», — для людей, которые много общаются между собой, оценивают тенденции внутри своих комьюнити, которые выражают наиболее актуальные тенденции этого сообщества. Они имеют свои собственные стандарты.

Информационная графика — явление молодое. Инфографика как инструмент оказалась наиболее востребована в журналистике, сами инфографики в какой-то момент поняли, что журналистика (как база) — это верный путь для инфографики (общая тенденция). Есть две стороны: с одной, это создатели: дизайнеры, журналисты, менеджеры, с другой — потребители. Инфографика в значительной степени напоминает журналистский материал; визуализация данных является одним из возможных конечных продуктов работы журналиста, так как любая информация для того, чтобы стать произведением, должна быть

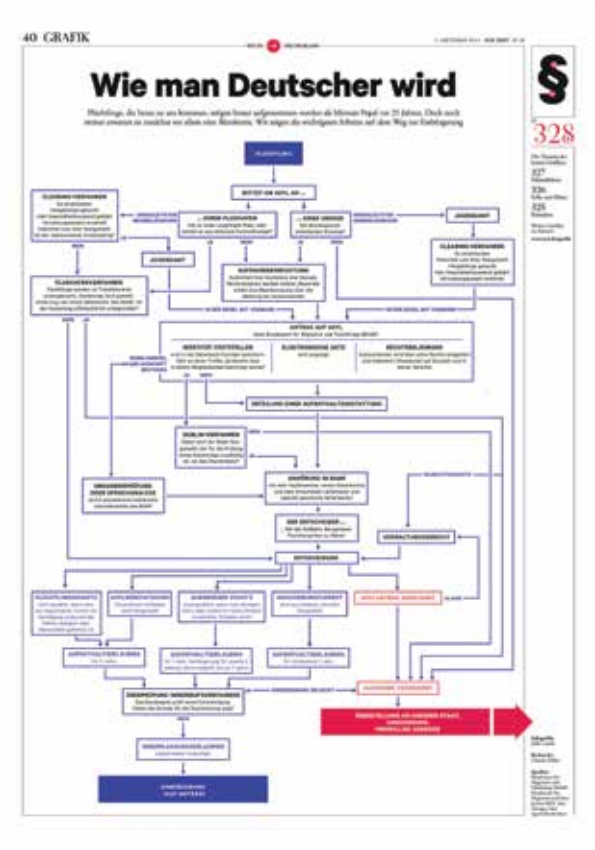


Рисунок 6. Инфографика «Wie ich Deutsscher — Wie man Deutsher wizd»

воспринята читателем. Несмотря на пестроту решений и тематики можно уловить общие тенденции: экономия времени пользователя, мобильные технологии, игровой контент.

Интересна закономерность — номинации и инфографические проекты связаны либо с социальными, либо с экологическими проблемами (но не с экономикой, производством, наукой и т.д.), то есть тем, что затрагивает каждого горожанина (но не стоит все же забывать, что саммит организует Сообщество Новостного дизайна), человека, живущего в условиях современной цивилизации. Инфографика погружает его в конкретный мир процессов — будь то покупка дома или

получение беженцами гражданства. Можно сказать, что инфографика в одних случаях становится своего рода инструкцией по выживанию и поведению, в других ориентирована на то, чтобы облегчить жизнь пользователя, в третьих дает ключ к пониманию той или иной жизненно важной информации. Но это тема отдельной статьи.

Все работы, получившие награды, можно найти по ссылке [4].

Библиография:

1. *Cairo Alberto* The functional art. — New Riders, USA, 2012. — 72 с.
2. *Лаптев В.В.* Советская научно-популярная инфографика послереволюционного периода // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА. — 2016. — № 1, ч. 1. — С. 241–248.
3. *Остриков С.В.* Теоретические основы и принципы инфографического дизайна. — М., 2014. — 206 с.
4. Infografer: http://infographer.ru/malofiej-24-iz-pervyx-ruk/ (дата обращения: 29.03.2016).
5. Награды конкурса Malofiej за лучшую карту. URL: http://virostatiq.com/malofiej-award-2016-for-best-map-in-printed-media/ (дата обращения: 1.04.2016).
6. Информация о конкурсе Malofiej: http://www.malofiejgraphics.com/ (дата обращения: 29.03.2016).
7. Визуализация результатов московского марафона 2015 года. — URL: http://datalaboratory.ru/projects/moscowmarathon/ (дата обращения: 30.03.2016).
8. Влияние уровня семейных доходов на получение образования в колледже. — URL: http://www.nytimes.com/interactive/2015/05/28/upshot/you-draw-it-how-family-income-affects-childrens-college-chances.html (дата обращения: 30.03.2016).
9. Сайт нового дизайн-сообщества SND. — URL: http://www.snd.org/ (дата обращения: 1.04.2016).

Д.В. Мордвинцев, З.В. Мордвинцева

ПРОБЛЕМА ПОДГОТОВКИ ДИЗАЙНЕРА: НА ПУТИ К САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Авторы рассматривают проблему профессиональной подготовки современного дизайнера как путь обретения навыков самостоятельной проектной деятельности. Важную роль в этом процессе играет методическая организация дипломного проектирования.

The authors speak about the problem of professional skills of contemporary designer which can be achieved through education. An important role in this process belongs to the methodological organization of the process of final graduate design.

Ключевые слова: дизайнер, дипломный проект, квалификация, эмпатия, субъект.

Keywords: designer, graduation project, qualification, empathy, subject.

Дизайн сегодня является одной из самых влиятельных сфер профессиональной деятельности. Сравнительно молодой вид деятельности, на протяжении нескольких последних десятилетий он прошел путь беспрецедентной внутренней дифференциации и специализации.

В самом деле, в дизайне существует огромное число самостоятельных отраслей (промышленный, информационный, графический, книжный, ландшафтный архитектурный, анимационный, веб-дизайн, саунд-дизайн футуродизайн и т.д.). Естественно, это создает особые сложности для подготовки дизайнеров-профессионалов, способных не только освоить разные отрасли дизайна, но и сказать свое — полноценное, грамотное и креативное — слово.

Профессия дизайнера является одной из наиболее востребованных в современной культуре, о чем свидетельствуют как высокие конкурсы при поступлении в вузы, готовящие дизайнеров, так и широкие возможности трудоустройства выпускников. Стремление найти путь к слушателю, зрителю, потребителю, продвижение продукта на рынке услуг, необходимость обнаружения коммуникативных возможностей какой-либо деятельности — все это выдвигает значимость специальности «дизайн» для самых разных сфер жизни.

Произошли значительные изменения концептуального характера, обусловившие серьезное переосмысление целей и задач проектирования, характера взаимодействия между дизайнером и потребителем. Как верно замечает один из ведущих в стране исследователей дизайна К.А.Кондратьева, «дизайн-проектирование на основе стайлинга, структурного формообразования, традиции архитектурной композиционной школы уступают место поискам авторского стиля и ярких концепций. Сценарная и сюжетная разработка дизайн-проекта во многом стали определять результаты работы» [2, с. 399].

Понятия «контекст», «коммуникация» приобретают для дизайнера всеобъемлющий характер: «...вектор профессии повернулся в сторону коммуникации, формирующей модель дизайна процессуального характера» [2, с. 401].

Вместе с тем, наряду с очевидным ростом востребованности профессии, сегодня открывается и то обстоятельство, что именно дизайн оказывается подверженным разного рода подменам, имитациям, искажениям.

Прежде всего, распространяется иллюзия всеобщей доступности «цеховых» проблем дизайна. Существует устойчивое заблуждение, что, овладев компьютерными программами (например, Adobe InDesign, Logo Design Studio, VariCAD и т.п.), любой желающий способен за короткий срок стать дизайнером.

Не без влияния выше описанной иллюзии дизайн начинает ассоциироваться исключительно с технологиями, со стилизацией и иллюстративностью, с оформительскими принципами, не связанными с классическим представлением о дизайне как искусстве и специфическом виде творчества. Более того, нередко даже крупным ученым именно в

дизайне видятся причины стереотипизации современного сознания. Достаточно вспомнить знаменитый «пассаж» Жана Бодрийяра о «дизайнизации» как следствии превращения культуры в пространство симуляции и симулякров, которые, подобно макияжу, создают искусственные эстетические коды и выводят на первый план вторичные функции искусства, науки, морали, вещного мира [1]. Дизайнизация французским ученым понимается как растворение в среде, утрата не только специализации различных форм культуры, но и уничтожение их внутреннего смысла. Негативное использование термина не только точно фиксирует общеизвестные процессы в современной культуре, но также отражает подверженность самого дизайн-проектирования деструктивным изменениям.

Данная ситуация делает вопрос об определении специфики, целей, границ дизайна еще более актуальным. И прежде всего становятся принципиальным определение смысла творчества в дизайне, постижение лучших мировых традиций, сложившихся на протяжении стремительной истории проектного искусства.

Весьма показательной в этой связи является итоговая студенческая работа начинающего дизайнера, обучающегося в вузе, — дипломный проект.

Имея опыт освоения «азбуки» профессии, полученный за время обучения, студент в дипломной работе должен максимально эффективно использовать свои навыки — технические, художественно-творческие, интеллектуально-аналитические, коммуникативные, прогностические. И более того, здесь он не только получает возможность подвести итоги дизайнерского образования, но фактически получает возможность доказать свою состоятельность в профессии, открыть в себе перспективы личностного роста.

Весьма полезным в этой связи является анализ логики и структуры работы над дипломным проектом. Рассмотрим к данный вопрос подробнее.

Первым необходимым этапом работы над дипломным проектом является выбор темы. Для молодых дизайнеров этот этап является особенно важным, поскольку именно он позволяет выпускнику осознать направленность его интересов, оценить способности и возможности

реализации определенного круга идей. Можно сказать, что верно избранная тема является главным ключом к успешному проекту. Если тема излишне абстрактна и амбициозна (Умберто Эко называл такие студенческие темы «два слова о вселенной»), то она провоцирует на масштабы, непосильные для начинающего дизайнера, таит в себе риск прогнозируемого «провала». Студент прежде всего должен очень внимательно продумать, чего он хочет от своего дипломного проекта, взвесить свои возможности и способности, определить границы темы.

Осознанность выбора темы необходима еще и потому, что дипломный проект — первый опыт публичного выступления перед профессиональной аудиторией. Следует учитывать, что привычное слово «защита» предполагает не только представление творческой работы, но и обоснование дизайнером выбора темы, аргументация избирательности в поисках реализации комплекса предлагаемых идей. Банальное мнение «дайте мне тему и я сделаю работу» неприемлемо в данной ситуации. В то же время, недопустимо умалять роль педагога, который, исходя из опыта (а, как известно, лучший преподаватель дизайна — это активно действующий профессионал, работающий над собственными проектами), может подсказать оптимальное направление поиска. Таким образом, процесс подготовки дипломного проекта начинается с активного творческого диалога студента и руководителя — дебютанта и мастера, которые в равной степени ответственны за правильно сделанный выбор темы и определение вектора дальнейших поисков.

В английском языке есть очень хороший термин «skills» (не имеющий однозначного толкования и обозначающий умение, мастерство, навык, ловкость, искусство, квалификацию, сноровку, выучку и т.п.). В проекции на дизайн термин очень точно фиксирует многообразные «умения», палитра которых в современном дизайне не ограничена. И если молодой автор будет изначально лишен понимания того, что он хочет, он может просто раствориться в процессе, и в лучшем случае — в будущем стать техническим исполнителем, никак не креативным или арт-директором.

Ведь в перспективе любой дизайнер — это не вольный художник, а специалист, который может рассчитывать быть принятым на

работу в престижное брендинговое агентство, дизайн-студию или иметь хороший репутационный бекграунд молодого специалиста, с возможностью открыть свое собственное бюро или работать на фрилансе.

Итак, выбор темы — достаточно сложный этап, он может отнять большую часть времени, выделенного для подготовки дипломного проекта. Выбор, как правило, обоснован двумя основными факторами. Первый имеет интровертный характер, он связан с внутренними пожеланиями начинающего дизайнера: когда студент изначально решил для себя, что его основным направлением будет конкретный вид деятельности (например, создание интерактивных приложений, или работа над многополосным изданием). В этом случае дипломный проект отражает погружение в уже освоенное пространство, углубление в круг проблем, хорошо известных дипломанту по ранее осуществленным (или связанных с его сторонней деятельностью) работам.

Но есть и другой фактор — экстравертный, когда выбор студента сознательно ориентирован на освоение ранее не апробированных сфер. Предполагаемая тема будущего диплома является настолько эмоционально притягательной для молодого дизайнера, что он останавливает на ней свой выбор, несмотря на понимание своей пока слабой осведомленности в ней, скромных навыков и возможностей. Второй путь оказывается более рискованным, поскольку мера непредсказуемости в нем высока. Но здесь возникает возможность увеличить свои навыки, приумножить те самые skills, о которых мы говорили ранее, попробовать себя в новом качестве.

Учитывая, что возможны оба пути и оба допускают рост креативности, все же стоит отметить, что именно второй подход зачастую становится самым действенным, потому что вопрос материальной составляющей (удовлетворенность заказчика и необходимость оплаты работы — что непременно учитывает «взрослый» дизайнер) на дипломном проекте полностью отсутствует.

Вместе с тем, у такого подхода есть оборотная сторона, от которой должен оградить студента ведущий преподаватель. По причине новизны темы, неосвоенности элементарных аспектов работы и т.п.

может произойти творческое «выгорание», когда сам дизайнер может оказаться в тупике, и ему может не хватить сил и опыта выйти из этого непростого состояния, так называемого творческого «застоя». Но это отдельная история.

На начальном этапе выбора темы для итогового учебного проекта среди ключевых установок студента и руководителя одной из важнейших является эмпатия. В применении к дизайну термин «эмпатия» означает глубокое понимание людей, которым предназначен определенный проект, понимание людей с их реальными проблемами и интересами. Эмпатия в конечном счете определяет реализацию студентом желания пополнить свой багаж «инструментов» молодого специалиста, стремления понимать и быть понятым самыми строгими и «продвинутыми» заказчиками, желание быть в тренде — то есть способность встроить себя в парадигму современного системного мышления.

Возможность развития системного мышления, на наш взгляд, и является главным критерием выбора темы дипломной работы студента-дизайнера. Лишь в этом случае итоговый проект может стать стартовой площадкой для обретения целой совокупности знаний и навыков, для понимания креативных, информативных, коммуникативных, технических основ профессии дизайнера.

Библиография:

1. *Бодрийяр Ж*. Симулякры и симуляции / Simulacra et simulation / пер. А.Качалова. — М.: Постум, 2015. — 240 с.

2. *Курасов С.В., Лаврентьев А.Н., Заева-Бурдонская Е.А., Сазиков А.В*. Строгановка: 190 лет русского дизайна. — М.: Русскій міръ, 2015. — 608 с.

3. *Брызгов Н.В., Жердев Е.В*. Промышленный дизайн: история, современность, футурология. — М., 2015. — 544 с.

4. *Аронов Владимир*. Дизайн в культуре XX века. 1945–1990. — М., 2013. — 408 с.

5. *Лаврентьева Е.А*. Текст и контекст в графическом дизайне. — М., 2008. — 232 с.

Н.Г. Мизонова

ДОМАШНЕЕ ВЫШИВАНИЕ КАК ОТРАЖЕНИЕ СОЦИУМА

Стилистические приемы и сюжеты вышивки формировали стиль своего времени и отражали изменения в социальном устройстве общества. При разделении социума в художественном языке вышивки наглядно проявлялись социальные различия. Роль участия вышивки в формировании стиля своего времени постоянно менялась. Анализ характера активности ее использования показывает, что увлечение вышивкой является своеобразным знаком стабильности состояния общества.

Stylistic techniques and subjects of embroidery formed style of time and reflected variations in social mechanism of the society. At the separation of a socium, the social differences became apparent in the art language of embroidery. The role of embroidery participation in formation of style contemporary changed with time. The analysis of activity of its use shows that the liking for embroidery is a peculiar sign of society stability.

Ключевые слова: вышивка, стиль, техника, сюжет, общество, социальная активность.

Keywords: embroidery, style, technique, subject, society, social activity.

Интерес к различным видам декоративно-прикладного искусства, к техникам и сюжетам его произведений периодичен и зачастую зависит от экономического и политического состояния общества. Примеры исследования таких связей в отношении текстиля и костюма приведены в работах [1, 2]. Ниже описана попытка проследить их в отношении вышивки как одного из видов декоративно-прикладного искусства.

Вышивка появилась как оберег и украшение. Эта техника — одна из самых распространенных и мобильных среди прочих способов украшения тканей. Кроме ниток, иголки и самого объекта, для вышивания ничего не нужно. Это обстоятельство в прошлом было не столь важным, как в наши дни, но со временем, по мере ускорения темпа жизни, становилось все актуальнее.

Одежду начали вышивать раньше, чем текстильные объекты для интерьера. Как известно, в крестьянском быту костюм, особенно праздничный, декорировался обильно [3, 4], предметы интерьера украшались меньше. Здесь использовались другие техники и сюжеты, нежели в костюме. Повсеместно различные техники вышивок по счету нитей использовались для полотенец, а белая строчка — для занавесок на окна и подзоров. При разделении русской культуры на дворянскую и народную, вышивка активно участвовала в процессе разделения интерьера и костюма на народный и элитный. Народные сюжеты и техники в дворянском костюме и текстиле заменялись мотивами и приемами в стилях европейского прикладного искусства. В дворянском интерьере вышивка начала участвовать в оформлении интерьера. Во внутренней отделке помещений, наряду с коврами и шелковыми обоями, появляются вышитые панно, ковры и скатерти [5]. В сюжетах и трактовках интерьерной вышивки присутствует подражание развивавшемуся в живописи и графике реализму, как во всех изделиях декоративно-прикладного искусства этого периода.

Основными исполнителями вышивок были специализирующиеся в этой области ремесленники и монастырские мастерицы. Но женщины высшего общества и небольшая часть мужчин превратили эту «облагороженную» технику в домашнее занятие. Вышивка стала социальным знаком наличия свободного времени, эстетических предпочтений и возможностью самовыражения.

Вышивкой в XVIII–XIX веках занимались женщины всех сословий.

На рубеже XVIII–XIX веков увлечение этим видом рукоделия распространилось так широко, что не только в скромных мещанских домах, но и в светской гостиной можно было встретить пяльцы с начатой работой [5]:

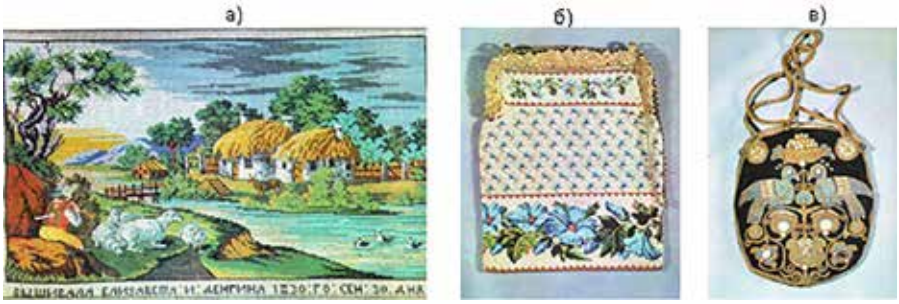


Рисунок 1. Образцы домашних рукоделий XIX — нач. XX в.

Когда за пяльцами прилежно
Сидите вы, склонясь небрежно,
Глаза и кудри опустя, —
Я в умиленьи, молча, нежно
Любуюсь вами, как дитя!

А.С.Пушкин. Признание

Обитатели поместий, мещанки и купеческие дочки также проводили немало времени за кропотливым, тонким рукоделием. В большинстве случаев они выполняли миниатюрные работы — бумажники, кошельки, сумочки. Вещи крупные — ковры, покрывала, платья, белье — создавались в девичьих руками крепостных мастериц [5].

Аристократки не только вышивали дома, но и приносили рукоделья с собой в салоны. «Молодая княгиня Болконская приехала с работой в шитом золотом бархатном мешке… Charmant, — прошептала маленькая княгиня, втыкая иголку в работу, как будто в знак того, что интерес и прелесть рассказа мешают ей продолжить работу [6].

На рис. 1 показана декоративная вышивка 1830 года (а) и сумочки середины XIX века (б) и рубежа XIX–XX веков (в), выполненные в качестве домашних рукоделий.

Во второй половине XIX века значительно увеличилось воздействие городской культуры на творчество крестьянских мастериц. Чем ближе к городу располагалась деревня, тем раньше попадали в народную вышивку городские мотивы и приемы вышивки. Происходил



Рисунок 2. Образцы полотенец конца XIX века из музея народного быта кафедры искусства костюма и текстиля ИвГПУ.
Вышивка крестом, тамбуром и строчка по выдергу

переход от двусторонних швов к односторонним швам, в том числе, к простой и быстрой технике вышивки крестом. Орнаменты заимствовались со старых образцов, из городских примеров, со специальных печатных рисунков для шитья крестом. Множество таких рисунков бралось с оберток мыла фабрикантов Брокара и Ралле, коммерческая смекалка которых стала важным обстоятельством для внедрения в народную вышивку ри-сунков для техники «крестиком» [7].

Большую роль в развитии вышивальных промыслов и сближении городских и народных образцов сыграли представители русской интеллигенции. Они занимались организацией вышивальных школ, содействовали снабжением крестьянских мастериц материалами и т.д. Известно, что изделия таких школ высоко отмечались на отечественных и международных выставках.

На рубеже XX века вышивка и в народной и в городской среде представляла собой эклектичную картину. Старые сюжеты и приемы повсеместно заменялись новыми. В экспедициях студентов по Ивановской области в 80-х годах, организованных автором этих строк, половина вышивок на полотенцах рубежа XX века была выполнена крестом, несколько образцов — тамбуром, несколько — в традиционной для Ивановского региона технике по выдергу (рис. 2).

На фотографиях образцов полотенец (музей народного быта кафедры искусства костюма и текстиля ИвГПУ), представленных на рис. 2, видно, как разнообразны стали в конце XIX века техники

вышивок и сюжеты в Ивановском регионе. Но при этом сохранилось традиционное композиционное размещение вышивки и кружева, а также традиционное цветовое решение.

Русская революция кардинально изменила процессы развития вышивки. Традиционные швы и сюжеты, уже до революции вытесняемые из крестьянского быта, по инерции продолжали повторяться некоторое время, особенно в отдаленных от городов деревнях. Но социальные процессы постреволюционных лет были столь активны, что *начала исчезать сама техника исполнения, что стало главной причиной утери традиций.*

В 20-х годах отсутствие качественных тканей заставило художников искать хоть какие-то художественно состоятельные материалы. Вслед за Н.П.Ламановой советские художники начали использовать предметы народного быта, особенно вышитые полотенца. Модульность этих изделий, близкая к принципам конструктивизма, позволила создать актуальные по стилю высокохудожественные образцы одежды, вошедшие в золотой фонд истории русского дизайна. Но само занятие вышивкой не пропагандировалось. Отмечался в качестве положительного явления народный стиль, но не вышивка, как занятие для женщин страны, строящей социализм. Свободное время женщин уходило на борьбу с неграмотностью и элементарное выживание.

В 30-х годах процесс разрушения традиционной культуры продолжился. Плавный переход от традиционных форм костюма, отработанных длительной народной практикой, к модному городскому костюму проходил далеко не везде. Органично связанная с традиционным кроем вышивка к новому покрою не подходила. Поэтому именно одежда часто была особенно эклектичной. В одном платье могло использоваться несколько стилей. Качество традиционных технологий могло быть безукоризненным, но попытки соединить их с новым покроем приводили к убогим результатам. Беспомощные по конструкции образцы костюма могли включать в себя отлично выполненную технически вышивку.

На рис. 3 представлено свадебное платье, переданное экспедиции студентов в 1985 году жительницей Лухского района Ивановской области. Сложная по технике, отлично выполненная тончайшая вышивка,



Рисунок 3. Свадебное платье начала XX века, переданное экспедиции студентов в 1985 году жительницей Лухского района Ивановской области

очевидно, выполненная мастерицей, прошедшей обучение в монастыре, украшает юбку, лиф и рукава платья, сшитого из великолепного, по-видимому, сохранившегося с дореволюционных времен, батиста. При этом, пошив, и, особенно, крой изделия, выполнены неумело.

Во время Великой отечественной войны вышивание почти прекратилось. Выполнялись разве только кисеты для посылки на фронт. После войны далеко не все женщины вспомнили о вышивании, этому совсем недавно повсеместному занятию.

К вышивке вернулись в 50-х годах. В городах начали вышивать «культурные» сюжеты. На портьерах, накомодниках, салфетках для диванов и этажерок гладью вышивали анютины глазки, рябинки, ромашки и другие цветы местной флоры в характерной манере этого времени, объединяющей реализм, легкую стилизацию и самодеятельное искусство. Вновь появились готовые рисунки для вышивок «на думку», то есть на небольшую подушку, для техник «крест» и «болгарский крест». В качестве сюжетов использовались пейзажи, дикие и домашние животные и букеты из пышных цветов типа георгин. Изображения выполнялись в манере социалистического реализма. Изредка использовались аналогии сентиментальных европейских мотивов:

идиллический домик в лесу, засыпанный снегом, играющие котята, собачки, олени и т.д. Не было только безоговорочно отвергнутых временем сюжетов — церквей и стилевых признаков модерна, признанного буржуазным искусством, чуждым советскому человеку.

В деревне традиционные техники почти исчезли, вышивальщицы стали повторять городские сюжеты. В этом смысле деревня, опередив время, приблизилась к городу и приняла его культуру.

В одном из рассказов писателя Е.Носова, показан социальный и психологический эффект, вызываемый вышиванием жены у героя рассказа. Герой — председатель колхоза, измученный невозможностью управиться с разбитым и нищим хозяйством. Когда вечером он приходит домой, где все стены увешаны вышитыми картинами, жена неохотно откладывает пяльцы с очередной работой. Герой чувствует, что жена уходит от реальной жизни в мир этого занятия, не желая принимать действительность с ее нерешаемыми проблемами. Вышивка становится знаком социального отторжения и бытового бунта колхозниц против бесполезности и убогости их бытия.

Идеи 60-х годов об освобождении женщин от домашнего хозяйства совпали с вхождением в моду в интерьере минимализма. Обеденные столы в центре комнаты сменили столики на трех ножках, не требующие скатертей. Ветка сухого дерева или простейший по форме цветок (например, тюльпан) заменили солидные букеты из георгинов, сирени и других пышных цветов из арсенала соцреализма. Картины в стиле сталинского ампира заменили эстампы. В городе вышивки убрали в чемоданы и сундуки или выбросили. Вышивки, думки, картинки, накидушки на диваны и этажерки вместе с фикусами были признаны знаками мещанской безвкусицы, о чем постоянно напоминала пресса: журналы «Работница», «Крестьянка». Вышивка осталась только на строчевышивальных фабриках, где, скорее из патриотических соображений, чем для промышленного продвижения, сохранялись с помощью научно-исследовательского института художественных промыслов (НИИХП) традиционные для каждой местности швы. Нужно отметить, что деятельность этого института значительно повлияла на процесс сохранения и развития народной вышивки.

Но сохранение традиционных швов — отдельная тема, довольно узкая

для спектра социальных проблем 60-х годов. Использование советским человеком своего свободного времени — куда более важный социальный опрос. Свободное время предлагалось тратить на активный отдых (туристические походы, песни у костра), посещение концертов и выставок.

Вне официальной государственной программы и пропаганды все-таки существовало мобильное рукоделие — ручное вязание. Эта техника полностью сориентирована на костюм и человека, и не претендует на участие в организации интерьера.

Показательны слова популярной в то время чехословацкой песенки, которую пели многие исполнительницы в СССР: «Бабушка, *отложи свое вязанье*, заведи старый свой граммофон. И мое ты исполни желанье: научи танцевать чарльстон».

60-е годы — время надежд, социального оптимизма, перемен, переездов на новые квартиры, формирования нового образа жизни и быта. Вышивка как *знак стабильности* в это время ушла из интерьера и почти не использовалась в костюме.

В конце 60-х годов ясно обозначился разлом общества на две культуры: городскую и деревенскую. Они имели множество различий, в том числе в одежде и интерьере, но вышивание объектов интерьера по напечатанным образцам объединяло их.

Причиной увлечения вышиванием на этот раз стало не столько наличие свободного времени, сколько стремление создать уют в доме за счет личного участия и творчества. Впереди были 70-е годы, годы социальной пассивности, названные позднее «застоем». Женщины готовили запасные аэродромы в виде интерьера, содержащего элементы культуры и осторожное проявление личности хозяйки. В деревне застой начался раньше, когда местные пассионарии начали переезжать в город. Выживать в деревне стало трудно, но вышивание крестиком стало довольно распространенным занятием, особенно у девочек. Оно сохраняло традицию занятия ремеслом по вечерам. Российская провинция, а не столица, как это было в XIX веке, стала лидером в области домашнего вышивания в виде думок и картин.

После полного исчезновения вышивок в городе и деревне в 80-х годах последовательно сменили друг друга увлечения макраме и плетением из бисера. Наиболее активно этими техниками занимались дети.

К концу XX века сельского населения в России почти не осталось. В

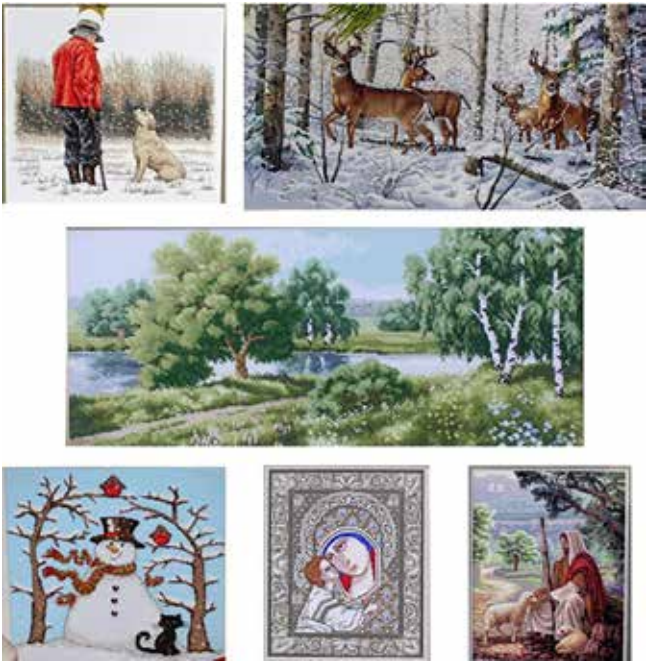


Рисунок 4. Вышитые работы, показанные на выставке «Крестоцветие» в Иванове в 2015 году

начале XXI века оказалось, что вышивки крестом по готовым образцам популярны во всех социальных группах и странах. Например, в Китае. Дети, которые плели себе и друг другу в подарок в 80-х годах фенечки и макраме, повзрослев, стали фанатами вышивания. Нынешний расцвет интереса к вышивке связан со стремлением к индивидуальному творчеству и украшению домашнего интерьера. Почти все вышивки предназначены для помещения их в рамку и используются в качестве картин. Использовать вышивку в костюме перестали все, кроме редких приверженец этой техники и некоторых дизайнеров, которые по преимуществу украшают свои изделия смешанными авторскими техниками.

Новое назначение вышитых картин — работа в подарок, что означает, что сегодня работа важнее результата. Вышивка используется как знак налаживания связей и получения положительных эмоций.

Другой важный знак времени — изменение сюжетов. Запрещенные когда-то церкви, копии модернистских художников и, наконец, иконы лидируют в списке популярных тем.

На рис. 4 представлены вышитые работы, показанные на выставке «Крестоцветие» в Иванове в 2015 году. Авторы вышивок — самодеятельные вышивальщицы, выбравшие готовые сюжеты на свой вкус.

Анализ вышеизложенного позволяет предположить, что увлечение вышивкой происходит во времена снижения гражданской активности и социального пессимизма, когда люди, особенно женщины, обращаются к дому и семье.

Вышивка как домашнее рукоделие является попыткой создать уют, проявить свое творческое начало и организовать свободное время, реализуя при этом творчество как одну из форм личной свободы.

Суммируя предыдущие выводы, можно утверждать, что занятие вышивкой как домашним рукоделием можно считать одним из знаков стабильности общества.

Библиография:

1. *Мизонова Н.Г.* Взаимовлияние народного текстиля и костюма на формирование их локальных особенностей на территории современной Ивановской области // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПУ им. С.Г.Строганова. МГХПУ. — 2015. — № 2. — С. 233–240.

2. *Мизонова Н.Г., Козлова Т.В.* Периодизация использования в европейской моде мотивов русского костюма// Известия. ВУЗов «Технология текстильной промышленности. — 2014. — № 1. — С. 123–129.

3. *Пармон Ф.М.* Русский народный костюм. — М.: Легпромиздат, 1994.

4. *Городнева Л.Г., Калашникова Н.М. и др*. Роспись иглой. – СПб, 2013.

5. *Моисеенко Е.* Русская вышивка XVII — начала XX века. — Л.: Художник РСФСР, 1978.

6. *Толстой Л.Н.* Война и мир. Собрание сочинений. — М.: Художественная литература, 1973.

7. *Работнова И.П.* Русская народная одежда. — М: Легкая индустрия, 1964.

Н.Н. Цветкова

ЭСТЕТИЗАЦИЯ МУСОРА КАК ВЫРАЖЕНИЕ КОНЦЕПЦИИ «RECYCLE» В СОВРЕМЕННОМ ИСКУССТВЕ «FIBER ART» (ПО МАТЕРИАЛАМ ВЫСТАВОК 2011–2015 ГГ.).

Статья посвящена одной из наиболее популярных тем современного искусства — проблеме экологии. В качестве иллюстрирующих примеров использованы произведения, относящиеся к направлению «fiber art» — искусство волокна. В статье рассматриваются арт-объекты и инсталляции, представленные на международных выставках 2011–2015 гг., в которых можно видеть новые способы использования вторичных материалов, применяемые художниками разных стран.

The article is devoted to one of the most popular themes of contemporary art — the problem of ecology. As illustrating examples used works related to the field of fiber art. The article deals with art objects and installations presented at international exhibitions 2011–2015, in which it is possible to see new ways of using secondary materials used by artists from different countries.

Ключевые слова: fiber art, recycle, искусство волокна, вторичное использование материалов, искусство современного текстиля, арт-объект, инсталляция.

Keywords: fiber art, recycle, secondary materials, the art of contemporary textiles, art object, installation.

«Fiber art» — искусство волокна — это термин, используемый при описании произведений современного художественного текстиля. Эксперименты с материалами и техниками, начало которым было положено в середине XX в., привели к появлению большого количества

арт-объектов и инсталляций, где, помимо традиционных нитей и волокон, применялись металл, дерево, пластик и другие материалы. Концепция «recycle» — вторичное использование материалов — является в настоящее время одной из самых популярных в искусстве «fiber art». Несомненно, она тесно связана с экологией — важной темой современного искусства и дизайна.

Одной из крупнейших выставок «fiber art» стала Шестая Международная биеннале современного искусства текстиля «Воздух», состоявшаяся в мае-июне 2011 г. в Мексике. Биеннале состояла из нескольких выставок, так называемых «салонов» — «Салон малых форм», «Арт-объект», «Салон больших форм», «Вторичное использование» («Recycle») и «Текстиль во времени». Первые две выставки проходили в городе Халапа, «Салон больших форм» и «Текстиль во времени» — в Мехико-сити, а «Вторичное использование» — в Оахаке.

Заявленная тема «Воздух» вдохновила участников биеннале на создание произведений экологической направленности. Например, объект «Концентрация» Лилии Ролдан (Аргентина) представлял собой обрывки металлической сетки и разнообразных волокон, запаянные в огромный полиэтиленовый пакет. В данной работе представлена идея эстетизации мусора, превращение его в часть художественного образа.

Авторская инсталляция «Лист», представленная на данной выставке, также была создана из «мусора», а именно из фрагментов полиэтиленовых пакетов и пленки, в которую обычно упаковывают продукты. Основной идеей «Листа» было создание символа экологической катастрофы, по сути — «анти- листа». Полиэтилен, наиболее распространенный в настоящее время вид отходов, способен сохраняться, не разлагаясь, десятки лет, создавая на поверхности Земли не пропускающую воздух пленку. Земля буквально задыхается под этой пленкой, и возникает парниковый эффект. Листья деревьев поглощают углекислый газ и выделяют кислород. Можно сказать, что лист — источник воздуха на Земле. Полиэтиленовый анти-лист, напротив, не дает Земле дышать. При подготовке к участию в биеннале были сделаны фотографии «Листа» в природе для того, чтобы усилить контраст живой и мертвой натуры.

Теме парникового эффекта и глобального потепления посвящена еще одна авторская инсталляция «Зимний лес», принимавшая участие в ряде выставок, в том числе, в проектах «Ночь музеев» и «Императорские сады России» 2014 г. Текстильная инсталляция «Зимний лес» выполнена из вторично переработанного текстурированного хлопка, металла, вискозы и нейлона. Она была размещена в реальном зимнем лесу, что объясняется идеей борьбы с глобальным потеплением — если климат станет теплее, снежная зима может остаться только в воспоминаниях и искусственно созданных арт-объектах.

Среди арт-объектов мексиканской биеннале «Воздух» было много арт-объектов, прямо изображающих или символизирующих легкие человека. Среди них можно отметить работу «Без дыхания», выполненную в технике цифровой печати, где уругвайская художница Елена Кайя представила увеличенное изображение рентгеновского снимка собственных легких, а также гигантский пространственный объект, напоминающий грудную клетку, созданный бразильянкой Евой Собан из пластиковых трубок. Обе эти работы находились в экспозиции Салона Больших форм.

Интересно, что параллельно с основными выставками биеннале в Мексике проводились многочисленные региональные и международные выставки «fiber art». Так, с темой вторичного использования материалов связаны объекты, представленные на экспозиции современного уругвайского текстиля «Aericolas», проходившей в Мехико-сити. Все экспонаты символизировали легкие человека и были выполнены с использованием различных волокон, пластика, металла, т.е. «мусора».

Теме экологии была посвящена отдельная выставка «Воздух Мехико не очень чист», на которой представили свои объекты как профессиональные художники, так и студенты. Интересной работой, показанной на этой выставке, является инсталляция мексиканской художницы Георгины Туссайнт, состоящая из окурков. Следует отметить, что тема, связанная с курением, оказалась актуальной для многих художников, и на выставке «Recycle», проходившей в Оахаке, была представлена другая инсталляция, также состоящая из окурков.

Выставка «Recycle» была организована в помещении бывшей

текстильной фабрики, оборудованном под художественную галерею. Это тоже является своеобразным примером «вторичного использования», что было очень символично. Многие работы, представленные на выставке, отличались своеобразным юмором, например, объект в виде кактуса с размещенными на нем старыми предметами одежды; пустые пластиковые бутылки, образующие скульптурную форму; использованные кофейные фильтры, напоминающие горные лишайники и т.д.

Хотелось бы особо отметить инсталляции немецкой художницы Айрин Энтон «Интервенционная сеть вторжения», одна из которых была представлена в Оахаке. Работа представляла собой растянутые в пространстве капроновые колготки, внутри которых были размещены воздушные шары. В результате получались пространственные композиции, похожие на гигантские молекулы. Сама художница отмечает, что «своим творчеством пытается показать людям, как современное индустриальное общество бездушно вторгается в природу, уродует ее и в конечном итоге вытесняет» [1]. Работы Айрин экспонировались как в природе, так и в различных пространствах — жилых и общественных.

На международной выставке «Contextile» 2012 г., проходившей в Португалии, также можно было видеть объекты современного искусства волокна, выполненные с использованием вторичных материалов — винных пробок (Анна Мария Антунес, Португалия), пустых бутылок (Саберах Малик, США), пленки ПВХ (Исабель Гимараеш, Португалия).

Выставка «Эрос» 2013 г., проходившая в итальянском городе Комо, представила объекты с включением губки для мытья посуды (Аника Стиернлоф, Швеция «Эрос»), колючек (Гислайн Берлиер Гарсия, Франция «Сердца тел»), старого ключа (Джованна Дель Гранде, Итали «Weneedto»). Там же была показана инсталляции Фионы Керквуд (Южная Африка) «Все для любви», которая представляет собой «костюм», созданный из искусственных волос. «Я люблю экспериментировать со своими волосами. Волосы привлекают и мужчин, и женщин, на протяжении всей истории человечества они считались эротичными… Моя работа отражает любовь к себе и ближним» [2, с. 115], — говорит художник. Интересно, что в



Рисунок 1. Цветкова Н.Н. Инсталляция «Листья». Полиэтилен, ручное ткачество. 2011 г.

рамках другой выставки «Textile Art of Today 2015», проходившей в Братиславе (Словакия), была представлена инсталляция «Неизвестная статистика», в которой использованы настоящие волосы человека. Автор работы — Рената Лауринавичиуите, Литва.

В современном искусстве «fiber art» существует такое понятие, как «костюмный энвайронмент», «костюмная среда» [3, с. 33]. В статье «Костюм как среда. Современные тенденции и типология» автором были выявлены типы костюмного энвайронмента и описаны объекты, созданных из «мусора» — бумажных пакетов, разрезанных фотографий и т.д. В некоторых случаях тема вторичного использования материалов намеренно доводится дизайнерами до абсурда. Так, «платье», созданное дизайнером Анжелой Брайт, «Let them Drink Tea», было декорировано использованными чайными пакетиками [4, с. 308].

В связи с быстрым развитием современных технологий, некоторые материалы, которые еще несколько лет назад были современными, сегодня становятся устаревшими и превращаются в мусор. Фотопленка, магнитофонные ленты, компакт-диски —

все это сегодня является материалом для создания арт-объектов и инсталляций. Многие художники и дизайнеры нашли оригинальные способы применения этого «мусора» в своих работах.

Примером творческого использования магнитофонной ленты являются инсталляции сербского художника Златко Цветковича. Используя технику вязания, автор создает футуристические пространственные композиции. Инсталляции «Мадонна» и «Три» были представлены на Пятой международной триеннале гобелена в Сербии в 2014 г. В работе «Мадонна» важной частью объекта была тень, которая проецировалась на стену, превращая плоскую композицию в пространственную. Инсталляция «Три» состояла из трехмерных арт-объектов, напоминающих головастиков. В 2014–2015 гг. в белградской «Галерее 96» прошла персональная выставка Златко Цветковича «Музыка нашей молодости», где были представлены объекты, частью которых, помимо магнитофонной ленты, стали виниловые пластинки.

Компакт диски являются основным материалом инсталляций британского художника Брюса Мунро. В 2010 г. им была создана инсталляция «Море», посвященная личным впечатлениям автора от путешествия в Австралию. На создание инсталляции ушло 600 тысяч дисков. В 2012 г. художником была создана инсталляция «Водяные лилии», также состоящая из компакт-дисков, расположенных на поверхности пруда в Лонгвудских садах американского штата Делавэр [5].

В качестве материалов для арт-объектов можно применять строительный мусор. Художник Моника Йарг из Эстонии придумала оригинальную технологию вышивки по деревянным доскам. Ее инсталляции были представлены в 2012 г. на биеннале «Contextile» в Португалии.

В авторской инсталляции «Шелкопряд», созданной в 2015 г. и показанной на персональной выставке «Иные миры» в Музее Декоративного искусства СПГХПА им. А.Л.Штиглица, применены металлические тяги и проволочная сетка, которые обычно используют при ремонте стен и потолков. Вышивка крыльев также создана с применением вторичных материалов — разрезанных полиэтиленовых пакетов.

Применение вторичных материалов в объектах «fiber art» позволяет найти новые средства для выражения творческих идей. Опыт российских и международных выставок показывает, что идея эстетизации мусора как вариант его вторичного использования находит свое воплощение во многих современных работах. Остается надеяться, что художники и дизайнеры будут и дальше применять «мусор» в произведениях, внося, таким образом, свою оригинальную лепту в решение экологических проблем современного мира.

Библиография:

1. Ландшафтная инсталляция из капроновых колготок художника Irene Anton. 26.03.2012. — URL: http://bloglandshafta.com/?p=6409 (дата обращения: 19.12.2015).

2. Eros 2013. Miniarttextile Como XXIII Mostra International di Arte Contemporanea. Catalog. — 144 p. (англ., итал., франц. яз.).

3. *Савицкая В.И*. Превращения шпалеры. — С. 33. Цит. по: *Constantin M., Larsen J.L*. Beyond Craft: The Art Fabric. — New York, 1973. — 87 p.

4. *Цветкова Н.Н*. Костюм как среда. Современные тенденции и типология / Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА. Московская государственная художественно-промышленная академия имени С.Г.Строганова. — 2014. — № 4. — С. 307–313.

5. *Munro Bruce*. Световые инсталляции. 08.10.2011. — URL: http://alldayplus.ru/design_art_photo/culture/3280-bruce-munro-svetovye-installyacii.html (дата обращения: 19.12.2015).

Е.В. Морозова, А.В. Щербакова

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ТЕКСТИЛЬНОГО РИСУНКА И ИХ СВЯЗЬ С ОРНАМЕНТАЦИЕЙ ТКАНЕЙ 50–60-х ГОДОВ XX ВЕКА

Рассматриваются особенности влияния орнаментации тканей 50–60-х годов XX века на современное проектирование печатных рисунков.

The article considers the peculiarities of the influence of ornamentation tissue of 50–60-ies of the 20th century to the modern design of printed graphics.

Ключевые слова: печатный текстильный рисунок, художественные эффекты, мода, орнаментальные мотивы, компьютерное проектирование.

Keywords: printed textile design, art effects, fashion, ornamental motifs, computer design projecting.

Искусство 1950–60-х сломало рамки канона традиционного искусства и позволило использовать в творческом процессе принципы «цитатности и интертекстуальности» [1, с. 143].

Благодаря этому дизайнеры сегодня имеют широчайший арсенал художественных средств и стилистических приемов.

Использование стилистики и принципов организации орнамента пятидесятых и шестидесятых годов — одно из наиболее востребованных направлений в проектировании и колористическом решении печатных рисунков сегодня. В этом направлении можно выделить несколько аспектов.

В 1970-х годах в западноевропейском искусстве появляется новый метод проектирования — фотореализм, берущий свое начало в технике коллажа, широко применяемой в 1950–60-х годах при создании эскизов.



Рисунок 1. Примеры «библиотек» текстур, «кистей» и клипартов

Использование фотоаппарата позволило собирать и компоновать изображения из реальных сфотографированных объектов. (В России этот метод обрел популярность только в 1980–90-е годы.) «Современные методы воспроизведения рисунков с использованием фотографирования позволяют художнику работать нетрадиционными способами, применяя фотографирование мотивов, их монтаж, технику коллажа, аппликации и т.п.» [2, с. 176].

Внедрение в начале 1980-х годов компьютерного проектирования отразилось на методах создания печатных рисунков. С помощью ПК художнику стало доступно переложить трудоемкие операции обработки текстильного рисунка, такие как копирование, перевод мотива на бумагу, колорирование, «на плечи машины» [3, с. 13]. Технологическое новаторство открыло перед художниками новые горизонты. Компьютерное проектирование побудило художников к поиску новых форм выразительности, и многие из них обратились к художественным приемам, появившимся в середине XX века.

Начало 1990-х ознаменовалось изобретением цифровой фотографии. «Одним движением руки снимок переносится с фотоаппарата в компьютер, сразу открывая простор “для творчества за монитором”» [2, с. 170]. Использование фотоизображений — неотъемлемая часть проектирования рисунков в XXI веке. С помощью компьютерных



Рисунок 2. а). Эвелин Брукс, мебельная ткань с мотивами оп-арта для компании Heal Fabrics. 1966. б). Образец современного печатного текстильного рисунка с геометрическими орнаментами в стиле оп-арта

технологий стали возможны изменения пластики мотива, перевод его из объемного изображения в плоское и наоборот. Стало возможным изменение контрастности, насыщенности цветовых оттенков, перевод рисунка в черно-белую графику, деформация мотива (растягивание, сжатие, создание иллюзорного объема), то есть использование приемов и техник, берущих свое начало в искусстве поп-арта и оп-арта. Компьютерные технологии заметно облегчили работу с раппортными построениями, благодаря чему заметно увеличилась скорость работы по выполнению рисунка, поиск оптимального композиционного решения.

В настоящий момент автоматизированное проектирование не исключает полностью «ручной» работы. Как и в других отраслях дизайна, «ручное» и «компьютерное» совместно развиваются и взаимно обогащают друг друга технологическими и творческими новациями.

Каждый художник вырабатывает индивидуальные методы. Одни



Рисунок 3. а). Рисунок студии Дэвида Уайтхеда по мотивам живописи абстракционизма. 1950-е годы. б). Современный орнамент для ковра, развивающий идеи абстрактного искусства, компания Arte Espina, Голландия. 2012

работают с фотографическими изображениями. В их творческом процессе фотография является исходным материалом. Другие применяют «ручное эскизирование», которое может быть выполнено в разных техниках: тушь, акварель, темпера, пастель. После выполнения эскиза мотив переводят в электронный вид. На начальном этапе изображения дорабатываются — «чистятся» и формируются завершенные мотивы. Для разработки мотивов или дополнения рисунков в программах есть набор графических средств (линии, точки, пятна, штрихи). В программах имеются также «библиотеки» текстур, кистей и клипартов [1], которые содержат готовые элементы и фактуры (кляксы, фильтры, цветные плоскости, полиграфический растр и др.). Достаточно заглянуть в эти «библиотеки», чтобы увидеть широкий спектр рисунков заимствованных из 1950–60-х годов (рис. 1).

Среди самых распространенных — изображения стилизованного бумеранга (мотив стал популярен в западных печатных тканях в 50-х годах XX века), геометрических мотивов в стиле оп-арта (рис. 2), мазки и композиции, заимствованные из абстрактного искусства и психоделического направления (рис. 3), плоскостные, лаконичные, залитые пастозными цветами мотивы растительного орнамента (рис.



Рисунок 4. а). Майя Изола, рисунок «Unikko», разработан для компании Marimekko. 1960-е годы. б). Образец орнамента с флоральными мотивами в стилистике 1960-х годов. ИКЕА. 2012

4), всевозможные плоскости-фильтры и растры (рис. 5). Предлагаемые рисунки, средства заполнения мотивов и разработки фона широко востребованы не только в текстиле, но и в оформлении различных упаковок и в других областях дизайна и прикладного искусства.

В работе западных компаний, занимающихся проектированием печатных текстильных рисунков сегодня, можно выделить два основных направления, показывающих особенности использования текстильных орнаментов 1950–60-х годов.

1. Буквальное цитирование рисунков, появившихся в 50–60-е годы XX столетия.

2. Использование приемов стилизации, средств художественной выразительности, цветовых сочетаний, свойственных дизайну печатного текстиля 50–60-х годов XX века.

На этом пути преуспели именно те фирмы, образование и становление которых приходится на пятидесятые-шестидесятые годы прошлого столетия. Это компании «Missoni», «Emilio Pucci», «Etro», «Sanderson», «Marimekko» и др.

Возвращение ведущих европейских брендов к орнаментам 50–60-



Рисунок 5. а). Образец интерьерной ткани 1960-х годов. б). Рисунок для ковра, по мотивам оп-арта, компания Arte Espina. 2012

х годов XX века объясняется не только желанием декларировать свои прошлые успехи. Почувствовав востребованность стилистики этого периода, они расширяют ассортимент продукции, пытаясь удержаться на волне успеха.

Ведущие стилисты Европы и Америки, задающие тон в моде, постоянно обращаются за вдохновением к прошлым, наиболее ярким периодам своей истории. Отсюда возникают модный колорит, мотивы, структуры и отделка тканей.

Анализ трендов ведущих мировых изданий («International Textiles», «Harper's BAZAAR», «Vogue», «ELLE», «ELLE декор» и др.) и образцов орнаментальных тканей, экспонированных на международных выставках-ярмарках (Федеральная ярмарка товаров и оборудования текстильной и легкой промышленности «ТЕКСТИЛЬЛЕГПРОМ», «Première Vision Moscow», «Collection Premiere Moscow» (CPM)) показал популярность и востребованность ведущих орнаментальных мотивов, возникших в середине XX века.

Дизайнеры обращаются к абстрактным и стилизованным мотивам, простым и элегантным формам и композиционным построениям 1960-х годов. Можно выделить несколько видов орнамента 1950–60-х годов, активно используемых дизайнерами XXI века: геометрический орнамент

в стиле оп-арт; абстрактный орнамент в стиле абстрактной живописи и стиля психоделического искусства; сюжетный орнамент в стиле поп-арт; растительный орнамент в условной плоскостной трактовке; этнический орнамент в стилистике субкультуры хиппи.

В текстильном дизайне XXI века активно применяются принципы проектирования текстильного печатного рисунка 1960-х годов: обобщение, уплощение и геометризация изобразительных форм. Композиционные построения современных рисунков и трактовка мотивов зачастую почти дословно цитируют орнаменты тканей послевоенного времени. Однако есть явные отличия — это более чистая и яркая цветовая гамма, более деликатная разработка мотивов

Таким образом, дизайнеры XXI века активно используют орнаментальные мотивы, принципы проектирования, стилизацию и колорит текстильного орнамента 1960-х годов. Инновационные технологии позволяют создавать квинтэссенцию этих орнаментов, интерпретировать их при создании современных текстильных рисунков.

Примечания:

1. Клипарт — картинки, изображения, а также фотографии, разделенные по тематике. Существует два основных типа — это растровый и векторный.

Библиография:

1. *Куржуева А.Р.* Принципы и методы проектирования текстильного рисунка стиля модерн. Западноевропейский и отечественный опыт: дис. … канд. искусствоведения. — М., 2006. — 448 с.

2. *Бесчастнов Н.П.* Графика текстильного орнамента (Печатный рисунок). — М.: МГТУ им. А.Н.Косыгина, 2004. — 431с.: ил.

3. *Бесчастнов Н.П.* Становление методов художественного проектирования печатного рисунка в России: автореф. дис. … канд. искусствоведения. — М., 1993. — 17 с.

4. *Рудин Н.Г.* Художественное оформление тканей. — М.: Экономика, 1964. — 172 с.

Е.А. Сысоева

ТВОРЧЕСТВО СОВРЕМЕННЫХ ХУДОЖНИКОВ-ПРИКЛАДНИКОВ И МАСТЕРОВ НАРОДНЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОМЫСЛОВ СИБИРИ

Статья подготовлена при поддержке Российского гуманитарного научного фонда в региональном конкурсе «Российское могущество прирастать будет Сибирью и Ледовитым океаном» 2015 — Алтайский край, проект № 15–14–22002 «Современные тенденции в художественной керамике Сибири XXI века».

Современное искусство художественной керамики развивается во взаимодействии художественного наследия и элементов новаторства. Чаще всего художники Сибирской школы обращаются не только к красоте природы региона и исконно русским традициям, но и к историческому опыту местного народного творчества. Исследование посвящено творчеству современных профессиональных художников, получивших высшее специальное образование и народных мастеров, достигших профессионального уровня в художественной керамике Сибири. Анализируется понятие «художественная керамика» через принадлежность ее к разным видам искусства.

The modern art of ceramics develops in cooperation the artistic heritage and the elements of innovation. More often the Siberian school artists apply to not only the beauty of nature in the region and original Russian traditions, but also to the historical experience of the local folk art. Research is devoted to the works of contemporary professional artists who have received higher special education and craftsmen who have reached a professional level of artistic ceramics Siberia. We analyze the concept of «art pottery» through its belonging to different types of art.

Ключевые слова: художественная керамика Сибири, художник декоративно-прикладного искусства, мастер народного промысла.

Keywords: art ceramics of Siberia, The artist of arts and crafts, the master of national craft.

Обращение к профессиональному искусству художников-керамистов и творчеству мастеров народных художественных промыслов Сибирского федерального округа необходимо не только с позиций научно-познавательного изучения специфических черт формирования школы художественной керамики Сибири, но и для более полного понимания глубинной сути многонациональной культуры в целом.

«Поскольку художественная керамика принадлежит к декоративно-прикладному искусству, дизайну и монументально-декоративному искусству, понятие “художественная керамика” приобрело значение собирательного термина, так как общность технологии изготовления и состав массы художественных изделий в фарфоре, фаянсе, майолике, терракоте и других керамических материалах объединяет эти изделия в одну группу под общим названием. Все они изготовлены из глины, проходят процесс обжига и в большинстве случаев процесс декорирования, имеют схожие приемы нанесения декора. Следует учесть, что каждая из разновидностей керамики обладает специфическими особенностями, присущими лишь данному материалу, отличающими его от других даже по внешнему виду» [3, с. 9].

В тоже время, художественная керамика, проявляясь в разных видах искусства, может быть разделена на три больших блока — это промышленные керамические изделия (массовое многосерийное производство), декоративно-сюжетные изделия из керамики (мало серийное производство), высокохудожественные произведения искусства, выполненные по технологии художественной керамики (приближенные к станковым — единичное производство).

Творчество современных профессиональных художников, получивших высшее образование, и народных мастеров или

мастеров-ремесленников, достигших профессионального уровня в художественной керамике и работающих на территории Сибирского федерального округа, нуждается сегодня в анализе.

В профессии художника-керамиста у каждого специалиста складывается свой, индивидуальный путь развития, в зависимости от выбранного направления работы и освоения уникальных методов, технологий и специальных умений. Профессия «художник декоративно-прикладного искусства (художественная керамика)» относится к классу «эвристических», определена видом художественной деятельности (проектирование и изготовление изделий художественной керамики), основана на представлении образа объемных и глубинно-пространственных объектов. Эта профессия требует высокой эрудиции, независимого оригинального мышления, стремления к постоянному совершенствованию своих способностей.

Обращаясь к вопросам пластической формы в художественной керамике сегодня, следует иметь в виду ряд аспектов. Прежде всего, форма в них является самым ярким пластическим выражением синтеза различных материалов и видов искусства. Пластическая характеристика художественного произведения из керамики формируется из основных компонентов: цвета, формы и пространства. Проблема декоративной формы всегда смыкается с более широкой проблемой художественной выразительности декоративно-прикладного искусства в целом. Это вполне закономерно, так как пластические первородные возможности керамики как материала во многом определяли ее художественный язык, специфику, связь с другими видами искусства и архитектурой.

На протяжении многих лет керамика была связана с производством бытовых утилитарных вещей, но к началу 70-х годов XX века произведения керамики, как и всего декоративного искусства, перестали выполнять только узкоутилитарную функцию. Постепенно они стали перерастать в самостоятельные художественные ценности, успешно используемые в эстетической организации жилого и общественного интерьера, парков, улиц.

Л.А.Ткаченко, анализируя развитие художественной керамики, отмечала, что в сибирском регионе издавна существовали традиции народного гончарного промысла. Развитие предприятий, выпускающих

фарфор, фаянс и майолику, шло под воздействием предприятий фарфоро-фаянсовой промышленности и народных художественных промыслов, которые находятся в европейской части России. Особое влияние на творчество керамистов Сибири оказывали природные, климатические условия, а основой технологии керамического производства являлись качественные местные керамические материалы [4].

В культурной жизни Сибирского федерального округа начала XXI века появился устойчивый интерес к развитию и популяризации искусства художественной керамики. Данная тенденция связана с достаточно большим количеством работающих профессиональных художников-керамистов и мастеров народных промыслов. Их позиция

активно проявляется во время проведения ряда мероприятий различного уровня, в том числе, на ежегодном Международном фестивале сибирской керамики в городе Новосибирске, который в 2015 году прошел уже в одиннадцатый раз. Целью работы фестиваля является приобщение широкой аудитории к произведениям отдельных авторов и искусству керамики в целом [1].

Также продолжают выпускать из своих стен профессиональных художников декоративно-прикладного искусства (художественная керамика) и художников декоративно-прикладного искусства и народных промыслов самые старые образовательные учреждения Сибири — это Кемеровский областной художественный колледж и Иркутский художественный колледж имени И.Л.Копылова.

Открытие в 1987 году Красноярского государственного художественного института послужило огромным толчком к развитию профессионального декоративного искусства всего Сибирского федерального округа. За время своего существования кафедра «Художественной керамики» выпустила более 250 дипломированных специалистов, из них около 80 стали членами «Союза художников России».

Традиции формирования творческой, востребованной в современном мире личности художника декоративно-прикладного искусства (художественная керамика) сегодня поддерживаются в

институте искусств Омского государственного педагогического университета и институте искусств Новосибирского государственного педагогического университета. Ведущими преподавателями специальных дисциплин в институте визуальных искусств Кемеровского государственного университета культуры и искусств и Алтайской государственной академии образования имени В.М.Шукшина (г. Бийск) являются выпускницы творческой мастерской «Монументально-декоративной керамики» Красноярского художественного института.

Достаточно активно себя позиционируют профессиональные художники-керамисты, которые на территории Сибирского региона организуют для обмена опытом выездные пленэры и симпозиумы с международным участием (Красноярск, Иркутск), а также проводят художественные выставки и выставки декоративно-прикладного искусства. Данные мероприятия не только повышают профессиональный опыт участников, но и показывают мировому сообществу самобытность художественной керамики Сибири, занимающей особое место в декоративно-прикладном искусстве России. Да, сегодня современная российская керамика претерпевает значительные изменения в связи с активным внедрением медийных возможностей в область искусства, а также неожиданных явлений и открытий в области технологий. Появились возможности для более быстрого обмена опытом, как во время проведения творческих проектов, так и на основе обсуждения результатов работы в сети интернет.

Сегодняшние условия в развитии искусства формируют устойчивый интерес к художественной жизни региона. В этом контексте стоит отметить ежегодные выставки декоративно-прикладного искусства «Сибирская радуга», организуемые с 1998 года в г. Красноярске. Организация таких ежегодных выставок позволяет привлечь к этому замечательному виду творчества не только широкого круга зрителей, но и способствует развитию декоративного творчества в целом. Сегодня Красноярскую региональную организацию ВТОО «Союз художников России» представляют 13 профессиональных художников, работающих в художественной керамике: Ануфриев

С.Е., Гинтер С.М., Горелов А.П., Джиоева Т.С., Краснова Е.А., Кротов И.Н., Лавренов С.М., Ленченко М.В., Мигас А.Я., Малогулко И.В., Округ И.Г., Рябовол О.В., Шинкоренко С.Э., Юшкова Ю.Ю.

В выставках активно участвуют и другие профессиональные художники-керамисты Красноярска — это Авдеенок О.В., Долгопол Ю.В., Криво Т.М., Кудревич Е.В., Лычагина И.А., Лычагина А.А., Максумов К.Г., Семенова Н.А., Самсонова Н.Р., Самойлова Д.О., Соловьева И.Ф., Титова С.А., Худякова С.А., Цимбалей Е.А [6].

Только Красноярск, по сравнению с другими городами Сибири, имеет такое количество художников-керамистов с высшим художественным образованием.

Повышение профессионального роста студентов старших курсов и выпускников образовательных учреждений происходит на межрегиональных художественных выставках, проводимых в Сибири всеми отделениями ВТОО «Союз художников России».

Проанализированы результаты трех межрегиональных художественных молодежных выставок «Аз.Арт. Сибирь-2011», «Аз.Арт. Сибирь-2013» и «Аз.Арт. Сибирь-2015». Данный проект реализуется в рамках концепции «Барнаул — культурная столица юга Сибири». В 2015 году организаторами проекта стали Всероссийская творческая общественная организация «Союз художников России», Алтайская краевая организация ВТОО «Союз художников России», при участии Государственного художественного музея Алтайского края и частной картинной галереи «Кармин». Поддержали данный проект администрация Алтайского края, администрации г. Барнаула и «Регионального отделения Урала, Сибири и Дальнего Востока Российской академии художеств».

Участниками всех выставок становятся молодые художники в возрасте до 35 лет. Особый интерес для нас представляла секция Декоративное искусство, в которой были размещены декоративная скульптура из разных материалов, таких как металл, полимеры, кость, глина, береста и т.д. Анализ трех последних выставок показал, что увеличилось не только количество участников, представляющих секцию Декоративное искусство, но и увеличилось разнообразие материалов и расширилось представление о художественных и технологических возможностях этого вида искусства.

Всего с 2011 по 2015 год в секции Декоративное искусство приняли участие 69 авторов Сибирского федерального округа, работающих только в художественной керамике: Алтайский край — представляли 12 молодых художников; Республику Алтай — 5 молодых авторов; Иркутскую область — 6 художников. Самой многочисленной по составу молодых участников стала Кемеровская область, ее представили 28 авторов; Новокузнецк представлял 1 автор; Новосибирскую область — 5 молодых художников; Томскую область — за все время представил только 1 автор; Республику Хакасию — 2 молодых автора [2].

Выставки профессиональных художников-керамистов отличаются от выставок мастеров народных промыслов. В экспозициях профессионалов почти невозможно встретить утилитарных изделий, они стремятся в своих произведениях к художественно-философским обобщениям, осмыслению реалий современности с исторических или концептуальных позиций. Раздел художественного проектирования и дизайна обращает на себя внимание высокой культурой подачи материала и его исполнения.

Нам стало интересно понять, чем сегодня профессиональный художник отличается от народного мастера. Народный мастер, даже с очень яркой индивидуальностью, в основе творчества имеет сложившуюся в далеком прошлом традицию, которая питает все творчество мастера даже такого, который решается на самые смелые новаторские поиски. В своей работе современные народные мастера пользуются давними техническими приемами и способами обработки материала. Чаще всего мастера керамических промыслов Сибири возрождают традицию работы на гончарном круге. С одной стороны, технология и традиционные формы вводят народного мастера, в определенные рамки, а с другой — придают его работам убедительность: приемы, выработанные предыдущими поколениями гончаров, создают огромный ассоциативный пласт, содержательность и особую неоспоримость решений. В творчество современных народных мастеров входят новые образы и сюжеты, не имеющие композиционных аналогий в произведениях народного искусства прошлого.

Круг тем, к которым в наше время обращаются профессиональные художники и народные мастера, неимоверно возрос. Сейчас трудно найти какую-то грань действительности, которая не отразилась бы в изделиях современного профессионального и народного искусства.

Л.В.Шокорова в своем исследовании художественных промыслов Сибири отмечает, что изделия народных промыслов приобретают новое художественное звучание в современности, также отодвинув на второй план утилитарную функцию. В основном это высокохудожественные утилитарные произведения, предназначенные в качестве памятного подарка или элемента современной жизненной среды. Характерной стилистической особенностью таких современных изделий становится тенденция к усложнению декора и появлению новых форм изделий в традиционных материалах. Отказ от утилитарности выводит на первый план в изделиях народного искусства сложность, изящность, национальный колорит и предрасположенность к занимательной наглядности [5].

Сегодня в России существует более 250 традиционных художественных центров. В Сибири наибольшее развитие получили следующие промыслы — художественная обработка дерева и его роспись, текстиль, вышивка, гончарное дело, ковроткачество, кожевенное производство, косторезное и камнерезное искусство. Все они приобрели местные особенности, характерные черты, самобытность сюжетов и приемов, создав уникальный пласт переселенческой культуры во взаимовлиянии традиций различных этнографических групп.

Духовно-эстетические ресурсы Сибири уникальны и многообразны. Именно количественное соотношение традиционных и новых мотивов, являющихся основополагающим в творчестве современных художников-керамистов, позволяет говорить о сохранении полученного художественного опыта в керамике и развитии локальных особенностей формирования культурного пространства региона.

Библиография:

1. Каталог 10 международного фестиваля Сибирской керамики. — Новосибирск, 12.12.2014–1.02.2015.

2. Каталог VII Межрегиональной молодежной художественнй выставки «Аз.Арт. Сибирь-2015». — Барнаул, 2015.

3. *Сысоева Е.А*. Развитие пространственного мышления студентов на занятиях по керамике [Текст]: автореф. дис. ... канд. пед. наук 13.00.02. / Сысоева Елена Анатольевна. — Омск, 2013. — 18 с.

4. *Ткаченко Л.А*. Художественная керамика Западной Сибири последней трети XX — начала XXI века [Текст]: дис. ... канд. искусствоведения: 17.00.04 / Ткаченко Людмила Анатольевна. — Барнаул: АГУ, 2009. — 306 с.

5. *Шокорова Л.В*. Художественные промыслы Западной Сибири [Текст]: учебное пособие / Л.В.Шокорова. — Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2014. — 142 с. — Библиогр.: С.104–108.

6. Юбилейный альбом к 10-летию проекта «Сибирская радуга», выставки декоративно-прикладного искусства. — Красноярск, 2010.

Ф.Ю. Канокова, З.С. Унежева

ПОЯС КАК НЕОТЪЕМЛЕМЫЙ КОМПОНЕНТ ЖЕНСКИХ КОСТЮМНЫХ КОМПЛЕКСОВ СЕВЕРНОГО КАВКАЗА

Выявление общих форм в исторически сложившихся типах костюмных комплексов народов Северного Кавказа позволяет трактовать их в едином стилевом ключе. Пояс, в отличие от других компонентов, изменял лишь форму, трансформируясь параллельно с деталями одежды, но его функциональная нагрузка и трактовка, вплоть до начала XX в., оставалась единой у всех этнических групп.

Identifying the common forms in different types of the North Caucasus people's costume complexes according historical periods allows us to interpret them in the single stylistic type. Belt, unlike other components, changed only the form, transforming along with details of clothing, but its functional capacity and treatment, up to the beginning of XX century, remained united in all ethnic groups.

Ключевые слова: Северный Кавказ, пояс, праздничная одежда, ювелирное искусство, костюмный комплекс.

Keywords: North Caucasus, belt, festive clothes, jewelry art, costume complex.

Северный Кавказ — один из самых удивительных регионов нашей страны, изобилующий не только многоцветной природой, прекрасными ландшафтами, но и представителями разных национальностей. Общность их исторического пути, культурные и экономические связи способствовали появлению общих форм во многих областях материальной культуры. Несмотря на сложившуюся этнокультурную мозаику, каждый народ постарался сохранить самобытность, черты которой наиболее ярко

отражены в традиционном костюме, передающемся из поколения в поколение, по отделке, покрою и украшениям которого можно определить, к какому народу принадлежит человек, носящий его.

Наибольший интерес для изучения представляет женская праздничная одежда, в которой четко просматриваются локальные особенности, а использование самых лучших тканей, богатство отделки и изобилие ювелирных украшений делают костюм не только показателем социального статуса владелицы, но и своего рода хранителем аутентичной информации, закодированной в знаках и символах. В связи с данным аспектом, в статье будут рассмотрены традиционно сложившиеся женские костюмные комплексы народов Северного Кавказа, проанализированы характерные для каждой этнической группы особенности составных элементов, головных уборов, украшений, выявлены общие моменты, формирующие так называемый «Северокавказский стиль», наиболее ярко проявившийся в ювелирных изделиях. Особое внимание будет уделено поясу как неотъемлемому компоненту в структуре костюма.

Исторически на Северном Кавказе сложились четыре комплекса одежды — это карачаево-балкарский, адыгский, осетинский и вайнахский [5, с. 34].

Первый комплекс — карачаево-балкарский состоял из нательной одежды (рубахи с длинными широкими рукавами и штанов с широким ромбовидным клином), кафтанчика, декором которому служили вышитые золотыми или серебряными нитями орнаментальные мотивы, расположенные по углам и нагрудные застежки. Поверх кафтанчика надевали отрезное по линии талии распашное платье покроя черкески, декорированное золотной вышивкой и басонными изделиями. Праздничные платья декорировались особенно богато, на рукава надевали вышитые нарукавные подвески в виде лопастей [3, с. 96]. Неотъемлемым аксессуаром в комплексе с нагрудными застежками служил цельный серебряный пояс или поясная пряжка, нашитая на галунный или кожаный пояс. Платье застегивалось только у талии, в связи с чем пояс занимал центральное место в композиции костюма. Завершающим элементом являлась невысокая шапочка с плоским дном, поверх которой надевали платок.

Второй комплекс, оказавший сильное влияние на формирование

костюмов соседних народов, — адыгский — бытовал у кабардинцев, черкесов, адыгейцев, распространился у абазин, кубанских ногайцев. Данный комплекс представлен в двух вариантах. Первый в своей основе похож на карачаево-балкарский, но в нем преобладают короткие рукава с нарукавными подвесками, из-под которых были видны узкие вышитые рукава кафтанчика. Наиболее характерным головным убором была высокая, обтянутая галуном цилиндрическая шапочка с конусообразным или округлым верхом [2, с. 29]. Такая шапочка считалась наиболее «национальной», была предпочтительным головным убором в свадебной одежде. Наряду с ней, у адыгских народов бытовали шапочки меньшей высоты с плоским дном, но их носили только до свадьбы, а связанная с ними терминология указывает на заимствование этих форм у других народов. В свою очередь, девушки высших сословий Карачая и Балкарии заимствовали высокую адыгскую шапочку.

Можно отметить некоторое различие в покрое платья. У адыгейских девушек встречались платья, не имевшие застежек у талии, спереди от плеча до подола пришивали клин. Подобные платья носили нараспашку поверх кафтанчика, на который надевали пояс.

Второй вариант адыгского комплекса, бытовавший у некоторой части адыгейцев, отличался по своему составу. Верхнее платье сай было необязательным, верхней одеждой мог служить и кафтанчик, надетый поверх рубахи. И праздничный костюм мог состоять из шелковой рубахи и надетого поверх нее вышитого золотом нарядного кафтанчика из плотного шелка, бархата или фабричного сукна. При этом способе ношения кафтанчик украшался галуном и шитьем не только спереди, но и сзади. Девушки-адыгейки могли носить шапочки, не надевая поверх них платка, а просто накидывая его на плечи. Наряду с платками, в конце XIX — начале XX в. в Адыгее получили широкое распространение тюлево-газовые и кружевные шарфы.

В первом и втором варианте на кафтанчик или платье одевали пояс. Если детали претерпевали изменения, а такие ювелирные украшения, как нагрудные застежки, при трансформации кафтанчика утрачивали функциональную нагрузку и приобретали декоративный смысл, то пояс своей утилитарности не изменял [4, с. 54].

Третий комплекс — осетинский (он иногда встречался и у ингушей).

Поверх обязательных рубахи и штанов надевалось распашное платье, на грудь которого были нашиты серебряные застежки. Кафтанчик под платьем не носили, но на талии прикрепляли поверх рубахи поясные подвески, украшенные вышивкой и галунами, имитировавшие полочки кафтанчика. Под вырез платья надевали отдельный нагрудник с нашитыми на нем серебряными застежками традиционной формы [1, с. 69].

Четвертый комплекс — вайнахский, он был наиболее простым по составу. Сочетание платья-рубахи, штанов и большого платка на голове считалось достаточным как для повседневного, так и для праздничного костюма; последний, отличался лишь качеством тканей и наличием украшений. В особо торжественных случаях поверх платья-рубахи надевалось верхнее платье распашного покроя, иногда с разрезными рукавами. На этом платье от ворота до талии могли быть нашиты серебряные застежки (нижние 4–5 пар застегивались), талия опоясывалась серебряным поясом, а выше из-под платья была видна рубаха, нашейные серебряные украшения. В конце XIX и особенно в начале XX в. под такое платье с нашитыми застежками иногда надевали еще нагрудник с подобными же застежками, которые имели чисто декоративное значение. Шапочек чеченские девушки не носили. У ингушей в свадебном наряде встречались шапочки осетинского типа.

Рассмотрев все комплексы, можно заметить одну характерную деталь, которая не утратила своей функциональности, несмотря на трансформацию составляющих элементов костюмов различных народов, — это пояс. В композиционном решении костюмных комплексов он, являясь показателем социального и возрастного положения владелицы, занимает центральное место. Так, у осетин, карачаевцев, балкарцев, кабардинцев девушка начинала носить пояс с момента «пригодности к замужеству». Качество и материал пояса зависели от материальных возможностей. Носили их также молодые женщины, а в торжественных случаях — иногда и пожилые из богатых семей. Глубокие старухи могли вообще не подпоясываться. Пожилые женщины надевали пояса из куска ткани, полотенца, тканые покупные пояса, иногда талию обматывали платком.

Рассмотрев существующие аналоги поясов различных народов, проживающих на Северном Кавказе их можно разделить на несколько типов.

Первый тип — кушаки или пояса из ткани.

Второй — металлические пряжки, закрепленные на ленте, изготовленной из галуна, ткани (обычно в тон к платью) или кожи. Данный тип пояса имел четыре подтипа, появившиеся в разные периоды, но сосуществовавшие вплоть до начала XX в.

Первый подтип — пояс наиболее старинной формы из кожи, шириной 4–6 см, с рядом ритмически расположенных крупных (в ширину пояса) блях круглой или прямоугольной формы. Они украшены легким линейным орнаментом, выполненным чернью. По орнаменту и форме бляхи напоминают адыгейские украшения у плеча женского платья, а также украшения конской сбруи — работа, видимо, местных адыгских мастеров. Иногда бляхи чередуются с вертикальными полосками из полушаровидных мелких пуговок. Блях чаще всего девять, отчего у карачаевцев такой пояс называется тогъузлу белибау (тогъуз — «девять», белибау — «пояс»). Пряжка не выделяется по размеру и отделке. Застегивается она при помощи стержня с круглой головкой, продеваемого в металлические петли с обратной стороны пряжки. Пояса этого подтипа характерны для адыгских народов и, видимо, имеют древние традиции.

Другой подтип представлен поясом из кожи или из галуна и ткани на кожаной подкладке; он имел единственное украшение в виде большой пряжки, охватывающей талию спереди до середины боков. Она достигала в ширину 8,5 см и делалась из двух половин, застегивавшихся при помощи стерженька, соединявшего обе половины в прочную конструкцию. Каждая из половин пряжки представляла собой выгнутую, заостренную на одном конце пластинку. Задняя часть пояса была сделана из ремня, галуна или ткани. Карачаевцы выразительно называли такой пояс къанъга белибау — «доска-пояс». Отделка подобных пряжек весьма характерна и устойчива. На гладкую серебряную пластину накладывалась вторая, с вырезами, которая украшалась линейным рисунком чернью в виде завитков, кругов, овалов, пряжкой. Со временем скупой строгий линейный орнамент пряжки, для которого характерно сочетание пустого поля с крупными ударными пятнами, начал меняться. Сначала только накладная вырезная пластина, а затем и все пространство пряжки стало заполняться мелким гравированным с чернью растительным узором кубачинского или лакского типа. Появилась накладная филигрань. Сердолики исчезают, «шипы»

смягчают форму и заменяются полушаровидными высокими оправами филигранной работы со вставленными в них небольшими красными стеклышками.

За пышностью украшения иногда теряется традиционная композиция орнамента. Стерженек для застегивания и особенно цепочка, на которой он подвешивается, также становятся все более нарядными. Они обрастают многочисленными фигурными подвесками, которые, свешиваясь на пряжку в центральной части, почти закрывают ее. Ширина пряжки постепенно уменьшается, но система застегивания, общая форма остаются традиционными.

Пояса третьего подтипа по общей конструкции (изогнутая пластина, охватывающая талию до середины боков) и системе застегивания такие же, как и пояса второго подтипа, но более узкие — 2,5–4 см. Место застегивания выделено дополнительной накладной фигурой, в ряде случаев выходящей за ширину пояса, которая имеет вид круга, квадрата, ромба, овала с округлыми или заостренными концами. Схема композиции отделки пряжки пояса данного подтипа утрачена полностью либо сохраняется в виде отдельных элементов в угоду традиции, что нарушает общий характер узора. Большая часть таких поясов позолочена. В качестве дополнительного украшения применяются цветные стекла под бирюзу или рубин.

Подтип четвертый: пояс из галуна или ткани с пряжкой фигурной формы. Часто на поясе сзади и на боках прикреплены мелкие металлические украшения, выполненные той же техникой, что и пряжка. Форма пряжки варьирует, но чаще всего центральная, более крупная часть, овальная или круглая, сочетается с отходящими от нее в обе стороны пластинками фигурной формы; застегивается при помощи широкого плоского крючка и петли под центральной частью пряжки; украшена гравировкой и чернью, орнамент растительный или геометрический криволинейный. В других случаях использована накладная филигрань, зерна и стекла в высокой оправе. К этому же подтипу можно отнести пояса с пряжкой фигурной формы, но с иной системой застежки: в центре одной половины пряжки имеется квадратная прорезь. В нее при накладывании входит плоская петля, находящаяся на второй половине пряжки. Затем в петлю вкладывается закрепляющий соединение миниатюрный кинжальчик. Иногда на пряжке

надпись «Кавказъ». Пряжки украшены несложным, чаще всего линейным рисунком чернью. Орнамент растительный или различные завитки.

К третьему типу поясов отнесены пояса, состоящие из серебряных пластинок, при помощи широких петель с обратной стороны нанизанных на узкий ремень и полностью его закрывающих. Ремень в данном случае служит лишь для скрепления пластинок; застегивается при помощи крючка и петли, прикрытых пряжкой овальной, круглой или полуцилиндрической формы. В отдельных случаях каждая из составляющих пояс пластинок прямоугольной формы имеет с одной узкой стороны выступ, входящий в углубление на соседней пластинке. По одному краю идет ажурная сеточка. Пояс украшен гравировкой и чернью. Пояса третьего типа встречаются редко, особенно с полуцилиндрическим выступом-пряжкой. Нам известны их образцы из Чечни и Карачая. В Закавказье, особенно в Армении, они имелись в большем количестве, но носили их мужчины. Видимо, эти пояса завезены на Северный Кавказ из Закавказья.

Четвертый тип — это пояса, сделанные целиком из металла без применения ремня, он имеет три подтипа.

Пояс первого подтипа составлен из серебряных пластинок прямоугольной или фигурной формы, соединенных между собой шарнирами. Для укорачивания пояса было достаточно вынуть нужное число пластинок. Пряжка обычно состояла из трех частей: средней овальной формы, прикрывающей крючок для застегивания, и отходящих от нее фигурных пластин, соединенных с поясом шарнирами. Средняя часть пряжки иногда украшена изображением скрещенных кинжала и пистолета. Пластинки, составляющие собственно пояс, украшены одинаковым декором из накладной филиграни, цветных стекол, фальшивой бирюзы или каплевидных черных (черненых) вставок. Стекла укреплены в высоких полушаровидных филигранных оправах. Накладная филигрань иногда дополняется выпуклыми розетками, листками и др. Лицевая сторона почти всегда позолочена.

Пояс второго подтипа также состоял из прямоугольных блях, соединенных шарнирами. Застегивался он при помощи стерженька. Место застежки было прикрыто небольшой пряжкой в форме круга, овала, ромба или квадрата. Относятся пояса к концу XIX в. и встречаются в этот период редко.

Пояса третьего подтипа составлялись из круглых или фигурных пластинок, соединенных при помощи колечек или коротких цепочек. Пряжка была фигурной формы. Распространились они в XX в. Чаще всего встречались в восточных районах у чеченцев, кумыков, а иногда на западе у адыгейцев.

Как следует из вышесказанного, женские пояса, так называемого «Северокавказского типа» разнообразны и представляют значительный интерес для искусствоведческого изучения. Они являются отражением ювелирного мастерства, орнаментального и золотошвейного искусства. Пояса имели и большую материальную ценность, переходя из поколения в поколение в качестве наследства, приданого, подарков, — это обстоятельство помогло дойти им до наших дней в первозданном виде. Сегодня мы можем ими любоваться, изучать историю предков, а возросшая тенденция современной моды на Северном Кавказе диктует новый стиль. Все большее количество дизайнеров используют старинные украшения в комплексе со стилизованными национальными свадебными или вечерними платьями. Это очень отрадный факт, указывающий не на возвращение к прошлому, а на обогащение настоящего и будущего.

Библиография:

1. *Калоев Б.* Материальная культура и прикладное искусство осетин. — М.: Наука, 1973.

2. *Канокова Ф.Ю., Унежева З.С.* Научная дискуссия: вопросы филологии, искусствоведения и культурологи // Сб. ст. по материалам XLII междунар. заочной науч.-практ. конф. № 11 (38). Ч. I. — М.: Интернаука, 2015. — С. 24—30.

3. *Кузнецова А.Я.* Народное искусство карачаевцев и балкарцев. — Нальчик, 1982.

4. *Мальбахов Б.Х.* Черкесское (адыгское) декоративно-прикладное искусство. — Нальчик: ООО «Тетраграф», 2012.

5. *Студенецкая Е.Н.* Одежда народов Северного Кавказа XVIII–XX вв. — М., 1989.

Ф.Ф. Имангулова

ТРАДИЦИОННЫЕ ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ РЕМЕСЛА В СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЕ БАШКОРТОСТАНА

Рассматриваются современные проблемы и их актуальность в сфере традиционных художественных ремесел Башкортостана. Обосновывается необходимость изучения и сохранения традиционных ремесел и промыслов народов республики.

Определяются методы и условия для их изучения и сохранения. Предлагаются оптимальные механизмы сохранения и развития традиционных ремесел народов Южного Урала, в частности, через создание специализированного Научного Центра по изучению традиционной культуры и художественных ремесел.

The author deals with contemporary issues and their relevance in the field of traditional arts in Bashkortostan. The necessity of studying and preserving the traditional crafts of peoples of the Republic. The author disclosed the essence of the system approach in the conservation and study of crafts and trades. Offers optimal mechanisms for the preservation and development of traditional crafts of the Southern Urals. In particular, through the creation of a specialized Scientific Center for the study of traditional culture and crafts.

Ключевые слова*:* глобализация, современная культура, традиции, ремесла, промыслы, сохранение, поддержка, сувениры, научный центр, музей.

Keywords: globalization, tradition, modern culture, crafts, pets, preservation, support, souvenirs, scientific center, museum.

Историческое расположение Башкортостана на стыке Европы и

Азии, перекрестке тысячелетнего движения различных народов и культур привело к тому, что регион представляет собой уменьшенную многонациональную модель самой России как уникального евразийского геополитического образования. Поэтому Башкортостан привлекает внимание исследователей как место, где с древнейших времен сосуществуют и взаимодействуют культуры тюркских, финно-угорских и славянских народов. Здесь они формировались веками во взаимодействии и взаимообогащении друг друга.

Богатейшее фольклорное искусство края — коллективная творческая деятельность этносов, зародившихся и пришедших на территорию Южного Урала в течение нескольких столетий, —отражает основные жизненные ценности народов населяющих край, среди которых тюрко-мусульманское население, особенно башкирский этнос, является исторически реликтовым. При этом, безусловно, традиционная культура башкир и народов, проживающих на территории Башкирии, — неотъемлемая часть всей мировой художественной культуры, источник национальных художественных традиций.

Корни искусства, как и культуры исторического Башкортостана, уходят в первобытную эпоху. Так наскальные рисунки животных (мамонта, лошади) в пещере Шульган-Таш в Бурзянском районе республики археологи датируют XX–XII вв. до н.э. Рисунки впервые были обнаружены в 1954 г. А.В.Рюминым и позже исследованы археологом, профессором О.Н.Бадер. Благодаря его усилиям памятник стал известен всему миру. Сегодня подобных памятников искусства эпохи палеолита в мире насчитывается всего несколько [3].

Древнее городище-крепость Аркаим (и целая плеяда ему подобных — в «стране городов» на территории исторического Башкортостана), впервые обнаруженное и изученное археологами Челябинского университета, датируется XVII–XI вв. до н.э. и обрело мировую известность. Городище находится на берегу речки Караган. Памятник состоит из укрепленного города, двух некрополей останков древних загонов [2].

Как утверждает доктор исторических наук, профессор Н.А.Мажитов, на Южном Урале выявлено около 20 памятников, подобных Аркаиму. Некоторые из них находятся в долинах рек Таналык и Зилаир [10].

Настоящей сенсацией стали находки, сделанные известным археологом А.Х.Пшеничнюком в 1988 г. на территории исторического Башкортостана в Оренбургской области — при раскопке «царских» сарматских Филипповских курганных могильников. В них обнаружили более 600 золотых предметов, высококлассного ювелирного искусства в «зверином стиле».

Доктор искусствоведения А.Г.Янбухтина подчеркивает, «они доказывают своей стилистикой, что миропонимание сарматов легли в основу орнаментальной культуры башкир, отразившись в узорах типа "кускар". Их стилистические черты прочитываются в орнаментике даже позднего периода XX века, и сохранились в творчестве народных мастеров до настоящего времени» [7, с. 12]. Поэтому можно говорить о том, что на земле исторического Башкортостана культурные традиции возникли в древнейшие времена. Тогда это были другие народы, другие племена, которые ушли отсюда, исчезли в войнах, ассимилировались, войдя составной частью в новые племена, в том числе, и в башкирский этнос. Они, без сомнения, оказали влияние на культуру племен позднее сформировавшихся в единый башкирский этнос.

Представления о глубинных духовных ценностях народа составляют основу его традиционной культуры. Воплощенные в народном творчестве — фольклоре — они в современном обществе утратили знания и значения этих ценностей, потому требуют к себе постоянного исследовательского внимания. Немецкий мыслитель Ф.Ницше, размышляя о фольклоре, в своей известной работе «О первых и последних вещах», настойчиво подчеркивает значение природной силы в народном творчестве и говорит: «Простые предметы крестьянского труда, не броские, идущие от самой природы, природных материалов, в отличие от более высоко ценимых вещей, в философском понимании нельзя их воспринимать отдельно от ***естествознания*** (курсив мой — И.Ф.). Лишь самое тонкое наблюдение может обнаружить в них присутствие искусства. Признаком высшей культуры является более высокая оценка маленьких, незаметных истин, найденных строгими методами, чем благодетельных и ослепительных заблуждений. Взору еще немногих открылась прелесть простейшей формы» [4, с. 11].

В сути народного декоративного творчества сосредоточены не только

знания и умения в изготовлении утилитарных вещей, необходимых и в праздниках, и в каждодневном быте, но и незримо присутствуют жизненно-философские идеи и мысли народа. В них заложены основы наук в педагогике, этнографии, философии, связанные во многом с религиозными чувствами и отражающие живые страницы духовно наполненной жизни народа.

Кажется удивительным, что привычные с детства предметы, созданные мастерами-ремесленниками, нашими предками —обычные необходимые предметы в быту: тканые половики, вышитые полотенца, скатерти и фартуки, резные наличники, карнизы и крыльцо, являются настоящим искусством, частью мирового художественного наследия.

В представлении современного обывателя, особенно городского, мир искусства видится другим: он создан профессиональными знаменитыми художниками, представлен в залах музеев и галерей. Искусство же ремесленных мастеров возникло в крестьянской среде на селе и в старинных городах.

Сегодня, в эпоху потребления и глобализации, когда предметный мир наполнен вещами, созданными промышленным способом, ценность рукотворных изделий чувствуется особенно остро. Интерес к ним возрастает в силу их культурно-исторического, художественно-эстетического и экологического значения.

Другая актуализирующая сторона — необходимость создания широкого ассортимента сувенирной продукции для развивающегося туризма. Ведь только сувенир, созданный на основе традиционного народного творчества, способен наиболее точно передать культурные особенности конкретного народа и конкретного региона. И только он в действительности ценен в глазах туриста, приехавшего сюда из другого региона и другой страны.

Между тем, невнимание к ремесленникам и производителям изделий традиционных промыслов со стороны общественности и органов власти, сокращение поддержки научных исследований в области изучения и сохранения традиций привело к возникновению сложной ситуации в сфере традиционных народных ремесел в целом по стране и, конечно, в Республике Башкортостан (хотя есть и регионы, где ситуация немного лучше, например, Татарстан, Югра, Нижегородская, Кировская области

и другие). Это привело к уменьшению преемственности прикладной художественной культуры и мастерства поколений, передачи традиционных навыков, знаний и секретов старинных технологий молодым мастерам-ремесленникам.

В современных условиях развитие народной художественной культуры представляет собой сложный и противоречивый процесс. Происходит глобализация художественных процессов. «Постмодернизм, масс-культура, контркультура, актуализируясь, заполняют не только художественное пространство, но и в целом среду обитания» [8, с. 27]. Еще в начале прошлого столетия историк А.Дж. Тойнби в своей монографии «Постижение истории» писал: «Если от общих рассуждений перейти к конкретной узкой и конкретной области искусства, то легко обнаруживается, что здесь также неизбежно присутствует дух всесмешения, что выражается в вульгаризации искусства» [6, с. 389].

Предназначение народного искусства — сохранять культурно-эстетическую память народа в целях развития преемственности характерных, лучших, плодотворных традиций народного творчества для последующих поколений мастеров.

Сегодня мы свидетели того, как сильно стираются из памяти народной тонкости аутентичной, традиционно-фольклорной культуры, того, как она становится вторичной, нередко превращаясь в свою противоположность — китч. Наглядный пример можно наблюдать на официальных торжествах и праздниках: в выставляемых напоказ изделиях народных мастеров, в ложном преподнесении народного костюма с обилием различных шелков, бархата, мехов, блестящих синтетических тканей и различной китайско-турецкой мишуры. Выходит, что современная трактовка даже некоторых элементов традиционной культуры предстает театрально-идеализированной, лишенной правды жизни. А ведь подобная ложная, ненастоящая, не опирающаяся на истинные корни трактовка представляет собой серьезную опасность утраты аутентичной культуры народа.

Возможно, помочь ситуации с сохранением и развитием художественных ремесел в республике могла бы разработанная Министерством промышленности и инновационной политики

Республики Башкортостан в 2013 г. «Программа развития народных художественных промыслов на 2014–2017 годы» [5]. Выделим несколько ее основных направлений работы и программ.

1) Развитие инфраструктуры поддержки народных художественных промыслов и ремесел. В этом блоке наиболее важным является создание Республиканского Дома ремесел в Уфе. По проекту в его состав должны входить: выставочные залы; аудитории для проведения занятий, конференций, мастер-классов; экспериментальные лаборатории и другие структуры.

2) Государственная поддержка субъектов народных художественных промыслов: субсидирование или распределение грантов среди производителей и мастеров народных художественных промыслов.

3) Популяризация и продвижение народных художественных промыслов:

создание условий для участия мастеров в федеральных и международных выставках, открытие специализированных магазинов. Также — рекламная поддержка изделий народного творчества, издание каталога «Сувениры и подарки Башкортостана». И, наконец, открытие интернет-портала «Народные художественные промыслы РБ», объединяющего мастеров республики с возможностью реализации через него своих изделий.

4) Кадровое обеспечение народных художественных промыслов: финансовая поддержка учебных центров, обучение специалистов кустарных промыслов и представление им рабочих мест.

Данный проект безупречен по замыслу: но вот мы уже перешагнули в 2016 год, а большая часть вопросов, заявленных программе, до сих пор остается только на бумаге. Между тем, предложенные пути позволили бы художественным ремеслам республики начать новый этап возрождения. Для того чтобы создать мощный, работающий во всех направлениях коллектив, «вырастить» мастеров народного творчества, необходимо, в первую очередь, создать научно-исследовательское учреждение — центр по изучению и разработке путей развития народных художественных ремесел и промыслов в республике.

Создание Научного Центра по изучению традиционной культуры и художественных ремесел позволило бы наиболее глубоко исследовать,

и восполнить пробелы в этом направлении. Освоение материала не только на практическом, но и на теоретическом уровне для художника и мастера, работников культуры в сфере фольклора в целом, особенно, в области декоративного творчества, является чрезвычайно важным. Подобные центры существуют в целом ряде субъектов России — Удмуртии, Кировской области, Югре, Нижегородской области, Татарстане и других.

Важным моментом является создание в Уфе Музея Народного искусства, необходимого для грамотного обучения мастеров основам традиционной художественной культуры на лучших образцах народного декоративного искусства.

Наилучший вариант реализации данного проекта, возможен по аналогии с советским Научно-исследовательским институтом художественной промышленности (НИИХП). Исследователь народной культуры С.М.Линович (1911 г.), член правления Ассоциации «Народные художественные промыслы России» считает, что подобный исследовательский центр «обеспечил бы тот высокий уровень традиционных художественных изделий, который так трудно сегодня поддержать» [1, с. 62].

И сегодня многие умельцы, живущие в отдаленных селениях Башкортостана, создают уникальные рукотворные вещи, организуются творческие коллективы, возрождающие традиции художественных домашних ремесел. Наиболее яркие примеры: «Дом Войлока» в Абзелиловском районе, Народный Клуб «Тамбур» в Белокатайском районе, Ткацкий клуб «Орнамент» в Архангельском районе, Клуб тканой шали «Вазям» в Хайбуллинском районе и другие.

Они могли бы плодотворно работать в системе надомного труда, как это было организовано ранее в виде объединения «Дружба», а также при Художественном предприятии «Агидель». Объединение «Дружба» — уникальный пример, оно полностью строилось на использовании труда надомников по всему региону. Данный опыт очень пригодился бы в современный период. Такая сеть мастеров-надомников создавала условия для продолжения народных традиций именно на местах, в глубинке, давала мастерам чувство востребованности, создавала условия для передачи знаний и навыков молодому поколению.

Только при условии системного подхода — законотворческой деятельности, создания научной базы, центра ремесел, широкой сети мастеров-надомников, торговой сети для реализации произведенных изделий, мы сможем сохранить, и развивать, народные художественные ремесла и промыслы Башкирии. «Нам не следует забывать, что многовековое Мировое древо жизни — Древо познания — продолжает жить, пускать новые ветви и корни, цвести, давать плоды. Нам только надо усердно заботиться о нем, любить и во время собирать плоды. Сухое дерево не плодоносит» [9, с. 31].

Библиография:

1. *Линович С.М.* Искусство, которое мы не имеем право потерять! // Народные художественные промыслы России: расцвет, упадок, перспективы возрождения. Книга I. — М.: ОАО «Московские учебники и Картолитография», ЗАО «Народные промыслы», 2010. — С. 180.

2. Министерство природных ресурсов и экологии РФ. Шульган-Таш. Государственный природный заповедник. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.shulgan-tash.ru/cave-shulgan-tash-kapova/ (дата обращения: 24.09.2015).

3. Министерство культуры Челябинской области. Челябинский государственный историко-культурный заповедник [Электронный ресурс]. — Режим доступа: «Аркаим» http://www.arkaim-center.ru/ (дата обращения: 24.09.2015).

4. *Ницше Ф*. По ту сторону добра и зла. Т. 1. — М., 1990. — С. 21–23.

5. Система программных мероприятий Среднесрочной программы развития народных художественных промыслов в Республике Башкортостан на 2014–2017 гг.: проект // Официальный сайт Министерства Промышленности и Инновационной политики Республики Башкортостан [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.minpromrb.ru/upload/news/2013.08/ppm.pdf. (дата обращения: 24.09.2015).

6. *Тойнби А.Дж*. Постижение истории. Сборник. — М.: Прогресс, 1991. — С. 736.

7. *Янбухтина А.Г.* Декоративное искусство Башкортостана в

XX столетии: народное творчество, художественные промыслы, профессиональное искусство. Научный доклад на соискание ученой степени доктора искусствоведения. — Москва, 2003. — С. 48.

8. *Янбухтина А.Г.* Михаил Кузнецов. — Уфа: Автор, 2009. — С. 131.

9. *Янбухтина А.Г., Имангулова Ф.Ф.* Хороший сувенир — это, безусловно, искусство // Рампа культура Башкортостана. — 2014. — № 6 (248). — С. 30–31.

10. *Янгузин Р.З., Хисамитдинова Ф.Г.* Коренные народы России. Башкиры. — Уфа: Китап, 2007. — С. 352.

А.М. Султанова, А.С. Хачиева

ТАРАЗ — ТРАДИЦИОННЫЙ АРМЯНСКИЙ КОСТЮМ

В статье рассматривается традиционный армянский костюм –тараз, который представляет собой довольно сложный, информационно насыщенный комплекс. Изучение одежды представляет большой научный интерес, так как это один из относительно устойчивых этнических признаков, связанный с духовной жизнью народа, его обрядами и верованиями.

The article is devoted to the traditional Armenian costume - taraz, which has a very compound information- rich complex. The study of clothing represents a great scientific interest, as it is one of the relatively steady ethnic signs associated with c spiritual life of the people, rituals and beliefs.

Ключевые слова: тараз, традиционный армянский костюм, одежда, обувь, головной убор, украшение, вышивка.

Keywords: taraz, traditional Armenian costume, clothing, shoes, jewelry, embroidery.

Традиционный народный костюм является уникальным памятником материальной и духовной культуры нации, человечества, отдельной эпохи, отражением мировоззренческих ценностей и проявлением эстетических вкусов этноса. Это бесценное достояние культуры народа, накопленное веками. Именно в народном костюме наиболее ярко отражаются многовековые традиции народа, его жизненный уклад, тесная непосредственная связь с окружающим миром природы. Он является составляющим религиозного ритуала, сословно-различающим, этическим, эстетическим элементом и произведением искусства.

Армянский тараз несет эстетическую ценность с древнейших

времен. В согласии с климатическими условиями и этническими особенностями, национальная одежда была распределена на классы, по полу и области, став символом народности и идентичности класса [4].

Не существует одного общеармянского тараза.

Это система, которая прошла длинный исторический путь, разделенная на подгруппы, которых объединяет одно строение. Во всех группах таразов есть следующие составные части: нижняя и верхняя одежды, головной убор и убранства (носки, ткань обматывающая ногу для мужчин, обувь, ювелирные украшения). Различия в основном в стиле, которые определяются формами, предназначением, сочетанием цветов и видом украшений, узоров.

По своему типу армянская национальная одежда это свободный длинный костюм, который имеет прорехи спереди и по бокам. По своему покрою – свободный стиль контуров. Среди цветовой гаммы доминируют красный, синий, зеленый, пурпурный, желтый [3].

Традиционный армянский костюм можно условно разделить на несколько групп: мужская и женская, западная и восточная, на примере которых рассмотрим особенности.

В основу традиционного мужского костюма у армян входила сшитая цветная рубашка «шапик» (в зависимости от достатка из хлопка или шелка). Она имела низкий ворот и боковую застежку. Широкие шаровары «шалвар» из темной шерсти или хлопка, чаще синего цвета. Шаровары на талии имели широкую кулису, в которую продевался пояс «хонджан» – тканая цветная с узорами и весьма плотная тесьма, шириной около 2 сантиметров, с кистями на концах, которая завязывалась спереди. Сельские жители обычно носили шалвары с обмотками, из-под которых был виден узор вязаных шерстяных носков.

Поверх нательной рубашки восточные армяне традиционно надевали хлопчатобумажный или шелковый «архалух». Это распашная одежда с низким воротником-стойкой, застегивающаяся от воротника до талии на крючки или мелкие пуговицы и доходившая до колен. Поверх «архалуха» носили длинную темную шерстяную «чуху» (тип черкески). У нее были откидные рукава, свисающие с плеч, присборенная талия. Подпоясывались узким, чаще кожаным, а позднее (с конца XIX в.) наборным серебряным поясом с высокой пряжкой [1].

Армянские мужчины западных областей и переселенцы оттуда в Закавказье вместо «архалуха» надевали особый жилет — «елак». Из-под него была видна рубашка, ворот которой застегивался с левой стороны. Ее расшивали спереди и на рукавах. Поверх «елака» надевали «бачкон» — короткую, до талии, куртку с цельнокроеными рукавами, без застежек. Широкие шаровары «вартик» сужались к щиколоткам; их носили с обмотками. В селах слишком широкие шаровары не пользовались успехом, так как были неудобны во время работы, поэтому их заменяли на более узкие.

Одежда молодежи обычно украшалась красивым вышитым растительным орнаментом. Одежда стариков не украшалась. Вокруг талии несколько раз плотно обматывались длинным вязаным или тканым шарфом, который был сложен в несколько слоев по ширине. При этом на поясе образовывались глубокие складки, использовавшиеся в качестве карманов для платка, кисета, кошелька, за пояс затыкали трубку, нож или кинжал.

Разнообразием отличалась у армян и обувь. В селениях Восточной Армении были распространены самодельные лапти «трех», изготовленные из грубой сыромятной кожи, с кожаными шнурками, причем в каждом районе их «шнуровали» на свой лад. «Трехи» носили с шерстяными узорчатыми носками ручной работы – «гулпа». В городах мужчины носили сапоги на толстой подошве и на каблуках, но тоже с острыми и загнутыми вверх носками.

В западных областях на вязаные узорчатые носки надевали туфли на невысоком каблуке, с язычками и с острыми и загнутыми вверх носками. Такие туфли назывались «солер» и шились из красной или черной кожи. Кроме того, мужские туфли имели ушки на задниках и подошву, подбитую гвоздями с выпуклыми головками. Сапоги шили из мягкой красной кожи. Крестьяне обычно носили самодельные туфли на войлочной подошве со связанным из шерсти верхом [2].

Традиционная одежда восточных и западных армянок, состояла из длинной рубахи, называемой «халав». В восточной части страны она была красной (красный цвет считался оберегом, символом женского начала, плодородия), а в западной — белой. Рубаха имела косые клинья по бокам, широкие и прямые рукава с ластовицами, круглый

вырез горловины, который часто расшивали по продольному разрезу на груди. Под «халав» надевали длинные штаны «похан», которые чаще всего изготавливались из красной хлопчатобумажной ткани. Нижняя, выглядывающая из-под рубахи часть, шилась из более дорогой, орнаментированной вышивкой ткани расшитой золотистыми нитками и тесьмой**,** которая завязывалась у щиколоток. Восточные армянки поверх нижней рубахи надевали плечевую одежду, длинное приталенное платье «архалух», которое шили из ситца, сатина или шелка (в зависимости от достатка), синего, зеленого или фиолетового цвета, с изящным длинным вырезом на груди, застегивающимся только на талии. Ниже бедер «архалух» имел боковые разрезы, которые разделяли его на три полы – широкая сзади и две узкие, распашные спереди. В праздничные дни надевали еще одно платье типа архалух, но без боковых разрезов.

Женский костюм западных армянок по своему содержанию мало отличался от костюма восточных областей. Западные армянки поверх нательной одежды носили «антари», «зпун» – сшитое из шелка или хлопка платье с боковыми разрезами ниже бедер. По торжественным случаям, а также в холодное время года поверх него надевали другое платье, но уже без боковых разрезов, причем из-под его рукавов должны были виднеться края расширенных книзу рукавов антари. Эта верхняя одежда западных армянок имела несколько названий: «джуппа», «хрха», «хатифа», «путали»; все эти разновидности почти не отличались по покрою, но шились из разных тканей. Так, будничная джуппа обычно была из темно-синего сукна, праздничная хрха – из бордового или фиолетового бархата, хатифа – из бордового или синего шелка, праздничная одежда путали, шилась из цветной шерстяной ткани в полоску.

Основное отличие западноармянского женского костюма состояло в том, что неотделимой его частью был фартук «гогноц», который подвязывали к талии при помощи узкого вязаного или плетеного пояса. Отличались изысканностью и красотой фартуки, входившие в свадебный наряд невесты. Обычно шились они из хлопчатобумажных тканей, дорогого бархата или сукна, расшитого золотыми нитками или сотканного тонкой ковровой техникой.

Во всех национальных костюмах армянских женщин имелся вырез

на груди и разрезы в боковых швах, которые украшались богатой вышивкой, чаще золотыми нитками, расшивали шнурами разной толщины и цвета. Шаровидные пуговицы и петли делали из тесьмы, плетенной из шелковых ниток красного или коричневого цвета. Вышивали и шалвары, поскольку они были видны в высоких боковых разрезах, начинавшихся почти от бедер.

В комплекс праздничного женского костюма входило большое покрывало, которое армянка надевала, выходя на улицу. Оно было четырехугольным, ткалось из тонкой белой шерстяной пряжи и украшалось вышивкой. Пожилые женщины носили покрывала синего цвета.

Художественная выразительность армянской женской национальной одежды отражалась многими способами, в том числе и вышивкой, а в костюме состоятельных слоев населения — золотым и серебряным шитьем.

Одной из основных частей тараза были ювелирные изделия: украшения для лба из монет, височные, грудные подвески, серьги, цепочки, браслеты, броши, бусы и кольца. Они давали защиту от злых духов и являлись символами красоты, плодородия и обоятельности. Примечательно, что украшения были из металлов, которые связывают с небесными силами, и звон, исходящий от украшений сравнивали с небесным громом, отгонявший злые силы [1].

Косметикой женщины в Армении почти не пользовались, за исключением черной краски для ресниц, которую хранили в специальных чехольчиках ручной работы.

Женщины ходили в остроносых туфлях без задников, надевая их непременно с чулками или носками, которые шились из красной или зеленой кожи. Женщины носили также сапожки из мягкой кожи без подошвы, а на них надевали туфли на каблуках, но без задников [5].

Неотъемлемой частью костюма являлся головной убор.

Мужчины носили разнообразные: восточные армяне – меховые, западные – вязаные или тканые. В городах носили высокие, похожие на цилиндр шапки, нередко из дорогого «бухарского» каракуля. Среди западных армян были распространены шапки полусферической формы без полей, связанные из одноцветной шерсти. Сверху их обматывали

скрученным в широкий жгут платком. Иногда шапки были связаны из разноцветных шерстяных ниток с преобладанием красного цвета, имели вид усеченного конуса 15-20 см высотой; их обычно носили без платка. Было принято носить (на манер соседних курдов и ассирийцев) и остроконечные конусообразные войлочные шапки, обматывая их сверху цветным или черным платком с геометрическим, реже растительным орнаментом.

Более сложным был женский головной убор, особенно у восточных армянок. Замужним женщинам надевали на голову своеобразную «башенку» высотой от 8 до 15 см, сделанную из нескольких слоев проклеенной мучным клейстером бумажной ткани. Эта «башенка» прикрывала половину лба, передняя часть украшалась расшитой лентой, обычно с геометрическим, реже растительным орнаментом. Под «башенку» на лоб повязывали ленточку с серебряными или золотыми монетами. «Башенку» повязывали несколькими (сложенными треугольником) белыми платками из хлопчатобумажной ткани. Одновременно эти платки обхватывали и шею. Нижнюю часть лица, до ноздрей, туго повязывали сначала белым, а затем и цветным, как правило, красным или зеленым, платком, а иногда был и третий. Концы этих платков завязывали или скрепляли на затылке.

Западные армянки носили разные головные ободки («котик», «вард») с украшениями, поверх которых набрасывали накидку. «Котик» был деревянный, довольно высокий, спереди его обшивали бархатом, расшитым жемчугом. К обшитой части «котика» пришивали тонкие серебряные пластинки-амулеты. «Вард» делали из нескольких проклеенных слоев бумажной ткани, обернутых бархатом. Спереди на нем с помощью искусной вышивки и тончайших кружев был изображен райский сад с цветами и птицами, а по бокам прикрепляли по большой пуговице (котош). Под вард на лоб подвешивали налобник с двумя рядами золотых монет и большой монетой в центре.

Начиная с 1915 года, армянское национальное платье вышло из повседневного употребления, символизируя сегодня старинную реликвию и память о предках, которую в настоящее время пытаются восстановить и сохранить.

В наши дни происходит возрождение традиционного костюма

в Армении, с целью сохранения одного из основных показателей культурных традиций народа. Все чаще можно увидеть использование национальных мотивов в современных коллекциях модельеров. Фольклорный аспект в современном костюме это актуальная тенденция современности. В связи с этим можно утверждать, что интерес к историческому наследию различных этнических групп не угаснет и в будущем, а будет вдохновлять творческие личности на создание новых шедевров, опираясь на богатую культурную историю не только армянского народа, но и всего человечества.

Библиография:

1. *Гадло А.В.* Этнография народов Средней Азии и Закавказья: традиционная культура: Учебное пособие.- СПб.: Изд-во С.-Петербургского университета, 1998.- 96 с. ISBN 5-288-02161-9

2. *Григорян Ф.Р.* Армянский национальный костюм. Ереван: Изд-во «Антарес», 2011.- 256 с.

3. *Тер-Саркисянц* А.Е. «Этнокультурные традиции Армении» (реферат)

4. Степанян Н.С. Искусство Армении: Черты историко-художественного развития. М.: изд. «Советский художник», 1989. – 452 с. 296 ил.

5. http://barevarmenia.ru/tourinfo/тараз-армянская-национальная-одежда/

К.Г. Шашкина

СУДЬБА КАРТОНОВ И ИСТОРИЯ СОЗДАНИЯ СЕРИИ ШПАЛЕР ПО ЭСКИЗАМ П.П. РУБЕНСА «ИСТОРИЯ АХИЛЛЕСА»

Цикл монументально-декоративных шпалер «История Ахиллеса» по проекту Питера Рубенса стал последним заказом по созданию шпалер для мастера. История картонов для данной серии до сих пор вызывает множество вопросов и споров среди исследователей. В статье представлены письма, свидетельства современников и документальные источники, проливающие свет на принципы и методы ведения работы Рубенсом, его связи с ткацкими мастерскими, а также степень участия художника в процессе ткачества шпалер.

The cycle of monumental and decorative tapestries «History of Achilles» of Peter Rubens project was the last order on the creation of tapestries for the master. Story of the boards for this series still raises a lot of questions and disputes among the researchers. The article presents the letters, testimonies of contemporaries and documentary sources that shed light on the principles and methods of Rubens work, his connections with the weaving workshops, as well as the degree of participation of the artist in the process of tapestries weaving.

Ключевые слова: шпалеры, картоны, Рубенс, Ахиллес, Брюссель, ткацкие мастерские.

Keywords: tapestries, cartoons, Rubens, Achilles, Brussels, weaving workshops.

Универсальность гения Питера Пауля Рубенса обеспечила ему место среди титанов искусства, чьи работы всегда будут источником

вдохновения для последующих поколений художников. Рубенс является воплощением фламандского барокко XVII века и одним из немногих мастеров, чье имя связано с целой эпохой.

Выставка «Питер Пауль Рубенс. История Ахиллеса» («Peter Paul Rubens. The life of Achilles»), прошедшая в 2003 г. в музее Бойманса ван Бёнингена в Роттердаме и музее Прадо в Мадриде, была призвана представить публике восемь гобеленов, иллюстрирующих эпизоды из жизни античного героя Ахиллеса. Данный заказ являлся не самым значительным для Рубенса, но количество и непревзойденное качество выполненных картонов и самих гобеленов, ставят «Историю Ахиллеса» в один ряд с самыми выдающимися произведениями автора.

Музеям Бойманса и Прадо пришлось объединить свои ресурсы для осуществления этого проекта, так как большинство картонов из данной серии шпалер находятся в этих коллекциях. Семь из восьми масляных картонов к циклу шпалер являются жемчужиной музея в Роттердаме, в то время как Прадо принадлежат три из восьми modelli (1) — более проработанных композиций Рубенса и его мастерской [2]. Все полотна были специально отреставрированы к выставке. Удалены пожелтевшие верхние слои старого лака, чтобы можно было увидеть мастерство техники художника в полном мере. Помимо работ из музеев в Роттердаме и Мадриде, выставка включала в себя несколько произведений из других частных и музейных коллекций. По материалам выставки был выпущен каталог с одноименным названием. Многие из представленных произведений уже были изучены в той или иной степени, результаты этих исследований освещены в монографиях и статьях. Хотелось бы особенно отметить две самые крупные публикации: том из цикла Corpus Rubenianum, изданный в 1975 г. Эгбертом Хаверкампом Бегеманном (Egbert Haverkamp Begemann), который начинал свою карьеру в музее Бойманса, и новаторскую публикацию профессора Юлиуса Хелда (Julius Held) «Масляные эскизы Питера Пауля Рубенса» («The oil scetches of Peter Paul Rubens») 1980 г. Однако следует сказать, что, несмотря на большой интерес со стороны исследователей к данной проблеме, многие вопросы так и не нашли ответов. И по настоящее время являются спорными и актуальными.

Питер Пауль Рубенс имел богатый опыт работы в шпалерном

проектировании, так как разработал эскизы и картоны для четырех монументальных серий. Из четырех циклов, которые он спроектировал, первый посвящен эпизоду из жизни римского консула Деция Муса и создавался с 1616–1618 гг. Серия состояла из восьми гобеленов, шесть из которых представляют собой повествовательные сцены, и двух межоконных полотен с трофеями и аллегориями. Второй цикл «История императора Константина», над которой мастер трудился предположительно в 1622 г., представлял двенадцать шпалер, иллюстрирующих жизнь христианского римского императора Константина. Гобелены были вытканы в мастерских Марка Команса и Франса ван дер Планша (Marc Comans and Frans van der Plancken). Возможно, заказчиком выступал французский король Людовик XIII. Третий цикл стал самым большим, грандиозным и роскошным. «Триумф Евхаристии» (ок. 1625 года) был заказом покровительницы Испанских Нидерландов Изабеллы Клары Евгении, дочери короля Испании Филиппа II. Цикл предположительно включал в себя двадцать шпалер (точное количество ковров до сих пор не установлено) и предназначался для монастыря Дескальсас Реалес в Мадриде. Последняя серия, над которой работал мастер, состоящая из восьми повествовательных сцен, «История Ахиллеса», создавалась с 1630–1635 г. (3). Серия начинается со сцены, на которой мать Ахиллеса Фетида окунает младенца в реку Стикс в надежде, что он обретет бессмертие. Только пятка, за которую она держала ребенка, не попала в воду, что и стало слабым местом героя. Последней сценой цикла является смерть Ахиллеса от отравленной стрелы, попавшей в пятку. Также в серию входят эпизоды «Обучение Ахиллеса», «Ахиллес и дочери Ликомеда», «Гнев Ахиллеса», «Возвращение Бресеи», «Фетида принимает оружие от Вулкана для Ахиллеса», «Ахиллес убивает Гектора». Многочисленные копии серии, вытканные в XVII веке, разошлись по миру. Ни один из вариантов не остался нетронутым. Та же участь постигла, как полагают, и первую оригинальную версию, вытканную в мастерской Даниэля Эггермана. К сожалению, нам ничего не известно о том, кто и по какой причине заказал цикл «История Ахиллеса». Об этом заказе нет упоминаний ни в одном письме художника. Часть писем личного характера Рубенс уничтожал. Соответственно, нет никаких представлений об интерьере,

в котором должны были размещаться шпалеры. Хотя, как мы уже знаем, Рубенс тщательно изучал интерьер, прежде чем взяться за работу. В качестве версий относительно заказчиков «Истории Ахиллеса» было предложено несколько имен. Среди них король Англии Карл I и король Испании Филипп IV. Однако подтвердить это какими-то фактами не представляется возможным. Существует упоминание о серии «История Ахиллеса» в инвентарных книгах тестя Рубенса Даниэля Фоурмена, датированное 1643 г. Там указывается, что, помимо шпалер, в доме тестя находились также восемь эскизов. Также возможно, что Даниэль владел и картонам к коврам [4]. В связи с этим многие исследователи считают, что Фоурмен, будучи шпалерным купцом, заказывал серии для массовых продаж, публичного рынка. Хотя, вероятно, что после женитьбы Рубенса и Елены Фоурмен 6 декабря 1630 г. шпалеры были принесены в дар художником как зятем (5).

Общение художника с заказчиком строилось весьма сложно и требовало значительного времени на предварительное обсуждение всех деталей. Например, в своем письме к Филиппу Шифле (Philippe Chifflet) от 15 февраля 1639 года. Рубенс признался: «Я признаю свое невежество». Священник Шифле попросил художника спроектировать шпалеры (6) по просьбе Кардинала Жана Франческо Гудини ди Баньо (Cardinal Gian Francesco Guidi di Bagno). Рубенсовское «невежество» заключалось в его неспособности понять поручение кардинала согласно присланному письму: «Дайте ему (Рубенсу) прямоугольный лист бумаги в размер стены в большом зале». Художник был сбит с толку. Раздраженный Рубенс отвечал: «Мсье. Признаюсь в моем неведении, поскольку я не понимаю, что именно Его Высокопреосвященство Кардинал Баньо подразумевал под словами: “дать ему на листе бумаги, как на продолговатой картине, размеры фасада большого зала” и т.д. Вы говорите со мной о серии шпалер, то есть имеется в виду целая история, разделенная на семь-восемь изображений, а Монсеньер Кардинал упоминает только одно изображение. К тому же подобное дело требует осмотра места и подробных сведений относительно размеров, пропорций и количества шпалер. Но самое главное, прошу Вас, сообщите Его Высокопреосвященству, что сам я не здоров, поскольку подагра очень часто не позволяет мне держать в руке перо и кисть…»

[7]. Из письма следует, что художник болел, и выполнить подобный заказ ему было крайне тяжело физически. Спустя год Рубенс скончался, а заказ так и не был выполнен. Однако его комментарии относительно проектирования шпалер проливают свет на принципы ведения работы мастера при создании картонов для настенных ковров.

Предположительно с 1630–1635 гг. Рубенс вел тщательную подготовительную работу к серии шпалер «История Ахиллеса». Сначала он сделал восемь масляных эскизов на панелях — bozzeti, которые впоследствии послужили эскизами для полотен в два с половиной раза больше размером — modelli. Они, в свою очередь, и стали примером для картонов, в четыре раза больше исходного размера, которые использовали уже ткачи в мастерской. Все шестнадцать панелей сохранились, но картоны утеряны безвозвратно. Семь из восьми первоначальных эскизов сейчас хранятся в музее Бойманса в Роттердаме. Рабочие эскизы рассредоточены по разным музеям. Три полотна находятся в музее Прадо в Мадриде, два — в Музее изящных искусств в Пау (Musée des Beaux-Arts — Ville de Pau), два — в галерее института искусств Курто в Лондоне, и один — в музее Джона и Маблл Ринглинг в Сарасоте (John and Mable Ringling Museum in Sarasota).

Производство новой серии — весьма дорогостоящая работа, а в случае с «Историей Ахиллеса», которая является «безымянным» заказом, создание подобного проекта без каких-либо точных указаний и пожеланий конкретного заказчика было бы весьма рискованной затеей. Хотя у купцов и ткачей Антверпена хранились шпалеры на продажу, действительно дорогостоящие и прекрасные ковры, они ткали исключительно по договору. Первое издание «Истории Ахиллеса» было выполнено из шерсти и шелка с добавлением дорогостоящей серебряной нити. В XVII столетии серебряную нить перестали использовать в ткачестве шпалер [8], что наводит на мысли именно о специальном заказе серии. Есть вероятность, что Фоурмен был привлечен в качестве агента с самого начала и отслеживал процесс создания серии от первых эскизов до окончательного выполнения на ткацком станке. Возможно, что официальный запрос поступил именно от Фоурмена, но некая третья сторона была обязана купить первое издание ковров. Ввиду ссылок в инвентаре Фоурменов, есть вероятность того, что картоны и эскизы

были у него ранее или поступили позже, после того, как первый заказ был выполнен. Стоит отметить, что сам Рубенс довольно много знал о шпалерном производстве. В письме к сэру Дэдли Карлтону от 12 мая 1618 года он говорит: «Что касается шпалер, то я мог бы быть весьма полезен этому купцу, другу Вашего Превосходительства, поскольку нахожусь в постоянных сношениях с брюссельскими ткачами благодаря постоянным заказам на работы этого рода, которые я получаю из Италии и других стран» [9]. В таком случае, участие посредника в лице Фоурмена художнику было абсолютно не нужно.

Точная дата выпуска первой серии неизвестна. Подлинным циклом принято считать восемь полотен, которые находились в коллекции французского короля Луи-Филиппа I и были распроданы на аукционе после его смерти 28 января 1852 г. (10). На шпалерах стоит клеймо мастерской Даниэля Эггермана, которая тесно сотрудничала с Рубенсом и имела оригинальные modelli художника к серии. По характеру каймы мы также можем судить о том, что это первое издание, так как на более поздних копиях кайма не соответствует рисункам Рубенса. Особенно интересен выбор сюжета. Сцены Троянского цикла чаще всего встречаются в керамике и масляной живописи. В эстетику барочной культуры, с ее любовью к динамичному движению и человеческому телу, данная тематика вписывалась как нельзя лучше. Однако шпалеры, повествующие об истории Ахиллеса, ранее не встречаются. И после Рубенса, кроме копий с его серии, ковры также отсутствуют. Сложив вместе такие факты, как нетрадиционная сюжетная линия, использование редкого материала (серебряной нити) и клеймо известной мастерской, с которой сотрудничал художник, мы можем предположить, что цикл шпалер «История Ахиллеса» является заказом уникальным и статусным. Возможно, заказчиком выступила семья Паллавичини, для которой, предположительно, художник создал «Историю Деция Муса». Будучи поклонником и знатоком античной культуры, Рубенс наверняка опирался на «Илиаду» Гомера и другие источники, повествующие об Ахиллесе. Вероятно, мастер обсуждал некоторые детали с заказчиком или друзьями. Решение сделать именно восемь ковров, скорее всего, было продиктовано местом, для которого они предназначались, в то время как от содержания сюжета зависел размер гобелена и его

формат. При проектировании шпалер необходимо было учитывать несколько факторов. Брюссельские ткачи всегда использовали модели в размер самих шпалер. Как правило, картон состоял из нескольких кусков бумаги, склеенных между собой. Композиции выполнялись черным мелом или акварелью. Картоны нарезались полосками от 50 до 80 сантиметров в ширину. Это оптимальный размер для удобной и качественной работы ткача. Работу выполняли на басслиссе — горизонтальном станке с низкой основой, таким образом, изображение ткалось из стороны в сторону, а не сверху вниз. Размер станка определял максимальную высоту полотна, в то время как длина была не ограничена. Полосы картона крепились под основу для более удобного переноса рисунка. Узлы нитей подвязываются со стороны, обращенной к ткачу, тем самым получается, что лицевая сторона гобелена находится с другой стороны под основой и представляет собой идеальное, гладкое полотно. Готовый гобелен являлся оборотной стороной относительно ткача. Такой нюанс всегда учитывался при проектировании. Например, фигуры изображались как бы левой рукой, чтобы на шпалере быть вытканными по правую руку.

Изготовление картонов более четырех метров в высоту потребовало большой работы мастерской Рубенса. Удивительно, но, имея богатый опыт создания шпалер, Рубенс так и не выработал единой схемы действий. Эскизы к предыдущим сериям были сделаны совсем иначе и другими материалами. Так, например, при работе над циклом «Триумф Евхаристии» Рубенс сначала выполнил небольшие эскизы маслом на деревянных панелях, затем перенес их на более большой формат — modelli. Он соблюдал хронологическую последовательность повествования при работе над эскизами. В случае с циклами «История императора Константина» и «Деций Мус» художник начинал работу сразу с modelli. Хотя, конечно, для отдельных фигур и композиций все же пришлось делать эскизы. Картоны были скопированы с modelli. Для обеих серий эскизы выполнены на бумаге в традиционной технике. Для «Триумфа Евхаристии» и «Истории Ахиллеса» Рубенс и мастерская создали огромные полотна масляной живописью. Предполагаемые размеры шпалер должны были соответствовать размерам панелей Рубенса. В этом отношении мастер был более определенным, чем при

подготовке предыдущих серий. Так, размеры modelli как Деция Муса, так и Константина, видимо, не имеют никакого отношения к реальным размерам ковров. Например, отдельные панели имеют разную высоту, в то время как гобелены все одинаковой высоты.

Много внимания исследователи уделяют сотрудничеству Рубенса и его мастерской. Французский теоретик Роже де Пиле отмечает, что у маэстро были достаточно опытные ученики, которые способны выполнить большое количество полотен с эскизов мастера [11]. Многие художники XVII века прибегали к помощи учеников, но только Рубенсу удалось превратить подмастерье в некое подобие кустарной мануфактуры. Договариваясь о заказе, художник всегда спрашивал и уточнял, как именно выполнить заказ: собственноручно или при помощи учеников мастерской. Соответственно, цена такой работы заметно отличалась. Если художник персонально участвовал во всех этапах создания полотна, цена была значительно выше. Как правило, сумма отличалась более чем в два раза. Иногда мастер признавал, что среди учеников не может найти никого, кто мог хотя бы поверхностно выполнить ту или иную работу, и брался за нее лично. Эскизы к серии шпалер «Истории Ахиллеса» считаются полностью работой Рубенса. Однако у экспертов есть разные мнения и на этот счет из-за того, что часто руку мастера трудно отличить от ученика.

Modelli были созданы, главным образом, в качестве образцов для картонов, а также, чтобы иметь полное представление о том, как будут выглядеть гобелены. Конечно, эскизы должны быть выполнены блестяще, но не обязательно рукой самого мастера. Это только повысило бы цену работы и, по-видимому, делалось в редких и исключительных случаях по особым заказам. Обследование рентгеном показало, что первый слой масляных эскизов выполнен с особой тщательностью, вплоть до самых мельчайших деталей. Некоторые изменения наблюдаются уже на более позднем этапе. Можно предположить, что изменения внесены учениками мастерской. То, что Рубенс слепо следовал первоначальному эскизу, верится с трудом. Он был довольно смелым и стихийным художником. Однако вряд ли художник лично вносил какие-то

коррективы. В любом случае, именно этот момент остается неясным, так как нам совершенно не известна степень свободного творчества помощников художника. Может быть, им было разрешено менять некоторые детали в процессе письма. Может, Рубенс лично присутствовал и просил что-либо поправить. В целом modelli мало отличаются от эскизов. Лишь слегка может быть перемещена нога или рука, добавлен некий атрибут для идентификации божества или перекрашены одежды. Интересно, что почти все путти с гирляндами в верхнем бордюре композиции были смещены ближе к повествовательной сцене.

К сожалению, не осталось даже небольших фрагментов от огромных картонов. Мы знаем об их существовании лишь из документальных источников. Первое упоминание датируется 1658 г., когда Хендрик Ленартс (Hendrick Lenaerts) заявил, что пять лет назад купил у Питера ван Хекке-младшего и Питера Фоурмена (сына Даниэля Фоурмена) «оригинал картонов о жизни Ахиллеса, написанных г-ном Педро-Паулу Рубенсом, состоящий из восьми эскизов и девяти больших листов бумаги» [12]. Последний раз картоны упоминаются в документах в сентябре 1685 г., когда Ян ван Лифдэйл, сын Вилльяма Лифдэйла, продал половину доли отца «масляными панелями и эскизами», «включающих вторую часть Ахиллеса и прилагаемых к нему эскизов» своей сестре Марие ван Лифдэйл и ее мужу Яну Карелу ван Дениму [13]. С тех пор об их судьбе ничего неизвестно, но, вероятно, они не сохранились. В XVII в. в Брюсселе была распространена практика передачи картонов от одной мастерской к другой, особенно картонов Рубенса. Например, согласно договору от 1618 г., первая серия, спроектированная художником, «История Деция Муса», принадлежала Яну Райсу и купцу Франсу Свиртсу [14]. Однако на некоторых коврах стоит клеймо таких ткацких мастерских, как Ван Лифдэйла и Ван дер Стрекена (Вена, коллекция князей Шварценбергов / Vienna, Schwarzenberg Collection), Франсуа ван дер Хекке (Краков, замок Вавель; музей Ватикана; Мондови, Епископский дворец / Cracow, Wawel Castle; the Vatican Museums; Mondovi, Episcopal Palace), Яна Рая и Михаэля Ваутерса в Анверпене (Женева, музей Искусства

и истории / Geneva, Musee d'Art et d'FIistoire) [15]. Аналогичная история случилась и с «Триумфом Евхаристии». Первый вариант, заказанный инфантой Изабеллой, выткан консорциумом Райсов, Гебельсов, Вервоертов и Фобертов по масляным полотнам в натуральный размер. Чуть позже картоны, по-видимому, перевели на бумагу и использовали только в мастерской Франсуа ван дер Хекке, а затем в мастерской его сына Яна Франса. Затем права на какую-то часть картонов могли продаваться. И даже если картоны оставались во владении конкретной мастерской, акционеры имели право на свою долю с продажи готовых шпалер [16].

Как мы уже выяснили, картоны, как правило, представляли собой бумагу, на которой изображались сцены черным мелом, акварелью или масляной краской. Нет никаких сомнений, что картоны для цикла «История Ахиллеса», а также утерянные картоны для серии «История императора Константина» были выполнены в одной технике. В то время как картоны для других работ («История Деция Муса» и «Триумф Евхаристии») сделаны маслом на панелях и холсте. Многие исследователи уверены, что их колоссальные размеры позволяют говорить, что над ними работала мастерская Рубенса под его пристальным вниманием.

Процесс создания бумажных картонов требует особых навыков, поэтому выполнять их должны художники, специализирующие в этой области. Возможно, Рубенс нанимал специалистов для такой работы. Самый известный художник-картоньер — Якоб Йорданс, который был также знаменит благодаря своим живописным полотнам. Он разрабатывал картоны для нескольких серий, и в этом также помогали ученики из его мастерской [17]. Благодаря знакомству с Рубенсом, немецкий художник и биограф Иоахим фон Зандтрарт (Joachim von Sandrart) заказал у Йорданса большие картоны по мотивам масляных эскизов серии шпалер Рубенса для короля Испании (18).

Картоны к серии «История Ахиллеса» были собственностью партнеров Даниэля и Питера Фоурменов и Питера ван Хекке. Они перепродали их Яну ван Лифдэйлу и Джерарду ван дер Стрекену, которые являлись купцами и ткачами. Известно, что на шпалерных

складах ткачи хранили ковры вместе с эскизами и картонами. Это было практично и целесообразно. Когда заказчик приходил на склад, то намного удобней было сначала показать ему небольшого размера modelli, чтобы он точно определился с выбором серии. К тому же в таком формате хорошо прослеживалась общая композиционная задумка и вся концепция серии. Также на месте можно было выяснить интересующие заказчика вопросы, подобрать другую кайму.

Назначение Рубенса, вероятно, заканчивалось после передачи ткачам картонов и modelli. Хотя контракт на «Деция Муса» содержит упоминание о том, что Рубенс обязательно оценит и проверит готовые гобелены. Если маэстро одобрит работу, то ткачи получат вознаграждение в размере одного флорина за локоть в дополнение к основной сумме равной 22 флоринам за локоть вытканной поверхности. Окончательная оценка такого рода была распространенной практикой, но ее редко осуществлял художник, который выполнял проект серии. При жизни художника цикл Ахиллеса был выткан один или два раза. На сегодняшний день известна лишь одна серия, которая действительно была выткана до смерти Рубенса в 1640 г.

Инвентарная опись имущества Даниэля Фоурмена, тестя Рубенса, была проведена 23 июля в 1643 г. Она включала восемь «эскизов на панелях» для цикла Ахиллеса, а также десять частей вытканных камерных шпалер, каждая из которых по шесть локтей в высоту. Картоны в списке отсутствовали, и, скорее всего, все еще находились у ткачей. К тому моменту по ним уже были вытканы ковры в мастерской Даниэля Еггермана и его сына, а также у Яна Райса, который, как мы знаем, подписал контракт с купцом Антонио де Пасом 7 октября 1642 года [19]. В любом случае, инвентарная опись подтверждает, что картоны принадлежали компании, владельцем которой был сын Даниэля Фоурмена Питер. Некоторое время спустя, 28 апреля 1653 года, Фоурмен и Ван Хекке продали восемь эскизов и девять картонов Анверпенскому купцу Хендрику Ленарту (Hendrik Lenaerts) и брюссельские шпалеры ткачей Яна ван Лифдэйла и Джерарда ван дер Стрекена, каждый из которых получил

равную долю [20]. Привлекая коммерсанта к сделке, ткачам удалось хорошо сэкономить на первоначальных капиталовложениях, хотя это давало ему право на свою долю прибыли с каждого вытканного варианта.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что с заказом серии «История Ахиллеса» далеко не все понятно. Мы не можем дать точной информации касательно конкретного интерьера, имени заказчика и дальнейшей судьбы картонов. По инвентарным описям лишь ясно, что эскизы неоднократно перепродавались. Шпалеры предположительно первого издания разбросаны по миру. Некоторые ковры хранятся в частных коллекциях и не выставляются. Что-то принадлежит музеям и экспонируется или же находится в консервации. Надеемся, что дальнейшее изучение материала даст ответы на имеющиеся вопросы.

Примечания:

1. Самые первые эскизы Рубенс писал маслом на деревянных панелях. Их принято называть bozzeti. Затем с bozzeti выполнялись эскизы, увеличенные в два с половиной раза. Именно эти полотна исследователи творчества художника обозначают термином modelli. С modelli рисовали картоны для шпалер. См.: *Brilliant V*. Triumph and Taste. Peter Paul Rubens at the Ringling museum of art. — Scala Published Ltd, 2011. — P. 36–37.

2. *F.Lammertse and A.Vergara with contributions by A.Boersma, G.Delmarcel and F.Healy.* Peter Paul Rubens: The Life of Achilles. — NAi Publishers Rotterdam, 2004. — P. 8.

3. Датировка является приблизительной. Существует версия, что более точные годы создания — это 1632–33. Однако вывод сделан исключительно после изучения стилевых особенностей ковров и сравнения с периодами творчества Рубенса.

4. *F.Lammertse and A.Vergara with contributions by A.Boersma, G.Delmarcel and F.Healy*. Peter Paul Rubens: The Life of Achilles. — NAi Publishers Rotterdam, 2004. — P. 59–63.

5. Данная версия впервые была предложена Крик-Кюнсгером

(Crick-Kuntziger) в 1934. В дальнейшем ее развил Хаверкамп Бегеман (Haverkamp Begemann) в 1975, p. 16–17.

6. О какой именно серии идет речь — неизвестно.

7. Егорова К.С. Петер Пауль Рубенс. Письма, документы, суждения современников. — М.: Искусство, 1977. — С. 290–291.

8. *F.Lammertse and A.Vergara with contributions by A.Boersma, G.Delmarcel and F.Healy.* Peter Paul Rubens: The Life of Achilles. — NAi Publishers Rotterdam, 2004. — P. 14, 35.

9. См. там же*, с*. 98.

10. Ковры приобрел барон Тенар. Его наследники распродали полотна в 1931 г. вместе с недвижимостью. Шпалеры были куплены другими членами семьи. Позднее серия была частично распродана. Четыре ковра в 1954 году отправились в коллекцию дома Браганса (ныне Вила-Висоза, Португалия), два ковра в 1970 году были проданы в Париже. См.: *F.Lammertse and A.Vergara with contributions by A.Boersma, G.Delmarcel and F.Healy.* Peter Paul Rubens: The Life of Achilles. — NAi Publishers Rotterdam, 2004. — P. 35.

11. De Piles 1767 (ed. princ. 1699), p. 341. *См. сноску* № 49 (*F.Lammertse and A.Vergara with contributions by A.Boersma, G.Delmarcel and F.Healy.* Peter Paul Rubens: The Life of Achilles. — NAi Publishers Rotterdam, 2004. — P. 21).

22. *Duverger* E. Tapijten naar Rubens en Jordaens in het bezit van het Antwerps handelsvennootschap Fourment-van Hecke // Artes Textiles, Bijdragen tot de geschiedenis van de tapijt-, borduur- en textielkunst. — 1971. — № 7. — P. 157–158.

13. *F.Lammertse and A.Vergara with contributions by A.Boersma, G.Delmarcel and F.Healy.* Peter Paul Rubens: The Life of Achilles. — NAi Publishers Rotterdam, 2004. — P. 34.

14. *Duverger J.* Aantekeningen betreffende de patronen van P.P.Rubens en de tapijten met de geschiedenis van Decius Mus // Gentse bijdragen tot de Kunstgeschiedenis. — 1976–1978. — № 24. — P. 15–42.

15. *F.Lammertse and A.Vergara with contributions by A.Boersma, G.Delmarcel and F.Healy.* Peter Paul Rubens: The Life of Achilles. — NAi Publishers Rotterdam, 2004. — P. 34.

16. См. там же.

17. European tapestries in the Art institute of Chicago / Koenraad Brosens; with contributions by Pascal-François Bertrand [et al.]; Christa C. Mayer Thurman, general editor. — Chicago: Art institute of Chicago; New Haven; Yale university press, cop. 2008. — P. 393–395.

18. Иоахим фон Зандтрарт, немецкий историк искусства и переводчик, в своем труде «Teutsche Academie der Edlen Bau-, Bild- und Mahlerey-Kunste» (Neurenberg, 1675, p. 336) говорит о некой серии шпалер (до сих пор неясно, какой именно). Удивительно, но он утверждает, будто Рубенс специально поручил Йордансу данный заказ, чтобы отвлечь художника от масляной живописи. Делалось это с умыслом, чтобы Йорданс не смог достичь еще больших высот в живописи. Нам эта версия кажется сомнительной, потому как известно, что у художников были дружественные отношения, и маэстро никогда не мешал своим ученикам добиваться успеха в самостоятельном творчестве.

19. *Duverger* E. Tapijten naar Rubens en Jordans in het bezit van het Antwerps handelsvennootschap Fourment-Van Hecke // Artes Textiles. Bijdragen tot de geschiedenis van de tapijt-, borduur- en textielkunst. — 1971. — № 7. — P. 150, 164.Также см.: *Haverkamp Begemann E*. The Achilles Series. Corpus Rubenianum Ludwig Burchard, X. — Brussels, 1975. — P. 82–83.

20. Там же, с. 157–159. Документ от 3 сентября 1660 года, по-видимому, подтверждает бумагу о сделке 1653 года. Подробнее см.: *Duverger E*. Les tapisseries d`Octavio Piccolomini et le marchand anversois Lois Malo // Interuniversitair Centrum voor de geschiedenis van de Vlaamse tapijtkunst. Verhandelingen en Bouwstoffen, 11. — Sint-Amandsberg, 1970. — P. 100, doc. VII (statement by Frans de Smit, 23 November 1658).

Библиография:

1. Егорова К.С. Петер Пауль Рубенс. Письма, документы, суждения современников. — М.: Искусство, 1977.

2. *Haverkamp Begemann* E. The Achilles Series. Corpus Rubenianum Ludwig Burchard, X. — Brussels, 1975.

3. *Duverger* E. Tapijten naar Rubens en Jordans in het bezit van het Antwerps handelsvennootschap Fourment-Van Hecke // Artes Textiles.

Bijdragen tot de geschiedenis van de tapijt-, borduur- en textielkunst. — 1971. — № 7.

4. European tapestries in the Art institute of Chicago / Koenraad Brosens; with contributions by Pascal-François Bertrand [et al.]; Christa C. Mayer Thurman, general editor. — Chicago: Art institute of Chicago; New Haven; Yale university press, cop. 2008.

5. *F.Lammertse and A.Vergara with contributions by A.Boersma, G.Delmarcel and F.Healy.* Peter Paul Rubens: The Life of Achilles. — NAi Publishers Rotterdam, 2004.

6. *Brilliant V.* Triumph and Taste. Peter Paul Rubens at the Ringling museum of art. — Scala Published Ltd, 2011.

7. *Denuce J.* Antwerpsche tapijtkunst en handel (Bronnen voor de geschiedenis van de Vlaamsche kunst, 4). — Antwerp, 1936.

8. *Duverger J.* Aantekeningen betreffende de patronen van P.P.Rubens en de tapijten met de geschiedenis van Decius Mus // Gentse bijdragen tot de Kunstgeschiedenis. — 1976–1978. — № 24.

9. *Rooses* M*., Ruelens Ch.* Codex Diplomaticus Runianus. Documents relatifs a la vie et aux oeuvres de Rubens, vol. 3. — Antwerp, 1887–1909.

10. Сайт «Bampfa beta». — URL: http://www.bampfa.berkeley.edu/projects/rubens/exhibition/history7detail.html (дата обращения: 9.10.2015).

М.В. Решетникова

ДОМ МОДЫ «ИРФЕ» — РУССКИЙ «ДУХ» ПАРИЖСКОЙ МОДЫ

В статье рассматриваются основные стилистические направления русских домов моды, открытых русскими эмигрантами в Париже в 1920-х годах, в частности, дома моды «ИРФЕ». Стилевая линия анализируется в контексте исторического развития Дома Моды.

This article covers the fundamental stylistic tendencies of Russian fashion houses, opened by Russian immigrants in Paris in the 1920s in particular the «IRFE» fashion house. The stylistic line is analyzed in the context of historical development of this fashion house.

Ключевые слова: мода 1920-х, ар-деко, русская эмиграция, «ИРФЕ», русские Дома Моды, Русское Зарубежье, костюм.

Keywords: fashion trends of the 1920s, art deco, Russian emigration «IRFE», Russian fashion houses, Russian abroad, costume.

Русские Дома Моды в Париже возникли с первой волной послереволюционной эмиграции и всецело были связаны с ассимиляцией русской культуры на Западе, став частью такого уникального культурного явления, как Русское Зарубежье. В двадцатые годы XX века именно русские Дома Моды открыли Россию, со всей ее самобытностью стиля и национальным своеобразием, мировому сообществу в области дизайна моды.

В Париже, как и во многих других крупных европейских центрах, среди огромного количества русских эмигрантов, оказавшихся после февральской революции 1917 года, были представители самых разных профессий, в том числе, и творческих — деятели литературы,

изобразительного искусства, музыки, театра, оставившие заметный след в культуре Русского Зарубежья. Однако наибольшую роль в становлении и развитии такого явления, как Дом Моды, сыграл именно круг эмигрантов, не связанных с какой-либо определенной профессиональной сферой. Представителями этого кластера стали выходцы из дворянских и княжеских домов Российской Империи. Во многом это было связано с традициями воспитания, с приобщением к рукоделию, с культурой быта и одежды, особенно ценившимися и передававшимися по наследству в русских дворянских и аристократических семьях.

В кратчайший промежуток времени — с середины двадцатых по середину тридцатых годов — выходцами из высших российских сословий были открыты всевозможные модные предприятия с целью обрести финансовую поддержку, найти себе применение в новых условиях жизни. На деле они оказались призванными сохранить, развить и ассимилировать русские культурные традиции в условиях эмиграции. Именно с легкой руки представителей дворянской элиты — княгини Марии Павловны Путятиной (Романовой), княгини Воронцовой-Дашковой, бывшей фрейлины императрицы Александры Фёдоровны Бэтти Бизард, графини Орловой-Давыдовой и многих других знатных дам Российской Империи были открыты Дома Моды, оставившие заметный след в истории Русского Зарубежья. Так, в начале двадцатых годов в Париже открылись такие модные Дома, как «Китмир», «Имеди», «Итеб», «Миеб», многочисленные Дома шляпной моды, мехов и аксессуаров.

Однако среди всех европейских Домов Моды, существовавших в первой половине XX столетия, едва ли можно найти еще один, отмеченный таким ореолом исторической исключительности, как Дом Моды «ИРФЕ», основанный в 1924 году в Париже княжеской четой Юсуповых.

Князь Феликс Феликсович Юсупов, граф Сумароков-Эльстон-младший — родовитый аристократ, представитель древнего княжеского рода, обладавшего колоссальным состоянием, сравнимым, пожалуй, лишь с императорским. Выросший во дворцах, воспитанный в одной из самых почтенных семей России, Феликс Юсупов обладал

безупречным вкусом, который формировался его светским окружением и средой жизни. Дворцы, имения, коллекции живописи, скульптуры, принадлежавшие роду, среди которых прошло детство будущего владельца и непосредственного дизайнера модного Дома, во многом стали сильным фактором в формировании его вкуса и источником вдохновения в реализованных проектах в области моды.

В 1914 году состоялась свадьба Феликса Юсупова и Ирины Александровны Романовой, племянницы Николая II, ставшая, к слову, последней в Российской Империи церемонией бракосочетания императорской семьи. После Октябрьской революции Юсуповы обосновались в Париже. Именно здесь в середине 1920-х годов было открыто их детище — один из самых ярких и популярных среди парижской аристократии, дом моды «ИРФЕ».

Одной из предпосылок создания ателье в 1924 году, выросшего со временем в крупный Дом Моды с несколькими филиалами, стало появление школы художественных ремесел, открытой по инициативе Ирины Юсуповой. Управление было поручено профессору Н.В.Глобе, а позднее его заменил близкий друг семьи — Ю.Шапошников. На обучение принимались эмигрантки, впоследствии занявшие должности белошвеек и вышивальщиц в мастерских «ИРФЕ». Многие виды ремесел, такие как вышивание, вязание, преподавала сама хозяйка.

Идея открытия ателье возникла у князя после поездки в Америку, где ювелирному Дому «Картье» была продана дорогая фамильная драгоценность — бриллиант «Полярная звезда», на средства от продажи которого и было открыто дело. Вскоре после возвращения из Нью-Йорка Феликс Юсупов арендовал помещение на улице Облигадо в студии художника, преподававшего рисование. Феликс Юсупов сам разработал эмблему Дома, состоявшую из лигатуры первой буквы дворянской фамилии «Y» и дополненную короной рода, или, как ее еще называют, «княжеской шапкой», увенчанной георгиевским крестом. Правда, к моменту открытия ателье от богатств Юсуповых уже почти ничего не осталось и средств на развитие не хватало. Однако в том же 1924 году, в феврале, в отеле «Ритц» Юсуповы все же продемонстрировали свою первую коллекцию на модном дефиле в числе других, уже известных, марок. Участие в этом показе стало знаменательным началом будущего

успеха. Зал рукоплескал первой коллекции «ИРФЕ», представленной лично княгиней Ириной Юсуповой, графиней Мией Оболенской и княгиней Воронцовой-Дашковой.

Говоря о стиле новоявленного модного Дома, стоит сказать, что из двух направлений, сложившихся в Европе в качестве анагенеза русской художественной традиции, «ИРФЕ» выбрал наиболее светский, рафинированный, но и, одновременно, более сложный путь. Первое направление было представлено такими объединениями, как «Талашкино» и «Русские кустари». Оно поддерживало традиционные народные ценности, связанные с разнообразными национальными культурами народов России. Вышивки, кружева, плетения этих предприятий отличались высоким качеством исполнения, романтикой фольклора, поэтому были далеки от современной стилистики. Их творчество было направлено на консервацию народных традиций и их развитие исключительно в лоне национальных обычаев.

Другое направление было более прогрессивным, основанным на консолидации отечественной и европейской культуры. Это был конформистский путь, способствовавший введению русской национальной линии в мировую моду. Направление было востребовано в светском обществе.

Уже первая коллекция «ИРФЕ», увидевшая свет в 1924 году, имела ощутимый современный, интернациональный характер. Модельерами выступали сами владельцы, а также брат Ирины князь Николай Романов с женой княгиней Воронцовой-Дашковой, близкие друзья семьи Михаил и Нонна Калашниковы. После первого дефиле в отеле «Ритц» журналисты писали: «Оригинальность и рафинированность вкуса, тщательность работы и художественное видение цвета, сразу же поставили это скромное ателье в ранг больших Домов Моды» [1]. В действительности, здесь просматривались все признаки остроты и «революционности» костюма — платья носили андрогенную форму и ясно отвечали вошедшему в моду с легкой руки Шанель стилю «a la garcon».

На сегодняшний день сохранившихся моделей Дома «ИРФЕ» всего две — обе они находятся в музеях Нью-Йорка. О стиле дома можно судить по фотографиям княгини Ирины, не только владелицы,

но и постоянной манекенщицы Дома, и иллюстрациям французских журналов — «Paris Elegance» , «L' art et La Mode» и «Vogue». Так, на одной из фотографий 1924 года Юсупова предстает в костюме «ИРФЕ»: на ней черное платье с модной заниженной талией и актуальная для середины десятилетия шляпка — клош, более напоминающая даже восточный тюрбан, и, конечно же, главный тренд парижской моды тех лет — удлиненная нитка жемчуга на шее. По сути, от русского стиля, в его привычном понимании, здесь нет практически ничего. Стилистика скорее отвечает требованиям современного для двадцатых годов ар-деко, нежели российскому традиционализму. В этом и отразился путь как «ИРФЕ», так и многих других русских Домов Моды в Европе и, в частности, во Франции. Произведения, созданные ими, были призваны не к конфронтации с европейскими стилевыми предпочтениями, а к слиянию с ними, обретению актуальности и единства стилистических решений.

Стиль «ИРФЕ» никогда не отличался увлеченностью национальным романтизмом и эклектикой, а охранительные тенденции «русской» линии всегда носили здесь едва уловимый характер. В этом проявились личные стилевые предпочтения как хозяев, так и заказчиков. Большую часть клиентуры «ИРФЕ» составляли представители высшего общества — светские дамы, внимательно относящиеся к модным тенденциям, поэтому большая часть коллекций Дома моды «ИРФЕ», стремящегося идти «в ногу» со временем, была выполнена в стилистике утверждавшегося ар-деко. Однако многие клиентки Дома приходили в «ИРФЕ» именно за традиционными русскими аксессуарами, экзотическими для французского общества — кокошниками, диадемами, расшитыми жемчугом и золотыми нитями, платьями типа «сарафан». Такой заказчицей оказалась, например, мадам Хуби, ставшая впоследствии верной спутницей семьи Юсуповых. С ней владельцы познакомились почти сразу после открытия нового помещения, на улице Дюфо, 19, более крупного, ставшего необходимым после дефиле в «Ритце». О знакомстве с мадам Хуби Феликс Юсупов записал в своих мемуарах: «Первый ее приход стал сенсацией. В салоне шел показ моделей, народу было уйма. Вступила она в зал, ведомая шофером и лакеем… Новая заказчица с трудом разместилась на канапе и громовым басом потребовала: “Подать сюда князя! И водки”» [2]. Эта

зарисовка свидетельствовала о том, что «ИРФЕ», как и многие русские заведения в Париже, стали местом, куда приходили, в первую очередь, за ароматом Родины или за славянской экзотикой.

Первым заказом, сделанным мадам Хуби, был кокошник и пятнадцать платьев. Несколько дней спустя Нонна Калашникова привезла заказчице шитый золотом кокошник с драгоценными камнями и жемчугом, который мадам Хуби хранила до последних своих дней, эпатируя публику эксцентричным аксессуаром.

Успех «ИРФЕ» возрастал с каждым днем — клиенток было довольно много, привлекались они, как правило, из света, где княгиня Ирина появлялась в нарядах собственного производства. Однако, помимо такого способа рекламы, владельцам пришлось прибегнуть и к помощи профессионального агента — пласьержки. Посредником был выбран Жорж Кюэвас, близкий знакомый семьи Юсуповых, вращавшийся в обществе и имевший связи в богатейших кругах. В своих мемуарах князь Феликс пишет о том, что именно стараниями Жоржа Кюэваса Дом стал известен и «пошел» [3]. После того, как на Юсуповых «посыпались» заказы, снова возникла необходимость расширения помещения, и в аренду был взят второй этаж здания на улице Дюфо, чтобы разместить там мастерские. Популярность Дома росла очень быстро, и к 1925 году у владельцев появилась возможность открытия новых отделений.

Первый филиал «ИРФЕ» появился в Туке, его ведение было поручено супруге князя Гавриила Кирилловича Романова, двоюродного брата княгини Ирины, бывшей балерины Императорского театра, прекрасно разбиравшейся в моде и искусстве. Позже было открыто еще два филиала — в Лондоне, на Беркли-Стрит, и в Берлине — в Доме Радзивиллов на Паризенплатц.

В 1926 году «ИРФЕ» находится на пике своей популярности и успешности. Дом представляет собственную парфюмерную линию. Вслед за Шанель Феликс и Ирина Юсуповы называют свои духи наименованием фирмы — «ИРФЕ». Ароматов было четыре: «Blonde» — для блондинок, «Brunette» — для брюнеток, «Titiane» — для шатенок и «Grey Silver» — для женщин элегантного возраста. Один из ароматов получил название «Mari» в честь императрицы Марии Федоровны. Авторами ароматов были Феликс и Ирина. Дизайн же

рекламного плаката духов, изображающий прямоугольный флакон с граненым черным колпачком, создала близкий друг семьи — принцесса Маргарита Греческая. В период своего наивысшего расцвета Дом Моды часто сотрудничал с художниками, привлекаемыми «со стороны». Так, например, знаменитая в двадцатые годы художница-эмигрантка Мария Воронцова-Стебельская, более известная, как Маревна, не раз создавала эскизы аксессуаров и изготавливала вручную пояса и ткани на грузинские и русские мотивы для коллекций «ИРФЕ». Подобные изделия, выполненные в традиционном русском ключе, с обилием жемчуга, вышивок и драгоценных камней, создали так называемый «лейтмотив» в стилистической линии. Однако, кроме русской темы, существовало множество других направлений, активно развиваемых Домом. Все они способствовали сложению репутации «ИРФЕ» как бренда, работающего в самых разнообразных направлениях, не испытывающего страха перед любыми экспериментами в области цвета, конструкции и декора, но при этом умеющего сохранить свой собственный, авторский стиль. Именно к этому и стремились владельцы.

Так, в сезонах 1925 и 1926 годов стиль «ИРФЕ» претворился в росписях по шелку. В коллекции этого времени входили модели из расписанного вручную шелка в технике батика. Журнал «Vogue» печатает на своих страницах изображения платьев фасонов «летучая мышь» очень оригинального для своего времени кроя, и «кувшинки», по форме напоминающего русскую рубаху, получившего свое название по выбранному мотиву орнамента — цветка кувшинки.

Особое внимание в «ИРФЕ» уделялось одежде для спорта. Ее было выпущено немного, но она в полной мере была направлена в аристократическую среду и как нельзя лучше выражала происхождение модельеров, наложившее свой отпечаток на стиль и подход к решению. Все спортивные комплекты были сделаны исключительно для занятий элитными видами спорта — теннисом, гольфом или верховой ездой. Спортивный костюм также носил актуальный для двадцатых фасон — по сути, это было тоже коктейльное или повседневное платье с укороченной юбкой с модной плиссировкой и заниженной талией, перехваченной тонким ремешком. Успех спортивной линии «ИРФЕ» был достаточно высок.

Коллекции же дневной одежды, как и ансамбли для вечерних выходов, отличались лаконичностью кроя и благородной простотой спокойных, изящных линий. В моделях часто использовались вставные украшения, многоярусные валаны или, напротив, гладкие поверхности ткани, вышивки, легкие и мягкие, колышущиеся при ходьбе драпировки. Полы вечерних платьев, как правило, имели неровный край. Выпускались и всевозможные манто, прекрасно дополняющие вечерние туалеты. Об их назначении свидетельствовал сам материал: бархат, парча, мех.

Колористика в ансамблях «ИРФЕ» всегда отличались мягкостью и решалась в смешанных полутонах — сине-зеленых, серебристых, алых, сероватых и красно-коричневых оттенках. Большое количество изделий было выполнено в цвете фиалок — любимых цветов Ирины Юсуповой.

Статус и репутация Дома определялись высоким качеством исполнения и использованием лучших материалов. Эти составляющие успеха давали право «ИРФЕ» входить в ранг Домов Высокой Моды, а коллекциям становиться изделиями класса «люкс».

Сезоны 1927–1928 годов были отмечены наступлением кризиса в финансовых делах княжеской четы. Почти все драгоценности и произведения искусства из коллекции Юсуповых были распроданы, дом в Булони заложен за многочисленные долги. Тем не менее, в сезонах этих нелегких лет «ИРФЕ» продолжал свою деятельность. В это время создается много простых, хорошо скроенных, элегантных платьев, что поддерживает интерес к Дому. Журналы «Пари-элегант», «Искусство и жизнь», «Vogue» продолжают воспроизводить на своих страницах среди моделей лучших французских Домов моды рисунки «ИРФЕ».

Зимой 1930 года князь Феликс узнает о том, что большая часть денег, вырученная от продажи у Картье и вложенная в трест, занимавшийся недвижимостью, пропала. В течение 1931 года все отделения «ИРФЕ» были закрыты. Та же участь постигла большую часть значительных Домов моды. В начале тридцатых закрывается Дом легендарного Поля Пуаре, ателье русской вышивки Марии Романовой «Китмир», Дома «Итеб» и «Имеди». Все художественные отрасли претерпевали упадок и лишения — приближалась Вторая мировая война.

Краткость существования «ИРФЕ» не дала возможности творческим и стилевым наработкам, проявившимся в коллекциях, сформироваться в яр-

кую и устойчивую линию. И, тем не менее, можно утверждать, что стиль у «ИРФЕ» был. Все, что было создано разработчиками, отличалось единством эстетической концепции, качественным исполнением и высоким вкусом. В отличие от принятого в начале XX века формата боярской и ярмарочной России, закрепившегося в театрально-декорационном искусстве, национальную идентичность Юсуповы устанавливали через элитарную рафинированность культуры своего сословия. По сути, они стали одними из первых, кто презентовал отечественную моду в европейском стилевом контексте, а не в отрыве от нее.

Примечания:

1. IRFE / Lookbook . — М., 2012. — С. 12.
2. Юсупов Ф.Ф. Мемуары в двух книгах. — М., 2011. — С. 316.
3. Юсупов Ф.Ф. Мемуары в двух книгах. — М., 2011. — С. 314.

Библиография:

1. *Васильев А.А.* Красота в изгнании. — М: СЛОВО/SLOVO, 2008.
2. *Вилляр Жирар М.Е. Де.* Воспоминания и размышления об эмиграции // Источники по истории адаптации российских эмигрантов в XIX–XX вв. — М., 1997. — С. 177–179.
3. *Красных Е.* Князь Феликс Юсупов: «За все благодарю...». — М: Индрик, 2012.
4. *Селунская В.М.* Проблемы адаптации эмигрантов из России в европейском зарубежье 20–30-х годов XX века // История российского зарубежья. Проблемы адаптации мигрантов в XIX–XX веках. — М: Б. и., 1996. — С. 45–60.
5. *Юсупов Ф.Ф.* Мемуары. В изгнании, 1887–1919. — М: Захаров, 2007.
6. *Юсупов Ф.Ф.* Мемуары в двух книгах. — М., 2011.

М.А. Чернышева

ШАРЛЬ БОДЛЕР О МАКИЯЖЕ. ПОЭТИКА АНТИ-РУИНЫ (1)

«Похвала макияжу» Бодлера, входящая в его эссе «Художник современной жизни», интерпретируется в статье сквозь призму критического отношения поэта к культу естественного, утвердившемуся в XVIII веке. В центре статьи — противопоставление поэтики макияжа, которую превозносит Бодлер, и поэтики «естественной» руины, порожденной XVIII столетием.

«Eulogy of makeup» is a part of Baudelaire's essay «The artist of modern life». It is interpreted in the article through poet›s critical attitude to the cult of the natural, that was affirmed in the XVIII century. In the center of the article lies an opposition of the makeup poetics, which Baudelaire praises, and the «natural» ruin poetics, that was generated in the XVIII century.

Ключевые слова: французское искусство XIX века, Бодлер, макияж, руина.

Keywords: French art of the XIX century, Baudelaire, makeup, ruin.

«Похвала макияжу» входит в эссе Бодлера «Художник современной жизни», которое является, вероятно, самым важным его текстом о художественном творчестве. Бодлер пишет о макияже как о подлинном искусстве и о женщинах как своего рода художественных произведениях. Это связано с тем, что герой его эссе — график Константин Гис — часто изображал женщин подобного типа, и на его рисунках они, в нарядах и макияже, становились воплощением той мимолетной, зыбкой и эфемерной красоты современной жизни, которую воспевает Бодлер. Но не в меньшей степени бодлеровская «Похвала макияжу» вызвана его интересом к самому макияжу как

феномену современной жизни и достоянию культурной истории. Рассуждения Бодлера о макияже помогают нам понять и его представления о современной жизни как предмете искусства, и его отношение к предшествующим культурным эпохам.

Похвала макияжа у Бодлера начинается панегириком искусственности и анафемой естественности как таковой (2). Примерно половина этого фрагмента эссе посвящена общим проблемам искусственности и естественности. Бодлер, как известно, ратует за искусственность не только в искусстве, но и в жизни. И образ женщины, приукрашивающей себя с помощью косметики, — это для него, помимо всего прочего, аллегория победы принципа искусственности в самой жизни. В эссеистике Бодлера надо еще поискать другое такое место, где бы он так же неистово обличал природу, как в своей «Похвале макияжу». Бодлер пишет: «Природа ничему или почти ничему не учит, но …именно она вынуждает человека спать, пить, есть и худо ли, хорошо ли оберегать себя от непогоды (…) Вглядитесь и вдумайтесь в естественное, в поступки и желания человека, не тронутого цивилизацией, и вы отпрянете в ужасе. Все прекрасное и благородное является плодом разума и расчета» [1, с. 307–308].

Ответственность за укоренение противоположных взглядов на природу как на «источник и образец всего доброго и красивого» Бодлер предсказуемо возлагает на XVIII столетие. Персонально Бодлер осуждает Людовика XV. Он говорит: «Горе тому, кто, подобно Людовику XV (порожденному не истинной цивилизацией, а неким возвратом к варварству), дойдет в своей извращенности до того, что сможет восхищаться лишь безыскусственной природой» [1, с. 308]. Тут Бодлер делает примечание, поясняющее, какое именно прегрешение Людовика XV он имеет в виду: «Известно, что когда госпожа Дюбарри не желала принимать короля, она пользовалась румянами. Этого знака было достаточно — таким образом она закрывала свою дверь. Приукрашивая лицо, она заставляла короля, приверженца природы, бежать от ее порога» [1, с. 308]. Надо заметить, что Бодлер не вполне справедлив к Людовику XV. Мадам Дюбарри стала его поздней фавориткой. Более ранней и самой влиятельной фавориткой короля была, как известно, маркиза де Помпадур, которая сильно красилась даже по меркам французского двора.

Сделаем краткое отступление в историю макияжа во Франции [5]. В XVII веке косметика широко используется здесь и женщинами, и мужчинами высшего сословия и особенно при дворе. Макияж выступает аристократически-придворной привилегией и имеет своей главной функцией обозначать принадлежность к элитарной светской культуре. Именно через символический аспект этой практики надо объяснять чрезмерное увлечение ею маркизы де Помпадур: фаворитка короля происходила из буржуазного сословия, и макияж был призван, в частности, подчеркнуть ее новую аристократическую и придворную идентичность. В буржуазной среде было принято краситься, скорее, умерено, подчиняя косметику естественным чертам, к чему не стремились в мире аристократии: здесь макияж не скрывал своей нарочитой искусственности. В начале XVIII века применение косметики все больше ограничивается женской частью общества. А к середине XVIII века макияж все больше перестает быть элитарной практикой, все больше подвергается социальному снижению и, следовательно, культурной девальвации. Бодлер живет в эпоху, когда макияж перестал быть знаком культурного преимущества. Он, разумеется, это прекрасно понимает, но пишет о макияже так, словно эта практика по-прежнему отмечена некоей избранностью. Взгляд Бодлера на макияж поэтому несколько ретроспективен и анахроничен.

Хотя в XVIII столетии макияж становится востребованным в широких социальных кругах, критика макияжа набирает силу пропорционально его распространению в обществе. XVIII веке можно назвать эпохой развернутого осуждения макияжа. Но с еще большими основаниями XVIII век можно назвать эпохой поклонения руине. Эти процессы параллельны, и вряд ли это случайно. Если идея макияжа чужда культу природы, то идея руины родственна этому культу. Одна из самых влиятельных концепций руины — это концепция «природной» руины, порожденная и превознесенная XVIII столетием. Этой концепции продолжает придерживаться, например, и Георг Зиммель в своем известном эссе о руине. Он пишет: «Очарование руины заключается в том, что в ней произведение человека воспринимается в конечном счете как продукт природы» [3, с. 202]. На мой взгляд, именно поэтике «природной» руины противостоит поэтика макияжа по Бодлеру.

Перед тем как перейти к этому противопоставлению, я хочу подчеркнуть, что Бодлера не интересует косметика как средство сокрытия природных недостатков, будь они врожденные или приобретенные, возрастные. И он не сторонник макияжа, который имитирует естественность. Иначе говоря, его не привлекает макияж, который так или иначе служит природе. Макияж, который воспевает Бодлер, — не утилитарен, это, так сказать, свободное искусство. И поэтому руине такой макияж противостоит концептуально и пойэтически.

У макияжа и руины есть общее измерение, которое оправдывает их сопоставление. Оно связано с принципом физического взаимодействия естественного и искусственного.

«Природная» руина — это феномен прямого взаимодействия архитектуры и природы, когда активная роль принадлежит природе, которая, поощряя частичное разрушение конкретной архитектурной формы, все-таки не уничтожает идею архитектуры как таковой. Макияж, по Бодлеру, — это тоже эффект непосредственного взаимодействия искусственного и естественного, из которого рождается новый смысл. Но преимущество здесь принадлежит, напротив, искусственному, которое, однако, не устанавливает произвол над естественным. Это Бодлер признает в следующих словах: «Никакие искусственные уловки не украшают уродства и служат только красоте» [1, с. 309]: надо понимать — тому, что красиво по естественным причинам.

Теперь я предлагаю ряд оппозиций, определяющих различия между поэтикой макияжа и поэтикой руины.

1. Устремленность в прошлое / сосредоточенность на настоящем. Если идея руины провоцирует устремленность в прошлое (пусть это и прошлое в настоящем), идея макияжа предполагает сосредоточенность на настоящем, на текущем моменте.

2. Убывание (убавление) материала / прибавление материала.

3. Тяжесть и большое количество материала, хотя он и убывает / легкость, малое количество материала, хотя он и наращивается.

4. Разрушение формы, стирание границ / оттачивание формы в определенных границах.

5. Раскрытие внутреннего (внутреннего пространства, внутренней конструкции, толщи стен и перекрытий), которое часто трактуется как обнажение сущности / обработка поверхности, которая, с одной стороны, согласно Бодлеру, может восприниматься как сокрытие сущности, как камуфляж, а с другой, согласно Бодлеру же, — может наделяться особой значимостью, самостоятельной сущностью.

Вообще поверхность — это не руинная ценность. В руине страдает, прежде всего, поверхность (будь это поверхность экстерьера или интерьера), во-первых, как внешний, самый уязвимый слой, который всегда оказывается первым на пути разрушений, а, во-вторых, потому, что феномен руины предполагает тенденцию к стиранию границы между внешним и внутренним, т.е. тенденцию к деактуализации самой категории поверхности.

Что же касается воззрений Бодлера, то можно сказать, что та эстетика и поэтика, за которую он выступает в эссе «Художник современной жизни», — это эстетика и поэтика поверхности или поверхностности, видимости, доходящей до мнимости. Поверхность, поверхностность, видимость и мнимость представляют для Бодлера исключительную и совершенно как раз не мнимую, совершенно несомненную ценность.

Одно из главных отличий поэтики макияжа от поэтики руины определяется тем, что руина, будучи подверженной изменениям, не обладает тем неизбежно кратким, хрупким, прерывистым или даже мнимым существованием, которое свойственно облику, созданному при помощи макияжа, и которое вызывает восхищение Бодлера.

В заключение я хочу упомянуть о стихотворении Бодлера «Любовь к обманчивому» из сборника «Цветы зла». В рукописи Бодлер использовал в качестве эпиграфа к этому стихотворению строки из трагедии Жана Расина «Аталия» [6, с. 87; 7, с. 37]. Эти строки — одно из самых известных описаний макияжа во французской поэзии XVII века. Другое известное обращение к теме макияжа в эту эпоху принадлежит старшему современнику Расина Пьеру Корнелю в «Тюильрийской комедии». Тексту Корнеля обнаруживается параллель в «Похвале макияжа», возможно, неосознанная Бодлером [8]. XVII столетие не отталкивает Бодлера так, как XVIII-ое с его

культом природы и руины. К слову сказать, именно в конце XVII века во французской культуре макияж, вероятно, впервые фигурирует как метафора высокого искусства живописи — в текстах рубенсиста Роже де Пиля [5, с. 454, 458, 472].

Хотя при публикации стихотворения «Любовь к обманчивому» Бодлер отказался от эпиграфа из Расина, стихотворение не утратило связей с темой макияжа. Оно имплицитно посвящено пассии Бодлера актрисе Мари Добрен [6, с. 86]. Цитирую последнюю строфу стихотворения в подстрочном переводе ради точности:

Но будь ты только видимость,
Разве этого недостаточно,
чтобы радовать сердце, бегущее от истины?
Какое мне дело до того,
что ты глупа и равнодушна?
Да здравствует маска или декор! Я преклоняюсь
перед твоей красотой [4, 104].

Эти слова очень ясно выражают те эстетические предпочтения Бодлера, о которых уже было сказано. Бодлер делает выбор в пользу декора — маски макияжа, которые, в отличие от ума и души, являются поверхностными или даже только привидевшимися ценностями, но для Бодлера эти ценности — подлинные.

Примечания:

1. Настоящая статья основана на докладе автора на конференции «Руина, фрагмент, кристалл: о целом и едином в теории и практике искусства» (апрель 2015 года, факультет свободных искусств и наук СПбГУ).

2. О критике «искусственности» в XVIII веке и о ее превознесении во Франции XIX века, а также о Бодлере как лидере «великого антинатуралистического движения» см.: [2, с. 24].

Библиография:

1. *Бодлер Ш.* Об искусстве. — М., 1986.

2. *Зенкин С.Н.* Французский романтизм и идея культуры: аспекты проблемы. — М., 2001.

3. *Зиммель Г.* Руина // Зиммель Г. Избранное. Созерцание жизни. — М.-СПб., 2014. — С. 200–206.

4. *Baudelaire Ch*. Oeuvres complètes. — Paris, 1968.

5. *Hyde M*. The «make-up» of the Marquise: Boucher's Portrait of Pompadour at Her Toillette // The Art Bulletin. — 2000. — Vol. 82. — No. 3. — P. 453–475.

6. *Souffrin-Le Breton E*. Banville et la poétique du décor // French 19th century painting and literature: with special reference to the relevance of literary subject-matter to French painting. — Manchester, 1972. — P. 65–98.

7. *Racine J.* Athalie. — Limoges, 1865.

8. *Van Eerde J*. Baudelaire and Corneille: A Parallel // Modern Language Notes. — 1958. — Vol. 73. — No. 8. — P. 601–603.

А.А. Семенова

ИСКУССТВО ВОЙЛОКА В СОВРЕМЕННОМ АРХИТЕКТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ (НА ПРИМЕРЕ ТВОРЧЕСТВА НИДЕРЛАНДСКОЙ ХУДОЖНИЦЫ ТЕКСТИЛЯ КЛАУДИ ЙОНГСТРА)

В статье рассмотрены произведения, выполненные в технике войлоковаляния художницей текстиля Клауди Йонгстра (Нидерланды). Проведен анализ работ, созданных ею по заказу ведущих архитектурных студий для использования в современных интерьерах в качестве декоративного отделочного материала. Автор статьи приходит к выводу, что богатые выразительные возможности, многофункциональность и востребованность войлока, позволяют определить его как актуальный текстильный материал сегодняшнего дня.

The article considers the projects in felting technique made by the Dutch textile artist Claudy Jongstra. The article analyzes the felt projects she created by the order of leading architecture studios for using the felt in modern interiors as a finishing decorative wall material. The author of the article concludes that rich expressive possibilities, multifunctionality and high demand allow to qualify the felt as an actual textile material of great current interest.

Ключевые слова: войлок, мокрое валяние, сухое валяние, нунофелтинг, архитектура, Клауди Йонгстра.

Keywords: felt, wet felting, needle felting, nuno felting, architecture, Claudy Jongstra.

Во второй половине XX в. в Европе возрос интерес к традиционному ремеслу кочевых народов — войлоковалянию. Все чаще художники

и дизайнеры стали использовать основы этого ремесла в своих работах. В начале XXI в. войлок постепенно начинает проникать в качестве отделочного материала и в архитектурное пространство. Наиболее ярко эта тенденция прослеживается в работах голландских архитекторов, чье новаторство, творческие поиски, оригинальность заслужили признание во всем мире [1].

Современная архитектура Нидерландов характеризуется многообразием форм, практичностью, экологической направленностью, применением самых современных конструкций и материалов и одновременно — бережным сохранением исторического наследия и культурных традиций [1]. В отделке архитектурных сооружений преимущественно используются натуральные материалы: бетон, металл, стекло, дерево, камень, выгодно подчеркивающие простые геометрические объемы и не нуждающиеся в декорировании. Войлок прекрасно дополняет этот ряд благодаря природному происхождению, огромному художественно-выразительному потенциалу и техническим характеристикам.

Нидерландской художнице текстиля К.Йонгстра удалось существенно расширить сферу применения этого традиционного материала, превратив его в ультрамодный текстиль; из области дизайна одежды и аксессуаров триумфально ввести в современный интерьер [2].

К.Йонгстра родилась в 1963 г. в небольшом городке Рурмонд, на юго-востоке Нидерландов. В 80-х годах закончила отделение моды в HKU (University of the Arts Utrecht). В начале карьеры работала дизайнером одежды в Утрехте. Впервые обратила внимание на войлок на выставке «Felt» в Текстильном Музее Тилбурга (1994 г.). Среди экспонатов там было представлено и традиционное жилище кочевых народов — юрта, покрытая кошмами. К.Йонгстру поразили технические возможности войлоковаляния, его разнообразная цветовая гамма и естественная красота. С этого момента ее профессиональный интерес в области текстильных материалов переключился на войлок [3, с. 15]. Художница много экспериментирует с плотностью, фактурой и структурой материала, на их контрастных или нюансных отношениях создает высокохудожественные текстильные произведения, широко

применяет как древнейшую технологию мокрого валяния, так и современные способы: нунофелтинг, сухое валяние. Для усиления визуального эффекта и тактильных ощущений часто использует не только высококачественную шерсть, но и другие текстильные волокна: шелк, лен, хлопок, кашемир. Глянцевые, блестящие поверхности художница получает благодаря вваливанию поверх шерсти большого количества шелковых волокон, иногда они же создают абстрактные графические узоры. Для создания более жесткой материи добавляет верблюжий волос, волос яка или козью шерсть.

К.Йонгстра много работает над рельефом, экспериментирует с «объемным потенциалом» флиса, включает скрученные шелковые и шерстяные шнуры в виде вышивки или переплетая их замысловатыми узлами. Для этой же цели художница освоила старинную технику вязания кружев крючком guimpe (вязание на вилке). Экспериментируя в войлоковалянии, она создает как хорошо сваленный плотный войлок, так и шерстяное полотно с рыхлой недоваленной структурой, выявляя и подчеркивая естественный характер материала. Кроме того, она смогла значительно обогатить технологию нунофелтинга, применяя шерстяное волокно в сочетании с различными по плотности и строению тканями, например, металлическую органзу для создания «плиссированной» поверхности. Интересного эффекта добилась благодаря частичному неприваливанию шелковых, льняных, шерстяных волокон к тканевой основе.

Особенность принципа работы мастера заключается и в стремлении к «безотходности» процесса производства, которое полностью экологично. Это связано как с желанием содействовать поддержанию хрупкого природного баланса окружающей среды, так и с возможностью получения более качественного конечного продукта. Мастер использует шерсть Мериноса, Венслидейл, Готланд, кроме того, сама занимается разведением старинной длинношерстной породы овец Дренте Хит, выращиванием и заготовкой растительного сырья [4]. Для крашения шерсти используются исключительно натуральные ингредиенты: цветы, корни, листья. Таким образом, мастер владеет всем комплексным процессом работы с материалом, включая непосредственно прядение волокна и творческий процесс войлоковаляния [5].

Начиная с 2000-х годов, ткани К.Йонгстра используют в своих коллекциях ведущие мировые модельеры: Джон Гальяно, Донна Каран и Кристиан Лакруа. С 2003 г. художница успешно сотрудничает с известной маркой одежды Orson&Bodil (Александр ван Слоббе). Примерно в это же время она пробует создавать и интерьерные аксессуары: подушки, пледы, портьеры, ковры. В этих работах ясно прослеживаются эстетические и стилевые предпочтения автора. Работая в материале, она пытается максимально выявить его природную красоту, апеллируя к таким понятиям как «реальность, подлинность, правдивость». Аутентичность, отсылающая к первозданной природе окружающей человека, — одна из причин успеха ее творчества. Признанием в этом направлении стал заказ американского бренда Maraham на серию ковров «Drenth Heath». Ковры были выпущены четырех цветов: цвета неокрашенной шерсти, серого, охристого, красно-коричневого; размером 4 × 2 м. По своей форме эти изделия из войлока напоминали шкуры животных с рваными неоднородными краями. На этот же эффект работала и неровная поверхность материала [3, с. 15, 17].

Осознав особую эстетическую привлекательность грубой монументальной выразительности крупных плоскостей не облагороженного одноцветного войлока, К.Йонгстра использовала этот прием как основной и в одном из своих первых проектах для интерьера в 2002 г. (частный дом в Амерсфорте, арх. B.Lakenvelder). Вписанная в архитектурный объем кубическая конструкция обита грубым черно-коричневым войлоком (размер покрытия: 150 м²; материал: шерсть Дренте Хит, меринос, шелк-сырец). На фоне гладкой белой керамической плитки и деревянных панелей фактурный войлок воспринимается ведущим акцентом в интерьере. Хорошо интегрированный в среду он способствует созданию дружелюбной интимной атмосферы в гостевой зоне, а кроме того, улучшает акустику помещения. С этого заказа начинается активное взаимодействие художницы с ведущими архитекторами Нидерландов [3, с. 75].

В 2005 г. для внутренней реконструкции Kunsthal в Роттердаме архитектор Рем Колхас заказал К.Йонгстра монументальное войлочное

панно (3×30 м). Предполагалось, что оно улучшит теплоизоляцию и акустику помещения, а архитектурную среду сделает более «мягкой» и комфортной. В результате творческих поисков предпочтение было отдано сдержанному по цвету проекту с геометрическим узором. Для того, чтобы подчеркнуть естественный характер материала, выявить эстетическую привлекательность его грубой и жесткой поверхности, использовалась не только высококачественная шерсть Дренте Хит и мерино, но и неоднородный волос яка. Вначале были свалены крупные куски серо-коричневой основы (шир. 90 см, дл. 3-5 м). Затем их нарезали в соответствии с размерами войлочных панелей и на их поверхность выложили заранее сваленные, светлые шерстяные ленты. Ленты раскладывались по принципу разряженного полотняного переплетения. Таким образом, появился контрастный орнамент из крупной клетки. Для долговечности и прочности ленты обрабатывались с внутренней стороны специальным клеем из коры пробкового дерева. В итоге была получена очень крепкая материя, рассчитанная на долгий период использования. Одновременно с этим «аскетизм» выразительных средств и грубая поверхность материала полностью соответствовали характеру архитектуры [3, с. 79].

Войлочная поверхность для Административного здания в Маастрихте (2009 г.), напротив, очень изысканна и утончена. Гладкую плоскость белоснежной шерсти обогащают хаотичные штрихи шелковых волокон. Сквозь них проглядывают контрастные по цвету и фактуре черные кудри флиса Венслидейл. Рассыпанные по всей поверхности мелким элементом они ассоциативно напоминают мильфлёр, встречающийся в классических шпалерах в качестве фона для основных персонажей сюжета. В данном примере функцию доминанты композиции выполняет живописный портрет, расположенный в центральной части стены. Войлочное покрытие не привлекает к себе внимание, а являясь нюансным дополнением интерьера, служит орнаментальным фоном для парадного портрета.

И совсем недавний проект в этом направлении — использование войлока в качестве отделочного материала для интерьеров Центрального Судебного Коллекторского Агентства (CJIB) в Леувардене (2012 г.). В центральной части четырехэтажного

стеклянного здания располагается наполненный светом атриум, вокруг которого на первом этаже размещены помещения общественного назначения, в том числе и конференц-зал, стены которого обиты войлоком. Покрытие (высота 2,5 м, длина 50 м) разрабатывалось совместно с архитектурным бюро Claus & Kaan Architects. Одноцветный войлок полностью покрывает внутренние и внешние стены помещения. Светлые войлочные панели, с динамичной вертикальной структурой матового льняного волокна, располагаются по периметру наружной стены зала и обогащают скульптурно-белоснежный интерьер атриума. В контрасте к ним внутренние стены объекта обтянуты охристым войлоком с шелковым волокном. Мерцание золотистого шелка подчеркивает камерный характер помещения и его обособленность от основного архитектурного пространства. Для валяния использовалась шерсть мерино; для фактур — лен, шелк-сырец, тонкая хлопковая ткань [6].

К отдельной группе произведений можно отнести работы, в которых автор экспериментирует с объемными эффектами и рельефом. Мастер расширяет возможности войлоковаляния, применяя в работе дополнительные текстильные техники (вышивка, плетение, ткачество) и материалы (пряжу, шнуры, ленты). Первым крупным проектом в этом направлении стал заказ на разработку двух декоративных войлочных покрытий для Публичной Библиотеке Амстердама. Новая Центральная библиотека открылась в ноябре 2007 года и на сегодняшний день является одной из крупнейших в Европе. Архитектор Джо Коенен сознательно привлек к этому объекту К.Йонгстра, рассчитывая, что, благодаря ее неординарной работе с традиционным текстилем, сможет решить проблему внутренней взаимосвязи новой современной архитектуры с историческими постройками Амстердама XVII в.

Монументальное здание из стекла и бетона органично дополняют отделочные материалы нейтральных светлых оттенков, среди которых выразительно выделяются натуральное дерево и фактурный, частично рельефный, войлок. Войлоком полностью обита вертикальная ограждающая конструкция во входной зоне и центральная стена холла первого этажа. Во входной зоне располагаются однотонные войлочные

панели золотисто-желтого цвета. Мастер работает с неоднородной структурой нетканой материи, получая интересные эффекты благодаря использованию нескольких видов шерсти (Меринос, Дренте Хит) и их различной степени сваленности, а также большого количества флиса Венслидейл. Композиционное решение центрального войлочного панно построено на ритме желтых горизонтальных полос разной длины и ширины по светлому фону. Именно для этого проекта К.Йонгстра начала изучать старинную технику вязания кружев крючком на вилке и использовала ее для создания эффектных переплетений [7, с. 56]. Острая выразительность простейшей формы — линии достигается за счет противопоставления рельефной поверхности полосы и гладкого фона, матовой шерсти и блестящей структуры шелка-сырца. Расположение войлочных панелей в архитектурном объеме, а также использование в качестве основных выразительных средств крупных прямоугольных плоскостей желтого цвета, прямых линий и белого фона созвучны эстетике «чистой пластики» голландского неопластицизма.

Постепенно работами К.Йонгстра, выполненными в технике войлоковаляния, заинтересовались архитекторы и в других странах. В 2010 г. был реализован крупномасштабный проект в США для Атриума Дэвида Рубенштейна в Линкольн-центре (арх. T. Williams, B.Tsien). К. Йонгстра спроектировала монументальные панно из шерсти и шелка для двух стен (северной и южной), общей площадью 30 м². Абстрактные мотивы композиции — динамичные, волнообразные горизонтали и овальными формы — согласуются с простыми чистыми линиями интерьера и круглыми оконными проемами на потолке. Основная плоскость — серое войлочное полотно с желтыми горизонталями — свалено мокрым способом. Рельефная поверхность волнообразных линий создана из спутанных шелковых и шерстяных шнуров и декорирована довольно крупными перпендикулярными стежками вышивки. На противоположной стене экспрессивные «мазки» блестящего золотистого шелка, выложены поверх серой войлочной массы. На их фоне резко выделяются орнаментальные элементы овальной формы хаотично разбросанные по всей поверхности [8].

И один из последних проектов в этом направлении (2013 г.) — ассоциативная композиция на тему природного ландшафта провинции Фрисландии, где солнечные лучи (охристо-желтый войлок), проходя сквозь голубой небосвод (войлочная плоскость цвета индиго), падают на землю (нижняя полоса темно-коричневого войлока). Неровную поверхность земли ассоциативно передаёт объемная вышивка, а рельефная структура из вязанных шерстяных шнуров символизирует горизонт. Изменчивое состояние неба раскрывается в живописной поверхности, сваленной мокрым способом из шерсти различных оттенков. Теплота солнечных лучей выявлена в тонкой линейной структуре шелка. Настенное покрытие создано специально для холла Fries Museum в Леувардене из шерсти Дренте Хит, Венслидейл и шелка-сырца (размер: 6,50 × 25 м) [9].

Работая непосредственно в рамках архитектурного пространства, художница несколько раз в своей практике решала задачу внедрения войлочных панелей в среду керамических или известняковых плит. Эта проблема решена, например, в комнате ожидания отделения лучевой терапии Медицинского центра университета в Ухтрехте (2004 г.) и в атриуме художественного музея-галереи Фонда Барнса в Филадельфии (арх. T.Williams, B.Tsien, США, 2010-2012 гг.). Медицинский центр в Ухтрехте — типичный пример гармонизации интерьера за счет теплоты и мягкости природного материала. Отделение, в отделке которого использовались керамическая плитка, стекло и медь, пациенты находили слишком холодным и суровым. К.Йонгстра удалила некоторые керамические панели и на их место поставила прямоугольные вставки из войлока. Высота войлочных вставок определилась с учетом модуля первоначального материала от 50 см до 6 м. Для улучшения акустики помещения толщина войлока варьировалась: часть панелей находится на одном уровне со стеной, другие выступают над ней. Санитарно-гигиенических нормы не допускали использования грубых фактурных эффектов, поэтому активно применялась техника нунофелтинга, дающая более спокойные структуры без лишней волокнистости. Основной материал — шерсть мериноса, шелк дикого тутового шелкопряда, металлическая шелковая органза, шифон [3, с. 78].

Композицию более позднего периода в Филадельфии отличает вся та же преданность конструктивным формам, лаконичному языку и сдержанному цвету. Для внешней и внутренней отделки нового здания художественного музея-галереи Фонда Барнса были применены известняковые плиты теплых оттенков. Ими же облицованы стены центрального просторного атриума, всегда заполненного солнечным светом благодаря стеклянному коробу, расположенному над ним. По периметру двух стен атриума вставлены непрерывной полосой пятнадцать белоснежных войлочных панелей (размер 2,5 м × 2,5–4 м). Художница отказывается от изобразительного языка, найдя эстетическую выразительность в локальном однотонном пятне (гладкая поверхность матового войлока) и пластическом звучании графики линий (шнуры и вваленные шелковые волокна). Крупные и мелкие жгуты создают небольшой рельеф, благодаря которому свет и тень работают на визуальное восприятие поверхности. В работе использован шелк диких шелкопрядов и шерсть мерино. На создание этого проекта автора вдохновили произведения известного голландского художника Яна Шоонховена (1914-1994), конструирующего белоснежные рельефы из простейших геометрических форм и включающего в композиции «игру» света и тени [10].

В своем творчестве К.Йонгстра обращается и к интерьерным войлокам с изобразительными мотивами. Они не многочисленны по количеству, но интересны по образному решению. В основном она работает с растительной тематикой, вдохновляясь природой и живописью Японии. Изображения не четкие, а живописные и слегка расплывчатые, иногда их дополняет вышивка. В этом направлении выполнен ряд следующих проектов: войлочные ставни для Lloyd Hotel в Амстердаме (арх. бюро MVRDV, 2004 г.), настенные легкие завесы для Triodos Bank (арх. бюро Ray & Partners, 2007 г.), войлочное покрытие для кафе Ботанического сада Амстердама (2010 г.).

Актуальность применения шерстяного нетканого материала в архитектуре, развитие и востребованность традиционного ремесла в условиях всеобщего распространения научно-технического прогресса и цифровых технологий подтверждают многочисленные проекты, выполненные этим автором. Ярким и смелым примером

преемственности традиций войлоковаляния может служить необычное архитектурное решение, разработанное студией Claus & Kaan для здания мэрии города Нейвердал (2007 г.). Отдельно стоящий зал заседаний был спроектирован в виде геометризованной юрты, стены которой с внешней и внутренней стороны обтянуты войлочными панелями К.Йонгстра [7, с. 58].

Каждая работа К.Йонгстра — это не только художественное произведение, но и предмет современного дизайна, составляющий единый синтез с архитектоникой объекта, — как в эстетическом, так и в функциональном плане. Выполненные вручную они сочетают в себе традиционные методы войлоковаляния и усовершенствованные технологические решения, благодаря которым конструкции из войлока могут быть изготовлены в любом цвете, формате и размере [2].

Примечания:

1. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Архитектура _Нидерландов (дата обращения: 10.12.2015).

2. URL: https://livemaster.ru/topic/69799-claudy-jongstra-mirovye-zvezdy-valyaniya/(дата обращения: 25.12.2015).

3. *Tool L.* Claudy Jongstra: Matter and Meaning. — Amsterdam : Artimo, 2005., англ. яз. — P. 15, 17, 75, 78, 79.

4. URL: http://www.claudyjongstra.com/process/drenthe-heath-sheep/58 (дата обращения: 21.12.2015).

5. URL: http://www.claudyjongstra.com/process/fields/52 (дата обращения: 23.12.2015).

6. URL: http://www.claudyjongstra.com/architecture/cjib/48/ (дата обращения: 16.01.2016).

7. *Brown S., McQuaid M., Dent A., Martens C.* Cooper-Hewitt. National Design Museum. Fashioning Felt. — Smithsonian Institution, 2009., англ. яз. — P. 56, 58.

8. URL: http://twbta.com/work/david-rubenstein-atrium-at-lincoln-center (дата обращения: 02.02.2016).

9. URL: http://www.claudyjongstra.com/architecture/fries-museum-/34 (дата обращения: 06.02.2016).

10. URL: http://www.claudyjongstra.com/architecture/barnes-foundation/33 (дата обращения: 10.02.2016).

Библиография:

1. Архитектура по-голландски. 1945–2000: каталог выставки / сост., вступ. ст. К.Малич; вступит. ст. Э.Смит, И.Невзгодина, К.Вагенара, Б.Голдхорна, перев. с англ. яз. К.Белецкой; пер. с нидерл. яз. А.Филипповой, И.Третьякова; Государственный Эрмитаж; Новый институт (Роттердам, Нидерланды). — СПб., 2013.

2. *Рябушин А.В.* Архитекторы рубежа тысячелетий. — М.: Искусство XXI век, 2005.

3. *Bunn S.* Nomadic felts. — Thames & Hudson, 2009.

4. *Mullins Willow G.* Felt. — Oxford; New York: Berg, 2009.

Е.Н. Алексеева

СТАНОВЛЕНИЕ СИСТЕМЫ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ОБРАЗОВАНИЯ В СЕВАСТОПОЛЕ

В статье рассматриваются этапы становления художественного образования в Севастополе. Выявлена роль отдельных художников в развитии образовательного процесса. Прослеживается преемственность традиций, носителями которых были эти мастера. Показаны особенности образовательного процесса двух сменяющих друг друга периодов — дореволюционного и советского.

In the article was considered the stages of arts education in Sevastopol. The role of individual artists in the development of the educational process was revealed. It is evidence of the continuity of traditions, which were carriers of these masters. The features of the educational process of two successive periods — pre-revolutionary and Soviet were shown.

Ключевые слова: академия художеств, школа рисования, образование, методика, преемственность, традиция.

Keywords: Academy of Fine Arts, drawing school, education, methodology, continuity, tradition.

Начиная с середины 1860-х годов, на юге Российской империи по инициативе частных лиц и общественных организаций открываются первые художественные учебные заведения. Так, значительным событием культурной жизни стало открытие рисовальной школы в Одессе, в которой до 1885 года преподавали такие художники, как Иорини, Бонни, Бауэр, Мальман, — воспитанники Миланской и Мюнхенской академий. Также значительное влияние на образовательный процесс оказали традиции Петербургской академии художеств, проводниками

которых выступали многие другие ее преподаватели. В их числе был выдающийся живописец К.К.Костанди (1852–1921) — ученик Одесской рисовальной школы, а после окончания академии, с 1885 г. — ее старший преподаватель. В годы пребывания в Петербурге Костанди учился у многих педагогов, но своим учителем считал П.П.Чистякова и потому последовательно применял его методы в своей педагогической практике.

В Крыму образовательные инициативы берут свое начало в Севастополе после окончания Крымской войны (1853–1856). Обновлять художественную среду города прибыли выпускники Императорской Академии художеств.

Исследователь Н.Молева отмечала, что для Севастополя «важным событием стал приезд в 1867 году академика Акима Егоровича Карнеева (1833–1896) » [1, с. 350]. Он окончил московскую рисовальную школу, в 1860 году — академию художеств. За свои работы был награжден пятью серебряными и двумя золотыми медалями, а в 1867 году удостоен звания академика. Примерно в это же время Карнеев был приглашен в Севастополь. Он создал картоны для мозаик, картин, иконы для Святоникольского храма на братском кладбище защитников отечества 1854–1855 годов (за этот труд Карнеева наградили орденом Святого Станислава III степени) и Владимирского храма усыпальницы адмиралов.

20 июля 1881 года А.Е.Карнеев обратился в Совет Академии художеств с прошением об устройстве в Севастополе первоначальной рисовальной школы. В сентябре 1882 года Академия художеств выдала Акиму Егоровичу удостоверение на ее открытие. Расположилась рисовальная школа на четной стороне улицы Чесменской (ныне ул. Советская) на пересечении ее с улицей Ушакова (ныне ул. Марата) в собственном доме академика А.Е.Карнеева.

Методически школа ориентировалась на принципы академического обучения. При этом А.Е.Карнеев сумел сообщить и практическую направленность полученным в его школе знаниям, в то же время сохраняя общеобразовательный уровень. Возможно, поэтому выпускники школы зачастую не искали продолжения образования — настолько полно и всесторонне они развивались под руководством

Акима Егоровича. Эту особенность школы отметила Н.Молева, указывая, что «воспитанники Севастопольской школы почти не поступали в Петербургскую академию. Полученный под руководством Карнеева объём профессиональных знаний легко применялся на практике, так что благодаря этому молодые художники не искали продолжения специального образования» [1, с. 350].

А.Е.Карнеев был хорошо знаком с курсами прикладного рисунка для архитектуры, для ткацких и набивных изделий. Начальный этап занятий совмещал рисунок с оригиналов и с простейших, так называемых плоских моделей — из планок (квадрат, пятиугольник, шестиугольник, звезда и т.д.) и просто деревянных с малым объемом. Значительное время отводилось работам с проволочных моделей, поскольку Карнееев имел в виду подготовку архитектурных рисовальщиков и акцентировал внимание на решении перспективных задач. В качестве оригиналов им использовались отмеченные наградами рисунки академистов, служившие так же образцами при переходе учащихся к рисунку гипсов. Последние были ограничены головами и бюстами, фигуры в программе отсутствовали, зато параллельно А.Е Карнеев ввел занятия живописью. Композиция в школе не преподавалась, что не мешало учащимся в качестве свободных заданий писать простейшие бытовые сюжеты [3, с. 192].

Академия снабжала школу полным комплектом пособий, этюдами живописного и пейзажного класса, гипсовыми орнаментами, книгами, бюстами, моделями. В качестве методического материала выступали работы пейзажного класса А.П.Боголюбова, И.Е.Крачковского, модели деревянные и из деревянных планок из педагогического класса, гипсовые орнаменты, книги, чертежи ордеров архитектуры, гипсовые модели частей лица, рук, ног, модели из проволоки, бюсты. Помимо этого, школа располагала большой коллекцией этюдов живописного класса Академии художеств, а так же рисунков гипсоголовного, гипсофигурного и натурного классов [4, с. 350].

К 1888 году в рисовальной школе обучалось 17 учеников. В целом же, в разные годы ее существования в ней насчитывалось от 14 до 26 учащихся. Кроме Карнеева, здесь вели преподавание архитекторы А.М.Вейзен и В.А.Фельдман.

Александр Михайлович Вейзен (1863–) учился в Академии художеств в 1883–1890 годах, в 1891–1907 годах исполнял обязанности севастопольского городского архитектора, строил жилье и общественные здания в Севастополе и Балаклаве. По его проекту в 1898 году было возведено здание биологической станции на Приморском Бульваре. В 1910 году А.М.Вейзен в соавторстве с архитектором Севастопольского градоначальства Г.Н.Долиным разработал генеральный план Севастополя [5, с. 23].

После смерти А.Е.Карнеева (1896) в 1897 школа была закрыта, Вейзен и Фельдман пытались восстановить ее, что, по замечанию исследователей Н.Молевой и Е.Белютина, указывает на потребность города в учебном заведении такого рода. «Не случайно архитекторы, которые пытались возобновить школу после смерти педагога, В.А.Фельдман и А.М.Вейден, предупреждали в письмах к администрации Академии возможность и практическую потребность давать знания, имеющие профессиональную направленность, отталкиваясь от успешной практики их предшественников» [6, с. 351]. Работы учеников и преподавателей этого учебного заведения обеспечивали становление творческой базы севастопольской художественной школы.

В результате преподавание в школе рисования было восстановлено под руководством архитектора В.А.Фельдмана. Вслед за Карнеевым, он оказал значительное влияние как на формирование художественной среды города, так и на его архитектурный облик. Закончив в 1889 году архитектурное отделение Академии художеств, он с 1890 по 1905 год жил и работал в Севастополе. Ему принадлежат проекты таких известных в городе сооружений, как садовый комплекс Максимовой дачи, Покровского собора на Большой Морской улице, Рождественский храм в Святогеоргиевском монастыре на Фиоленте. С его участием проектировалось здание «Оборона Севастополя 1854–1855 годов» и памятник Затопленным кораблям.

В период с 1905 по 1910 годы он жил в Харькове и работал в Харьковском технологическом институте, что способствовало знакомству Фельдмана с постановкой художественного образования в городе — уже в то время заметном художественном центре

Российской империи. В эти годы в технологическом институте преподавали Бекетов, Пестриков, сыгравшие важную роль в развитии художественной жизни города.

С 1890 года Валентин Августович состоял действительным членом Товарищества русских акварелистов, впоследствии — общества им. Куинджи. Он участвовал в выставках акварельной живописи в Петербурге, Киеве, Харькове, Севастополе, Одессе. В частности, в апреле 1897 года была открыта выставка акварелей Фельдмана в Музее Севастопольской обороны, где экспонировалось более 50 работ художника — виды Крыма и Египта. Полученный с выставки сбор предназначался в пользу местной общины сестер милосердия [7, с. 4].

Коллекция Севастопольского художественного музея им. М.П.Крошицкого включает в себя акварели этого выдающегося художника, созданные в разные годы его творческой деятельности. В частности, к работам конца 1890-х относятся работы «Крымский вид» (1899), «Татарское кладбище» (1899). Датированный 1913 годом пейзаж «Сказочный сюжет» проникнут настроением символизма. Национальный мотив раскрыт в работе «Украинская хата» (1923).

Мотивы крымской природы, историко-культурного своеобразия полуострова, послужившие основой для написания первых двух акварелей, раскрываются в работах горизонтального формата. Особенное значение вытянутый формат приобретает в акварели «Татарское кладбище». Подробно проработанный передний план, открывающий старинное заброшенное место упокоения, плавно перетекает в средний, данный более обобщенно. Из живописной мозаики, выдержанной в холодном колорите, возникает изображение покосившихся надгробных камней. На дальнем плане, открывающем вид на горное плато, прорезанное каньоном, разворачивается неспешное движение в глубину, что в сочетании с панорамностью переднего плана сообщает композиции величие и широту.

Акварель «Крымский вид» (1899) отличается большей камерностью, внимание художника сосредоточено на среднем плане, представленном изображениями кипарисов и кустарника. Основной задачей работы, раскрывающей крымский мотив, является передача состояния атмосферы, световоздушной среды, южного неба.

Влияние стиля модерн заметно в акварели «Сказочный сюжет» (1913). В эти годы В.А.Фельдман уже покинул Севастополь. Как известно, он активно влился в художественную среду Харькова, где прожил пять лет и затем переехал в Киев. Новые веяния не могли обойти ищущего художника. Прослеживается желание автора выявить скрытую в незамысловатом мотиве тайну, невидимую сторону бытия путем обращения к условному языку нового стиля. Арсенал его художественных средств обогащается усилением роли силуэта, узорчатостью, ажурностью рисунка, раскрытием мотива через изображение фрагмента. В целом же, как художник В.А.Фельдман оставил значительное творческое наследие: 800 произведений, часть из которых — рисунки и наброски. Он также написал нескольких книг по теории и практике акварельной живописи.

Покинув Севастополь, он сохранял контакты с представителями артистических кругов города, был членом художественного объединения «Среда»[8, с. 29].

Таким образом, на протяжении пятнадцати лет архитектор, художник, теоретик искусства В.А.Фельдман играл значительную роль в развитии культурной жизни Севастополя и художественного образования в частности. Воспитанник Академии художеств, он являлся носителем и продолжателем академических образовательных традиций.

При этом проследить особенности его педагогической деятельности в работах учеников, к сожалению, не представляется возможным, т.к. их имена практически неизвестны. В архивных материалах встречается имя художника театра, актера и режиссера С.Н.Архангельского, который, будучи гимназистом, посещал частную художественную школу Карнеева. Однако годы его учебы в школе неизвестны и более подробная информация о нем отсутствует [9]. Не сохранились и работы этого художника.

Свой вклад в развитие художественного образования в Севастополе внес художник, график, фотограф Михаил Николаевич Протопопов (1859–1927). Родом из Киева, он получил специальное образование в киевском художественном училище, которое закончил в 1880-м году. С 1882 года М.Н.Протопопов жил в Севастополе. Он владел фотографией и потому организовал художественную мастерскую на

ул. Б. Морской, 18. В его мастерской изготавливались портреты и фотоснимки, копии с картин, визитные карточки с большим выбором видов Крыма [10]. Художник также выступил одним из составителей справочника «Спутник по Севастополю и его окрестностям» (1905), был автором целого ряда брошюр о Крыме, являющихся художественно-историческими описаниями достопримечательностей Крыма в популярной форме [11].

М.Н.Протопопов активно участвовал в художественно-реставрационных работах в Севастополе, Бахчисарае, Мухалатке. С ним тесно сотрудничал первый директор музея в Херсонесе К.К.Косцюшко-Валюжинич. Его фотографии украшали многие отчеты Карла Казимировича, печатались в изданиях Императорской Археологической комиссии [12]. В очерках А.И.Полканова о художественной жизни Севастополя имя Протопопова упомянуто в числе трех художников, постоянно проживавших в городе до революции.

В течение более чем тридцати лет (с 1893 по 1927 гг.) М.Н.Протопопов преподавал рисование в севастопольских учебных заведениях: рисовальной школе академика А.Е.Карнеева, реальном училище, женской гимназии, Коммерческом училище Горцвейна, в Народном Университете, рабочем Политехникуме и пр. Возможно, в числе его учеников был скульптор С.Я.Жилинский (1881–1942), который с 1892 по 1902 гг. учился в реальном училище [13]. К сожалению, более подробные воспоминания и свидетельства о педагогической деятельности М.Н.Протопопова и его учениках обнаружены не были.

Таким образом, зарождение традиции художественного образования в Севастополе происходило под патронатом академии художеств при прямом участии ее выпускников, таких как А.Е.Карнеев, А.М.Вейзен, В.А.Фельдман. Покровительство Академии давало не только методическую поддержку и помощь, но и контроль над образовательным процессом, что гарантировало его определенный уровень. При этом особенностью художественного образовательного процесса в Севастополе был практический уклон получаемых знаний, благодаря чему ее воспитанники оказывались востребованными специалистами.

После окончания гражданской войны, с 1921 года, происходит оживление культурной жизни Севастополя. В 1923 году по инициативе Я.П.Бирзгала образуется севастопольская ассоциация художников, в которую вошли художники Ю.И.Шпажинский, Н.С.Самокиш, М.П.Крошечкин-Крошицкий. Ассоциация в течение ряда лет устраивала лекции, диспуты по вопросам искусства, ежегодные выставки, что в свою очередь питало художественную среду города, способствовало укреплению его образовательных традиций.

При доме Флота была организована художественная студия для моряков красного флота и рабочих. Занятия проводил известный в городе живописец Юрий Иполитович Шпажинский, закончивший Академию художеств в 1903 году, ученик А.И.Куинджи и профессора А.А.Кисилева. Участник выставок в Санкт-Петербургской Академии художеств, ТПХВ, САХ. Ю.И.Шпажинский — член и основатель Севастопольской ассоциации художников в 1923 году, с 1924 года — ее председатель. Под его руководством были организованы первые выставки работ учеников студии. Одним из них был Л.М. Афанасьев (1889–1971), занимавшийся у него в изостудии с 1919 по 1925 годы [14].

Важную роль в формировании художественного образования в Севастополе сыграл Э.А.Штейнберг (1882–1935), выпускник Московского училища живописи, ваяния и зодчества, обучавшийся у выдающихся русских живописцев В.А.Серова и К.А.Коровина. Занятия у них, по мнению исследователя Т.В.Рыжовой, «много дали молодому живописцу, способствовали не только приобретению профессиональных знаний, но и вырабатывали нравственную стойкость, чистоту, широту взглядов» [15, с. 8]. Как отмечает Т.В.Рыжова, московское училище позволило Штейнбергу раскрыть свой творческий потенциал, приобщая к поискам нового пластического языка. Атмосфера учебного заведения была пропитана продолжением творческих исканий, начатых импрессионистами и постимпрессионистами. В творчестве художника нашли свое выражение модерн и другие современные течения Франции, Германии и других европейских стран.

Э.А.Штейнберг ближе познакомился с новейшими художественными тенденциями в годы своего обучения в Германии,

куда он уехал в 1905 году. Исключенный из Училища за активное участие в студенческих волнениях, вместе с В.А.Фаворским, К.Н.Истоминым, Г.С.Верейским и другими он уезжает в Мюнхен, где поступает в знаменитую частную академию профессора Шимона Холлоши. Вернувшись из Германии, Штейнберг в 1909 году завершает образование в Московском училище живописи, ваяния и зодчества.

В 1909 г. Штейнберг переезжает в Харьков и организовывает художественную студию, совместно с А.Гротом. Преподавателей и учеников тянуло к новой, как тогда говорили, «декадентской» живописи. Помимо педагогической деятельности, Штейнберг проявляет себя как интересный театральный художник, режиссер постановщик.

По состоянию здоровья Штейнберг был вынужден покинуть Харьков. Некоторое время он жил и работал в Ялте, а в 1921 году приезжает в Севастополь. С этим городом связаны самые плодотворные годы жизни и творчества Э.А.Штейнберга: педагогическая работа, театр, путешествия по Крыму и большое количество картин, этюдов, рисунков. Здесь он преподавал изобразительное искусство в клубе Артиллерийской школы, в Школе морской авиации, Клубе им. П.П.Шмидта (Дом Красной Армии и Флота). Вел уроки в трудовых школах, в профессионально-технической школе. Особенно способных, талантливых учеников он отбирал в свою «Студию живописи и рисования» при Севастопольском отделе народного образования.

Как вспоминают современники, в среде воспитанников Эдуард Антонович пользовался большим авторитетом. Он советовал смотреть своим воспитанникам на окружающий мир, глазами художника, черпая вдохновение в многоцветии крымских базаров, в прекрасных заливах Черного моря, в величественной красоте крымских гор, в сутолоке южного порта, в неповторимом ритме парусников и рыбачьих лодок у причала.

Как отмечает Т.В.Рыжова, «атмосфера студии художника была пропитана свободным творчеством, не терпящим условных рамок и ограничений». Помимо учеников, студию посещали его коллеги

Ю.И.Шпажинский, Н.С.Самокиш, М.Крошечкин-Крошицкий. Они обменивались мнением, критиковали, спорили о вновь созданных работах. Помимо педагогической деятельности, Эдуард Антонович много писал. Выезжая на этюды в различные уголки Крыма, он старался запечатлеть средневековые татарские улочки, пещерные города, довоенный Севастополь. В 20-х годах входил в Ассоциацию революционного искусства Украины, (АРМУ) являлся членом художественного общества им. К.К.Костанди. Его картины появлялись на выставках в Харькове, Симферополе, Севастополе рядом с работами К.Ф.Богаевского и Ю.И.Шпажинского, Н.С.Самокиша, Н.С.Барсамова, М.П.Крошицкого, А.Ф.Гауша, В.А.Фаворского, М.А.Волошина.

Таким образом, приехав в Крым сформировавшимся художником и педагогом, Э.А.Штейнберг оказал значительное влияние на развитие художественного образования в Севастополе. Он знакомил учеников с современными течениями в искусстве, раскрывал возможности нового пластического языка.

Вклад в развитие и поддержку севастопольской художественной школы внес живописец и архитектор Н.М.Янышев (1856–1938), воспитанник Петербургской академии художеств. Он был широко образован: хорошо знал историю, географию, математику, литературу. Он увлеченно помогал в раскопках Херсонесскому музею, и многие древние здания были реконструированы с его помощью [16, с. 41]. Известно, что Н.М.Янышев преподавал рисование и черчение в Константиновском реальном училище и женской гимназии [17]. Его учеником был талантливый севастопольский художник М.Казас.

Несколько лет, с 1924 по 1928 годы, в Севастополе жил и преподавал известный художник А.Ф.Гауш (1873–1947). Он получил образование в Академии художеств в Петербурге, где учился у А.А.Кисилева и П.П.Чистякова. Затем продолжил свое образование в академии «Жульен» в Париже. До 1924 года он жил в Петрограде, где был активным участником художественного процесса: стоял у истоков «Нового общества художников» (1914), был членом объединения «Мир искусства» (1916), хранителем Музея старого Петербурга, одним из организаторов театра Петрушки при ТЮЗ

(1924), преподавал в учебных заведениях города. Переехав в Севастополь, он преподавал рисование в школах 1 и 2 ступени, а также занимался с детьми музыкой.

Таким образом, в Севастополе с конца XIX века складывается традиция художественного образования. Ее начало было положено усилиями академика А.Е.Карнеева, организовавшего в городе рисовальную школу, которая существовала под патронатом Петербургской академии художеств. После октябрьского переворота и гражданской войны, начиная с 1920-х годов, происходит заметное оживление художественной жизни города. Тенденция к просветительству, демократизации образования проявляется в организации художественных студий при клубах, трудовых и профессионально-технических школах, студий для красноармейцев, моряков и рабочих, в которых преподают воспитанники Петербургской академии художеств, МУЖВЗ, академий Парижа и Мюнхена, выдающиеся живописцы Ю.И.Шпажинский и Э.А.Штенберг, Н.М.Янышев, А.Ф.Гауш. Широта художественной эрудиции, стремление к обновлению художественного языка, присущие этим мастерам, способствовали усилению живописной направленности в художественном образовании Севастополя.

Библиография:

1. *Молева Н., Белютин Э.* Русская художественная школа второй половины XIX — начала XX века. — М.: Искусство, 1967. — 391с.

2. Там же.

3. *Завгородняя О.А.* Рисовальная школа А.Е.Карнеева в Севастополе (1882–1897) // XX Таврические научные чтения. Ч. 1. — Симферополь, 2009. — С. 190–195.

4. *Молева Н., Белютин Э.* Указ. соч.

5. Исторические улицы и памятники Севастополя. — Симферополь: Таврия, 1996. — 151 с.

6. *Молева Н., Белютин Э.* Указ. соч.

7. Выставка акварелей В.А.Фельдмана // Слава Севастополя. — 16 января 2011 г. — С. 4.

8. *Самойлова Е.* Художественные объединения в Крыму в XX–XXI веке. — Севастополь: НПЦ «Экоси-Гидрофизика», 2011. — 215с.

9. Документы С.Н.Архангельского // Фонды МГООС. А/5194.

10. Историческая летопись Севастополя. Год 1882-й.

11. Фонды СХМ.

12. URL: http://www.archaeo-photo.chersonesos.org/

13. *Царёва А.* (Дочь скульптора) Воспоминания // Фонды МГООС. НВ–8278/2;А–6087.

14. *Афанасьев Л.М.* Моя связь с искусством на протяжении 50 лет и далее. Воспоминания. Рукопись. — Фонды севастопольского межшкольного краеведческого музея.

15. *Рыжова Т.* Штейнберг Эдуард Антонович: Каталог произведений живописи и графики. Архивные документы Т.В.Рыжова. — Севастопольский художественный музей (компьютерная верстка), 1999 г.

16. Архив Херсонесского государственного музея-заповедника. Дело № 391.

17. Новикова Т.А. Воспоминания // Фонды МГООС. НВ–18182.

СОДЕРЖАНИЕ

1. С.В. Мирзоян	Основные особенности Санкт-Петербургской школы промышленного дизайна	4
2. О.М. Санду	«Дом-ковчег» как отражение художественно-образной системы скандинавской картины мира	16
3. С.В. Мкртчян	Ассоциативно-коммуникативное значение дизайна	26
4. С.В. Мкртчян	Ассоциативно-образное восприятие предметов в контекстах среды	37
5. И.Э. Монашерова	Жюль Шере и его последователи: эволюция французской афиши	48
6. Л.Г. Мясникова	Декорация игрового фильма в восприятии зрителя и кинокритика	60

7. П.Е. Родькин	Проблема художественного формообразования в территориальной бренд-идентификации: нелинейность и абстрактность	79
8. Е.А. Дехтяренко	Предпосылки возникновения и развитие дизайна торговой среды (экспозиции)	95
9. И.А. Гордиевских	Становление выставки как феномена культуры в европейском искусстве рубежа XIX-XX веков	102
10. Т.М. Заяц	Приемы и принципы сценографии в оформлении витрин	113
11. Т.В. Литвина	Технология создания и эстетические качества виртуальных образов	119
12. Н.Ю. Казакова	Игровое пространство и кат-сцены как способ ведения повествования в рамках игрового процесса	125
13. И.В. Моренко	К вопросу об учитывающем потребности пользователей дизайне систем ориентирующей информации	138

14. С.С. Водчиц — Принцип измерения площадей в построении книжных композиций — 145

15. А.Г. Пушкарев — Аксонометрия Вазарели (к 110-летию со дня рождения Виктора Вазарели) — 160

16. Т.В. Белько, А.В. Агафонова — Типология открыток XX-XXI вв. на основе динамического формообразования — 172

17. С.Р. Николаев — Базовая техника в типографике. «Эмиль Рудер: избранные места из переписки» — 182

18. А.Н. Лаврентьев, О.А. Маркова — Саммит инфографики MALOFIEJ 24 как зеркало современных тенденций в области графического дизайна — 192

19. Д.В. Мордвинцев, З.В. Мордвинцева — Проблема подготовки дизайнера: на пути к самостоятельной деятельности — 203

20. Н.Г. Мизонова — Домашнее вышивание как отражение социума — 209

21. Н.Н. Цветкова — Эстетизация мусора как выражение концепции «recycle» в современном искусстве «fiber art» (по материалам выставок 2011–2015 гг.) — 219

22. Е.В. Морозова
А.В. Щербакова
Современные методы проектирования текстильного рисунка и их связь с орнаментацией тканей 50-60-х годов XX века 226

23. Е.А. Сысоева
Творчество современных художников-прикладников и мастеров народных художественных промыслов Сибири 233

24. Ф.Ю. Канокова
З.С. Унежева
Пояс как неотъемлемый компонент женских костюмных комплексов Северного Кавказа 242

25. Ф.Ф. Имангулова
Традиционные художественные ремесла в современной культуре Башкортостана 250

26. А.М. Султанова
А.С. Хачиева
Тараз — традиционный армянский костюм 259

27. К.Г. Шашкина
Судьба картонов и история создания серии шпалер по эскизам П.П. Рубенса «История Ахиллеса» 266

28. М.В. Решетникова
Дом моды «ИРФЕ» — русский «дух» парижской моды 281

29. М.А. Чернышева
Шарль бодлер о макияже. Поэтика анти-руины 290

30. А.А. Семенова	Искусство войлока в современном архитектурном пространстве (на примере творчества нидерландской художницы текстиля Клауди Йонгстра)	297
31. Е.Н. Алексеева	Становление системы художественного образования в Севастополе	308

ИМЕННОЙ УКАЗАТЕЛЬ АВТОРОВ СТАТЕЙ

Мирзоян С.В. Профессор кафедры «Промышленный дизайн» СПГХПА им. А.Л. Штиглица
e-mail: svetlanavagmir@rambler.ru

Санду О.М. Кандидат технических наук, зав. кафедрой ТПиХОМ факультета «Реклама и дизайн», ИжГТУ имени М.Т. Калашникова, г. Ижевск
e-mail: sanduolgamail@gmail.com

Мкртчян С.В. Кандидат искусствоведения, доцент кафедры «Реклама, связи с общественностью и дизайн» Российского Экономического Университета им. Г.В. Плеханова
e-mail: 7655682@rambler.ru

Монашерова И.Э. Аспирант МГХПА им. С.Г. Строганова
e-mail: innamonasherova@gmail.com

Мясникова Л.Г. Зам. начальника Отдела междуна¬родных отношений и коммуникаций МГХПА им. С.Г. Строганова
e-mail: id.stroganov@gmail.com

Родькин П.Е. Доцент Департамента интегрированных коммуникаций (Факультет коммуникаций, медиа и дизайна) НИУ ВШЭ
e-mail: prdesign@yandex.ru

Дехтяренко Е.А. Аспирант МГХПА им. С.Г. Строганова
e-mail: kat537dext@yandex.ru

Гордиевских И.А. Зав. экспозиционно-выставочным отделом «Народная галерея», г. Курган, Областной Центр народного творчества
e-mail: gordzhe@rambler.ru

Заяц Т.М. Аспирант МГХПА им. С.Г. Строганова
e-mail: mylola7@gmail.com

Литвина Т.В. Кандидат искусствоведения, профессор кафедры «Промышленный дизайн» МГХПА им. С.Г. Строганова
e-mail: tlitvina-prof@yandex.ru

Казакова Н.Ю. Кандидат филологических наук, магистр дизайна,
преподаватель кафедры «Дизайн среды» Московского Государственного Университета Дизайна и Технологии
email: temporary-use@mail.ru

Моренко И.В. Аспирант МГХПА им. С.Г.Строганова
email: ivmorenko@gmail.com

Водчиц С.С. Доцент кафедры «Искусство графики» МГХПА им. С.Г.Строганова
email: vodchic@mail.ru

Пушкарев А.Г. Кандидат технических наук, зав. кафедрой «Дизайн» Гуманитарно-прикладного института НИУ МЭИ
e-mail: ale43801002@yandex.ru

Белько Т.В. Доктор технических наук, профессор, зав. кафедрой «Дизайн и художественное проектирование изделий» Поволжского государственного университета сервиса (г. Тольятти)
e-mail: belko@tolgas.ru

Агафонова А.В. Аспирант Поволжского государственного университета сервиса (г. Тольятти)
e-mail: agafonova.angelina@gmail.com

Николаев С.Р. Доцент Московского государственного университета печати имени Ивана Федорова
e-mail: s.nickolaev@gmail.com

Лаврентьев А.Н. Доктор искусствоведения, профессор кафедры «Коммуникативный дизайн» МГХПА им. С.Г. Строганова
e-mail: strog.al@gmail.com

Маркова О.А. Аспирант МГХПА им. С.Г. Строганова
e-mail: ohmymarks@gmail.com

Мордвинцев Д.В. Доцент кафедры «Коммуникативный дизайн» МГХПА им. С.Г. Строганова
e-mail: mitya@akopov.ru

Мордвинцева З.В. Доцент кафедры «Коммуникативный дизайн» МГХПА им. С.Г. Строганова
e-mail: zoya@akopov.ru

Мизонова Н.Г. Кандидат искусствоведения, профессор, зав. кафедрой «Искусство костюма и текстиля» Ивановского государственного политехнического университета
e-mail: mizonov46@mail.ru

Цветкова Н.Н. Кандидат искусствоведения, доцент кафедры «Художественный текстиль» СПГХПА им. А.Л. Штиглица
e-mail: ts_natali@mail.ru

Морозова Е.В. Кандидат искусствоведения, доцент кафедры «Искусство текстиля и орнамента» ФГБОУ ВПО МГУДТ
e-mail: morosowa8888@rambler.ru

Щербакова А.В. Кандидат искусствоведения, ассистент кафедры «Художественное искусство текстиля и орнамента» ФГБОУ ВПО МГУДТ
e-mail: angel_sherb@mail.ru

Сысоева Е.А. Кандидат педагогических наук, доцент кафедры «Изобразительнон искусство и дизайн ФГБОУ ВПО Алтайская государственная академия им. В.М.Шукшина (г. Бийск)
e-mail: sea-net@mail.ru

Канокова Ф.Ю. Кандидат искусствоведения, ФГБОУ ВПО Кабардино-Балкарский государственный университет им. Х.М. Бербекова, кафедра «Декоративно-прикладное искусство»
e-mail: kanokova@rambler.ru

Унежева З.С. Старший преподаватель кафедры «Дизайн и декоративно-прикладное искусство» Кабардино- Балкарского государственного университета
e-mail: z.unezheva@mail.ru

Имангулова Ф.Ф. Аспирант ФГОБУ ВО Уфимский государственный университет экономики и сервиса (УГУЭС)
e-mail: florida.work@mail.ru

Султанова А.М. Зав. кафедрой «Дизайн и ДПИ» Кабардино-Балкарского государственного университета им. Х.М. Бербекова
e-mail: sultanova1@rambler.ru

Хачиева А.С. Доцент кафедры «Дизайн и ДПИ» Кабардино-Балкарского государственного университета им. Х.М. Бербекова
e-mail: anait63@mail.ru

Шашкина К.Г. Аспирант МГХПА им. С.Г. Строганова, преподаватель кафедры «Дизайн-текстиль»
e-mail: karina704@mail.ru

Решетникова М.В. Аспирант МГХПА им. С.Г. Строганова
e-mail: reshetnikova_m@bk.ru

Чернышева М.А. Кандидат искусствоведения, доцент Санкт-Петербургского государственного университета
e-mail: mariachernysheva@mail.ru

Семенова А.А. Доцент кафедры «Художественный текстиль» СПГХПА им. А.Л. Штиглица
e-mail: anntextile@mail.ru

Алексеева Е.Н. Старший преподаватель кафедры «Изо» РВУЗ КИПУ, г. Симферополь
e-mail: voitenka@yandex.ru

В публикациях сохранен авторский стиль изложения.

Декоративное искусство
и предметно-пространственная среда
Вестник МГХПА

2/2016
Часть 2
Научно-аналитический журнал по вопросам искусствоведения

Издание зарегистрировано в Роскомнадзоре

Свидетельство о регистрации средств массовой информации
ПИ № ТУ 50-918
от 10.02.2011

Подписной индекс 81174
В каталоге Роспечати

Свободная цена

Подписано в печать 30.06.2016
Формат 60x90/16; Усл.-изд. л. 20,75.
Бумага офсетная, гарнитура Times New Roman
Тираж 500 экз.
Адрес редакции:
125080, Москва, Волоколамское ш., д. 9

Отпечатано в МГХПА им. С.Г. Строганова
125080, Москва, Волоколамское ш., д. 9
Москва 2016