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

ДЕКОРАТИВНОЕ ИСКУССТВО И ПРЕДМЕТНО-ПРОСТРАНСТВЕННАЯ СРЕДА

Вестник МГХПА

Сборник подготовлен в рамках разработки научной темы:
Методологические принципы проектирования единого образовательного пространства ресурсами художественно-промышленных вузов

Фундаментальные, прикладные и учебно-методические исследования

1/2019
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, 2019. – № 1. 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
Цивьян Ю.Г. – доктор философии, почетный профессор имени Уильяма Колвина, Университет Чикаго
Лоддер Кристина – доктор философии, профессор, Школа искусств, Кентский университет
Ганцева Н.Н. – кандидат философских наук
Ефимов А.В. – доктор искусствоведения, профессор
Жердев Е.В. – доктор искусствоведения, 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 - 02598 от 26.04.2018

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

Зам. главного редактора: Н.Н. Ганцева
Выпускающий редактор: А.В. Сазиков
Редактор: Ю.Б. Иванова
Художественный редактор,
верстка: А.В. Сазиков

© Московская государственная художественно-промышленная академия имени С.Г. Строганова, 2019

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, 2019. – № 1. 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
Tsivian Youri – PhD, William Colvin Emeritus Professor, University of Chicago
Lodder Christina – PhD, professor, School of Arts, University of Kent
Gantseva N.N. – Candidate of Philosophy
Efimov A.V. – Doctor of Art Criticism, Professor
Zherdev E.V. – Doctor of Art Criticism, 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

Deputy editor-in-chief: N.N. Gantseva
Managing editor: A.V. Sazikov
Editor: Y.B. Ivanova
Art-director, layout: A.V. Sazikov

© Moscow State Academy of Applied Art and Design named after Sergei Stroganov, 2019

СОДЕРЖАНИЕ / SUMMARY

1.	С.В. Курасов, А.Н. Лаврентьев, Е.В. Жердев *S.V. Kurasov, A.N. Lavrentiev, E.V. Zherdev*	Размышления о современной теоретической платформе дизайна. Определения дизайна. Проблемы техники и эстетика, формы и функции *Contemporary theoretical design-platform in discourse. Design-definitions. Problems of technics and aesthetics, form and function*	10
2.	В.Р. Аронов *V.R. Aronov*	Томáс Мальдонадо и его эпоха *Tomas Maldonado and his epoch*	27
3.	Е.А. Заева-Бурдонская *E.A. Zaeva-Burdonskaya*	Образовательные технологии проектной деятельности и разработка нового профиля подготовки в области средового дизайна *Educational technologies of project activity and development of a new profile of training in the field of environmental design*	50
4.	Т.А. Монина, С.К. Емельяненко *T.A. Monina, S.K. Emelianenko*	Некоторые аспекты мышления и восприятия (Креативное восприятие и мышление как основа проектирования) *Some aspects of thinking and perception (Creative perception and thinking as the basis of design)*	66

5. В.И. Ампилов
V.I. Ampilov
Организация проектной деятельности. Альбом для представления дизайн-проекта
Organization of the design-process. Album representation of the design-project 74

6. Г.М. Салтыкова
G.M. Saltykova
Комбинаторика как метод формообразования в дизайне
Combinatorics as method obtaining forms in design 86

7. И.С. Насонов
I.S. Nasonov
Сложение базовых объемно-пространственных решений частных деревянных домов в период с 1995 г. по настоящее время. Этапы формирования
Forming and development of spatial planning in private wooden houses. From 1995 – to present days. Stages of development 95

8. К.Н. Чебурашкин , Е.А. Чебурашкина
K.N. Cheburashkin, E.A. Cheburashkina
Реабилитационный фактор в дизайне предметно-пространственной среды для детей дошкольного и раннего школьного возраста
The factor of rehabilitation in design of subject-spatial environment for preschool-age children and primary schoolchildren 105

9. Н.Н. Ганцева, А.И. Машакин
N.N. Gantseva, A.I. Mashakin
Проблема авторства произведений французских мастеров-мебельщиков XVIII–XIX вв.
The problem of authorship of the works of French masters of furniture XVIII–XIX centuries 122

10. В.В. Лаптев
V.V. Laptev
Периодизация информационной графики России: этапы становления и развития
Periodization of the information graphics of Russia: stages of formation and progress 130

11. Е.А. Лаврентьева.
E.A. Lavrentieva
Владимир Чайка и современный плакат
Vladimir Chaika and contemporary poster 138

12. Н.П. Бесчастнов, О.В. Ковалева, И.В. Рыбаулина
N.P. Beschastnov, O.V. Kovaleva, I.V. Rybaulina
От фактурно-оттеночных орнаментов к орнаментальным композициям контрастных цветовых сочетаний: пути поиска образности в дизайне
From textured-shade ornaments to ornamental compositions of contrasting color combinations: ways to find imagery in design 149

13. Е.С. Шерстобитова
E.S. Sherstobitova
Мастера рукописной книги на службе у Строгановых (XVI — перв. пол. XVII в.): к проблеме авторского творчества
The masters of manuscripts, created for Stroganovs: a problem of an unique art 160

14. И.А. Юдкин
I.A. Yudkin
Классическая печатная и экспериментальная книга. Livre d'artiste и книга художника
Classic print and experimental book. The livre d'artiste and artist's book 167

15. Ю.С. Смирнова
Y.S. Smirnova
Художественная структура журнала Simplicissimus
The artistic structure of Simplicissimus magazine 178

16. П.Д. Рудь
P.D. Rud
Латинская Америка в 1970-е гг.: поэзия почтового искусства
Latin America in 1970s: poetics of mail art 201

17. П.Е. Родькин
P.E. Rodkin
Репрезентация городских достопримечательностей в брендинге территорий и семиотическая модель бренда города
City showplace representation in place branding and semiotic model of the city brand 207

18. Е.А. Кузнецова
E.A. Kuznetsova
Стереотипы в организации торговой экспозиции
Stereotypes in organization of trade display 218

19. Н.П. Богатова
N.P. Bogatova
Новогодняя елка как арт-объект
Christmas tree as an art object 226

20. М.А. Червонная
M.A. Chervonnaya
Специфика режиссуры мультимедийных проектов
Features of multimedia — projects directing 235

21. А.В. Аристов
A.V. Aristov
Значение видеопрезентации в учебном процессе и защите дипломного проекта в области дизайна
The role of the video presentations in the educational process and graduation design project defence 241

22. Н.Ю. Казакова
N.Y. Kazakova
Особенности функционирования художественного образа в мультимедийной среде
Features of functioning artistic image in multimedia environment 247

23. А.О. Григорян, Т.Л. Макарова
A.O. Grigoryan, T. L. Makarova
Анализ особенностей дизайна пользовательского интерфейса системных приложений iOS и Android
Analysis of the features of user interface of system applications iOS and Android 261

24. М.Г. Ларицкая
M.G. Larizkaya
Видеоигры как метод самовыражения. Выявление главных элементов, формирующих любую игру
Videogames as a method of self-expression. Identify the main elements that form any game 271

25. Н.А. Лопатникова
N.F. Lopatnikova
Искусство Такаси Мураками и Джеффа Кунса в истории культуры постмодерна
Art of Takashi Murakami and Jeff Koons in the history of postmodernism 280

26. Майсан Салман
Maysan Salman
Содержание понятия «герой» и его воплощение в российской скульптуре первых послереволюционных лет
The content of the concept «hero» and its embodiment in the Russian sculpture of the first post-revolutionary years 296

27. О.А.Карасев
O.A.Karasev
Разнообразие направлений лаковой росписи в XIX в.: от Лукутинского производства до фирмы Р.Ф. Вейде
A variety of areas of lacquer painting in the XIX century: from the production of Lukutinto to the firm of R. F. Wade 307

28. Т.Л. Макарова, С.Л. Макаров
T. L. Makarova, S.L. Makarov
Информационные технологии в создании образа PR-мероприятий в индустрии моды (2006–2009 гг.)
Information technology in creating the image of PR events in the fashion industry (2006–2009) 314

29. В.Н.Одношивкин
V.N. Odnoshivkin
Парадоксы и противоречия понятия цветовой гармонии в цветовом круге И. Иттена. Опыт практического исследования
The paradoxes and contradictions of the color harmony›s concept at I. Itten's color wheel. Practical research experience 322

С.В. КУРАСОВ
Доктор искусствоведения, профессор, ректор МГХПА им. С.Г. Строганова
e-mail: info@mghpu.ru

S.V. KURASOV
Doctor of arts, rector of the Stroganov Academy (MGHPA)
e-mail: info@mghpu.ru

А.Н. ЛАВРЕНТЬЕВ
Доктор искусствоведения, профессор кафедры «Коммуникативный дизайн» МГХПА им. С.Г. Строганова
e-mail: strog-nauka2011@yandex.ru

A.N. LAVRENTIEV
Doctor of arts, professor of the department «Communication design» of the Stroganov Academy (MGHPA)
e-mail: strog-nauka2011@yandex.ru

Е.В. ЖЕРДЕВ
Доктор искусствоведения, профессор кафедры «Промышленный дизайн» МГХПА им. С.Г. Строганова,
e-mail: zerdev-design@yandex.ru

E.V. ZHERDEV
Doctor of arts, professor of the department «Industrial design» of the Stroganov Academy (MGHPA)
e-mail: zerdev-design@yandex.ru

РАЗМЫШЛЕНИЯ О СОВРЕМЕННОЙ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ПЛАТФОРМЕ ДИЗАЙНА. ОПРЕДЕЛЕНИЯ ДИЗАЙНА. ПРОБЛЕМЫ ТЕХНИКИ И ЭСТЕТИКА, ФОРМЫ И ФУНКЦИИ

CONTEMPORARY THEORETICAL DESIGN-PLATFORM IN DISCOURSE. DESIGN-DEFINITIONS. PROBLEMS OF TECHNICS AND AESTHETICS, FORM AND FUNCTION

Мы вопрошаем и допрашиваем прошедшее,
чтобы оно объяснило нам настоящее и
намекнуло нам о нашем будущем.
В.Г. Белинский

Статья представляет собой первую из серии материалов о различных трактовках теоретических проблем дизайна. Авторы рассматривают эволюцию определений дизайна и трактовку ключевых понятий для теории дизайна XIX–XX века: техники, эстетики, функции, формы, конструкции, оказавших влияние на понимание российского дизайна.

The article represents the first one from a series of materials concerning different interpretations of the theoretical problems of design. The authors consider the evolution of the design-definitions and the key concepts for design-theory of the XX century: technics, aesthetics, function, form, construction which influenced the concepts of design in Russia.

Ключевые слова: теория дизайна, проектирование, определения дизайна, техника и эстетика, функция и форма, промышленное искусство, художественное конструирование.
Keywords: design-theory, design-activity, design-definitions, technics and aesthetics, form and function, industrial art, constructing

Дизайн как преобразующее явление культуры проявляется в настоящее время практически во всех сферах человеческой деятельности. Специализации дизайна существуют в виде жанров и направлений проектной деятельности, направлений и профилей профессиональной подготовки.

В дизайне теоретические концепции зачастую переплетены с проектными и художественными, поскольку конкретная модель и методика проектирования всегда отражает авторские, соответствующие своему времени, концепциям и условиям трактовки роли дизайна в технике, культуре, производстве, потреблении. Теоретические модели отвечают на «вечные» вопросы о соотношении пользы и красоты, техники и эстетики, материала, технологии и формы, порядка и хаоса, гармонии

и структуры, органики и структурной упорядоченности. В рождающихся новых теоретических позициях идет поиск связей с актуальными критериями и факторами проектной деятельности: социокультурными, семиотическими, экологическими, медийными и т.д. Взаимоотношения дизайна и стилевых тенденций и моды, проблемы формообразования, понятие «проектная культура» как центральное в понимании специфики деятельности — все эти вопросы так или иначе затрагиваются в теории дизайна второй половины XX века.

Концепции предметного дизайна сменились концепциями системного проектирования и «дизайн-программ», от понимания роли дизайна в системе потребительских предпочтений, экологии и экологического мышления перешли к дизайну информационной среды, проектированию деятельности и услуг, растворению дизайна в повседневной деятельности. Дизайн стал рассматриваться как стратегическое планирование и проектирование нематериальных программных продуктов.

На своем блоге «Я мыслю, я проектирую» Stephanie Di Russo (1) представила интересную модель развития теорий дизайна XX века в виде циферблата часов, разделенного на несколько секторов. Цифре 12 вверху соответствует наш нынешний момент времени, к которому мы двигаемся. Первая отметка на циферблате, своеобразная цифра «1», первый час, — это отметка 1960-х годов, которую можно считать началом создания науки о дизайне, появления концепции потребительских свойств, попытками измерить и оценить потребительские свойства, определить место дизайна в промышленности.

Следующий час, «2», — создание дизайн-студий, занимающихся тотальным дизайном, в СССР — это создание ВНИИТЭ и отраслевых художественно-конструкторских бюро. Дизайн берет на себя ответственность за проектирование всей предметной среды, рождается концепция «от ложки до города».

Но ближе к цифре «3» (период 1980-х годов) появляются новые теоретические проблемы, и на первое место при анализе последствий и ценностей дизайна выходит индивидуальность потребителя; идея сильной и слабой проектности, высказанная итальянскими теоретиками дизайна, оценки дизайна с точки зрения когнитивных процессов (восприятия).

Ближе цифре «6» половина циферблата пройдена, возникают идеи метапроектирования. Здесь доминируют концепции дизайна как гуманитарной деятельности, позволяющей ставить и решать проблемы,

связанные с человеческим фактором. И последнюю четверть на этом воображаемом циферблате занимает дизайн, полностью переключающийся на человека: «human-centered design».

Какие профессиональные ценности и установки определяла и определяет теория дизайна?

Гармонизирующее начало дизайна может опираться как на традиционно сложившиеся устои культурного ландшафта, так и на современные стратегические моменты культурной, идеологической, социально-экономической ситуации. В обоих случаях механизмы и результаты дизайнерской деятельности могут вызывать креативные импульсы, продуцирующие различные научные концепции. Их возникновение становится источником не только качественно новых теоретических подходов к построению эстетически значимых форм, но и порождению их новых смыслов, новых культурных ценностей, новых гуманистических ориентиров в проектной деятельности. Кроме того, с помощью научного подхода глубже раскрывается сущность дизайнерского творчества не только с позиций социально-культурных ценностей, но и практической целесообразности. Это обозначилось уже у самых истоков формирования предметного окружения человека.

Смысловые корни термина «дизайн» восходят к латинскому слову «designare» — «определять, обозначать». Итальянское «designo» со времен Ренессанса обозначало проекты, рисунки, а также основополагающие идеи. Первоначальное значение англоязычного понятия «дизайн» охватывает несколько смысловых рядов. Первичным является ряд определений «декоративного» порядка: узор, орнамент, декор, украшение, убранство. Ко второму ряду относятся «проектно-графические трактовки»: набросок, эскиз, рисунок, собственно проект, чертеж, конструкция. Третий ряд выходит за рамки прямого проекта: план, предположение, замысел, намерение. Четвертый ряд определений: затея, ухищрение, умысел и даже интрига.

В теории технической эстетики существует немало формулировок дизайна. Так, например, Международным советом по организации деятельности индустриального дизайна (ИКСИД), созданном в 1957 году на VII Конгрессе (сентябрь 1969 г.) была выдвинута формулировка, подготовленная Т.Мальдонадо: «Дизайн есть творческая деятельность, конечной целью которой является определение формальных качеств предметов, производимых промышленностью». Эти качества связаны

не только с внешним видом, но, главным образом, с конструктивными и функциональными характеристиками («структурными и функциональными характеристиками», «структурными и функциональными связями изделий»), которые превращают какую-либо систему («предмет») в единое целое как с точки зрения изготовителя, так и с точки зрения потребителя. «Дизайн стремится охватить все аспекты окружающей человека среды, которые обусловлены промышленным производством» [1].

Теоретик дизайна Г.Б.Минервин в своей докторской диссертации в 1975 г., уточняя это определение, писал: «Дизайн — это такая творческая деятельность, которая ставит своей целью формирование гармоничной предметной среды, наиболее полно удовлетворяющей материальные и духовные потребности человека. Эта цель достигается путем определения формальных качеств предметов, создаваемых средствами индустриального производства, причем к формальным качествам относится не только внешний вид предмета, но главным образом структурные связи, которые придают ему функциональное и композиционное единство, способствующее повышению эффективности производства» [2].

Теоретик дизайна Н.В.Воронов сутью и основой дизайна считал соединение (конвергенцию) разнокатегориальных явлений. Так, по Воронову, соединение кареты и бензинового мотора привело к появлению автомобиля. Такую же важную роль он отводил и терминам «конструкция», «композиция» и «компоновка»: «…компоновка в виде композиционного объединения, технологического сплава, конструктивного соединения, сращения, конвергенции, взаимопроникновения и т.д. всегда является необходимым и ведущим методом дизайна. Без компоновки не может быть дизайна» [3, с. 12].

На основании «соединения» Воронов дал свою версию определения дизайна: «Дизайн-проектирование материальных объектов и жизненных ситуаций на основе метода компоновки при необходимом использовании данных науки с целью придания результатам проектирования эстетических качеств и оптимизации их взаимодействия с человеком и обществом. Термином “дизайн” могут обозначаться собственно проект, процесс проектирования и его результат (осуществленный проект) [3, с. 19].

В более современной трактовке дизайн — специфическая сфера деятельности по разработке или проектированию предметно-про-

странственной среды (в целом и отдельных ее компонентов), а также жизненных ситуаций с целью придания результатам проектирования высоких потребительских свойств, функциональных и эстетических качеств, оптимизации и гармонизации их взаимодействия с человеком и обществом. Для адаптированного восприятия формулировки термина «дизайн» предлагается следующая формулировка: дизайн — деятельность по проектированию предметно-пространственной среды, а также жизненных ситуаций с учетом утилитарной функции, эстетических предпочтений и психофизиологических возможностей человека [4, с. 8].

В 2010 году в Южной Корее был выпущен отчет состояния развития дизайна в ряде стран мира, участвовавших в опросе сеульского Дизайн-центра. Опрос проводился под эгидой международных организаций дизайна Икограда и IDA (позднее слившихся в Международный совет дизайн-организаций IDSA), при участии Университета Хонгик. По каждой стране собиралась следующая информация: политика в области дизайна, дизайн-индустрия, дизайн-образование, дизайнерские организации, общекультурная информация о дизайне, включая и пункт «определение дизайна».

Главная мысль в определении, данном дизайн-центром в Пекине: дизайн обеспечивает воспроизводство, ценность и качество жизни.

«Интегрируя науку и технологию, культуру, искусство и социально-экономические факторы, основываясь на разуме и творчестве, дизайн с помощью современной технологии является результатом творчества, обеспечивающего производство, ценность и качество жизни» [11].

Определение дизайна Гонконгского дизайн-центра: дизайн — необходимая составная часть бизнеса, инструмент порождения ценностей [11, с. 21–22].

«Дизайн — процесс планирования и развития, перевода абстрактных идей в востребованные объекты и услуги. Он учитывает (и использует) чаяния потребителей, технологическую гибкость, и деловую хватку. Дизайн шире, чем просто эстетика. Он связан с функциями, простотой производства, устойчивостью, надежностью, качеством и продуктивностью» [11, с. 21].

Определения Канады также связаны с определением качества жизни, экономической конкуренцией [11, с.30].

Представители Южной Кореи определили дизайн как интеллектуальную деятельность по внедрению задуманного [11, с. 35].

Ирландия: дизайн это не только форма и внешний вид, но и то, для чего используются и как производятся вещи [11, с. 52].

Япония: дизайн-деятельность — это творческий акт формирования гармоничного искусственного окружения [11, с. 56].

Наиболее кратко выразились голландцы: дизайн — это креативный бизнес [11, с. 67].

Международный совет дизайн-организаций IDSA, куда входят и графики, и промышленные дизайнеры, предлагает на сайте американской ассоциации целую подборку определений от известных дизайнеров, принятую международным сообществом и обновленную формулировку 2015 года, а также определения, выработанные учебными заведениями. В определении Университета Северной Каролины говорится, что дизайн — это профессиональные услуги по созданию и продвижению идей и указаний, помогающих оптимизировать функцию, ценность и внешний вид продукции и систем для взаимного блага пользователя и потребителя (2).

Во всех приведенных выше трактовках так или иначе используются понятия: функциональность, эффективность, полезные объекты, услуги.

В современном понимании функция (от лат. function — «совершение, исполнение») в дизайне трактуется как способность продукта, обладающего формой, к выполнению того или иного назначения. Важность категории «функция» особенно осмыслялась в архитектуре; она детерминировала направление в зодчестве XX века под названием «функционализм», основанное на утверждении первичности функции по отношению к форме. Выдвинутая в XIX веке формула примата функции над формой американским архитектором Л.Г.Салливеном в середине 1920-х годов была подхвачена западноевропейскими архитекторами и дизайнерами, сторонниками рационализма, полемически упростившими ее содержание, сведя его к первичности утилитарного по отношению к эстетическому. Основанные на этой формуле принципы функциональности разрабатывались и пропагандировались Ле Корбюзье во Франции, а наиболее последовательно — архитекторами и дизайнерами, связанными с Баухаузом в Германии (В.Гропиус, Х.Мейер, Л. Мис ван дер Роэ и др.).

Отношение функции к форме и ее эстетическим свойствам дискутировалось еще в Древней Греции. Однако необходимо разобраться, о какой функции идет речь, если в формообразовании их может быть несколько. Функция может быть утилитарной, эстетической, художе-

ственной, социологической, культурологической, экологической, этнической, информационной, магической и др. В данном случае речь идет об утилитарной функции. Слово «утилитарный» переводится с латинского (utilitas) как «польза, выгода». Следовательно, можно употреблять, наряду со словосочетанием «утилитарная функция», словосочетание «полезная функция». В случае преобладания функции над формой мы употребляем словосочетание «функциональный дизайн».

Функциональная целесообразность тесно связана с удобством эксплуатации орудия труда. С этой точки зрения интересным представляется отношение античного мастера к заказчику, которое описано одним из учеников и биографов знаменитого греческого философа Софокла Ксинофонтом Афинским в изложении теоретика искусства Костаса Варналиса. Он писал о том, как Сократ, побродив целый день по рынку, пришел к Пистию, специалисту по изготовлению панцирей (доспехов для воинов) и спросил, почему ему удается продавать больше панцирей, чем другие мастера? Пистий ответил, что подгоняет панцирь по мерке. От этого панцирь меньше давит на тело; вес равномерно распределяется по плечам, спине, животу, суставам. Здесь мы видим, как древний ремесленник, работавший на заказ, всесторонне учитывал потребительские и функциональные требования, предъявляемые к изделию, чтобы обеспечить удобство в обращении с ним. В данном случае воплощались важнейшие требования, характерные для современного дизайна, — комплексный подход к формообразованию изделия, где важнейшим формообразующим фактором является удобство в эксплуатации.

В эпоху античности люди глубоко понимали, что вещь должна быть технически совершенна, то есть прочна, надежна, экономна по конструкции и приспособлена к своей основной функции. Причем она должна быть не просто удобной и соответствовать требованиям потребителя, но еще и быть красивой. Например, доставлять эстетическое удовольствие от пропорций, узоров, орнаментов. То есть вещь должна быть не только полезной, но и красивой. И хотя понятия «польза» и «красота» противоречивы между собой, тем не менее, античный мастер стремился найти консенсус между ними. Для некоторых из античных мыслителей, например, для Сократа, главной в этом контексте была польза. В беседе с Аристипом он утверждал, что критерий прекрасного — полезность. Аристипп ответил на эти рассуждения вопросом, является ли в таком случае навозная корзина прекрасным предметом? Сократ от-

ветил на этот вопрос утвердительно, сказав при этом, клянясь Зевсом, что и золотой щит — предмет безобразный, если он бесполезен.

По мнению Н.В.Воронова, прото-дизайн прошел несколько важных этапов развития. Первый, когда компоновались только отдельные предметы или части предметов. Второй, когда начали компоновать не только сами предметы, но и принципы обработки этих предметов, то есть к предмету прикладывалось украшение, и дизайн уже стал двуединым явлением; полезность в нем начала сочетаться с поверхностной обработкой формы. Третий период явственно фиксируется в античности: происходит дифференциация понятия полезности. Предмет компонуется так, чтобы не только выполнял свою основную функцию, но и был удобен в эксплуатации [5].

Современное понимание удобства объясняется наукой «эргономика» (от греч. ergon — «работа» и nomos — «закон»), возникшей в начале XX века. Эргономика — научная дисциплина, комплексно изучающая человека (группу людей) в конкретных условиях его (их) деятельности в производстве. Эргономика возникла в связи со значительным усложнением технических средств и условий их функционирования; она сформировалась на стыке наук психологии, физиологии, анатомии и др. Человек, машина и окружающая их среда рассматриваются в эргономических исследованиях как сложная система.

В аспекте дизайна эргономика изучает объективные характеристики человеческого организма (антропометрические, биомеханические, физиологические, психологические) с целью оптимизации его взаимодействия с изделием или средой. Результаты эргономических исследований фиксируются в виде нормативов, непосредственно используемых в процессе дизайнерского проектирования. Если проектирование объектов, формообразование которых определяется в первую очередь требованиями эргономики, то такое явление называется эргодизайном.

Несмотря на то, что в древности утилитарная функция и удобство отождествлялись с прекрасным, со временем эстетические качества приобрели самостоятельное значение. До промышленной революции, когда в ремесленном производстве существовал ручной труд, эстетике отводилась большая роль. Например, в петровскую эпоху А.К.Нартов (1693–1756) стремился совместить технические и эстетические качества в изобретении токарных станков, делая станины в духе барокко.

Промышленная революция конца XVIII и начала XIX века привела к замене мануфактурного и ремесленного производства крупной машинной промышленностью. В XIX веке промышленность перешла к массовому производству разнообразных товаров. В промышленной революции этого периода можно выделить три важных этапа: появление машин в текстильном производстве, изобретение паровой машины и применение машин в машиностроении.

В XIX веке зарождается промышленный (индустриальный) дизайн на пересечении нескольких ветвей развития проектной культуры: художественных программ, массовой промышленности, инженерного конструирования, науки. Причины появления промышленного дизайна лежат в кризисной художественной ситуации в области формообразования предметного мира, сложившейся в европейских странах в середине XIX века, когда промышленный уклад начинал доминировать в экономике. В это время происходит упадок ремесел, разрыв между смыслом и формой опредмечивания процессов жизнедеятельности общества, нарушение фундаментальных «вечных» принципов формообразования.

Проектная деятельность вначале складывалась как репродуцирование культурных ремесленных образцов средствами промышленного производства. То есть предметом проектной деятельности стало копирование ремесленного образца с учетом новой технологии, в соответствии с чем ее можно назвать технологическим проектированием. Технологическое проектирование образовало первый, базовый слой структуры проектной деятельности, обеспечивающий реализацию функций и морфологии прототипа в новых промышленных материалах и процессах.

Но приспособление новой технологии к образцам, созданным на другой технологической базе, оказалось для промышленности нетехнологичным, экономически невыгодным. Задача состояла в том, чтобы перепроектировать морфологию ремесленных образцов с учетом новой технологии, но не меняя функционального назначения вещей. В связи с этой задачей возникает морфологическое проектирование (или конструирование), которое создает и реализует проекты новых материальных форм, опираясь на технологическое проектирование.

Рост городов, населения, развитие промышленности, изменение жизненного уклада, возникновение новых общественных учреждений, форм коммуникации и т.п. — все это требовало соответствующего предметного оформления: сооружения зданий нового типа, создания

новых транспортных средств, оборудования среды жизнедеятельности вещами с новыми функциями, разработки визуальных коммуникаций и т.п. Промышленности и обществу в целом стал нужен новый специалист — проектировщик (дизайнер).

Проблема в решении эстетических задач в процессе изготовления технических изделий, выполненных индустриальным способом, обострилась с открытием промышленных выставок. Самой значимой в этом плане стала Первая всемирная выставка, которая прошла в Лондоне в 1851 году. На выставке были представлены, в основном, машины, судовое оборудование, локомотивы, швейцарские часы и многое другое. Выставка показала, что приглашенные на промышленные предприятия художники «чистого искусства» в целях повышения эстетических качеств выпускаемых изделий не понимали сути индустриального формообразования. Художники декоративно-прикладного искусства иногда могли красиво украсить изделия инкрустацией, но такие вещи были дорогими, не рассчитанными на массового потребителя. Архитекторы не понимали сущности технического формообразования и поэтому проектировали промышленные изделия, напоминающие архитектурные сооружения. Все это говорило о том, что в области индустриального производства был необходим дизайнер.

В условиях массового потребления индустриальной продукции в среде интеллектуальной элиты распространилось недовольство последствиями механизации. С резкой критикой наступающей эпохи индустриального общества выступил Джон Рёскин (1819–1900) — английский теоретик искусства, призывая вернуться к ремеслам, к Средневековью. Вместе с Рёскиным выступал и Уильям Моррис (1834–1896) — английский художник и общественный деятель, который критиковал машинное производство, видя в искусстве главное средство эстетического преобразования промышленности. Рёскин и Моррис пытались сделать искусство социально полезным. Их идеи, направленные на гармонизацию индустриального общества, способствовали выработке нового направления, предназначенного для массового механизированного производства товаров широкого спроса, которое впоследствии будет именоваться «дизайн».

Если Рёскин и Моррис были только противниками машинного производства, то некоторые теоретики искали выход из сложившейся ситуации, когда искусство и техника, некогда бывшие синкретичными,

разъединились и пошли разными путями. Одним из таких теоретиков был Готфрид Земпер (1803–1879), немецкий архитектор и теоретик искусства. В разобщении техники и искусства он видел причины упадка архитектуры и художественных ремесел в XIX веке. В своей книге «Стиль в технических и тектонических искусствах, или Практическая эстетика» Земпер раскрыл принципы, лежащие в основе искусств и ремесел. Он стремился возродить эстетические свойства «практических искусств».

В середине XIX века начали появляться специальные комитеты по поощрению связи искусства с техникой. Проблемам современной материально-художественной культуры стало посвящаться все больше и больше публикаций. С 1849 года в Лондоне начал выходить первый специальный журнал по дизайну и эстетическим проблемам предметного мира «Journal of Design», издаваемый художником и теоретиком искусства Генри Колом. В это же время сложилось и вошло в употребление понятие «industial art» (Промышленное искусство), а несколько раньше — «applied art» (Прикладное искусство). Складывалось и новая область искусствознания, включающая теперь в себя не только «высокие», но и «низкие» виды искусства; расширялся предмет эстетических исследований.

В России также оптимистически относились к эстетическому облагораживанию техники. Особенно интересна в этом плане книга профессора П.С.Страхова «Эстетические задачи техники», вышедшая в Москве в 1906 году. В ней предугаданы перспективы позднейших исследований в области дизайна. В книге Страхов разбирает три взаимосвязанные проблемы: «красота и техника», «искусство и техника», «техника и красота жизни».

По мнению Страхова, с помощью технических средств человек побеждает «тяжелые узы» грубой материи, и поэтому техника должна стремиться «сделать узы материи более удобными, легкими и изящными». Ценность работы Страхова заключается в том, что в ней впервые сделана попытка преодолеть характерные для науки XIX столетия разграничение сфер техники и эстетики.

В 1910 году вышла лекция профессора прикладной механики и теории построения машин Харьковского института Я.В.Столярова «Несколько слов о красоте и технике», где он отождествляет красоту с целесообразностью. Столяров, возражая против архитектурных форм в машиностроении, говорил, что чем совершеннее становилась машина, чем

больше ее организм соответствовал кинематическим функциям, тем более она удовлетворяла эстетическим требованиям. Столяров призывал помнить, что истинный конструктор, независимо от его специальности, есть художник, ибо талант его представляет смесь фантазии и интеллекта, чутья и строгой критики.

В 1921 году теоретик искусства А.Топорков написал статью «Форма техническая и форма Художественная», в которой говорил о том, что «На машину нужно научиться смотреть не статически, динамически. Только для глаз непосвященного она пребывает, покоится ... в своей неподвижной форме, на самом деле эта форма находится в ... движении и течении, эта форма жива, и жизнь этой формы одушевляет мертвый материал машины». Неслучайно, пишет Топорков, люди, работающие с машинами, их персонифицировали. По Топоркову, при работе с машиной человек сливается с ней в общем ритме, своим характером и сердцебиением [6, с. 28].

К одному из интересных текстов о проблеме синтеза пользы и красоты, утилитарности и декоративности, эстетичности и художественности промышленного изделия можно отнести эссе Николая Тарабукина «От мольберта к машине» (1920). Он замечает, что индустриальное производство стало беспредметным, как и искусство начала XX века, которое прошло через опыт беспредметничества — малевического супрематизма. Он считает, что в индустриальном производстве каждый рабочий делает отдельные детали и не видит целостного процесса (предметности) изготовления вещи, поэтому «современность предъявляет художнику совершенно новые требования: она ждет от него не музейных “картин” и “скульптур”, а вещей социально-оправданных и по форме и по назначению» [7, с. 29].

1910-е годы в искусстве отмечены рождением художественного авангарда. Художественные направления, такие как кубизм, футуризм, супрематизм и конструктивизм, родились как проектные системы, благодаря им в сферу искусства вошли проектные методы, алгоритмы, четкая последовательность творческих операций, раскрылись интеллектуальные возможности моделировании новых миров и пространств. Композиционные системы авангарда, с одной стороны, представляют собой алгоритмические комбинаторные системы, что позволяет использовать их как графические, объемно-пространственные, структурные программы. С другой стороны, абстрактность композиционных ва-

риантов, внеизобразительность, позволяет считать их универсальными, пригодными для любой области архитектуры, дизайна, предметно-художественного творчества в целом. Эти системы стали художественной базой для рождения новых стилевых направлений и принципов структурно-геометрического моделирования форм в дизайне.

1920-е годы породили в Советской России новую волну теоретических поисков, связанных с анализом объективных закономерностей творчества, поиском общности творческих установок художника и инженера. Московский Институт художественной культуры (ИНХУК) все больше внимания уделял вопросам «производственного искусства» и конструктивизма. Наиболее прочно идеи утвердились в художественном конструировании, оформительском искусстве, архитектуре, которые связаны с конструктивизмом. В 1921 году О.М.Брик сделал доклад о переходе ИНХУКА из комиссариата просвещения в высший совет народного хозяйства. А.М.Родченко, вспоминая о том времени, пишет: «Бросил живопись, — Выдвигаю лозунг: довольно изображать, пора строить. Пошёл на производство. Я — декан металлообрабатывающего факультета ВХУТЕМАСа, профессор проектировки. Из факультета, делавшего ризы, лампады и прочую церковную утварь, стали выходить конструкторы электрической арматуры, металлических бытовых изделий, металлической мебели...» [8, с. 11].

Сторонники конструктивизма, выдвинув задачу «конструирования» окружающей среды, активно направляющей жизненные процессы, стремились осмыслить формообразующие возможности новой техники, ее логичных, целесообразных конструкций, а также эстетические качества промышленных материалов. Роскоши буржуазного быта конструктивисты противопоставляли демократичность, простоту и подчеркнутый утилитаризм новых предметных форм, выразительность которых определялась их геометрической структурой. Эстетика конструктивизма в определенной степени способствовала становлению советского дизайна в области проектирования костюма и ткани, новых типов мебели и посуды, проектировании выставок, плаката и рекламы, создании театральных декораций, системе образования (ВХУТЕМАС–ВХУТЕИН). В теоретических концепциях этого периода конструкция была не только ведущим композиционным приемом, но и отождествлялась с активным действием художника, а конструктивизм трактовался как интеллектуальное производство (А.Ган, А.Родченко, В.Степанова).

Стремление соединить функцию и форму, конструкцию и эстетику легло в основу преподавания в Баухаузе, ВХУТЕМАСе и ВХУТЕИНе. Руководители этих школ опирались на функционализм и ставили цель выработать универсальные принципы современного формообразования в пластических искусствах; они стремились к комплексному художественному решению современной материально-бытовой среды, развивали у студентов способность эстетически-творческого осмысления новых материалов и конструкций, учили осознавать специфическую красоту функционально обусловленных форм предметов, создаваемых в условиях современного машинного производства.

Теоретические исследования возобновились с созданием в 1962 году Всесоюзного научно-исследовательского института технической эстетики с опытным производством и демонстрационным залом. На Институт возлагались разработка и внедрение художественного конструирования, координация научно-исследовательских работ в этой области, методическое руководство работой специальных художественно-конструкторских бюро (СХКБ), обобщение и распространение лучшего отечественного и зарубежного опыта в дизайне, а также разработка проектов отдельных видов массовых и наиболее сложных изделий машиностроения и товаров культурно-бытового назначения с созданием опытных образцов такой продукции.

С 1964 года ВНИИТЭ издавал специальный журнал «Техническая эстетика», аналитические сборники «Дизайн в СССР», сборники трудов серии «Техническая эстетика», словари-справочники и др. В 1965 году СССР в лице ВНИИТЭ вступил в ИКСИД — Международный совет дизайнерских организаций, созданный в 1957 г. Позже (1969) директор ВНИИТЭ Ю.Б.Соловьев был избран его вице-президентом, а с 1977 по 1980 г. был президентом ИКСИД.

Кроме того, Министерство высшего и среднего специального образования совместно с Министерством культуры и Академией художеств обязывалось пересмотреть систему подготовки кадров с целью обеспечения выпуска квалифицированных художников-специалистов в области дизайна, в том числе ввести курс художественного конструирования в учебные планы ряда высших технических учебных заведений и организовать при МВХПУ и ЛВХПУ вечерние отделения для подготовки художников-конструкторов из числа дипломированных инженеров и художников.

Возрождая Строгановку в 1945 году, З.Н.Быков, в 1955–1967 гг. — ректор МВХПУ (б. Строгановское), возрождал и опыт проектных заданий ВХУТЕМАСа–ВХУТЕИНА, где он учился у Родченко, и отдельные элементы теории «производственного искусства»: утилитарный и конструктивный подход, принцип взаимоотношения проектных и технологических дисциплин. В изданном в 1965 году учебном пособии для возрожденной специальности дизайнера было несколько типов материалов, раскрывавших эстетическую сущность художественного конструирования (И.А.Масеев), историю техники (А.В.Флеров), принципы проектирования (Г.В.Крюков) и эргономику (Б.Ф.Ломов). «Промышленное искусство представляет собой специфическую форму человеческой деятельности, цель которой состоит в эстетической организации окружающей человека предметной среды» [10, с. 5], — подчеркивали авторы. Промышленное искусство способствует воспитанию творческого отношения к труду. Эстетические чувства человека проявляются в процессе использования вещи. Творческим методом промышленного искусства объявлялось художественное конструирование [10]. В проектировании дизайнер должен придерживаться трех основных принципов: комплексности, учета окружающей среды и конкретных условий, единства формы и содержания (образности). «Красота — в органическом построении самой вещи, в ее логичности и целесообразности, гармонической пропорциональности частей, в соответствии деталей целому и между собой» [10, с. 99], — писал в те годы Г.В.Крюков, зав. кафедрой художественного конструирования.

Все эти суждения представляют историко-теоретический багаж дизайна, который постоянно пополняется…

Примечания:

1. Stephanie Di Russo, выпускница Технологического университета Суинберна (Австралия, Мельбурн), автор диссертации «Understanding the behaviour of design thinking in complex environments» (2016), ведет блог «I think, I design». URL: https: //ithinkidesign.wordpress.com/2012/06/08/a-brief-history-of-design-thinking-how-design-thinking-came-to-be/ (дата обращения: 12.06.2018).

2. IDSA, Industrial designers society of America. Сайт общества промышленных дизайнеров. URL: http: //www.idsa.org/news/dblog/what-id (дата обращения: 05.04.2018).

Библиография:

1. Техническая эстетика и дизайн. Словарь / под ред. М.М.Калиничевой. М.: Культура, 2012.

2. Минервин Г.Б. Архитектоника промышленных форм: Системный анализ формообразования в художественном конструировании. Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора искусствоведения. М., 1975. С. 6.

3. Воронов Н.В. Суть дизайна. 56 тезисов русской версии понимания дизайна. М.: Изд-во «ГрантЪ», 2002. 23 с.

4. Брызгов Н.В., Жердев Е.В. Промышленный дизайн: история, современность, футурология. Учебное пособие. МГХПА им. С.Г.Строганова, М., 2015. 544 с.

5. Воронов Н.В. Российский дизайн. Очерки истории отечественного дизайна. Т. 1. М.: Союз дизайнеров России. 2001. 424 с.

6. Искусство в производстве. Сборники Художественно-Производственного Совета Отдела Изобразительных искусств Наркомпроса. Издатель: Художественно-Производственный Совет Отдела Изо Наркомпроса. М., 1921.

7. Тарабукин Н. От мольберта к машине. М.: Ад Маргинем Пресс, 2015. 72 с.

8. Минервин Г.Б., Мунипов В.М. О красоте машин и вещей. Книга для учащихся ст. классов. М.: Просвещение, 1975. 152 с.

9. Земпер Г. Практическая эстетика. М.: Искусство, 1970. 320 с.

10. Учебно-методические материалы по художественному конструированию / под ред. З.Н.Быкова. М.: МВХПУ (б. Строгановское), 1965.

11. Worlddesignsurvey 2010 Seoul. Seoul: Seoul Metropolitan Government, 2010.

В.Р. АРОНОВ

Профессор, доктор искусствоведения, член-корреспондент РАХ, НИИ теории и истории изобразительного искусства РАХ
e-mail: aronov@list.ru

V.R. ARONOV

Professor, doctor of arts, corresponding member of the Russian Academy of Arts, Scientific-research institute of the Russian Academy of Arts
e-mail: aronov@list.ru

ТОМА́С МАЛЬДОНАДО И ЕГО ЭПОХА
TOMAS MALDONADO AND HIS EPOCH

Среди классиков мирового дизайна XX века Томáс Мальдонадо (1922–2018) занимает особое место. В молодости он был известным аргентинским художником-авангардистом и общественным деятелем, бунтарем левого толка, публицистом и организатором нескольких литературно- искусствоведческих журналов. Потом начал преподавать в Высшей школе формообразования в Ульме (ФРГ) и несколько лет был ее ректором, выдвинув и обосновав теорию промышленного дизайна как ведущего вида современной проектной деятельности. Во второй половине 1960-х годов преподавал в университетах США, Великобритании и Италии. Получив итальянское гражданство в 1976 году, постоянно жил в Милане и активно вошел в его интеллектуальную элиту. В статье рассматривается развитие взглядов Мальдонадо на дизайн как профессию и те изменения, которые начали происходить в мировых коммуникациях с вхождением их в компьютерную эпоху. Статья дополнена переводами на русский язык фрагментов наиболее значимых публикаций Мальдонадо в сопровождении необходимых комментариев.

Among the classics of the world design of the twentieth century, Tomás Maldonado (1922–2018) occupies a special place. In his youth, he was a well-known Argentine avant-garde artist and public figure, a leftist rebel, a publicist and organizer of several literary and

art journal journals. Then he began teaching at the Higher School of Forming in Ulm (Germany) and for several years was its rector, having advanced and substantiated the theory of industrial design as the leading type of modern design activity. In the second half of the 1960s, he taught at universities in the United States, Britain and Italy. Having received Italian citizenship in 1976, he constantly lived in Milan and actively entered his intellectual elite. The article discusses the development of the views of Maldonado on design as a profession and the changes that began to occur in world communications with their entry into the computer age. The article is supplemented with translations into Russian of fragments of the most significant publications of Maldonado, accompanied by the necessary comments.

Ключевые слова: Томас Мальдонадо, аргентинский художественный авангард, искусство и производство, теория промышленного дизайна, коммуникации в компьютерную эпоху.
Keywords: Tomás Maldonado, Argentine avant-garde art, art and production, the theory of industrial design, communication in the computer age.

В октябре 1975 года Томáс Мальдонадо выступил в Москве на открытии 9-го конгресса ИКСИД (Международный совет обществ промышленного дизайна) с одним из первых заглавных докладов «Дизайн и будущее окружающей среды». Все это происходило в заполненном почти до отказа центральном концертном зале международной пятизвездочной гостиницы «Россия», построенной в 1967 году и внесенной в Книгу рекордов Гиннеса как самая крупная в мире [1].

Тогда многие представляли себе Мальдонадо прежде всего как создателя т.н. «Ульмской модели» развития дизайна [2]. Главным для Мальдонадо было утвердить, что дизайн обязан выйти за пределы художественного творчества и стать не зависящей от него самостоятельной проектной профессией. Об этом мы знали по переводам его полемических статей, публиковавшихся в журнале «Декоративное искусство» и информационных выпусках ВНИИТЭ. Некоторые встречались с ним еще в 1969 году, когда он побывал в Москве, Ленинграде и Вильнюсе перед окончанием двухгодичного пребывания на посту президента ИКСИД.



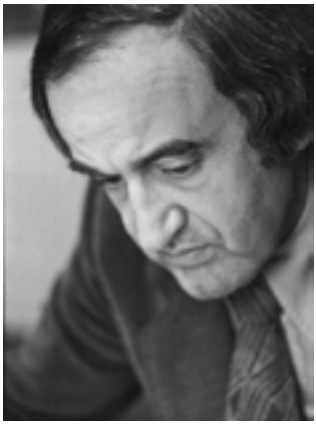


Рисунок 1. Томáс Мальдонадо, Иосиф Вакс, Мариэтта Гизе и др. на факультете промышленного искусства ЛВХПУ им. В.И.Мухиной. Ленинград, 20 ноября 1969 г. ЦГА КФФА СПб. АР 94432
Рисунок 2. Томáс Мальдонадо в гостях у Варвары Родченко, дочери Александра Родченко и Варвары Степановой. Москва, 1975. Фото Николая Лаврентьева. Архив Александра Лаврентьева

Но теперь перед нами был уже не тот Мальдонадо. На московском конгрессе ИКСИД он участвовал в качестве представителя Италии, куда переехал жить после ухода из Высшей школы формообразования в Ульме (ФРГ) [3]. Он не настаивал уже на исключительном значении дизайна как такового, а говорил об общегуманитарных проблемах окружающей среды: «Учитывая сегодняшнюю критическую ситуацию с окружающей средой, какова задача промышленного дизайнера? Какова его роль, если таковая имеется, в широком спектре действий, которые должны быть предприняты на национальных и общемировом уровнях? Как примирить эту роль с той, которую он до сих пор играет в капиталистических странах? Может ли он отказаться от работы в интересах получения его заказчиками прибыли, который, в итоге, является основным виновником нынешнего ухудшения окружающей среды?» [4].

Критикуя коммерциализацию дизайна и превращение его в очередной вид украшательства, Мальдонадо резко отличался от других выступавших в самый первый день конгресса, на который были заявлены темы «Дизайн и государственная политика» и «Дизайн и наука» [5].

Почему в кратком очерке о Мальдонадо захотелось начать именно с этого эпизода? Подготовка к единственному конгрессу ИКСИД в России была непростой. Конечно, теперь все это ушло в прошлое, но

не утратило своей остроты. С одной стороны, тогда было время поразительных успехов СССР на мировой арене, несмотря на начинавшуюся эпоху «застоя». Летом 1975 года произошла стыковка космических кораблей Союз и Аполлон. Публикуя фотографии встречи космонавтов на орбите, в прессе отмечали, что таких дружественных коллективных портретов не было, наверное, со времен встречи на Эльбе. Заканчивалось строительство Байкало-Амурской магистрали, готовились начать эксплуатировать суперсовременный лайнер «Ту-144». Проходили совместные творческие семинары под общим названием «Интердизайн».

С другой стороны, в период подготовки московского конгресса ИКСИД ведущий тогда теоретик дизайна Карл Кантор, философ по образованию и зам. главного редактора журнала «Д» (Декоративное искусство СССР), даже вошедший тогда в кадровый состав сотрудников ВНИИТЭ, решил выступить против замкнутых и разъединенных моделей материальной культуры и искусства. Он считал, что созданные человечеством формы материальной культуры и особенно произведения искусства сами активно влияют на людей, их ценностные предпочтения и вкусы. Причем в постоянном движении и взаимовлиянии всеобщего и фрагментарного, а также прошлого, современного и предугадываемого проектным сознанием будущего. Когда такую тему отклонили, Кантор ушел из ВНИИТЭ, а его доклад альтернативно опубликовал в своем журнале «ДИ» [6].

Именно Кантор познакомил тогда с Мальдонадо меня и Лидию Новикову, преподавателя кафедры эстетики философского факультета МГУ, только что выпустившей книгу «Искусство и труд» (1974) [7]. Оказалось, что они были не только давно знакомы, но оба родились в 1922 году и выросли в одном и том же городе — Буэнос-Айресе (Аргентина). И хотя впоследствии их пути разошлись (Кантор с родителями переехал в Москву), но сестра Кантора Лиля Герреро (фамилия по мужу) не покинула Буэнос-Айрес и со временем стала известной испаноязычной поэтессой.

Мальдонадо подарил экземпляры своих недавно вышедших книг «Надежда на проектирование. Среда и общество» и «Авангард и рационализм» (сборник статей, опубликованных им за сорок лет). Это дало возможность прикоснуться к истории его удивительной по насыщенности жизни, начиная с 1940-х годов, когда он был одним из лидеров аргентинского художественного авангарда.

В наши дни раннему творчеству Мальдонадо посвящено множество исследований его соотечественников. Чтобы представить извне, какой была Аргентина (и особенно Буэнос-Айрес) в первой половине XX века, следует подчеркнуть, что это была одна из самых европеизированных стран Южной Америки. Многие владели несколькими языками. Не только переселенцы из Европы, но и коренные аргентинцы. Среди самых известных интеллектуалов тех лет самым многоязычным был писатель Хорхе Луис Борхес (1899–1986), родившийся тоже в Буэнос-Айресе. Мальдонадо говорил по-испански, по-английски, немного по-французски и по-немецки, а впоследствии виртуозно овладел итальянским языком, на котором были написаны более десяти его программных книг. Причем их сразу переводили на испанский язык, так что, живя в Европе, он духовно не отрывался от Аргентины.

После этой встречи я прочел в библиотеке иностранной литературы подробные биографические сведения о Мальдонадо в международной энциклопедии «Who's Who». Фамилия Мальдонадо оказалась довольно распространенной (в Аргентине есть даже небольшой город с таким названием). Согласно энциклопедии его отец Томас Мальдонадо Ортис — испанец, был профессором физики и химии, а также драматургом и общественным деятелем, мать Маргарита Бейли — из семьи шотландских переселенцев, а старший брат, взявший себе полное имя и фамилию Эдгар Мальдонадо Бейли, — известный авангардный поэт и эссеист.

В четырнадцать лет Мальдонадо поступил в Национальную школу изящных искусств в Буэнос-Айресе и окончил ее в двадцать лет. От учебы у него остались воспоминания о нудных академических штудиях и «накрахмаленных воротничках» весьма благополучных педагогов. Вместе с тремя сокурсниками за год до окончания учебы он выступил с «Манифестом четырех молодых людей» (1941), в котором по-юношески азартно призывал отказаться от салонной живописи и бросал упрек в адрес авангардистов прошлого поколения, которые «предали свои ранние порывы, начав проектировать кушетки и стулья» [8].

Биографы Мальдонадо немало постарались выяснить какими были его впечатления непосредственно от русского авангарда. Некоторые склонны считать их первостепенными, поскольку Мальдонадо тогда проникся идеями коммунистического интернационала, вступил в компартию Аргентины и даже выступал со статьями в ее партийной печати. Другие расспрашивали его самого: было ли такое влияние прямым? Он

старался отвечать уклончиво, добавляя, что они были знакомы с кубизмом, футуризмом, дадаизмом, конструктивизмом и абстракционизмом, но считали их уже «историческим авангардом».

Вместе с тем, документально известно, что в 1930 году московский Камерный театр А.Таирова был на гастролях в Новом Свете, в том числе и в Буэнос-Айресе [9]. В местном университете был открыт Институт по изучению русской культуры. На испанский язык переводили стихи Маяковского и других поэтов (причем такими переводами активно занималась Лиля Герреро). Во время войны Аргентина оказывала Советскому Союзу материальную помощь, а в 1946 году были установлены дипломатические отношения.

Мальдонадо занимался живописью в отвлеченной, абстрактно-геометрической манере, и его композиции с их яркими локальными цветами словно парили в воздухе. Картины имели успех на авангардных выставках. Вместе с тем Мальдонадо стал выступать с текстами, посвященными размышлениям о роли художников в обществе, что подогревалось желанием знакомых ему философов, литераторов, художников и музыкантов начать издавать общий журнал «Arturo» (1944). В его единственном выпуске вместо репродукций собственных работ Мальдонадо оформил обложку и отдельные журнальные развороты.

В 1946 году появился другой журнал «Arte concreto — Invención» (Конкретное искусство — Изобретение), где Мальдонадо сразу опубликовал «Манифест изобретательства». В нем был призыв, близкий уже к идеям «жизнестроительства». По словам Мальдонадо, в манифесте чувствовалось влияние прибывавших в Аргентину из Европы, спасавшихся от угрозы нацизма и тотального уничтожения цивилизации. Они привозили в простеньких фибровых чемоданах и коробках, кроме повседневных вещей, памятные для них книжки, художественные каталоги и альбомы. Из США в Буэнос-Айрес попадали проспекты выставок современных европейских и американских художников.

Перепечатывая тот манифест в сборнике «Авангард и рациональность» в переводе на итальянский язык, Мальдонадо начал с комментария: «В те годы мы искренне верили, что с нашим вкладом закончится “предыстория человеческого духа”. В тот момент мы не могли представить себе, что “древние фантасмагории” будут продолжать удовлетворять эстетические, а не только практические потребности нового человека. Таким образом, предыстория не заканчивается» [10].

Поворотным в жизни Мальдонадо стала поездка в 1948 году в Европу. По его словам, на переполненном грузопассажирском пароходе вместе с неважно одетыми скитальцами, возвращавшимися домой после войны и выходившими на остановках в разных портах, он почувствовал, что значит в реальности надежда на восстановление и проектирование новой мирной жизни.

В Европе он сумел встретиться с многими художниками и архитекторами. Прежде всего, с учившимся когда-то в Баухаусе Максом Биллом, близким к голландской группе «Стиль» Жоржем Вантонгерло и даже Хенри Ван де Вельде, предшественником Веймарского Баухауса. Именно тогда, под влиянием Билла, лидера швейцарского «конкретного искусства» и экспериментов в типографике, Мальдонадо стал воспринимать дизайн как возможность объединения инновационных художественных тенденций.

Вернувшись в Буэнос-Айрес, он опубликовал в одном из местных журналов «CEA» (Centro de Estudiantes de Arquitectura — Архитектурный студенческий центр) программную статью «Промышленный дизайн в жизни общества» [11]. Публикуя ее вновь в сборнике «Авангард и рациональность», также написал краткое предисловие: «Это была моя первая статья посвященная промышленному дизайну. Она ясно отражает мои тогдашние опасения. Возможно, в то время я еще не очень представлял как развивался русский авангард. Став художником конструктивного направления и воспринимая все вокруг социально обостренно, я считал “художественность” выражением произвола буржуазии в сфере культуры и это должно было привести меня к взглядам, похожим на теорию неизбежной “смерти искусства”, которую тридцатью годами ранее провозгласили в России Ган, Брик, Арватов и Кушнер» [12].

В начале 1950-х годов Мальдонадо участвовал в издании аргентинского художественно-критического журнала «Nueva Visión» (Новое видение), напечатал там несколько статей о «конкретном искусстве» (вслед за Биллом противопоставляя его отвлеченности абстрактного искусства), о визуальных коммуникациях в эпоху технических революций.

Широкую известность ему принес сборник статей Макса Билла, который он опубликовал с параллельными текстами на четырех языках (испанском, французском, английском и немецком).

После этого начался второй крупный этап в жизни Мальдонадо. В 1954 году по приглашению Билла он переехал в ФРГи начал преподавать в Ульмской школе на отделении визуальных коммуникаций.

Вначале в Ульмской школе пыталась продолжить линию Баухауса, для чего в самом начале со студентами занимались прежние «баухасовцы», в том числе Иоганнес Иттен и Йозеф Альберс. На официальном открытии школы в 1955 году, когда обучение велось уже в полном объеме, присутствовали Ван де Вельде и Вальтер Гропиус. Но когда Билл и его ближайшие помощники покинули Ульм, начался, как и в Баухаусе, после ухода из него Гропиуса, поворот к подчеркнуто рациональному проектному мышлению. Лично для Мальдонадо одной из главных задач стало преодоление противоречий между начальной художественной природой дизайна и требованиями со стороны крупной промышленности, нацеленной на выпуск продукции массового спроса.

Мальдонадо проявил себя бескомпромиссным лидером и был уверен, что так можно поднять престиж не только Ульмской школы, но и в целом дизайнерского образования. Таким было его программное выступление на дискуссии по вопросам дизайна во время Всемирной выставки в Брюсселе (1958), сформулированное им общее определение промышленного дизайна: «Дизайн является творческой деятельностью, цель которой — определение формальных качеств предметов, производимых промышленностью. Эти качества формы относятся не только к внешнему виду, но главным образом к структурным и функциональным связям, которые превращают систему в целостное единство с точки зрения как изготовителя, так и потребителя. Дизайн стремится охватить все стороны окружающей человека среды, на формирование которых оказывает влияние промышленное производство» (Лондон, 1959), и доклад «Промышленный дизайн: обучение и альтернативы профессии» (Венеция, 1961).

В Ульмской школе вокруг Мальдонадо сложился коллектив практиков, теоретиков, педагогов, придававших большое значение системному методу исследования и проектирования с учетом уровней сложности изделий — от чашки до вертолетов и ЭВМ. Это был поиск оптимального соединения рационального и интуитивного, научного и формообразующих подходов, экспериментальной эстетики и теории информации.

В предисловии к «Краткому терминологическому словарю по семиотике», составленного под руководством Мальдонадо в 1961 году, хотя и туманно, но прямо утверждалось: «В кругах специалистов, имеющим дело с коммуникацией, в последнее время наблюдается растущее недовольство. Многие жалуются на существующее в настоящее время

противоречие между все более настоятельной необходимостью установления междисциплинарных связей, с одной стороны, и все возрастающей трудностью этого — с другой. Самым большим препятствием на пути установления таких связей является множественность дискурсивных типов (или специальных терминологий), используемых при рассмотрении коммуникативных феноменов. В настоящее время существует столько же дискурсивных типов, сколько дисциплин, изучающих коммуникацию... При составлении словаря учитывался вклад в семиотику представителей разных, часто далеких друг от друга дисциплин (лингвистика, теория информации, грамматалогия, социальная психология, риторика, теория науки, математическая логика, эргономика). Были учтены также и перспективные попытки... предохранить семиотику от опасности теоретической изоляции и сделать область значений доступной для количественного экспериментального исследования» [13].

Летом 1967 года Мальдонадо покинул Ульмскую школу и стал все больше заниматься общегуманитарными, философскими проблемами проектирования, преподавать в университетах США, Великобритании, Италии.

Начался третий период в его жизни, в котором главным событием стало издание на итальянском языке ранее упомянутой книги «Надежда на проектирование» [14]. Она была написана в противовес движению «новых левых», отрицавших не только существующую культуру, но и созидательную деятельность в целом.

Мальдонадо отмечал, что «новые левые» больше любят бунт, чем тот мир, который должен возникнуть под его влиянием. Но окружающую среду можно изменить только реальным переоборудованием, опережающим проектированием. Однако технический триумф в отдельных областях не приводит к решению всего комплекса проблем, постоянно возникающих при бесконтрольном развитии среды. Она оказывается перенасыщенной знаковыми системами, переполняется изжившими себя вещами, поэтому «опережающее проектирование» должно быть подкреплено ясными, критичными знаниями в экологической и социальной областях, иначе оно само может увести от реальности. В итоге Мальдонадо показывал, что проектирование должно быть связано с проблемами управления и прогнозирования культуры в целом.

Книга имела большой успех в Италии, но когда ее перевели в США на английский язык под названием «Дизайн, природа и револю-

ция: на пути к критической экологии», она осталась почти незамеченной из-за огромного успеха выставки постмодернистского итальянского дизайна в Музее современного искусства (МоМА, Нью-Йорк). Однако в наши дни, когда теоретическое наследие Мальдонадо вновь переосмысливается, ее последнее английское издание 2029 года вызвало, наоборот, самые положительные отклики [15].

В конце 1976 года, не оставляя преподавательской деятельности, Мальдонадо, ставший к тому времени весьма обеспеченным человеком, женившись на вдове трагически погибшего Джанджакомо Фельтринелли, владельца крупного итальянского издательства «Feltrinelli», спас от банкротства журнал «Casabella» и сразу же изменил его направленность. От прежней подробной фиксации творческого развития архитектуры и дизайна в журнале перешли к обсуждению общих проблем прогнозирования и проектирования среды и их социологических аспектов. Читать статьи в «Casabella» стало труднее. Когда Мальдонадо через несколько лет оставил пост главного редактора, в журнале вернулись к его прежней модели.

Получив гражданство Италии, Мальдонадо вступил в итальянскую компартию, поскольку считал, что в отвлеченной критике буржуазного общества изнутри, создающей видимость демократии, отсутствуют действительных идейных перспектив, поэтому особенно важно, по его мнению, сформулировать и предложить сегодня творческие перспективы, ориентированные не только на сохранение гуманистических ценностей, но и на конкретные пути преобразования материальной и духовной культуры. Мальдонадо убежден, что дизайн смог бы внести свой вклад в развитие традиций научного социализма.

С тех же позиций написана и книга «Промышленный дизайн: обзор» (1976). В ней говорилось о попытках в истории европейской цивилизации осознать следовавшие друг за другом этапы развития техники и участие в нем проектировщиков окружающей среды. Мальдонадо дал в ней определение промышленного дизайна в целом, затем рассказал о технических утопиях начиная с XVII века, о роли художественного авангарда в эстетическом освоении нового технического окружения, отмечая, что идеи преобразования среды в буржуазном обществе отражали противоречия материальной культуры капитализма. Эта небольшая по объему книга появилась после предложения создателей огромной по объему итальянской энциклопедии написать в один ее томов раздел

«Промышленный дизайн», после чего Мальдонадо опубликовал свой текст отдельной книгой и не раз переиздавал ее, причем всякий раз с добавлениями.

К одному из последних вариантов Мальдонадо написал в предисловии: «Это эссе не претендует на историю промышленного дизайна. В последние десятилетия в Италии были опубликованы отличные работы в этой области. Несколько исторических экскурсов, которые я здесь привел, — главы “Исторические предположения” и “Баухаус-Ульм” — служат лишь контекстом для более общих размышлений... Мне хотелось избежать путаницы между промышленным дизайном и мастерством или, что еще хуже, промышленным дизайном и прикладным искусством. Эти различия имели решающее значение на первом этапе развития промышленного дизайна, и, как мы увидим позже, оно все еще возрождается и сегодня... Именно с этой точки зрения я также позаботился об Ульмской школе. Это было нелегко. Как непосредственный участник этого опыта, они, по понятным причинам, не являюсь наиболее подходящим человеком для обобщений — с должной отрешенностью — его достоинств или недостатков. Тем не менее, несколько страниц, которые я посвятил этой теме, даны с небольшими стилистическими исправлениями, такими, как они были опубликованы в Энциклопедии и в первом издании Фельтринелли. Хотя, я должен признать, некоторые из важнейших выводов, которые я тогда сделал из рьяной объективности, я бы не повторил сегодня в тех же терминах. Однако недавно об Ульмской школе было опубликовано много книг и документов, в том числе каталог Генуэзской выставки, которым читатель может воспользоваться для составления личного мнения обо всем этом. Расширение библиографии, которая была обновлена, оправдано моим намерением предложить, в частности, студентам, полезный инструмент для работы» [16].

В конце 1980-х годов Мальдонадо отошел от прямого исследования дизайна и начал анализировать изменения в умозрительном восприятии мира перед появлением развитых компьютерных сетей. В очередной книге «Будущее современности» (1987) [17] он попытался проследить как эволюционируют различные области знаний, предупреждая читателей, что еще нет способов и времени для их обобщения. Но одно можно сказать наверняка— расширение и сложность достигнутых в настоящее время знаний стали препятствовать прежнему мировос-

приятию нашего окружения, уступая место программам, направленным на включение реальности в более крупное и отвлеченное.

Мальдонадо делал вывод: чтобы не утратить все чувственное, что накоплено человечеством, необходимо шире использовать историко-сравнительный метод, который способен актуализировать прошлое без утраты памяти о нем, поэтому наступающее будущее и память о прошлом становятся семантически связанными.

Более подробно он стал развивать эту тему на примерах уже прямого вступления в цифровую эпоху. Он издал одну за другой три книги: «Реальное и виртуальное» (1992), «Критика компьютерного разума» (1997) и «О видах знаний в перспективе развития цифровой цивилизации» (2005) [18]. Потом к ним добивался собранный Ги Бонсипе, его давним сподвижником по Ульмской школе, сборник его статей «Цифровой мир и проектное творчество» (2007), переведенных на немецкий язык [19].

Поскольку здесь можно лишь кратко пересказать их, а они очень сложные по тексту и нуждаются в развернутых пояснениях, отложим его на ближайшее будущее. Из этих последних книг мне больше всего запомнилось предостережение Мальдонадо: помните, если в компьютерную эру непрерывно создается и расширяется всемирная цифровая паутина, значит где-то притаились и весьма опасные пауки. Увлекаясь простотой цитирования чужих знаний, не забывайте о прошлом и о вашем реальном знании.

В 2009 году, когда Мальдонадо передал весь свой архив в распоряжение фонда Миланских триеннале, в его залах открыли большую выставку, собрав вместе его картины и графику (ранние и самые поздние, уже начала 2000-х годов), образцы его собственных дизайнерских разработок в Ульмской школе, а также книги и журналы, где были помещены его статьи.

Спустя десять лет в фонде Миланского триеннале прошла уже посвященная его памяти большая конференция, на которой выступили с воспоминаниями о нем ведущие итальянские историки дизайна и зачитывали фрагменты из его книг, распределив их по темам: 1. Экологическое планирование: взгляд в будущее; 2. Основы дизайна и принципы его преподавания; 3. Технология между эмансипацией и риском; 4. Искусство и дизайн; 5. Интеллигенция и политика.

Примечания:

1. В наше время на месте бывшей гостиницы «Россия» разместили ландшафтный парк «Зарядье».

2. Мальдонадо был в 1954–1967 годы преподавателем, затем членом коллективного руководства и два года ректором Высшей школы формообразования в Ульме (ФРГ).

3. Вскоре после московского конгресса ИКСИД Мальдонадо стал профессором экологического дизайна факультета литературы и философии Болонского университета (1976–1984).

4. Цит. по отдельному выпуску доклада Мальдонадо: Maldonado T. Italy. Design and the future of environment. Moscow, 1975. P. 1.

5. Конгресс проходил 13–17 октября 1975 года. В первый день были заявлены общие доклады: Ю.Соловьев «Дизайн на службе общества» (СССР), Ф.Буркхард «Тенденции и перспективы применения дизайна» (ФРГ), Т.Мальдонадо «Дизайн и будущее окружающей среды» (Италия), М.Кельм «Дизайн и государственная политика» (ГДР), В.Мунипов «Дизайн и наука» (СССР) и др. Согласно официальному отчету, в его работе участ¬вовали 757 зарубежных специалистов из 32 стран мира и 700 отечественных.

6. *Кантор К.* Дизайн в противоречиях культуры и природы в различных регионах мира // Декоративное искусство СССР. 1975. № 9.

7. Позднее Мальдонадо включал книгу Новиковой «Искусство и труд» в перечень научных источников своих публикаций.

8. *Manifiesto de Cuatro Jóvenes.* Jorge Brito — Claudio Girola — Alfredo Hlito — Tomás Maldonado. Buenos Aires, 1941. Edición Facsimilar // wiki. cad.pucv.cl / Manifiesto de Cuatro Jóvenes.

9. *Сбоева Светлана.* Таиров. Европа и Америка. Зарубежные гастроли Московского Камерного театра. 1923–1930. М.: Издательство «Артист. Режиссер. Театр». 2010. 752 с.

10. *Maldonado Tomás.* Avangardia e razionalita. Articoli, saggi, pamphlets. 1946–1974.¬ Torino: Giulio Einaudi editore, 1974. P. 3.

11. *Maldonado Tomás.* Diseño Industrial y Sociedad // CEA. № 2. Octubre — Noviembre de 1949. P. 1–3 // wiki.ead.pucv.cl/ Diseño Industrial y Sociedad. Se editó esta página por última vez el 6 abr 2010.

12. *Maldonado Tomás.* Avangardia e razionalita. P. 13.

13. *Maldonado Tomás.* Beitrag zur Terminologie der Semiotik. Ulm, J.Ebner Graphische Betr. 1961. S. 3.

14. *Maldonado Tomás*. La speranza progettuale. Ambiente e società. Torino: Einaudi editore, 1970. 132 p.

15. См.: *Maldonado Tomás*. Design, Nature, and Revolution: Toward a Critical Ecology. Univ Of Minnesota Press, 2019. 160 p.

16. Цит. по: *Maldonado Tomás*. Disegno industriale: un riesame. Milano: Feltrinelli Editore, 2013. P. 3–4.

17. *Maldonado Tomás*. Il futuro della modernità. Milano: Feltrinelli, 1987. 230 p.

18. *Maldonado Tomás*. Reale e virtuale. Milano: Feltrinelli, 1992. 118 p.; Critica della ragione informatica. Milano: Feltrinelli, 1997. 219 p.; Milano: Critica della ragione informatica. Milano: Feltrinelli, 1997. 219 p.; Milano: Memoria e conoscenza. Sulle sorti del sapere nella prospettiva digitale. Feltrinelli, 2005. 312 p.

19. *Maldonado Tomás*. Digitale Welt und Gestaltung: ausgewählte Schriften, ed. & trans. Gui Bonsiepe. Basel: Birkhäuser, 2007. 421 s.

ТОМÁС МАЛЬДОНАДО. РАЗМЫШЛЕНИЯ О ДИЗАЙНЕ

I.

Т. Мальдонадо. Дизайн и общественная жизнь (1949)

(Maldonado, Tomás. 1949. «El diseño y la vida social». Boletín CEA (Buenos Aires: Centro de Estudiantes de Arquitectura). Nº 2, marzo-abril, p. 7–8.)

Дизайн — не что-то залетевшее из космоса, необычайное и исторически необъяснимое. Наоборот, он сформировался в процессе развития самых лучших и плодотворных направлений культуры прошлого, демонстрируя четкие и хорошо сформулированные цели. В диалектике формирования экспериментальной культуры наших дней дизайн, без сомнения, представляет собой точку пересечения самых необычных и стимулирующих тенденций искусства и технического прогресса.

Одновременно он результат многовековых научных исследований объективных и субъективных условий практической деятельности человека. Поэтому никого не должно удивлять, что дизайн обращен к ее наиболее функциональным сторонам и, не покидая своей сферы, влияет на прямые и очевидные связи психобиологических факторов в жизни человека и его окружения.

Однако следует отметить, что дизайн, хотя и связан с проблемами современного художественного развития, как считают до сих пор, все же не зависит от них; в нем нет механического заимствования «художественности» и даже намека на подражание стилистическим приемам искусства, стоящего выше него. Это недопонимание встречается довольно часто, поскольку все пытаются выстроить иерархию творческого процесса, где наверху «художественные», а ниже «технические» формы.

Подобный «художественный фетишизм» следует преодолеть тем, кто стремится постичь смысл меняющегося мировосприятия в современной культуре.

Если «художественность» все еще актуальна, то лишь потому, что идеалистическая идеология продолжает оказывать значительное влияние. Мифом о значении «художественности» стремятся убедить нас, что искусство —метафизически обособленная сфера, несовместимая с реалиями нашего времени. Все это уводит творческий потенциал ны-

нешнего общества от завоеваний науки и техники. В дизайне, наоборот, считается, что все формы, созданные человеком, имеют равноценную значимость. Тот факт, что какая-то форма, предназначенная для выполнения определенной функции, бывает более важной в художественном отношении, не снижает нашей уверенности в ценности всех форм.

Действительно, картина выполняет определенную функцию, отличную от ложки, но форма ложки тоже является проявлением культуры. Не зря этнографы, пытаясь определить особенности другой культуры, предпочитают исследовать домашнюю утварь, стиль которой — здесь мы используем этот термин не в академическом смысле (как «стили»), а в единственном числе, как фиксацию эстетического восприятия, характерного для конкретного времени, без его риторической атрибутики и официальной идеологии.

Например, эволюция внешнего вида застежек на одежде наглядно подтверждает, что самые незначительные объекты, даже лишенные украшений и прежде всего функциональные, как мы сказали бы сегодня, могут отражать культурную реалию со всеми ее идеологическими, психологическими и художественными особенностями.

С другой стороны, сегодня дизайн представляет собой единственную возможность эффективно решать одну наиболее драматичных и острых проблем нашего времени — разрыв между искусством и жизнью, между художником и человеком. Причины такого разрыва очень сложные и здесь не место их анализировать, но нет сомнения, что его многие субъективные составляющие также относятся к мифу о первостепенной значимости «художественности».

«Художественность» является сегодня наиболее десоциализирующим фактором развития культуры, проявлением нездорового индивидуализма и интеллектуального аристократизма. Из сказанного выше следует, что путающие эти основные понятия поспешат осудить нас как жертв варварского отношения к искусству. Но наш упрек в адрес «художественности» исходит из того, что что мы считаем ее побочным продуктом искусства. Также как «политичность» может быть преодолена посредством социализации всего, что делает человек, так и «художественность» может быть преодолена, когда искусству удастся настолько расширить свои границы, что даже обычно не воспринимаемые и ненавязчивые объекты повседневности станут художественно осмысленными.

Очевидно, что подобная революция возможна лишь при общей активности дизайнеров, но не так, как это делается сейчас, когда они стремятся продемонстрировать себя добросовестными сторонниками искусства, искренне ограничивающих свое творчество созданием тематических художественных произведений.

До сих пор считалось, что изобразительное искусство отражает жизнь, тогда как в действительности оно лишь имитировало ее с небольшими вариациями; это было своего рода соглашательство с более или менее условным отражением жизни. До логического конца все это дошло в тяготении к фигуративности в современном искусстве. Для художников данного направления задача создать произведение искусства предшествует задаче отразить реальность. И «Герника» не исключение.

Неореализм (можете назвать его социальным реализмом, неоклассицизмом или искусством реальности) вращается по одной и той же орбите. Прозелиты [стремящиеся обратить всех в свою веру] и защитники подобных тенденций заявляют, что необходимо отражать жизнь, устанавливать прямые связи с ней, но на самом деле они придерживаются лишь одного из многих способов такого отражения — натуралистического способа, который, как известно, наиболее фрагментарный, статичный и субъективный.

В будущем искусство не должно постоянно вдохновляться тем, что внутри него, и раз и навсегда отказаться от стерильности, замыкаясь в себе, потому что так и только так можно освободиться от нее и восстановить свою социальную значимость.

Его новая задача — прежде всего изобретать формы, которыми может наслаждаться человек. Из этого впрочем не следует — поскольку вошло в моду утверждать, что искусство должно быть адресовано всем людям — будто необходимо вернуться к идиллической эпохе до импрессионизма, к творениям Милле или Курбе (они были прекрасными гражданами, но спорными художниками) или, что еще хуже, к историческому жанру в живописи эпохи Наполеона III.

Как мы представляем себе, художнику будущего предстоит открывать новые горизонты творчества, связывать себя с производством серийных изделий, вещей повседневного и всеобщего пользования, которые, в конечном итоге, и составляют сегодня реальное окружение человека.

II.

Т. Мальдонадо. Надежда на проектирование. Окружающая среда и общество (1970)

(Tomás Maldonado. La speranza progettuale. Ambiente e società.– Einaudi, 4 edizione,1970.–132 pp.)

[Раздел 4.]

Мы полагаем своевременным пересмотреть позицию тех, кого мы определяли как «старых утопистов» или, как новых «старых утопистов».

Под новыми «старыми утопистами» мы имеем в виду, главным образом, тех проектировщиков, в основном архитекторов и урбанистов, которые сегодня создают модели будущих городов, определяемых ими как «мегаструктуры». Мы предпочитаем относить их к «старым утопистам», поскольку они примыкают к позиции традиционного утопизма; это значит, что с одной стороны они отказываются предпринимать какие бы то ни было действия, которые могли бы повлечь за собой компромисс между проектом и требованиями создания нормальной среды для человека. С другой стороны, они не согласны разработать перспективу, которая позволит в будущем создать структуры позволяющие предвидеть все требования и те уступки, на которые им придется идти.

Если, как мы уже говорили, мы признаем громадный вклад новшеств, как основных стимулов этих проектировщиков-мечтателей, мы тем не менее не убеждены, что им удастся преодолеть противоречия между теми, кто верит в силу одних только представлений и одних только пророческих слов. Наилучшее доказательство нам было дано Бакмистром Фуллером, которого многие «мегаструктуралисты» справедливо считают своим предвестником и гением-вдохновителем. В его цветистой и не всегда последовательной утопической космогонии, во всяком случае, более продуктивной, чем бледная литература, «ZOOM» его приспешников, отношение между проектированием и революцией занимает первостепенное место.

Бакмистер Фуллер часто говорил о возможности «революции, управляемой, направляемой, руководимой проектированием», то есть революции, приведенной в соответствии с проектированием. Подобная революция стремилась бы к радикальному изменению, осуществляемому посредством проектирования технических устройств, эксплуатации, использования и распределения натуральных ресурсов и всех других

устройств, обеспечивающих нормальные условия жизни более или менее непосредственно зависящих от этих ресурсов.

Бакмистер Фуллер убежден в том, что на нашей планете найдется все и для всех: все современные столкновения, холодные или горячие войны, восстания в экономически слаборазвитых странах не являются следствием недостатка ресурсов, а скорее недостатком проектирования. «Когда человеку сказал он на конференции в колледже Сан-Хосе, — удастся создать гораздо больше с гораздо меньшими затратами, чтобы интересоваться другими людьми на более высоком уровне, тогда уже серьезных поводов к войне не будет. В будущем, если это людям удастся, главная причина войн будет устранена. Ученые все с большей уверенностью приходят к убеждению, что это вполне осуществимо. На земле будет достаточно энергии и способности к организации для того, чтобы все люди могли обладать всей землей». В другом случае он предлагает перейти от создания «орудий войны» к созданию «орудий жизни».

В будущем проектирование должно будет взять на себя ответственность за превращение в действительность того, что сегодня представляется едва возможным. Таким образом, проектирование стало бы будущей направляющей и руководящей силой революции; более того, оно само стало бы революцией.

Однако, следует спросить, каковы условия, необходимые для преобразования проектирования в революцию; каковы должны быть организации власти, существующие или будущие, которые должны будут передавать проектировщикам ответственность за радикальное превращение технических структур человеческого общества в операции, совершающиеся в масштабе планеты.

В настоящее время Б. Фуллер не дал очень точных ответов на эти вопросы. Каждый раз, когда он должен был делать доклад о реальном контексте задуманной им революции, его мнение обычно оказывалось двойственным, хотя и не настолько двойственным, чтобы не увидеть его собственного глубокого убеждения в собственной правоте.

Ясно, что для Бакмистера Фуллера проектирование будет в состоянии разрешить все проблемы, которые политика оставила нерешенными в течение столетий. Проектирование будет призвано заменить политику, уничтожить ее, вычеркнуть ее из истории. («Политика, — говорит он, — окажется устарелой».) Поэтому нас не должно удивлять, что для него «революция, проведенная проектированием» явится исключи-

тельно актом технического воображения. Подобная позиция типична для технократического утопизма.

Лично мы принимаем как закон мысль о том, что условия человеческого существования могут быть изменены в результате работы проектирования. Но не в тех условиях, какие сейчас обсуждались. По нашему мнению, «революция, проводимая проектированием», должна была бы скорее явиться результатом технического воображения, либо того, что социолог Чарльз Райт Миллс назвал «социологическим воображением», либо результатом технического мужества, либо мужества социального и политического.

«Революция, проведенная проектированием, имеет реальное значение, только если она опирается на проектирование, проведенное революцией». Обе, причем вторая больше чем первая, предполагают одобрение оперативной политической практики, то есть отказ от политического нигилизма. Однако, обе, и, на этот раз, первая больше, чем вторая, предполагают признание проектной оперативной практики, то есть отказ от проектного нигилизма [...].

III.

Т. Мальдонадо. Промышленный дизайн. Обзор (1976)

[MALDONADO T. Disegno industriale: un riesame. Definizione, storia, bibliografia. — Milano, Feltrinelli Economica SpA, 1976. 93 pp.].

[Введение]

Как правило, промышленный дизайн относят к проектированию объектов промышленного производства, то есть изготовленных машинным способом и серийно. Это определение, однако, не является полностью удовлетворительным. При более тщательном изучении видны некоторые неясности. Например, в нем не содержится четкого указания на различия, которые существуют между деятельностью промышленного дизайнера и той, которая традиционно занимается инженер и особенно инженер-механик. Другими словами, в нем не говорится, где начинается, в чем состоит задача проектирования и где заканчивается разработка продукта промышленного производства. Следовательно, в нем также отсутствует уточнение условий, при которых инженер может выполнять, как это часто бывает, работу промышленного дизайне-

ра — и наоборот. Более того, в данном определении подразумевается, что все, не изготовленное промышленным способом, не может считаться промышленным дизайном. Поэтому необходимо избегать смешения промышленного дизайна и мастерства исполнения или, что еще хуже, промышленного дизайна и прикладного искусства — разграничение, которое, как мы увидим позже, имело решающее значение на раннем этапе формирования промышленного дизайна. Но и тут возможны возражения. Фактически, существует широкий спектр объектов, которые относятся к высокотехнологичной сфере, даже если они были выполнены с применением традиционных технических средств, то есть без (или только изредка) стандартизированных производственных механизмов. Мы обращаем особое внимание на такое оборудование, которое из-за его конструктивной сложности, из-за особого характера его работы или просто из-за высокой стоимости, изготавливается как уникальное или небольшой серией. Например, особые станки, большие компьютеры, узкоспециализированные научные инструменты и виды транспорта. И если их компоненты все же изготовлены серийно, то это не означает, что процесс их создания можно считать промышленным. Таким образом видно, насколько сложно сформулировать устраивающее всех определение промышленного дизайна, если в нем фиксируются исключительно методы рабочего процесса.

Когда мы обращаем внимание прежде всего на форму, то стремимся обойти эти затруднения, предлагая делать акцент лишь на внешнем виде вещей. В таком случае задача промышленного дизайнера ограничивается созданием и т.н. эстетических качеств без учета процесса их изготовления. Данное определение относительно полезно по отношению к потребительским товарам повседневного спроса. Но для тех, которые выходят за его пределы, оно неприемлемо. И тем более не годится по отношению к средствам производства.

Здесь необходимо остановиться на определении ICSID (Международный совет обществ промышленного дизайна), которое в принципе соответствует предложенному Т. Мальдонадо на конгрессе ICSID в Венеции в 1961 году. В данном определении, как и в только что рассмотренном, утверждалось, что задача промышленного дизайна заключается в разработке формы изделий. Тем не менее, появилось и принципиальное различие: промышленный дизайн понимается как проектная деятельность, которая не исходит из априорной идеи эстетической (или эстети-

чески-функциональной) значимости формы, мотивация которой формулируется задолго до и за пределами процесса создания этой формы. В определении, принятом ICSID, предлагалось считать, что промышленный дизайн, который должен выполнять свою задачу в процессе создания формы и конечной целью которого является «конкретизация технического образа», речь идет о координации, интеграции и фокусировании внимания на всех тех факторах, которые, так или иначе, влияют на не только на использование, индивидуальное или социальное (функциональные, символические или общекультурные факторы), но и на их создание (технико-экономические, технико-конструктивные, технико-системные, технико-производственные и технико-экономические факторы).

Данное определение, несмотря на его общность, остается в силе. Тем не менее, после дискуссий последних лет о роли промышленного дизайна в обществе, мы должны добавить: все это имеет значение только в том случае, если мы признаем, что деятельность по координации, интеграции и формулированию различных факторов постоянно зависит от того, каким образом соотнесены производство и производственные отношения. Другими словами, если мы признаем, что промышленный дизайн, вопреки тому, как его воспринимали раньше, все же не является самостоятельно обособленной деятельностью. Хотя выбор в нем способов проектирования может показаться свободным, а иногда так и случается, это всегда выбор, сделанный в контексте заранее жестко установленной системы приоритетов. В конечном счете, именно система приоритетов регулирует промышленный дизайн. Поэтому неудивительно, что изготовленные при помощи промышленного дизайна объекты могут существенно менять свой внешний вид в зависимости от того, решили ли отдать предпочтение одним факторам по сравнению с другими: например, технико-экономическим или технико-производственным, чисто функциональным или символическим, технико-конструктивным или технико-распределительным.

Поэтому определение промышленного дизайна, эволюцию которого которое мы рассмотрели, должно было адаптироваться к конкретным условиям его деятельности. Другими словами, общее определение должно включать, не умаляя его универсальность, и остальные, вспомогательные определения, способные более точно отражать реальное разнообразие (и даже конфликты) существующих социально-экономических систем. В соответствии с этим можно было бы определить

промышленный дизайн в различных терминах — в зависимости от того, является ли он, например, социально-экономическим явлением капиталистического или социалистического типа. Необходимость большей гибкости и взаимозаменяемости его определения вытекает из уверенности, что в каждой социально-экономической системе существует или должен существовать особый способ решения проблем «товарной формы». Напомним, что в наши дни проектирование объектов и превращение их в товары обычно являются одним и тем же видом деятельности. Эта идентификация часто встречается в сфере торговли; она характеризует капиталистическую систему как на конкурентной, так и на монополистической основе; но она также важна при переходе от капитализма к социализму, то есть к системе, в которой различные формы собственности и контроля над средствами производства и производственными процессами все еще сосуществуют, хотя и не всегда гармонично. В итоге: в любой системе, где действует товарообмен, промышленный дизайн тесно связан с процессом определения «формы товара».

[...] Все, что сказано до сих пор, было предназначено, чтобы показать бесчисленные чередования и концептуальные сопоставления, которые лежат в основе промышленного дизайна. Только так, признавая (и, конечно, не отрицая) разнообразие последствий внедрения промышленного дизайна, мы можем понять его реальное значение.

Е.А. ЗАЕВА-БУРДОНСКАЯ
Кандидат искусствоведения, профессор кафедры «Средовой дизайн» МГХПА им. С.Г. Строганова
e-mail: lenartt@gmail.com

E.A. ZAEVA-BURDONSKAYA
Candidate of art history, professor of the department «Environmental design» of the Stroganov Academy (MGHPA)
e-mail: lenartt@gmail.com

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И РАЗРАБОТКА НОВОГО ПРОФИЛЯ ПОДГОТОВКИ В ОБЛАСТИ СРЕДОВОГО ДИЗАЙНА

EDUCATIONAL TECHNOLOGIES OF PROJECT ACTIVITY AND DEVELOPMENT OF A NEW PROFILE OF TRAINING IN THE FIELD OF ENVIRONMENTAL DESIGN

Дизайн-образование опирается на серьезную методическую и научно-теоретическую проектную базы. В ситуации многопрофильности подготовки специалистов кафедра разрабатывает программную базу как целостную взаимосвязанную систему, адаптивную к постоянно меняющимся условиям реальности и требованиям дизайн-практики, опирающуюся на традиционные художественные приемы и инновационные цифровые технологии и проектные методы.

Design education is based on a serious methodological and scientific-theoretical design base. In the situation of multidisciplinary training of specialists, the department develops a software base as an integrated interconnected system, adaptive to the ever-changing conditions of reality and the requirements of design practice, based on traditional artistic techniques and innovative digital technologies and design methods.

Ключевые слова: Образовательные технологии, редовой дизайн, проектные методы, проектирование, средовой подход, дизайн мультимедиа, профиль подготовки, рабочая программа.

Keywords: educational technologies, environmental design, design methods, design, environmental approach, multimedia design, training profile, training program.

Профиль «Дизайн мультимедиа» стал полем настоящего эксперимента в работе педагогов и студентов кафедры «Средовой дизайн». Методика программы подготовки бакалавров базировалась на неразрывном синкретичном сплаве в единую систему принципов проектирования реальной предметно-пространственной среды и новейших достижений цифровых технологий, начиная с проекционных технологий 2d- и 3d-мэппинга, интерактивных способов подачи информации в пространстве, элементов дополненной реальности до мультимедийных реконструкций средовых объектов, анимированных сюжетов и т.д. Сложность подготовки по профилю потребовала сформировать достаточно разновекторный и информативно насыщенный учебный план.

Особенность мультимедийного проектирования в сохранении платформы средового подхода. «В современной методологической литературе понятие "подход" сравнивается с проведением в исследовании определенной мировоззренческой позиции (И.В.Блауберг, Э.Г.Юдин и др.)» [1]. В данном случае, это синтез технического и художественного.

Дань новейшим цифровым проектным технологиям — на совершенно новых, отличных от прежних, основаниях в структуру подготовки вошел курс «Основы производственного мастерства». Учащиеся овладевают тонкостями 2d- и 3d-моделирования, механизмом созданием анимации и т.д. Цифровая виртуальная реальность, бывшая еще недавно неким эксклюзивным продуктом, стоящим за границей повседневной необходимости, становится частью учебного процесса.

С максимальной полнотой специфика нового профиля отражена в Программе курса «Проектирование в медиадизайне». Несмотря на некоторую размытость границ продукта мультимедийного дизайна, основанием его определенности является вывод Генисаретского О.И., в исследовании «типологии деятельности и выявлении дифференциальных признаков, характеризующих ту или иную деятельность, пришедшего к следующему выводу, который представлен как типологический принцип: проектирование является неустранимо объектно-ориентированной деятельностью» [2]. Проектные задачи решаются с применением широкого спектра мультимедийных технологий. По мере освоения про-

граммы курса, учащиеся поступательно осваивают технологию мультимедийного наполнения средового проекта от интерактивного контента информационных стендов и МАФов в городской среде и технологии дополненной реальности в эксподизайне до создания системных концепций городских транспортных узлов с разработкой видеоприложений. Особое место в проектировании занимает создание праздничной среды, активно включающей проекционные технологии и синкретичные мультимедийные шоу. Учащимся предлагается решение целого спектра задач: разработка интерактивных приложений (книги, презентации, электронные каталоги, обучающие ролики, тесты и др.), создание роликов и видеопрезентаций, оформление видеоприложений (меню, интерактивность и др.) — дань новейшим проектным технологиям.

В методике проектирования был делан акцент на специфике конкретных средовых объектов (архитектурных, природно-ландшафтных и т.д.) на основе системы объемно-пространственных, аудио-, цвето-, световых композиционных средств, с использованием самого широкого спектра цифровых технологий проектирования. К важнейшему преимуществу виртуального моделирования большого набора процессов относится и возможность «масштабирования» времени как наблюдение в замедленном режиме процесса, протекающего в очень короткое (в долях секунды) время или напротив ускоряя процесс, протекающий длительное время (длящийся в течение нескольких лет), что позволяет глубже проникать в тонкости процессов [3]. Это особенно важно при решении средовых дизайн-проектов, задействующих в своей процессуальной составляющей четвертое измерение — время.

Методология подготовки дизайнера в области медиа-проектирования предполагает ряд специальных дисциплин, ориентирующих студента на нюансы будущей профессии. Среди них — «Интерфейс в средовом проектировании». Дисциплина направлена на формирование систематизированных знаний в области проектирования интерфейсов различного назначения, а также обучение навыкам проектирования информационных визуальных систем. Рабочая программа нацелена на получение студентом практических знаний в области проектировании интерфейсов на основании поэтапного изучения процесса создания интерфейсов и систем для медиа приложений различного назначения.

Структура спецдисциплин сформирована с учетом наиболее полноценной и всесторонней подготовки специалиста данного профи-

ля. Механизм проектирования и взаимодействия интерфейсов в проекте, графические, цветовые и текстовые решения интерфейса в итоге направлены на результирующий вектор полноценного многосоставного средового проекта с мультимедиа-контентом.

Одним из новейших направлений в медиа проектировании становится гейм-дизайн, совсем недавно ставший предметом образовательных технологий. В силу этих обстоятельств Программу курса «Основы геймдизайна» было наиболее сложно организовать методически, вычленить наиболее значимые, базовые, составляющие элементы разрабатываемой игры. Исходя из целей освоения дисциплины, студент поэтапно овладевает теорией и практикой игрового процесса (геймплея) в процессе создания формы и содержания геймплея разрабатываемой игры. Методически навыки, полученные студентом на предшествующих проектных и спецкурсах ложатся в систему подготовки дисциплины. Понятия интерфейса, системного проектирования, знания компьютерных программ, навыки академического рисунка и специальной проектной графики суммируются в создания соответствующего контента и в результате позволяют выполнение работы на концептуальном и production уровне.

В состав подобных междисциплинарных проектов входит множество составляющих и, прежде всего, — концепция как потенциальная основа сценария среды, действующего как целостная, стабилизирующая смысловая канва со своим стройным и логичным сюжетом — историей. Тонкости формирования концептуальной сюжетной основы проекта и способов ее визуализации студенты постигают на специальном курсе дисциплины «Сториборд». Методика Программы основана на изучении специфических моделей формализации концепции в виде сценария со своей сценарной идеей и структурой, которые студент заключает в итоговую презентацию — сториборд, выполняемую различными графическими и пластическими способами.

Сформулированная и раскадрованная концепция проекта ложится в основу видеопрезентации — полноценной составляющей проекта, позднее дополняясь и обрастая всевозможными формально-композиционными элементами проектных решений. Методикой создания видео-анимированных роликов становится обучение пакету графических программ, куда входят профессиональные программы flash-технологий Cinema 4D, Adobe After Effects и др., зачастую учитывая индивиду-

альные требования и вырабатывая подходы к конкретному проектному заданию. Вариативность и авторский подход к каждому проекту позволяют индивидуальное технико-технологическое решение каждого конкретного проекта, что особенно незаменимо при подготовке дипломного проекта, структура работы над которым отражена в методике Программы «Выпускной квалификационной работы».

Обучение по Программе магистратуры открыло новые возможности исследовательского проектирования. «Проектирование является неустранимо объектно-ориентированной деятельностью так же, как деятельность исследования и познания. Но одна полагает объекты для того, чтобы описать и выявить, а другая — для того, чтобы трансформировать и преобразовать. Но исследование и проектирование объектны в одном и том же смысле» [4]. Это дает основание для совокупного научно-исследовательского и проектного ведения работы.

Современные образовательные технологии включают научный компонент на всех уровнях подготовки, но особенное внимание этому уделено в магистерских программах. Каждый метод обучения конкретизируется комплексом приемов, способов и средств организации обучающего познания, среди которых наиболее значимыми становятся ряд принципов, первым из которых назван «принцип единства теории и практики в обучении. Теоретические и практические знания органически входят в профессиональное обучение. Творческий синтез преподанных студенту знаний по научным и техническим дисциплинам и новых знаний осуществляется в комплексном проектировании, приближающемся по своему характеру к практическому проектированию» [5]. Это условие коренным образом повлияло на формирование учебного плана и выстраивание методики каждого курса магистерской программы подготовки по профилям «Дизайн среды» и «Дизайн мультимедиа». От концептуального проектирования был сделан шаг в сторону проектной разработки инновационного продукта. Инновационное проектирование стало стратегией Программы подготовки магистратуры кафедры «Средовой дизайн», определив конкретику тактического достижения целей подобного проектирования в рамках каждой отдельной программы.

Начать обзор программного обеспечения профиля «Дизайн среды» логичнее с курса «Методология предпроектного анализа», курса, в котором сосредоточен весь потенциал предпроектных исследований с подробным описанием аналитических методов выявления факторов,

кардинальным образом влияющих на процесс проектирования и выработку конкретных проектных подходов. Своеобразием курса является тесная связь теоретических знаний в области дизайна и эстетики с практическими требованиями: формулированием задач проекта, в том числе — грамотного составления технического задания, систематизации полученного в ходе анализа проектного материала и т.д. Впервые методика курса обращается к таким методам аналитики в создании портрета потенциального потребителя, как анкетирование, интервьюирование. Залогом грамотного проведения этапа предпроектного анализа становится четкое формулирование требований, предъявляемых к конечному результату проектирования — средовому системному объекту.

Целый блок программ посвящен методике проведения научно-исследовательской работы. В него входят Программы «Социокультурный анализ в дизайне», «Территориальный брендинг», «Основы научно-исследовательской работы» и результирующая это направление «Научно-исследовательская работа». Цель данного блока программ — помочь магистранту в написании итоговой теоретической выпускной квалификационной работы — магистерской диссертации по тематике выбранного проекта. Узкий прикладной срез задач исследовательского проектирования поступательно и достаточно разносторонне решается в каждом отдельном спецкурсе.

«Социокультурный анализ в дизайне» касается изучения различных методов научных и проектных исследований в специфике их целей и задач для дальнейшего применения в обработке и обобщении результатов предпроектного исследования и проектной работы на этапе выработки художественно-образной концепции. В том числе, магистрант овладевает «описательной» методологией проектных исследований: словесно-логическими (исторический, фиксационный, сравнительный, аналитический) методами проектных исследований. Методика построения и изложения материала курса базируется на методологии как учении о структуре и рациональной организации исследовательской, дизайнерской деятельности. В данном курсе проектные задачи рассмотрены как средство решения социокультурных проблем; частных задач проектного исследования (например, специфических эмоционально-функциональных проектных предложений).

Дисциплина «Территориальный брендинг» стала логической составляющей основного раздела научно-исследовательской работы над

проектом, вобрав в себя такие серьезные задачи методического характера, как обучение приемам и средствам анализа проектируемой территории. В рамках исследовательских задач фиксируются методы анализа и обработки экспериментальных данных, полученных на предпроектном этапе сбора материала. Этим определена и методика подбора материала программы — аналитические подходы к исследованию территории с планируемой проектной деятельностью на предмет достоинств и недостатков территориального развития, охват культурно-исторической значимости территории, ее исторически сложившейся социокультурной функциональной специфики и т.д. Магистрант углубляет знакомство с методами предпроектного анализа, конкретизируя их в области концептуального дизайна.

Технология аналитического проектного исследования, несомненно, должна учитывать предшествующую базу проектных моделей различных исторических периодов. Программа «История и методология дизайн-проектирования» знакомит магистранта с историческими особенностями школ дизайна, методикой проведения научного исследования на основе обобщенного исторического и современного исследовательского опыта в области теории дизайна в тесной взаимосвязи с основными проектными методами дизайна. Таким образом, результатом освоения данной дисциплины становится четкое понимание корреляции между теорией и практикой дизайна в исторической перспективе.

Программа «Научно-исследовательская работа» обобщила опыт ведения научно-исследовательской работы в рамках исследовательского проектирования и стала основным документом, зафиксировавшим основные этапы и фазы работы над теоретической частью выпускной квалификационной работы — магистерской диссертацией. Методика курса нацелена на взаимосвязанное развитие научно-исследовательского и проектного мышления магистрантов. Понимание существа проблем перспективного формообразования ставится автором в прямую зависимость от научного и исследовательского этапа проектной работы в средовом дизайне. Опыт научных исследований в рамках проведения комплексных, системных средовых разработок тесно соприкасается с проектной деятельностью, которая понимается в данном курсе со стороны открытости эксперименту и экспериментальным решениям. Исследовательский проект ориентирован на инновационные продуктивные идеи, используя для этого весь существующий информа-

ционно-методический арсенал программ проектирования и спецкурсов. Глубина исследовательского этапа проявляется в степени и широте обобщения собранного аналитического материала, что позволяет делать определенные дизайн-прогнозы, вести работу в области футурологического проектирования.

Практической частью исследовательской работы над ВКР становится средовое дизайн-проектирование, методически обобщенное в Программе «Проектирование в дизайне среды». В основе методики лежит концептуальное проектирование, открывающее возможности для исследовательских и инновационных процессов. «Дизайн-концепция — целостная идеальная модель будущего объекта, описывающая его основные характеристики. Теоретическим обоснованием работы над Дк. стали положения о проблематизации задания на проектирование (его проблемном восприятии, нацеленном на объективную оценку сложившегося и ожидаемого положения дел и выделение в жизни объекта противоречий — проблем, — ведущих к его перспективному развитию) и тематизации возможных подходов к его решению), выявление и отбор путей разрешения противоречий, отнесенных к реальным компонентам, пространственным уровням, системам функционирования или оснащения рассматриваемого объекта). Эти этапы проектного анализа сравнимы с привычными приемами последовательного аналитического изучения подлежащего проектированию объекта, которое помогает понять пути решения проектной задачи. Отличие состоит в том, что для сложного дизайнерского объекта оба этапа связаны непредсказуемым образом и составляют в целом самостоятельный творческий раздел проектной работы, не имеющий аналогов в традиционных видах проектирования» [6].

Результатом предложенной методики проектирования становится механизм работы над средовыми системными комплексами и средовыми процессами, тесно связанными с сюжетной концептуальной стратегией. У магистранта формируются навыки системного подхода к проектированию средовых объектов, комплексов и процессов в опоре на новейшие достижения профессии.

Система спец. предметов, сформированная в Программе магистерской подготовки кафедры, нацелена на выполнение исследовательского проекта — проектно-практической части ВКР. Одним из спец. курсов становится дисциплина «Технологии материалов в дизайне».

Инновационный и часто экспериментальный характер проектирования невозможен без информации о новейших достижениях в области материалов и технологий, применяемых в дизайне. Методика курса направлена на формирование у студентов системных знаний в области материалов и их эксплуатационных, прочностных и эстетических требований. Материал систематизирует передовой мировой отечественный опыт передовых технологий с целью поиска магистром оптимального воплощения проектных идей в материале, получения навыков постановки проектных задач, исходя из технологических возможностей проекта.

Достаточно новой методической разработкой кафедры стала Программа дисциплины «Проектная графика и скетчинг». Новый курс обогатил предшествующий опыт подготовки более широкими возможностями в освоении навыков визуализации проектной идеи приемами профессионального графического моделирования. Акцент в задачах обучения переносится с традиционных знаний основ композиции и классических графических материалов, техник и технологий на широкий спектр изобразительных возможностей проектной графики. С максимальной выразительностью воплощение проектных идей в эскизах и набросках открывает свободу соединения прежде локальных приемов графики. Свободное владение техниками нацелено на аналитическое начало проектного эскизирования, что наиболее важно для начального креативного этапа создания концептуального дизайна. Взаимосвязанные между собой аналитическое мышление и потенциал рисунка стимулируют развитие неожиданных идей, что крайне необходимо при экспериментальным инновационным проекта.

Связь с реальным проектированием, подготовкой к работе в ивент-агентствах вызвала к жизни появление нового для образовательной программы курса «Визуализация пространственных мероприятий». Программа нацелена на формирование систематизированных знаний в области организации визуальной среды различных мероприятий как платформы презентации товара (услуги), активизируя внимание целевой группы к товару (услуге) с помощью наиболее зрелищных инновационных приемов проектирования. К обычной пространственной составляющей проекта в данном случае добавляется параметр времени, трактованный методически как построение последовательности развития сюжета мероприятия от вступления к финалу в заданном пространстве. Итогом курса становится овладение навыком составления техни-

ческого задания для производства объектов и элементов мероприятия, облеченных в формат профессиональной презентации.

Профиль «Мультимедиа» магистерской Программы подготовки на кафедре «Средовой дизайн», несмотря на новизну, достаточно органичен для дизайна среды системностью проектного подхода, соединив в себе традиционные и инновационные цифровые методы проектирования. Это позволило частично включить в структуру подготовки медиа дизайнера методические программные разработки профиля «Дизайн среды».

Программа «Проектирование мультимедиа среды» продолжает использовать принципы средового подхода, расширяя их включением мультимедийного контента. Вся система формулирования проектных заданий изначально ориентирована на рассмотрение сложного многокомпонентного пространственного объекта в диалоге с человеком, где концептуальная основа каждого проекта предусматривает сюжетный процессуальный, развернутый во времени характер среды. Методически задачи дисциплины охватывают сферу дизайна интерактивных объектов, мультимедиа комплексов и современных процессов медиа проектирования. Мультимедийный формат проектирования позволяет достаточно вариативный подход к выбору тем, но основным, что определяет методику построения курса, остается серьезное информационно-технологическое наполнение программы. Техногенный характер медиа среды, тот или иной тип транслирования цифрового контента определяет специфику компьютерного (программного) насыщения проекта, включения проектных приемов, конкретизированных в программах спецкурсов данного профиля.

Курс «Медиа инфографики» методически направлен на создание нового творческого продукта в медиа среде. Это формирование таких практических навыков визуализации данных и подачи информации, как проектирование интерфейса, создание инфографики. Курс помогает овладеть необходимыми навыками и инструментами для проектирования медиа среды.

Программа «Мультимедиа дизайн в проектировании спецсред» создана в помощь проектным дисциплинам и становится дальнейшим развитием отдельных сторон практики проектирования, образно-творческих и конструктивных принципов построения различных сред с применением современных возможностей мультимедиа, органично вписанных в проектную деятельность. Методика дисциплины дела-

ет акцент на формировании профессионально-творческой психологии магистранта, обучении творческим методам работы, необходимым при оптимальном подборе мультимедийных технологий для различных средовых ситуаций и процессов.

Программа дисциплины «Медиа реконструкция средовых объектов» знакомит магистранта с художественно-эстетическим и проектным потенциалом «медиа искусства». В более узком и специальном аспекте методические задачи дисциплины конкретизированы в способах ревитализации среды с помощью современных информационно-коммуникационных (медиа) технологий. Актуальные проблемы реконструкции средовых объектов переходят в плоскость «медиа реконструкции», оперирующей современными информационными средствами. Программа раскрывает полноту теоретического и проектно-практического наполнения этого термина в опоре на концептуальные подходы к созданию мультимедийной среды, что методически соединяет аналитические приемы предпроектного подхода с обучением на практике различным графическим и монтажно-композиционным приемам, используемым при реконструкции среды.

Дисциплина «Геймдизайн» является продолжением темы проектирования компьютерного игрового контента, начатого Программой подготовки бакалавров. Направление геймдизайна — остросовременный и актуальный раздел медиа проектирования, достаточно технологически емкий и сложный для образовательных программ. Методически курс построен на диалоге базовых теоретических знаний и практических навыков процесса создания формы и содержания игрового процесса (геймплея) разрабатываемой игры. Программа включает поэтапное подробное обучение методам создания игры от разработки дизайн-документа, описывающего правила и особенности игры, до выполнения проекта на концептуальном и production уровне. Важнейшим аспектом работы над проектом остается учет программных возможностей для создания соответствующего контента. Геймдизайн входит в средовое проектирование общностью базовых принципов, описанных средовым подходом: системным видением проблематики игровой среды, контент-дизайном, дизайном уровней, дизайном интерфейсов и т.д.

Методически в тесной взаимосвязи с дисциплиной находится курс «Компьютерной иллюстрации», формирующей у магистранта навыки создания компьютерной иллюстрации. Акцент перенесен на ху-

дожественно-стилистические поиски образа будущего объекта-персонажа в геймдизайне, инфографической структуре, проектной графике и т.д. Программа предполагает широкий аспект знакомства с индустрией digital art, раскрытие особенностей ее создания и функционирования.

Новый профиль открывает и новые возможности в методах проведения образовательного процесса. Благодаря тесному взаимодействию высшей школы с наукоемкими инновационными процессами, в педагогику пришло понятие «образовательных технологий». Медиа среда многопрофильна по тематике и вариативна по технике продвижения, подвижность современного медиа пространства позволяет применять новейшие методы и технологии для организации новых сред общения и взаимодействия. Здесь на помощь придут новые образовательные технологии интерактивного диалогического по природе характера.

По словам исследователей, «основные методические инновации связаны сегодня применением интерактивных методов обучения ... Интерактивное обучение — это, прежде всего, диалоговое обучение, в ходе которого осуществляется взаимодействие преподавателя и обучаемого» [7]. Наиболее продуктивны круглые столы, предполагающие семинары и вебинары, дискуссии; мозговой штурм в формировании проектной концепции; case-study (анализ конкретных ситуаций, ситуационный анализ), который в проектной модели предполагает предпроектный анализ; мастер классы, посвященные новейшим вопросам профессии и т.д.

Современный учебный процесс на кафедре видится в оптимальном соотношении активных и интерактивных форм образования. «Активные методы обучения позволяют успешно формировать: способность адаптироваться в группе; умение устанавливать личные контакты, обмениваться информацией; способность выдвигать и формулировать идеи, проекты; готовность идти на оправданный риск и принимать нестандартные решения.... Интерактивное обучение основано на собственном опыте обучающихся, их прямом взаимодействии с областью осваиваемого профессионального опыта. Обучение с использованием интерактивных образовательных технологий предполагает отличную от привычной логику образовательного процесса: не от теории к практике, а от формирования нового опыта к его теоретическому осмыслению через применение» [8]. На этом принципе построена вся система магистерских практик, предусмотренных Программой обучения маги-

стратуры. Среди них важное место занимают «Научно-исследовательская практика» и «Преддипломная научно-исследовательская практика» как часть научно-исследовательской творчески-аналитической работы, проводимой в рамках исследовательского проекта и диссертационной магистерской работы, нацеленной на самостоятельное проведение научных исследований по вопросам профессиональной деятельности и подготовку к участию в комплексных научных разработках. Формат проектной работы, приближенной к реальным условиям в проектно-исполнительском коллективе организации-работодателя, предусмотрен рамками «Производственной проектной практики (стажировки)», формирующей у магистрантов практических навыков и умений самостоятельной практической проектной и научно-исследовательской работы на базе производственных, архитектурных, проектных организаций, имеющих собственные производственные отделы и дающие возможность ознакомления с процессами, технологиями и материалами производства. Расширение интерактивных возможностей, форм и методов предусматривает Программа магистерской «Педагогической практики». Привлечение современных образовательных технологий реализовано в практических навыках самостоятельной педагогической и научно-исследовательской работы в высшей школе, создании условий для приобретения собственного педагогического опыта и в итоге формирования профессионального педагогического мышления и мировоззрения, первоначальных педагогических навыков, а также профессионально-личностных качеств педагога. В процессе практического педагогического опыта магистранту предлагается освоить психолого-педагогические основы преподавания. Методически знания теории и технологии педагогического процесса призваны развивать индивидуальные личностные качества педагога и оратора, учитывающего специфику подготовленности аудитории.

Комплекс программного обеспечения кафедры «Средовой дизайн» образует систему авторских разработок, методически объединенных задачами средового проектирования средствами объемно-пространственного и мультимедийного наполнения. Рабочие программы остаются основным методическим основанием работы кафедры. «Решение задач системы дизайн-образования в России напрямую зависит от траектории построения и развития программы подготовки дизайнеров по различным направлениям деятельности» [9]. Это позволяет рассма-

тривать каждую программу не изолированно, а в неразрывной связи с целостной средовой направленностью подразделения, что повышает устойчивость созданных методических комплексов как совокупность всех учебно-методических документов (планов, программ, методик, учебных пособий и т. д.) [10] к постоянно меняющимся условиям реальности и требованиям дизайн-практики, предъявляемым к специалистам данных профилей.

Примечания:

1. *Власенко О.В.* Методы и средства преподавания проектирования в дизайне среды // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 3. URL: http: // science-education.ru/ru/article/view?id=19939 (дата обращения: 22.07.2018).

2. *Генисаретский О.И.* Лекция о месте проектирования в системе стратегической работы. Архив ШКП / Школа второго состава / «Проектирование». Крым. Новый Свет, 2001. URL: http: //www.shkp.ru/lib/archive/second/2001-1 (дата обращения: 30.07.2018).

3. *Саданова Б.М., Олейникова А.В., Альберти И.В., Одинцова Е.А., Плеханова Е.Н.* Применение возможностей виртуальных лабораторий в учебном процессе технического вуза // Молодой ученый. 2016. № 4.

4. *Генисаретский О.И.* Лекция о месте проектирования в системе стратегической работы. Архив ШКП / Школа второго состава / «Проектирование». Крым. Новый Свет, 2001. URL: http: //www.shkp.ru/lib/archive/second/2001-1(дата обращения: 2.09.2018).

5. *Власенко О.В.* Методы и средства преподавания проектирования в дизайне среды // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 3. URL: http: //science-education.ru/ru/article/view?id=19939 (дата обращения: 22.07.2018).

6. Дизайн. Иллюстрированный словарь-справочник / Г.Б.Минервин, В.Т. Шимко, А.В.Ефимов и др. / под общ. ред. Г.Б.Минервина и В.Т.Шимко. М.: Архитектура-С, 2004. URL: http: //archizona.ru/disain_illustrirovanniy_slovar_spravochnik.htm (дата обращения: 21.09.2018).

7. *Мельников С.В.* Образовательные технологии в вузе — новые подходы [Текст] / С.В.Мельников // Развитие современного образования: теория, методика и практика: материалы VII Междунар. науч.-практ. конф. (Чебоксары, 29 мая 2016 г.) / редкол.: О.Н.Широков [и др.]. Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2016. № 1 (7). URL: https: //interactive-plus.ru/ru/article/80881/discussion_platform (дата обращения: 2.08.2018).

8. *Мельников С.В.* Образовательные технологии в вузе — новые подходы [Текст] / С.В.Мельников // Развитие современного образования: теория, методика и практика: материалы VII Междунар. науч.-практ. конф. (Чебоксары, 29 мая 2016 г.) / редкол.: О.Н.Широков [и др.]. Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2016. № 1 (7). URL: https: //interactive-plus.ru/ru/article/80881/discussion_platform (дата обращения: 5.08.2018).

9. *Ткаченко Е.П.* Концепция дизайн-образования в современных условиях / Е.П.Ткаченко, С.М.Кожуховская // Вестник Учебно-методического объединения по профессионально-педагогическому образованию / Рос. гос. проф.-пед. ун-т. Екатеринбург, 2007. Вып. 2 (41): Дизайн-образование: спецвыпуск. URL: http: //elar.rsvpu.ru/bitstream/123456789/1962/1/vestnik_41_02.pdf (дата обращения: 22.07.2018).

10. Профессиональное образование. Словарь. Ключевые понятия, термины, актуальная лексика. М.: НМЦ СПО. С.М. Вишнякова. 1999. URL: https: // professional_education.academic.ru (дата обращения: 2.09.2018).

Библиография:

1. *Власенко О.В.* Методы и средства преподавания проектирования в дизайне среды // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 3. URL: http: //science-education.ru/ru/article/view?id=19939.

2. *Волостнова Т.И.* Современные технологии образования в высшей школе. Мир науки и образования. 2015. № 3. URL: http: //cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-tehnologii-obrazovaniya-v-vysshey-shkole.

3. *Генисаретский О.И.* Лекция о месте проектирования в системе стратегической работы. Архив ШКП / Школа второго состава / «Проектирование». Крым. Новый Свет, 2001. URL: http: //www.shkp.ru/lib/archive/second/2001-1.

4. *Глазычев В.Л.* Лекция об эволюции проектирования 1. Архив ШКП / Школа второго состава / «Проектирование» Крым. Новый Свет, 2001. URL: http: //www.shkp.ru/lib/archive/second/2001-1/8.

5. Дизайн. Иллюстрированный словарь-справочник / Г.Б.Минервин, В.Т. Шимко, А.В.Ефимов и др. / под общ. ред. Г.Б.Минервина и В.Т.Шимко. М.: Архитектура-С, 2004. URL: http: //archizona.ru/disain_illustrirovanniy_slovar_spravochnik.htm.

6. *Мельников С.В.* Образовательные технологии в вузе — новые подходы [Текст] / С.В.Мельников // Развитие современного образования: теория, методика и практика: материалы VII Междунар. науч.-практ. конф. (Чебоксары, 29 мая 2016 г.) / редкол.: О.Н.Широков [и др.]. Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2016. № 1 (7). URL: https: //interactive-plus.ru/ru/article/80881/discussion_platform.

7. Профессиональное образование. Словарь. Ключевые понятия, термины, актуальная лексика. М.: НМЦ СПО. С.М. Вишнякова. 1999. URL: https: // professional_education.academic.ru.

8. *Саданова Б.М., Олейникова А.В., Альберти И.В., Одинцова Е.А., Плеханова Е.Н.* Применение возможностей виртуальных лабораторий в учебном процессе технического вуза // Молодой ученый. 2016. №4. С. 71–74.

9. *Сидоренко В.Ф.* Генезис проектной культуры и эстетика дизайнерского творчества. Автореферат дисс. на соиск. уч. ст. доктора искусствоведения по спец. 17.00.06. М.: ВНИИТЭ, 1990. URL: http: //cheloveknauka.com/v/568837/a#?page=8.

10. *Ткаченко Е.П.* Концепция дизайн-образования в современных условиях / Е.П.Ткаченко, С.М.Кожуховская // Вестник Учебно-методического объединения по профессионально-педагогическому образованию / Рос. гос. проф.-пед. ун-т. - Екатеринбург, 2007. Вып. 2 (41): Дизайн-образование: спецвыпуск. URL: http: //elar.rsvpu.ru/bitstream/123456789/1962/1/vestnik_41_02.pdf.

11. *Шулика Т.О.* Методология проектно-художественного синтеза на примере архитектурно-дизайнерского проектирования по специальности // Международный электронный научно-образовательный журнал AMIT. 2010. № 3.

Т.А. МОНИНА
Профессор, зав. кафедрой «Промышленный дизайн» МГХПА им. С.Г. Строганова
e-mail: tmloko@mail.ru

T.A. MONINA
Professor, chief. department «Industrial design» of the Stroganov Academy (MGHPA)
e-mail: tmloko@mail.ru

С.К. ЕМЕЛЬЯНЕНКО
Доцент кафедры ХТОПП Высшей школы печати и медиаиндустрии Института графики и искусства книги им. В.А. Фаворского Московского Политеха
e-mail: tmloko@mail.ru

S.K. EMELIANENKO
Associate professor of HTOP Higher school of press and media industry Institute of graphics and art books them. V.A. Favorsky Moscow Polytechnic University
e-mail: tmloko@mail.ru

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ МЫШЛЕНИЯ И ВОСПРИЯТИЯ (КРЕАТИВНОЕ ВОСПРИЯТИЕ И МЫШЛЕНИЕ КАК ОСНОВА ПРОЕКТИРОВАНИЯ)

SOME ASPECTS OF THINKING AND PERCEPTION (CREATIVE PERCEPTION AND THINKING AS THE BASIS OF DESIGN)

В статье анализируются эволюционные этапы развития мышления Homo sapiens, их влияние на создание дизайн-концепций и их восприятие зрителем.

The article analyzes the evolutionary stages of Homo sapiens thinking, their impact on the creation of design concepts and their perception by the viewer.

Ключевые слова: мышление, дизайн-концепт, оптимальное решение, системное мышление.
Key words: thinking, design-concept, optimal solution, system thinking.

Человеческое восприятие находится в сфере хоть и прогнозируемых, но нерегулируемых величин, поэтому в дизайн-процессе важно учитывать характер мышления зрителя, «попадание» в правильную эмоцию путем анализа ситуации и разработки нужного сценария проекта.

В проектировании важно достичь консенсуса между потребителем, зрителем и дизайнером — создателем продукта. Если первый воспринимает объект дизайна на интуитивном, чувственном уровне, второй формирует его, руководствуясь эстетическими категориями восприятия и его функциональными свойствами.

Рассматривая эстетическую сторону восприятия, по Р.Арнхейму, это — равновесие, очертание, форма, развитие, пространство, свет, цвет, движение, напряжение, выразительность. Эти категории иллюстрируют движение познания от элементарных форм до самых сложных и значительных. Выразительность представляет собой, по словам Арнхейма, «венец» перцептивных категорий. Она является завершением процесса визуального восприятия.

Законченное произведение дизайна — активизация не только производственных, но, в первую очередь, мыслительных процессов дизайнера. Ясность и красота креативной идеи вызывают в конечном итоге отклик у зрителя не только в виде эстетического чувства, но и мышления в том или ином виде. В конечном итоге, логический консенсус между автором и зрителем символизирует единая форма мышления, обоюдный акт активизации интеллектуальных процессов.

Не поняв сущности мышления, нельзя определить критерии оценки проекта с разных точек зрения. Попробуем подробнее на них остановиться.

Придерживаясь дарвиновской теории эволюции и науки генетики, отметим в поступательном развитии мышления как такового следующие этапы.

Инстинктивное мышление — первоначальный шаг возникновения мышления. Присуще всем живым организмам. Невозможность отличать объективный мир от иллюзорного. Примером может служить

поведение рыбки, которая одинаково активно бросается как на своего собрата, так и на искусственную приманку.

Инстинктивному мышлению свойственны поведенческие стайные и пищевые инстинкты, а также инстинкты продолжения рода.

Понятийное мышление связано со способом отличать и распознавать целые конгломераты событий, их последовательность, зачатки причинно-следственной связи. Понятийное мышление присуще многим млекопитающим: собака, преследующая кошку, которая скрылась за препятствием, легко спрямляет свою траекторию погони, а не слепо повторяет путь убегающей кошки.

Понятийное мышление характеризуется возникновением ограниченного объема памяти и образного мышления. Формирует иерархические отношения в стае.

Логическое мышление позволяет осуществить качественную оценку обстоятельств, выбор решения и способ поведения. Неотъемлемый элемент мышления высших животных (приматы и дельфины). В основе логического мышления лежит значительный объем памяти, оценка причинно-следственной связи событий, знаний, опыта и поступков. Формирует родовые отношения в сообществе.

Аналитическое мышление присуще только Homo sapiens. Большой объем памяти позволяет анализировать и систематизировать события, принимать осознанные, всесторонние взвешенные решения, воссоздать и моделировать окружающий мир. Продуцировать и создавать новые понятия и объекты реального мира. Этот тип мышления породил мораль, социальное расслоение, дал основы государственности. Таково мышление и современного человека.

Эвристическое мышление человека опирается на огромный объем памяти, мозаичные осколки фактов, знаний, опыта, интуиции и мировоззрения. Это мышление, создающее новые представления и понятия, открывающее для остальных более высокий уровень познания, несущее позитивный творческий заряд. Мышление Архимеда, из знаменитого возгласа которого, собственно, и заимствована эта терминология («эврика» — открытие), является убедительным доказательством неограниченности и мощи человеческого разума.

Дискурс о возможностях человека будущего утихал и разгорался в различные периоды научной мысли нашей страны. Вот как писал в 60-х годах XX в. Е.А.Мурзин:

«Современник наш начинает осознавать, что перед ним новый биологический вид: завершивший свою биологическую эволюцию человек-разумный, обладающий почти удвоенным, в сравнении с неандертальцем, объемом мозга. Вследствие этого он имеет более развитое мышление в образах, легко обучаем. В сравнении с нами, с трудом прослеживающими в аналитическом мышлении логические цепочки связей явлений, новому человеку доступно эвристическое постижение массивов информации, как бы без анализа, подобно тому, как это в свои лучшие минуты осуществляли человеческие гении нашего далекого прошлого. В своей массе новые люди охватывают умственным взором цивилизацию, в которой существуют и являются ее творцами. Эвристический разум становится демиургом бытия».

Высказанный тезис затеняет тонкости представления об изменении мышления. Наметим пунктиром эволюционную поступь развития суждений о мышлении человека…

Мышление, с точки зрения Платона, понималось как припоминание. Он не рассматривал мышление как творческий процесс, а считал его репродуктивным актом. В понимании философа научить — это принудить к припоминанию.

Аристотель рассматривал мышление как совокупность частей: понятия, суждения и умозаключения, что является наукой «Логика». Развивая эту науку, его последователи в средние века выделяли в качестве ее форм дедукцию и силлогизм.

Рене Декарт считал мышление единственным свойством души и использовал систематическое сомнение как метод познания.

Бенедикт Спиноза предлагал исследовать способ действия мыслящего тела, чтобы его отличие от действий тела немыслящего назвать мышлением.

Иммануил Кант вывел два свойства мышления, которыми мы пользуемся по сей день при принятии решений и разработке дизайн-концептов, а именно — анализ и синтез.

Американский социолог и футуролог Элвин Тоффлер вывел термин «клиповое» мышление, означающий особенность человека воспринимать мир через короткие яркие образы и послания без определения контекста.

Что мы наблюдаем? Приходя к своим выводам эвристическим путем, каждый из перечисленных философов представляет мышле-

ние индивидуума как величину сложившуюся, некую эгоконстанту, не подверженную метаморфозам бытия. Меняется лишь мир вокруг и методы его познания.

Зафиксировать глобальные эволюционные изменения сознания в период существования сотен поколений людей весьма проблематично. Затруднительно ощутить эволюцию мышления человека даже за последние два тысячелетия «письменной истории человечества». При современном развитии цивилизации, навалившегося информационного вала, всеобщей грамотности населения, компьютеризации, на личностном уровне мы не почувствуем существенного прогресса эволюции мышления.

Монах-писарь с каллиграфическим почерком, гонец или кустарь были специалисты и профессионалы своего дела в понимании наших пращуров. Переписчик и писарь последовательно вытеснены пишущей машинкой, принтером. Гонец заменен почтой, затем — телеграфом, телефоном, а ныне — интернетом.

Кустарное производство уступило место высокотехнологичному. Возник неограниченный доступ к накопленной человечеством информации, поднялся общий уровень знаний, культуры, достатка, потребления, но и задачи творцов — апологетов эвристического мышления — усложнились: в любой сфере уровень знаний, который нужно достичь для генерации новых открытий, возрос, объем потребляемой информации постоянно увеличивается… Но, несмотря на возросший образовательный ценз человечества, за последние десятилетия количество гениев в области науки и искусства, этих «демиургов бытия», не увеличилось в геометрической прогрессии.

Большинство технических новшеств нынешнего дня являются продолжением научных открытий 40–80-х гг. прошедшего столетия. Развитие и совершенствование технологий точных производств обеспечило внедрение научных, космических и военных разработок второй половины XX века в мирную жизнь граждан.

Современный человек охватывает полностью все эволюционные этапы мышления и частично эвристического (эдакая «матрешка эволюции»). На настоящий момент подобное мышление Homo sapiens является интегральной вершиной поступательной эволюции разума!

Нельзя не упомянуть, что, несмотря на оптимистичность прогнозов на будущее о мышлении современного человека, в том же труде Е.А.Мурзин отметил:

«Ощутимого прорыва в мыслительной деятельности человека не произошло. Это дело будущего».

Синтез рассмотренных выше пяти видов человеческого мышления абсолютно необходим создателю дизайн-проекта. Логическое и аналитическое мышление — основа творческого созидания и поиска, абсолютная прерогатива дизайнера, мнение наблюдателя, созерцателя. Эвристическое мышление — необходимое свойство творческой личности.

Обращаясь к зрителю посредством визуальных образов, дизайнер тем самым пробуждает и активизирует в нем «инстинктивное» и «понятийное» мышление, порождает в зрителе заинтересованность, например, выставочной задачи. Именно качественное различие используемых принципов мыслительных процессов человека отличает дизайнера от зрителя.

«Для теории и экспериментов в дизайне формирование нового дизайнерского мышления относится к одной из наиболее практических задач».

Для нахождения нужного решения в эвристике используются различные алгоритмы действий. Активизируются механизмы установления ситуативных отношений. Производится отсечение неперспективных ветвей в «древе вариантов». Формируются опровержения посредством контрпримеров. Сократ, например, искал путь к истине в беседах с помощью наводящих вопросов и примеров. Самым распространенным всегда был коллективный метод (так называемый «мозговой штурм» и все его разновидности). В различных системах поиска решений популярен способ моделирования (вспомним фильм «Чапаев» и его знаменитую картошку, используемую в качестве модели).

На пути рождения новых дизайн-проектов широко применим метод «проб и ошибок», метод эксперимента. «Прослеживая пути конструктивной мысли, особенно в области эксперимента, нельзя не обратить внимание на историю зарождения и развития той или иной идеи, на образ мышления экспериментатора».

Как известно, эвристика в широком понимании есть *«организация процесса продуктивного творческого мышления»*.

В современной терминологии эвристическому мышлению соответствует синоним «креативность».

Зачем необходима активизации эвристического мышления?

По общему мнению, творческие профессии отличаются от профессий точных знаний тем, что не находятся в жесткой системе аб-

солютных ограничений, хотя специализация дизайнера предполагает рамки необходимых условий для достижения определенной функции, включающей в себя физические и технические факторы, ГОСТы, нормативы, прототипы, аналоги, материалы, технологии и т.п. Однако в плане эстетики преобладает как соблюдение стилистических и актуальных направлений, так и практически неограниченной, безбрежной свободы фантазии и творчества.

Достичь оптимального решения проекта возможно посредством интуитивного творческого процесса дизайнера, основанного на чувственном познании и понимании мироздания. Тем не менее, подобное мировосприятие вовсе не отрицает целенаправленного подхода к решению проектной задачи.

Квалификация и уровень профессионализма дизайнера проявляются в поиске наилучшего решения, основанного на рациональном принципе, аргументированном и осознанном проектировании, и обладают тем преимуществом, что все аспекты проекта, его составляющие части и даже незначительные детали не уйдут из поля зрения, подвергнутся анализу и оценке. Системность мышления является путеводной звездой в поиске положительного разрешения проекта.

Интуитивное озарение является неотъемлемой частью творческого процесса, и, тем не менее, дизайнер, обладающий навыками системного мышления, обладает конкурентными преимуществами.

Приемы активизации эвристического мышления помогают раскрыть собственный творческий потенциал. Методики основаны на психологии и логике, и ни одна из них не претендует на роль безусловной теории. Если же говорить об общих характеристиках этих методик, все они, по Канту, состоят из анализа и синтеза информации.

Начиная проект, дизайнер начинает движение к собственному результату со сбора и анализа огромного количества информации, накопленной ранее по исследуемому вопросу. Багаж референсов прирастает каждый день террабайтами, и в этом море информации нужно уметь находить эффективные художественные приемы для достижения цели создания и продвижения продукта.

Современный дизайнер, востребованный на рынке, является как успешным компилятором таких проверенных приемов, так и создателем новых. Время, являющееся одним из определяющих критериев бизнеса, зачастую не дает ему возможности устраивать «творческие по-

иски» исключительного и совершенно оригинального решения. Дизайнер, пользующийся готовыми, «трендовыми» решениями, активизирует лишь аналитическое и логическое мышления. Эвристика же предполагает выход на другой уровень, попытку подняться «над задачей», что ведет к нахождению новых, прогрессивных решений в дизайне.

Библиография:

1. *Арнхейм Р.Б.* Искусство и визуальное восприятие. БКГ им. И.А.Бодуэна де Куртенэ, 1999.

2. *Водчиц С.С.* Эстетика пропорций в дизайне. М.: Техносфера, 2005.

3. *Генисаредский О.И.* Проблемы исследования и развития проектной культуры дизайна. Автореф. дис. канд. иск. М., 1988.

4. *Иконников А.В.* Морфология вещи, форма и эстетическая ценность. Некоторые проблемы современного дизайна. М., 1984.

5. *Кандинский В.В.* О духовном в искусстве. М.: Архимед, 1992.

6. *Раушенбах Б.В.* Геометрия картины и зрительное восприятие. СПб., 2001.

7. *Колейчук В.Ф.* Новейшие конструктивные системы в формировании архитектурной среды. Учебное пособие. М.: БуксМарт, 2016 .

8. *Лаврентьев А.Н.* Эксперимент в дизайне. Учебное пособие. М.: Университетская книга, 2010.

9. *Мурзин Е.А.* О природе и закономерностях эстетического восприятия и путях становления музыки электронной и цвета. М.: ИД «Композитор», 2008.

10. *Раушенбах Б.В.* Геометрия картины и зрительное восприятие. СПб., 2001

11. Философский энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия, 1983.

В.И. АМПИЛОВ
Доцент кафедры «Средовой дизайн» МГХПА им. С.Г. Строганова
e-mail: vladimir.ampilov@gmail.com

V.I. AMPILOV
Assistant professor of the «Environmental design» of the Stroganov Academy (MGHPA)
e-mail: vladimir.ampilov@gmail.com

ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. АЛЬБОМ ДЛЯ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ДИЗАЙН-ПРОЕКТА

ORGANIZATION OF THE DESIGN-PROCESS. ALBUM REPRESENTATION OF THE DESIGN-PROJECT

В статье анализируются этапы и формы проведения предпроектных исследований в дизайне, являющихся необходимым этапом проектирования и составляющих важную часть презентационного альбома дизайн-проекта (на примере средового дизайна).

The author analyzes stages and forms of conducting the research design, which serves as a road map in the design-process and plays an important role in the presentation album (illustrated using the example of the environmental design).

Ключевые слова: средовой дизайн, предпроектные исследования в дизайне, этапы проектирования, техническое задание, презентационный альбом.
Keywords: environment design, research design, stages and forms of research design, design-brief, presentation album.

Первый в моей практике проектирования альбом-презентацию к дизайн-проекту я увидел в студии-мастерской дизайнера Михаила Матвеевича Блоха. Степень информативности и высокий художественный уровень подачи поражали. Альбом был выполнен для конструкторского бюро Миля (проектирование вертолетов) дизайнерами Эдуардом Молчановым и Михаилом Блохом в формате А3 и оформлен в жестком переплете. В процессе

работы в МБ-Студии (студии М.М.Блоха) все проекты заказчикам обязательно сдавались с рабочими материалами собранными в альбом. И этот альбом являлся основной, нередко самой важной составной частью проекта.

Поэтому, когда в учебной программе кафедры «Средовой дизайн» появилась дисциплина «Организация проектной деятельности», вполне естественно, что особое внимание было уделено обучению подготовки альбома, в котором материал из пояснительной записки к учебному проекту представлялся бы в виде графического буклета. Необходимо отметить, что структура подобного альбома, отражающего ход предпроектных исследований и этапы проектирования, задается методикой дизайн-проектирования, а виды исследований, которые включаются в альбом, выбираются в зависимости от тематики проектирования.

Учебный курс дисциплины «Организация проектной деятельности» направлен на изучение и освоение обучающимися по программе бакалавриата на кафедре «Средового дизайна» МГХПА им. С.Г.Строганова научных методов управления проектами, проектным мышлением на системном уровне и обеспечение студентов компетенциями в области организации творческой и производственной деятельности как при индивидуальной проектной работе, так и в составе проектного коллектива.

Среди задач курса следует отметить: формирование представлений об организации градостроительного, архитектурного и дизайнерского проектирования, выработку понимания принципов и организационных форм работы дизайнера, освоение ключевых терминов проектной деятельности, знакомство с областями применения современных подходов и инструментов проектной деятельности, управление проектами на примерах реальной практики.

Среди практических навыков мы выделяем: умение проводить предпроектный анализ с точки зрения системного подхода, грамотное применение инструментов проектной деятельности на практике, планирование проекта, определение целей и задач, грамотную подготовку сопроводительной документации, а также умение анализировать результаты и оценивать затраты.

Статья посвящена основным методам проведения предпроектных исследований и выявление наиболее эффективных из них. Для начала необходимо определиться с терминологией.

Само понятие «метод» восходит к греческому «methodos» и в «Словаре иностранных слов» определяется как: «1) способ познания, ис-

следования явлений природы и общественной жизни; 2) приём, способ или образ действия» [6, с. 307]. Согласно этому же словарю, под методикой понимается «совокупность методов, приёмов целесообразного проведения какой-либо работы» [6, с. 307].

Под МЕТОДОМ и МЕТОДИКОЙ в дизайне принято понимать порядок достижения проектной цели, способ решения поставленной перед дизайнером-разработчиком социокультурной, пространственно-художественной, функционально-технологической задачи при помощи организации и оптимизации процесса сбора и изучения информационных материалов по тематике проектирования, а также формы и виды презентации (представления) материала проектировщиком. Причем презентации зависят как от специфических черт объекта проектирования, так и от особенностей процесса дизайн-проектирования, основанного на сочетании художественного и инженерно-технического творчества.

Графическая презентация проекта в виде альбома, как правило, выполняемого в формате А3 или А4, является важнейшей составной частью курсового проекта, дипломной или выпускной квалификационной работы, а также дизайн-проекта, выполняемого для предоставления на конкурс или при выполнении творческой или заказной работы. При работе над альбомом необходимо сочетать четкое структурирование с художественной проработкой подачи содержания. Структура альбома должна соответствовать этапам проектирования.

Беседуя в рамках передачи «Легенды» (речь идет о героях профессии, легендарных дизайнерах) на Креативном концептуальном канале МОА «Союз дизайнеров» с ведущими представителями профессии, мы предлагали всем участникам ответить на один и тот же вопрос: «Как Вы понимаете дизайн?», основное условие: отвечать не «по-книжному», опираясь на заимствованные, принятые формулировки. Тем более, что еще в 1971 году даже в профессиональной среде на Генеральной ассамблее ИКСИД было принято решение исключить из официальных документов утвержденное определение дизайна, чтобы избежать однообразия трактовок и создать условия для живого диалога.

Алексей Николаевич Синельников, много лет посвятивший проектной работе в дизайне, сначала во ВНИИТЭ, в группе Дмитрия Азрикана, а затем в дизайн-студии Союза дизайнеров СССР, определил дизайн одним словом как взаимодействие.

С чего начинается проектная работа в дизайне? Естественно, с формулировки темы проекта. Это происходит по-разному. В большинстве случаев работа инициируется заказчиком, и исполнителю предлагается конкретное задание на проектирование. Дизайнер может согласиться или отказаться и искать другой заказ. При положительном решении заказчик выдает техническое задание на проектирование, и дизайнер приступает к работе.

Собственно, именно с получения технического задания и его изучения, или, в случае отсутствия оного, самостоятельного составления требований к проектируемому объекту или комплексу разрабатываемой ситуации, и начинается предпроектное исследование. Без технического задания невозможно приступить к разработке дизайн-проекта, так как не определены цели и направления работы проектировщика. При отсутствии такого задания очень часто возникают конфликтные ситуации с заказчиком. Без сформированного до начала выполнения проектных работ технического задания на проектирование невозможно соотнести картину желаемого и ожидаемого заказчиком с полученным в результате проектирования результатом. Этот документ является основой отношений заказчика и исполнителя. При невозможности получения такого задания со стороны заказчика исполнитель может взять на себя выполнение этой работы, что, естественно, должно входить отдельным пунктом в план выполнения проектных работ и, соответственно, отдельно вознаграждаться. С краткой информация о содержании технического задания и начинается альбом-презентация.

Современное развитие общества привело к глобализации дизайна и переосмыслению его роли в развитии общественных отношений и культуры. Еще в 70-е годы XX века, слушая лекцию по истории искусств в Строгановке и узнав, что в различные периоды истории разные виды и жанры искусства лидировали в развитии архитектуры и искусства, я подумал, что дизайн, вероятно, и есть тот самый современный лидер в сфере культуры. Возросшая роль дизайна в современном мире, как мне кажется, полностью подтверждает ту давнюю догадку.

Сегодня под объектами дизайн-проектирования понимаются уже не только отдельные изделия или средовые ситуации, но и потребности и настроения в обществе. Скорость происходящих в жизни природы и общества изменений настолько велика, что многие современные потребности даже и намеком не упоминались в научно-фантастической

литературе. Постоянно совершенствующиеся гаджеты уже создали новый тип взаимоотношений в обществе и формируют направления в науке и производстве, необходимость в которых еще совсем недавно была под большим вопросом и вызывала лишь скептические усмешки на устах серьезных ученых. Соответственно этому, все больше и больше возрастает роль прогностических, аналитических аспектов в проектировании.

Методика выполнения этапа предпроектного анализа в дизайн-проектировании и специфика этого этапа в средовом проектировании сегодня достаточно хорошо отработаны и описаны в специальной литературе [1; 2; 4; 5]. Если сорок лет назад мы сталкивались со скудным списком книжных публикаций по художественному проектированию, то в наше время мы уже не испытываем недостатка в профессиональной литературе для людей, решивших посвятить свою жизнь преобразованию среды обитания человека. Причем найти можно как российские издания по дизайну, так и переводные публикации, часто великолепно иллюстрированные.

Предпроектный анализ является важнейшей частью предпроектного исследования, наряду со сбором необходимых для проведения проектных работ данных о проектируемом объекте. На этом этапе собираются материалы по размещению объекта на местности, взаимосвязи объекта с окружением (природной и искусственной средой), проводятся обмеры существующих объектов и контрольные замеры исходной ситуации на территории размещения объекта, проводится фотофиксация и зарисовки, подбор аналогов и прототипов, если они существуют (с целью проведения их экспертизы). Кроме того, используются такие методы исследований, как различные формы анкетирования и интервьюирования, методы наблюдения и вживания в ситуацию, различные эвристические методы дизайн-исследования и т.д.

Здесь стоит вспомнить о ключевых методах дизайна, смысл которых — в достижении результата проектной деятельности. Основные методы дизайна можно разделить на эвристические, экспериментальные и формализованные, в зависимости от способов, которые используются для сбора и анализа информации.

Эвристические методы в дизайне оперируют понятиями и категориями творческой деятельности. Они основываются на интуитивном, то есть неосознанном действии, имеющем в своей основе подсознательное мышление. Эвристические методы исследования, применяемые в

дизайн-проектировании и находящие свое отражение в альбоме-презентации, включают в себя несколько основных механизмов анализа.

Экспериментальные методы в дизайне оперируют физическими объектами и их характеристиками и основаны на использовании реальных объектов и физических моделей. Только экспериментальные методы позволяют получать достоверные результаты и служат надежной базой для разработки моделей.

Формализованные методы в дизайне оперируют конкретными параметрами и строятся на основе четкой регламентации на языке схем, формально-логических алгоритмов и законов математики. От экспериментальных и эвристических методов формализованные методы отличаются независимостью выводов от индивидуально-эмоционального восприятия человека.

Разделы аналитической части средового дизайн-проекта включают: сбор материала по тематике проекта для проведения анализа существующего состояния территории и застройки, получение или составление рельефа местности, плана территории с существующими пешеходными и транспортными дорогами, их изучение и анализ с учетом существующей застройки, природных объектов и рельефа местности. Обязательным звеном в этой цепочке является выезд на место с проведением фотофиксации в различных ситуациях, в том числе вечерней. Необходимо наличие разверток и фасадов, а также планов территории для проведения анализа существующего благоустройства: освещения, наличия существующих малых архитектурных форм, ограждения, неблагоустроенных и захламленных участков, технических и хозяйственных объектов.

В средовом дизайне так же, как и в других видах дизайна, существует деление на аналоговое и инновационное проектирование. В первом случае имеется ситуация, которая может быть отнесена к уже существующим примерам, и задача состоит в нахождении аналогов или выборе прототипов для решения проектного задания по тематике проектирования. Изучение аналогов и прототипов — важная составная часть предпроектного анализа. При рассмотрении выбранных примеров необходимо определить, в какой мере их особенности могут быть соотнесены и перенесены на объект проектирования с минимальной трансформацией. Процесс проектирования становится формализованным и не предусматривает применения в ходе работ прогностического подхода.

Если предложенная для рассмотрения ситуация не обладает наличием сходных по предназначению, структуре или условиям характеристик, на вооружение берется метод инновационного проектирования. В этом случае центр тяжести проектных работ смещается в сторону нахождения неожиданных, зачастую парадоксальных вариантов. Неопределенность ситуации порождает проведение работ в широком спектре поиска возможных решений, зачастую футурологических по форме и неожиданно-прогностических по содержанию.

При проведении предпроектного анализа и с целью упорядочить и систематизировать этот процесс проектировщик составляет схемы, таблицы, анкеты. В процессе их составления выявляются взаимосвязи и взаимозависимости между отдельными входящими в проект элементами. Кроме того, учитывается взаимовлияние частей проекта и всего объекта в целом с пространством, связанным с объектом смысловыми и функциональными коммуникациями. Созданные в процессе исследования документы помогают установить правильный порядок выполнения проектных работ и наметить пути решения отдельных проблем, варианты решения этих проблем.

При проведении анкетирования, то есть письменного опроса различных групп населения, выявляются предпочтения, пожелания и критические замечания в отношении к объекту проектирования. Этот опрос проводится путем ответа респондентов на четко сформулированные вопросы, представленные в виде таблиц или опросных листов и проводимые в электронном виде или напрямую организаторами анкетирования. Так во время проведения летней практики 2018 года по теме предложенной городом Никель и компанией «Норникель» было организовано анкетирование населения жителей города. Результаты анкетирования были использованы для выполнения проекта и представлены в альбоме-презентации.

Эффективным механизмом проведения предпроектного анализа является создание доски настроения или мудборда (moodboard), по-другому называемыми досками изображений. Этот тип исследования имеет давние традиции в различных видах дизайна. Мудборды создаются для фокусировки внимания на эстетических, художественных аспектах проекта. На них представляются изображения, репрезентативные в отношении к проектируемой ситуации, и выполняются в виде коллажа или графической инсталляции, и они помогают дизайнерам во-

йти в тему и сформировать эмоционально-образный настрой на разрабатываемую тему. Доски настроения являются мощным инструментом для эффективной передачи дизайнерских идей клиентам [1]. Мудборды дают визуальное представление о характерном окружении, цветовом климате и атмосфере предметно-пространственной среды проекта.

Близко по форме представления, но сильно отличаясь по сути, находится такой креативный коллективный инструмент дизайна, как коллаж. При анкетировании и интервьюировании очень часто респонденты, в силу застенчивости или нежелания выражать свои сокровенные мысли, сдержанны, и наличие подготовленных заранее карточек, слов, изображений помогает им. При помощи клеевого карандаша или клейкой ленты составленные авторами комбинации размещаются на бумажных листах. Затем происходит обсуждение этих индивидуальных композиций в небольших группах, а презентация своего коллажа — важнейший аспект этого метода исследования. При подготовке этой работы очень важно правильно определиться с составом и количеством подготовленных карточек и вспомогательных материалов.

И поскольку речь идет о коллективной работе, самое время затронуть тут такой важнейший метод исследования, как мозговой штурм. Это метод стимуляции активности в творческом поиске выбора пути решения проектной задачи. Мозговой штурм может проводиться как в коллективе дизайнеров, так и в междисциплинарной рабочей группе. Работа в коллективе дает многообразие и многовариантность предложений по выработке новых идей, проводимый в форме ролевой игры, где разработчики попадают в ситуацию, когда они сами становятся пользователями разрабатываемых ситуаций. Этот метод исследования способствует активизации дизайн-мышления и появлению новых, неожиданных концепций. Мне посчастливилось присутствовать и участвовать на брейнсторминге в Высшем художественно-промышленном училище в г. Пфорцгейм в Германии в 1992 году. В это время ФРГ подала заявку на проведение Олимпийских игр в Германии в 2000 году, и в учебном заведении взялись за разработку проектов к данному мероприятию. В большой аудитории, размером примерно со спортивный зал, собралась большая группа преподавателей и студентов института. В зале из мебели присутствовали только стулья и табуреты, на которых и разместились присутствующие, и в форме свободного обсуждения предлагались, критически рассматривались, отвергались и принима-

лись варианты решения различных проектных ситуаций. Это позволило оперативно рассмотреть множество путей подхода к выбранной теме, причем присутствие на мероприятии студентов всех курсов способствовало более живому обсуждению и взаимному обогащению знаниями и информацией учащихся. При этом проведение мозгового штурма ценно не качеством предложенных идей, а их количеством. При проведении мозгового штурма надо настраиваться, в первую очередь, не на критические замечания и оценки, а на поддержку самых, кажется, диких идей и предложений. Целью проведения мозгового штурма является создание площадки для свободного выражения самых утопических идей и полный запрет на критику.

В качестве графических органайзеров мозгового штурма используются сетевые графики, древовидные диаграммы и структурные схемы. Первые используются при определении проблемы и выработке концепции и связанных с ними характеристик и факторов. Вторые, то есть древовидные диаграммы, демонстрируют иерархические связи между основной и вспомогательными идеями. Структурные схемы отражают связи элементов внутри рассматриваемой системы, показывают процессы, происходящие внутри системы [3].

Еще одним методом коллективного исследования и способом представить результаты этого исследования является бизнес-оригами. Метод позволяет смоделировать современные и будущие системы путем проведения сценарных преобразований при помощи карточек с графическими пиктограммами, символами и изображениями. При моделировании ситуаций связи между отдельными элементами обозначаются стрелками. При этом работа может проводиться как на горизонтальной поверхности (как эта работа проводилась изначально), так и на вертикальной поверхности доски при помощи стикеров и скотча. Все этапы работы необходимо фиксировать на фотографиях для дальнейшего представления в альбоме-презентации. Приобретаемый опыт моделирования проблемы незаменим в практической работе.

Удобным и практичным методом анализа, который широко используется в процессе обучения, является ассоциативное картирование — инструмент наглядного представления визуального мышления: при помощи изображений, поясняющих подписей и изображенных связей между отдельными элементами объекта проектирования, что позволяет понять взаимосвязи внутри системы и помогает продемонстрировать

системное мышление в ходе проектирования. Для лучшего восприятия используются простые изображения, слова или группы слов, скомпонованные вокруг единого центра, отражающего главную идею проекта.

Для систематизации наблюдений за поведением человека в той или иной ситуации используется метод поведенческого картирования. При помощи видеосъемки, фотофиксации, аннотационных схем, планов и карт выполняется работа по систематизации и предоставлению в наглядной форме анализа перемещений группы лиц или отдельного индивида в пространстве. В 2016 году, в рамках летней практики, две студентки второго курса бакалавриата кафедры «Средового дизайна» Дарья Кардашенко и Полина Турищева выполнили работу по проектированию ситуации в проектируемом торговом комплексе «Акварель» торговой сети АШАН. Результатом работы стала победа на конкурсе, организованном компанией ИММОШАН и получение первого приза. А это стало возможным, благодаря великолепно выполненному студентками альбому-презентации, где в полной мере были представлены различные методы исследований. В частности, ими было проведено поведенческое картирование.

И еще один из методов исследования был наглядно продемонстрирован в альбоме этих студенток — это облако слов. И это семантическое исследование было проведено на английском языке!

В 1988 году я первый раз познакомился с курсом «Семантики пространства», преподаваемым Гансом-Юргеном Ланнох в Пфорцгейме. Спустя четыре года мне посчастливилось в течение двух месяцев поработать с ним на этом курсе в качестве ассистента, и это позволило в полной мере ощутить важность применения семантического анализа при проведении проектных работ. Использование этого механизма просто необходимо при проведении инновационного проектирования. Этот метод вооружает проектировщика инструментом для нахождения абсолютно нового образа, не имеющего аналогов.

Визуальным осмыслением людьми конкретного пространства с его проблемами и связями является метод когнитивного картирования. Как и ассоциативное картирование, этот метод относится к инструментам визуального мышления. Когнитивные карты отражают намерения людей и варианты принятия решений и необходимы для выработки стратегии развития и представляются в виде наглядных графиков принятия решения.

Фундаментальным методом исследования является интервью, дающее возможность получить из первых рук информацию о мнениях, оценках, опыте и восприятии. В отличие от анкетирования, при котором четко регламентированы задаваемые вопросы, интервью позволяет применять гибкую систему сбора информации, дает возможность перехода от структурированного опроса к свободной форме диалога человека, проводящего беседу с респондентом. Более продуктивно проведение интервью, если оно основано на предварительном сборе информации. При проведении устного опроса запись беседы проводится либо самим интервьюером, либо его ассистентом, либо автоматически — на звукозаписывающее устройство. По результатам интервью возможно составление графических органайзеров и схем.

После проведения предпроектных исследований и определения художественного образа приступают к основному методу дизайна, определяемому как «художественно-образное моделирование». Эта работа проводится посредством композиционного формообразования. От логического моделирования художественно-образное моделирование отличается. в первую очередь, тем, что оно базируется на интуитивно-эмоциональном восприятии проблемы и целостном видении результата работы.

В средовом проектировании выработка дизайн-концепции проекта играет очень важную роль. Гораздо более важную, чем аналогичный этап проектных работ в архитектурном проектировании. В дизайне поиск концепции определяет и диктует ход дальнейших проектных работ. Дизайн-концепция является основанием не только выбора объемно-пространственной структуры, цветографического и цветофактурного решения среды, но и необходима для формирования эмоциональной атмосферы создаваемой среды. В содержание термина дизайн-концепция в средовом проектировании входят в едином комплексе пространственно-композиционные, конструктивно-технические и организационно-социальные предложения. В результате проведения исследований вырабатывается генеральная линия проведения проектных работ, результатом которых должен стать выполненный дизайн-проект. Решение проектной задачи возможно только исходя из анализа ситуации и интуитивно-прогностических проектных действий.

Все вышеперечисленные методы исследования находят свое отражение при создании презентационного альбома. Именно презентационный альбом является визитной карточкой выполненного проекта и его

содержание должно восприниматься сразу и быть убедительным для заказчика проекта. Как правило, если сразу его содержимое не производит впечатления, второго шанса, скорее всего, уже не будет. Но если альбом произвел положительное впечатление, надо быть готовым к тому, что его еще неоднократно и подробно будут рассматривать, и представленная в нем информация будет досконально изучаться. Для организации макета альбома необходимо выстраивать его страницы по единой сетке и не увлекаться большим количеством разных шрифтов: в идеале — если для него будет выбрана одна гарнитура. На обложке необходимо разместить логотип и слоган, под которым выполнена работа, а, перевернув первую страницу, листающий альбом человек должен иметь возможность ознакомиться с его содержанием. Все страницы должны быть пронумерованы для легкого нахождения нужного раздела альбома. Текст необходимо отредактировать в позитивном ключе. Это даст вам необходимые дополнительные бонусы при обсуждении проекта и принятии решения заказчиком. Выполнением альбома отнюдь не гнушаются и крупные зарубежные дизайн-бюро. Скорее наоборот. Они уделяют ему большое внимание. Так, мне довелось как-то познакомиться с альбомом американской компании Tracy, занимающейся проектированием интерьеров самолетов. Он был выполнен настолько подробно, что даже проработке, на первый взгляд, второстепенных деталей было уделено достойное место. И именно благодаря такому отношению к вопросам презентации, успешным дизайн-бюро и студиям удается побеждать в острой конкурентной борьбе на рынке дизайн-проектирования.

Примечания:

1. *Гарр Рейнольдс*. Искусство презентаций. Идеи для создания и проведения выдающихся презентаций / пер. с англ. М.: ООО «И.Д.Вильямс», 2014. 320 с.: ил.

2. *Розенсон И.А*. Основы теории дизайна: Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения. Изд. 2-е. СПб.: Питер Пресс, 2013. 256 с.

3. *Уайт Ян В*. Редактируем дизайном. М.: Издательский дом «Университетская книга». 244 с.: ил.: табл.

4. Дизайн. Иллюстрированный словарь-справочник / Г.Б.Минервин, В.Т.Шимко, А.В.Ефимов и др. М.: Архитектура-С, 2004. 288 с.: ил.

5. *Шимко В.Т.* и др. Архитектурно-дизайнерское проектирование. Генерирование проектной идеи. Учебное пособие для вузов. М.: Архитектура-С, 2016. 248.: ил.

6. Словарь иностранных слов. Изд. 15-е, исп. М.: Русский язык, 1988. 608 с.

Г.М. САЛТЫКОВА

Кандидат пед. наук, доцент. Московский педагогический государственный университет (МГПУ), Институт изящных искусств, художественно-графический факультет, кафедра дизайна и медиатехнологий в искусстве
e-mail: sgm100@mail.ru

G.M. SALTYKOVA

Candidate of ped. sciences, associate professor. Moscow pedagogical state university (MPSU), Institute of fine arts, faculty of art and graphics, department of design and media technologies in art
e-mail: sgm100@mail.ru

КОМБИНАТОРИКА КАК МЕТОД ФОРМООБРАЗОВАНИЯ В ДИЗАЙНЕ

COMBINATORICS AS METHOD OBTAINING FORMS IN DESIGN

Статья посвящена комбинаторике как методу формообразования в дизайне. Рассмотрены направления в проектировании комбинаторных объектов на примере графического, промышленного и средового дизайна. В основе подобных систем лежит построение модуля, который позволяет вариативно изменять объект. Исследуются принципы «многообразие в единообразии» «комбинаторная игра». Рассмотрены образцы комбинаторного творчества.

The article is devoted to the combinatorics as a method of shaping the design. Directions are considered in the design of combinatorial objects for example, graphic, industrial and environmental design. Such systems lies to build a module that allows you to optionally change the object. Explores the principles of «diversity in uniformity», «combinatorial game». Studied samples combinatorial creativity.

Ключевые слова: дизайн, комбинаторика, формообразование, модуль, конструкция, композиционные вариации, проект, творчество.

Keywords: design, combinatorics, obtaining forms, module, construction, compositional variations, project, creativity.

В дизайне комбинаторика применяется как метод формообразования на основе многовариантного комбинирования модулей, при котором проектируется графический, промышленный или средовой объект. В переводе с латыни «combina» — «сочетать, соединять». В основе формообразовании используется модуль, который за счет различных соединений, группировок, перестановок, организации композиции дает возможность получить сложный дизайн-объект. Комбинаторика может быть как плоскостной (в случае графики), так и объемной или объемно-пространственной (промышленные или арт-объекты, объекты организации предметно-пространственной среды).

По сути, комбинаторика похожа на природное формообразование, где все многообразие, строится на компоновке простых наименьших элементов. Строение комбинаторного модуля часто заимствуется у природы. Так идеальная и универсальная форма строения пчелиных сот или снежинки используется в шестигранном комбинаторном модуле. По словам Франка Ллойда Райта, «рисунок, построенный сечением сотов, таит в себе больше возможностей разнообразия и гибкости, где дело касается движения людей» [5, с. 8].

Наиболее широко комбинаторика применяется как раздел в математике (в том числе в алгебре, геометрии, теории вероятности, теории графов и др.). Сам термин был введен Лейбницем в 1666 году в труде «Рассуждения о комбинаторном искусстве». Активно используется в статистике и информатике. Интересно применение комбинаторики в криптографии и языкознании. В точных науках комбинаторика следует четко установленным правилам, принципам, закономерностям.

В искусстве и дизайне комбинаторные поиски велись при проектировании упорядоченных структур (паттерновые рисунки для ткани, раппортные композиции оформления средовых объектов и др.). Особое развитие комбинаторика получила в массовом производстве, так как позволяет использовать типизированные элементы, что, в свою очередь, способствует экономической эффективности процесса производства и расходования средств. У В.Ф.Колейчука о работе дизайнера сказано: «Целью дизайнера, таким образом, при решении любой комбинаторной задачи является **выбор таких элементов и законов их сочетания, ко-**

торые давали бы наибольшее количество вариантов форм из минимального числа исходных данных» [8, **с. 32**].

В диссертационном исследовании С.Ф.Бойцова обозначены пять возможных стратегий, пять типов форм, порождаемых комбинаторикой: «клеточная ткань» (образование форм набором элементов), конструкторы (проектирование модульных конструктивных систем), перевертыши (сложные по конфигурации объекты с возможностью перестановки и вращения элементов), компактное множество (система элементов по типу матрешки), трансформация (трансформация объекта в широком вариативном смысле, включая сложные преобразования, увеличение размеров, движение) [6, с. 72–73].

Комбинаторику в дизайне также можно условно разделить на два направления — функционально-содержательное и формально-образное. В первом направлении на основе единого модуля может быть организован как сложный объект (например, светильники, мебель, технические объекты), так и предметно-пространственная среда в целом. В теории и практике она трактуется как метод модульного проектирования. Второе направление чаще используется в графическом дизайне и называется конфигуративная и цветотональная комбинаторика. В этом случае, проект строится на разработке формы модуля, его компоновке, цветовом и графическом решении. Модуль должен соответствовать ряду требований: эстетическая выразительность, оригинальность и одновременно простота формы; композиционная открытость формы и возможность взаимодействия в общей гибкой структуре; наличие стыковочных точек (узлов) по внешнему контуру; инвариантная масштабность при изменении структуры. Модули выстраиваются по определенной геометрической форме: квадрат, прямоугольник, треугольник, ромб, шестигранник. Создаются как плоскостные, так и объемные композиционные структуры. «Сложность или простота процесса создания комбинаторной системы определяется суммой задаваемых изначально условий» [8, **с. 32**].

К правилам комбинаторики можно отнести соблюдение порядка изменения формы, количества, компоновки исходных элементов (модулей, морфотипов). Общий принцип — многообразие в единообразии. Свойства комбинаторных форм: функциональность, конструктивность, эстетичность и др. Парадоксальность заключается в необычности, оригинальности, неожиданности, поливариантности проектного решения. При этом сам процесс проектирования на первых порах строится

исключительно на графическом поиске, избегая механических способов с использованием математических формул или компьютерных программ. Так можно получить «живую» интересную форму. Только достигнув гармонии в форме модуля, дизайнер приступает к использованию всего арсенала инструментария для выполнения проекта.



Рисунок 1. Мауриц Корнелис Эшер. Рептилии

Безусловно, величайшим мастером в разработке комбинаторных структур являлся Мауриц Корнелис Эшер. Он объединил в единую структуру четкий просчитанный модуль и беспредельную фантазию, графически моделируя пространство. В его работах графическая идея из плоскостного рисунка преобразуется в рельеф, а затем и в объем. Он преобразовывал форму объекта так, что она могла полностью заполонить пространство, за счет повтора и поворота, с легкостью перебираясь с одной поверхности на другую (рис. 1).

В работах мастера видна сложная по строению графическая основа. Каждый фрагмент композиции выстроен с математической точностью. При этом происходит превращение невозможного в «реальное», реальности в сознательную игру. «Для дизайнера сознательная игра является продуктивным инструментом миропонимания и передачи его другим с помощью условного моделирования тех или иных характеристик реальности, артикуляции выразительности объекта с помощью схематизации. Эти приемы переводят сложные, не поддающиеся пониманию реальности в уровень условных, упрощенных схем, позволяющих понять структуру, устройство, смысл сложных явлений» [1, с. 23].

Эшера увлекало изучение трудов архитекторов, математиков. Особую почву для творчества давала топология (так называемая «резиновая геометрия» — изучение сохраняемых свойств фигур при растяжении, сгибании, скручивании и др.). Возможность моделировать трехмерные объекты, пространство, а затем преобразовывать полученную модель в нечто совсем неожиданное — любимая тема мастера. Благо-

даря его интересу к работам Лайонела и Роджера Пенроузов (треугольник Пенроуза), Иоганна Листинга и Августа Фердинанда Мебиуса (лента Мебиуса), Дональда Коксетера, Анри Пуанкаре, человечество получило ряд парадоксальных произведений искусства. Например, «Лист Мебиуса II» с бесконечно бегущими по поверхности ленты муравьями; «Предел круга», где графически отображена система с уменьшением объектов при приближении к центру или при удалении от него; «Вверх и вниз», где проиллюстрирован эффект «лестницы Пенроуза». В научных кругах работы Эшера за «любовь» к точности и симметрии, за «логику трехмерного пространства» называли «логическим искусством».

В одних работах Эшера используется идеально продуманный единый модуль, за счет компоновки которого можно получить бесконечный рисунок. В других работах можно встретить два и даже три весьма разнообразных модуля, при компоновке которых все собирается в единую структуру. В таких работах автор стремился получить «классический парадокс» соединяя возможное и невозможное. Идея единения всего населяющего эту землю в единую систему всегда представлялась Эшеру самой разумной.

Эшер использовал модули по принципу регулярных мозаик. Неповторяющиеся мозаики использованы в композициях на преобразование многоугольников в зооморфные формы, заполняющие пространство. Сам мастер называл это графической игрой. На сегодняшний день используется термин «комбинаторная игра». Согласно Полу Рэнду, это такой процесс, когда дизайнер берет две идеи, абсолютно невзаимосвязанные между собой, и затем комбинирует их в новый визуальный образ или метафору, «…импровизирует, изобретает или открывает новые техники и комбинации» [4, с. 12]. Такой «любимой игрой» для Эшера стало разбиение плоскости на модульные мозаичные структуры (рис. 2). Он работал с темой неевклидового пространства, игрой светотени, темой самовоспроизведения («Рисующие руки»), проецированием трехмерных объектов на плоскость, преобразованием формы в пространстве, изображением перспективы через оптическую иллюзию. В качестве объемных форм часто использовал многогранники, спирали.

Для творчества Эшера в целом характерно использование логических и пластических парадоксов. Благодаря этому большинство его концептуальных произведений («Метаморфозы», «День и ночь», «Предел круга», «Дом с лестницей» и др.) стали символичными для дизайнеров, работающих с комбинаторным формообразованием.



Рисунок 2. Мауриц Корнелис Эшер. Ящерица



Рисунок 3. Хенк Винигер. Волк и овцы

Графический дизайн наиболее активно откликается на изменения времени, культуры, технологий, визуальной информации. Это своеобразный катализатор, четко отслеживающий все новые тенденции в дизайне в целом. Проекты дизайнеров-графиков становятся формой коммуникации между заказчиком, разработчиком и пользователем. Например, дизайнеру Хенку Винигеру в работах свойственна игра с формой, цветом, насыщение проектной идеи образами, которые «цепляют» внимание пользователя через эмоциональный контакт (рис. 3). Вдохновляясь известными приемами, дизайнеры ищут новые формы интерпретации графических мотивов в проектном творчестве. В профессиональном сообществе дизайнеров используется крылатая фраза «Будущее и прошлое создают вдохновение в настоящем» [5, с. 30]. Ле Корбюзье говорил: «Необходимо понимать историю, а тот, кто понимает историю, знает, как увидеть преемственность между тем, что было, что есть и что будет» [3, с. 39].

Использование комбинаторики как основы проектирования определяет требования к элементам объекта дизайна, такие как относительная простота форм и сохранение инвариантной масштабности, отвечающей возможному изменению структуры. Также действует правило многообразия в единообразии. Дитер Рамс сформулировал принципы «хорошего дизайна», в котором используются принципы модульности, сборности, вариабельности, многофункциональности. Хороший дизайн, по Рамсу, должен быть инновационным, полезным, эстетичным, легко понятным, долговечным, последовательным до малейших деталей [1, с. 175].

Промышленный дизайн Карима Рашида отличается легкостью и позитивом, притом, что каждая форма или конструкция — ре-

зультат профессиональной работы высокого класса, с точным расчетом получаемой конструкции. Элементы комбинаторики он использует как в плоскостных конструкциях, так и в объемных предметных формах (рис. 4).



В дизайне решаются проблемы, имеющие отношение к жизнедеятельности человека в целом. В проектах Джули Вайбел сочетаются различные приемы формообразования в едином объекте проектирования. Конструкции, знакомые по получению гофроформ, преобразуются в объекты насыщения предметно-пространственной среды (различные вазы и пуфы), в объекты средового оформления, то в аксессуары (рис. 5, 6).



Работа с различными материалами и технологиями расширяет возможности дизайна. Происходит включение проектирования в реальный культурно-исторический контекст с учетом экологии человека, активное творческое отношение к объекту дизайна, а не пассивное использование известных схем. Для решения подобной задачи используется определенная последовательность развертывания процесса дизайн-деятельности: возникновение замысла и постановка задачи; предпроектное исследование и разработка концепции; проектная разработка вариантов и выбор основной темы; проектный процесс до получения итогового результата; представление-презентация объекта широкой аудитории.



Рисунок 4. Карим Рашид. Табуреты
Рисунок 5, 6. Джули Вайбел. Ваза и зонт

Модульный принцип формообразования может применяться в среде, где допустима гибкость организации пространства. Модули образуют систему. Например, модульная система «Модулор» Ле Корбюзье, основанная на соразмерности человеческой фигуры с пропорциями золотого сечения. Ронан и Эрван Буруллеки проектируют мобильные модульные офисные системы, при этом модули часто одинаковы по форме и имеют возможность стыковки (рис. 7).



Рисунок 7. Ронан и Эрван Буруллеки. Workbays

Применение модульного проектирования в производстве — это особый метод унификации структурных элементов изделий. «Хотя структура может быть простейшей, плоской, метрической, однообразной, ей более присуща многослойность, пространственность» [1, с. 43]. В технике наличие унифицированных узлов и деталей, установка их в различных сочетаниях позволяют преобразовывать конструкции одних изделий в другие. Модульное проектирование предполагает конструктивную, технологическую и функциональную завершенность, возможность серийности. Сам модуль может быть составной частью объекта или цельным объектом, вступающим в комбинирование с другим. Комбинаторные модули могут скрепляться в бесконечных вариантах по предполагаемой функциональности и желанию пользователя. «Комбинаторное формообразование предполагает создание серий форм, отвечающих тем или иным функциональным, конструктивным, композиционным и другим условиям. Во многих случаях эти серии состоят из большого числа неравнозначных объектов, хотя и являющихся вариантами сочетаний на базе одной или нескольких закономерностей» [2, с. 100].

Несмотря на ясность формообразования в комбинаторике, дизайнеры каждый раз проектируют оригинальные, неожиданные объекты. Это происходит, потому что творческий поиск — необходимая составляющая дизайна как такового. Эдвард де Боно говорил: «Творчество требует порывать со сложившимися схемами, чтобы на вещи можно было взглянуть по-новому» [7, с. 113].

Примечания:

1. *Ермолаев Александр.* Новый словарь дизайнера. М.: LiniaGrafic, 2014. 216 с.

2. *Колейчук В.Ф.* Новейшие конструктивные системы в формировании архитектурной среды: учебное пособие / В.Ф.Колейчук; вступ. ст. А.В.Ефимова. М.: БуксМАрт, 2016. 127 с.: ил.

3. *Рэнд П.* Дизайн: форма и хаос / Пол Рэнд / пер. с англ. И.Форонова. 2-е изд. М: Изд-во Студии Артемия Лебедева, 2017. 244 с.: ил.

4. *Рэнд П.* Мысли о дизайне. СПб.: Питер, 2016. 96 с.: ил.

5. *Салтыкова Г.М.* Проект. Правило. Парадокс: Учебное пособие / Г.М.Салтыкова. М: ДПК ПРЕСС, 2016 . 175 с.: ил.

6. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика: учебник и практикум для вузов / под ред. А.Н.Лаврентьева. 2-е изд., испр. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2019. 208 с. (Серия: Авторский учебник)

7. *Шервин Д.* Креативная мастерская: 80 творческих задач дизайнера / пер. с англ. С.Силинского. СПб.: Питер, 2013. 240 с.: ил.

8. Эксперимент в дизайне: учеб. пособие / сост. Александр Лаврентьев. М.: Издательский дом «Университетская книга, 2010. 244 с.: ил. (Практический дизайн)

И.С. НАСОНОВ
Преподаватель кафедры «Художественная реставрация мебели» МГХПА им. С.Г. Строганова
e-mail: ilya.nasonov@gmail.com

I.S. NASONOV
Teacher of the department «Artistic restoration of furniture» of the Stroganov Academy (MGHPA)
e-mail: ilya.nasonov@gmail.com

СЛОЖЕНИЕ БАЗОВЫХ ОБЪЕМНО-ПРОСТРАНСТВЕННЫХ РЕШЕНИЙ ЧАСТНЫХ ДЕРЕВЯННЫХ ДОМОВ В ПЕРИОД С 1995 г. ПО НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ. ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ

FORMING AND DEVELOPMENT OF SPATIAL PLANNING IN PRIVATE WOODEN HOUSES. FROM 1995 – TO PRESENT DAYS. STAGES OF DEVELOPMENT

Статья посвящена анализу объемно-пространственного и декоративного решения деревянных домов в 2000–2018 годы на примере строительств как отдельных домов, так и поселков в Московской, Ленинградской и других областей центральной части России, складывающегося на основании традиций регионов нахождения, образовывая несколько направлений архитектурного, объемно-пространственного и художественного убранства.

Article deal with wooden houses in Russia during 2000–2018. Subjecting houses situated in country side, villages of Moscow, Saint-Petersburg and central part of Russia. It seems that architecture and spatial planning was spontaneously developed, in general. Separates in several directions, styles and plan types, based on traditions of region in which was build.

Ключевые слова**: п**роектирование интерьеров, деревянные дома, объемно-пространственные решения, художественное решение деревянного дома, интерьер деревянного дома, фасадное убран-

ство деревянного дома, архитектура деревянного дома, дома из клееного бруса, бревенчатые дома, загородные дома, дачи.
Keywords: interior design, wooden houses, space-spatial solutions, wooden house design, wooden house interior, wooden house facade decoration, wooden house architecture, timber homes, log houses, country houses, summer houses.

Основное влияние на формирование объемно-пространственных и художественные решений деревянных загородных домов оказали существовавшие на тот момент запросы потребителей. Можно предположить, что эти решения складывались стихийно. В них явно недостаточным было влияние архитектора, опоры на традиции или на стилистические решения предыдущих исторических периодов. Вместе с тем, стоит отметить, что, в отличие от стихийного, более распространенным путем формирования объемно-пространственных решений деревянных домов периода с 1995 г. по 2005 г. были народные традиции как понятный и проработанный подход к художественному и конструктивному решению, образу жизни. Характерная особенность этого периода — попытка достройки, переустройства/частичного переустройства типичной деревенской планировки, которая сформирована типовыми домами (из сборников домов колхозников, крестьян) / избами в послевоенный период. Наиболее интересным, цельным с точки зрения анализа истории искусства, дизайна, является формирование объемно-пространственного и художественного решения на основе личных представлений и предпочтений тех, кто заказывал дома.

Формирование объемно-пространственных решений деревянных домов происходило двумя этапами.

Первый — формирование запроса на загородный дом нового типа, попытка адаптации предыдущего архитектурного и дизайнерского опыта — 1995–2005 гг.

Второй — выделение наиболее удачных решений и превращение этих решений в массовые, применение их в строительстве домов в коттеджных поселках — 2005–2018 гг.

Наиболее интересный второй этап хочется рассмотреть подробно, дать целостную картину с большим количеством примеров. Для этого необходимо выделить территорию с наибольшей долей таких построек (Московская область/Ленинградская область/сопредельные обла-

сти/области центральной части России — выборочно) и ряд компаний, архитектурных бюро, дизайн-студий, которые занимались проектированием и реализацией деревянных домов. Проследить причинно-следственные связи в формировании типового/типовых решений в деревянной архитектуре и интерьере.

Объемно-пространственные решения деревянных домов долгое время не претерпевали существенных изменений в связи с тяжелой финансовой и социальной обстановкой в стране после распада СССР в 1991 году. Распространенное мнение о дачах — о «второстепенности» внутреннего убранства и декоративного наполнения — сильно препятствовали любым изменениям. Недостаточно развита отрасль «частного заказа» у архитекторов и дизайнеров. Серьезный сдвиг наметился в 2005–2008 годах, до кризиса 2008 года. Именно в этот момент стандартные планировочные решения, накопленный опыт и технологии деревянного зодчества позволили отойти от стандартного решения (квадрат, деленный на три части «буквой Т» внутри объема).

Помещения внутри объема разомкнуты и объединяются. Можно наблюдать подобные пространственные решение интерьеров в финских дачах конца XIX века, расположенных вдоль Финского залива, в Ленинградской области, Карелии.

Одной из компаний, которая стала первой вносить изменения в планировочные и архитектурные решения и делать их типовыми, являлась «НЛК Домостроение», дочернее предприятие Вологодского лесодобывающего и перерабатывающего завода «Сокольский ДОК». Она активно застраивала поселки домами из клееного бруса. Для этих поселков необходимо было придумать внешний вид, планировочное решение, которое подошло бы большому количеству людей.

Под такую задачу были собраны/доработаны/придуманы типовые решения с определенной основой.

1. Простая архитектура. Чаще всего двускатная крыша или несколько двускатных крыш, расположенных на одной оси, на разных высотах.

2. Открытый план первого этажа, с объединенными зонами кухни, столовой, отдыха.

3. Единые стилистические решения фасадов (наличники, балюстрады, лестницы, оформление лобовых досок)

4. Единое колористическое решение.

Важным и интересным является каждый из обозначенных пунктов.

Простая архитектура продиктована не только простотой исполнения и эксплуатацией, а еще и позиционированием деревянного дома как «веяние финского дома-дачи», как модного тренда, несмотря на традиционность дерева в нашей стране.

Вместе с тем, уменьшая пятно застройки, уменьшая затраты на покупку и застройку земли, слишком отрывая двускатные крыши от земли, на выходе получаются «кургузые» дома, которые нельзя назвать красивыми. Именно в период 2000–2005 гг. девелоперы задумываются над задачей «единообразности», концепции поселка как образа жизни, давая архитекторам четкие задачи по разработке типовых современных домов на основе финской традиции, но адаптированных к нашим реалиям. Наиболее удачными поселками могут являться:

— «Витро-Кантри» [1];

— «Чкаловская Ривьера» [2];

— «Дальние дачи» [3].

Они различны по ценовому сегменту и позиционированию. Однако в них четко просматривается работа архитектора над обликом фасадов.

1. Следуя в направлении «открытого плана», архитекторы, девелоперы и клиенты идут по пути общего развития дизайнерской мысли в это время. Именно тогда появляются квартиры без перегородок, и люди экспериментируют с этими пространствами. Это же происходит в загородном строительстве, за исключением того, что должен быть камин/печь, а он является достаточно крупной перегородкой, должна быть центральная несущая стена, держащая конек, если ее нет, то необходимо усиливать стропильную систему, уменьшая площадь эксплуатируемого чердака или добавлять несущие колонны, простенки, для поддержки крыши.

2. **Разработка балюстрад, лестниц, лобовых досок, наличников**. В 2005–2010 гг. архитектура усложняется. Вместе с двускатными крышами на одной оси возникают двусккатные крыши параллельно друг другу, на разных осях и высотах. Двускатные крыши с перпендикулярными частями: вместо традиционных «кукушек» они становятся полноценными частями кровли. Возникает целый ряд проектов с эркерами, где располагаются, как правило, двусветные пространства. Дополнительно появляются дома со сложным планом, как следствие и сложной архитектурой, с косоугольными эркерами, со сложными пересечениями кровли, с применением ендов в стропильной системе. Однако из-за особенностей

конструкции и необходимости расчетов такие дома делались под заказ, отдельно или перерабатывались из стандартных, обозначенных выше.

3. **Колористическое решение.** Как правило, сдержанно теплые натуральные или темные цвета. Редко нейтральные и холодные сочетания. Они, в основном, в Ленинградской области.

После кризиса 2008 г. в 2010–2015 гг. идет активная типизация, с двух точек зрения, стоимость — комфорт. Двигателем, «разгоняющим» работу архитекторов, становится Олимпиада в Сочи 2014 г. Для обеспечения ее достаточным количеством недорогого жилья, гостиничного фонда создаются отели, дома под сдачу, служебные резиденции для государственных приемов, а также уникальные проекты из дерева. К таковым можно отнести: Конструкции санно-бобслейной трассы (клееное дерево) [4], резиденцию Деда Мороза [5; 6], павильон Швейцарии [7], павильон «Проктер энд Гембл» [8], павильон «Майкрософт» [9] — на Олимпийских Играх 2014 в Сочи.

Несмотря на демонстрацию возможностей дерева как архитектурного материала, оно по-прежнему воспринимается как «материал для недорогих домов», а после кризиса, 2014 года усиливается жесткая сегментация рынка, которая делит его на дешевый, средний, богатый, индивидуальный — верхняя планка богатого сегмента: как пример — дома [10], стоимость которых составляет 40–60 млн. руб. [11]. При этом объемы строительства, скажем, дешевых и средних, по ценовому сегменту домов не растут. Мало того, большая часть строящихся деревянных домов — «кустарщина». Если обратиться за статистикой, то видны следующие цифры.

Деревянные дома, построенные промышленным образом, составляют лишь 25% от всех построенных деревянных домов. Остальные 75% — кустарным образом, без должного соблюдения технологий, без гарантий и без возможности привлечь строителей к эксплуатации этих построек. Общее количество вводимого частного жилья (деревянного домостроения) составляет 10% от общего количество вводимого жилья в год (7,6 млн. кв. м против 79,9 млн. кв. м) по данным Минэкономразвития на 2016 г. По ссылке на РБК (цитаты/выдержки из статьи) [12; 13; 14].

Понимая важность деревообрабатывающей и домостроительной (деревянное строительство) отраслей, их недозагрузку, принимая во внимание легкую доступность дерева как ресурса, в северных и дальневосточных областях, по инициативе Минпромторга, для поддержки

спроса на деревянные дома правительством РФ были приняты меры субсидирования в виде снижения ставки по ипотеке на деревянные дома [15] (по мнению Виктора Евтухова, статс-секретаря, заместителя министра экономического развития; по информации сайта, освещающего работу лесной промышленности [16]).

Исходя из этого, можно и нужно рассматривать текущую картину деревянного домостроения с точки зрения трех различных материалов и конструктивных решений, применимых для них и архитектуре, которая получится на выходе.

1. Бревенчатые дома

В основном, кустарного производства. Планировка не претерпела значительных изменений за последние тридцать лет. Как правило, двускатные кровли, два этажа, средней площадью 80 кв. м. Интерьер, не обладающий художественной ценностью, за редким исключением. Основная причина — малобюджетная постройка, дача некруглогодичного проживания. Часто используют для постройки поселков, в связи с дешевизной материала.

2. Дома из клееного бруса

Высокотехнологичные дома. Сложные конструктивные решения, которые можно предусматривать во время проектирования и реализовывать на заводе. Двускатные сложные кровли, с перпендикулярными «кукушками» или полноценными «выносами крыши». Частное индивидуальное строительство (за редким исключением, инвестиционные проекты поселков [17] / объектов индустрии гостеприимства), в связи с высокой стоимостью, но и с высокими эстетическими качествами бруса, для последующей отделки интерьера.

3. Дома по каркасным технологиям

Наиболее перспективными для рассмотрения с точки зрения архитектуры и интерьера являются дома из клееного бруса и каркасные дома. Более того, они являются прекрасным фундаментом для работ по проектированию (архитектура и интерьер) не только индивидуального, но и массового характера, прекрасной базой для исследования портрета жильца и его потребностей, отражение этих потребностей в типовых проектах: поселок «Лагода-Ленд» [18], ЖСК «Агрополис», [19] Ленинградской области. КП «Американ дрим» [20].

Безусловно, обозначенные три перспективных направления известны уже достаточно давно. Учитывая опыт строительства домов по технологии «фахверк», можно говорить о многовековой традиции европейцев и американцев в каркасном строительстве. Однако наибольший интерес вызывает сегодняшняя ситуация, которая имеет существенные отличия от ситуации двадцатилетней, не говоря уже о пятидесятилетней давности: доступность технологий, их информационная освещенность, скорость постройки, несмотря на сложные технологические процессы, избежать или ускорить которые нельзя; эстетические ожидания клиентов, неуклонно повышающиеся требования к комфорту; экологические стандарты и бережное использование возобновляемых ресурсов. Все это сказывается на развитии отрасли, ее направлений и на том, как архитекторы и дизайнеры решают объемно-пространственную композицию, колористику, степень стилизации образа дома. Можно ли это уложить в тенденции, систематизировать? Именно этой задачей, наряду с популяризацией дерева как высокотехнологичного материала для индивидуального и массового строительства, занимается Ассоциация деревянного домостроения [21; 22].

Архитекторы, специализирующиеся на проектировании деревянных строений, отмечают существенные пробелы в нормировании и законодательной базе, в частности, в интервью Н.Белоусова, который много лет занимается проектированием и строительством деревянных домов [23; 24].

Следует согласиться с Н.Белоусовым, утверждающим, что «мы строить из дерева не будем, по крайней мере в ближайшие двадцать лет». Для этого нет реальных системных предпосылок. Но это не означает, что не надо вести работу по популяризации технологии, истории и современному применению наследия деревянного зодчества. Необходимо продолжать двигаться в сторону обновления и разработки новых нормирующих документов и регламентов строительства по деревянным конструкциям и строениям. Это даст возможность в будущем всем участникам строительства выбирать предпочтительный материал, скорость, эстетику возводимых сооружений. Дерево отвечает на эти запросы, а история и традиции деревянного зодчества должны сделать все остальное. Например, вдохновить архитектора.

Примечания:

1. URL: http:// www.vitro.ru/country (дата обращения: 2.10.2018).

2. URL: http: //xn--80aaagbstmci7a1adh8f8d2b.xn--p1ai/ (дата обращения: 22.10.2018).

3. URL: https: //www.dalnie-dachi.ru/ (дата обращения: 20.10.2018).

4. URL: http: //arch-sochi.ru/2015/12/arhitektura-olimpiadyi-poltora-goda-spustya/ (дата обращения: 1.10.2018).

5. URL: http: //www.nlkd.ru/doma-iz-kleenogo-brusa/gallery/ (дата обращения: 20.10.2018).

6. URL: http: //arch-sochi.ru/2014/02/v-olimpiyskom-parke-otkryilas-rezidentsiya-deda-moroza/ (дата обращения: 2.11.2018).

7. URL: http: //arch-sochi.ru/2015/12/arhitektura-olimpiadyi-poltora-goda-spustya/ (дата обращения: 3.11.2018).

8. URL: http: //arch-sochi.ru/2015/04/semeynyiy-dom-ili-pavilon-kompanii-procter-gamble-v-olimpiyskom-parke-sochi-2014/ (дата обращения: 2.11.2018).

9. URL: http: //arch-sochi.ru/2015/02/pavilon-kompanii-microsoft-v-olimpiyskom-parke-sochi/ (дата обращения: 2.11.2018).

10. https://www.kommersant.ru/doc/2968022

11. https://www.kommersant.ru/gallery/2968022#id=1262808

12. URL: https: //realty.rbc.ru/news/5abcc00b9a79479947ba5525 (дата обращения: 2.10.2018).

13. «Производители деревянных домов отмечают, что сейчас львиная часть домов в России строится кустарным образом, частными лицами из некачественных материалов, без проектов, договоров и гарантий. От такого серого способа строительства надо уходить в сторону цивилизованного рынка, индустриального производства индивидуальных домов по согласованным с заказчиком проектам, что позволит в том числе защитить потребителя», — считает руководитель дивизиона домостроение Segezha Group Дмитрий Руденко». Статья «Частный дом с завода: как будет работать программа «деревянной» ипотеки». на РБК 29 МАР 2018, 14:37 253 891 https://realty.rbc.ru/news/5abcc00b9a79479947ba5525

14. «В России на основе деревянных конструкций, по данным Минпромторга, строится около 25% всего малоэтажного жилья. Для сравнения, в Швеции из дерева строится 78% частных домов, в Канаде — 83%, в Финляндии — 90%, в США эта отрасль занимает почти весь рынок жилищного строительства — 95%». «Актуальность развития деревянного домостроения обусловлена тем, что, несмотря на сосредоточение на территории России четверти мировых лесных ре-

сурсов, доля деревянного домостроения в России меньше, чем в других странах, богатых лесом», — говорит Виктор Евтухов». Статья «Частный дом с завода: как будет работать программа «деревянной» ипотеки». на РБК 29 МАР 2018, 14:37 253 891 https://realty.rbc.ru/news/5abcc00b9a79479947ba5525

15. URL: https: //www.lesonline.ru/analitic/?cat_id=12&id=352291 (дата обращения: 12.10.2018).

«При существующих ежегодных объемах индивидуального жилищного строительства в России складываются все предпосылки для увеличения ежегодных объемов реализации продукции деревянного домостроения в два-три раза. Если пилотная программа "деревянной" ипотеки окажется успешной, она будет продлена и увеличена в 2019–2020 годах», — заявили "РБК-Недвижимости" в Минпромторге». По данным статьи, размещенной на сайте редакции интернет журанала «ЛесОнлайн».

16. URL: https: //www.lesonline.ru/analitic/?cat_id=12&id=352293 (дата обращения: 22.10.2018).

«Тем не менее уже сегодня можно говорить о тенденции к существенному увеличению объема выпуска деревянных домов, обусловленной в первую очередь стимулированием деревянного домостроения Правительством нашей страны. Ведь развитие строительства деревянных домов не только поможет решить проблему обеспечения жильем, но и даст новый толчок для расцвета деревообрабатывающего сектора Лесной индустрии России. Более того, для очередного взлета на рынке малоэтажной застройки из древесного сырья уже сегодня созданы весьма весомые предпосылки интенсивного роста. Лесосырьевые ресурсы страны способны обеспечить строительный рынок массивной древесиной. Развитое лесопильное производство позволяет удовлетворить внутренний рынок пиломатериалами и плитной продукцией. Отметим, что по объемам выпуска фанеры и пиломатериалов Россия является не только мировым лидером, но и ведущим экспортером. Последние годы растет плитное производство — ДВП и ДСП. Пятый год подряд увеличиваются темпы производства пока еще нового для России бизнеса по выпуску плит OSB. Налаженное производство деревообрабатывающей отрасли по выпуску окон и дверей способно удовлетворить потребности отечественного домостроения. При этом необходимо отметить, что недостаточный уровень отечественного машиностроения все еще ставит отрасль в зависимость от импорта. Очевидно, что развитие Деревянного домостроения будет способствовать не только росту внутреннего спроса на отечественную продукцию деревообработки, но и налаживанию процессов в машиностроительной индустрии по переработке древесного сырья. Очевидно, что массовое строительство деревянных домов в

России будет способствовать расширению индустриальной базы страны по лесозаготовке, лесопилению и деревообработке. Уже сегодня Правительством России разработаны мероприятия по вовлечению лесной индустрии в процесс строительства домов из древесины. Развитие лесозаготовок будет обеспечиваться реализацией приоритетных инвестиционных проектов и строительства развитой дорожной сети. Строительство жилья достигнет 1 м^2 на жителя страны. Возрастут объемы не только гражданского, но и промышленного строительства из отечественного древесного сырья». По данным статьи, размещенной на сайте редакции интернет журанала «ЛесОнлайн».

17. URL: http: //www.honka-club.ru/honka/estates (дата обращения: 22.10.2018).

18. URL: http: //ladoga-land.ru/ (дата обращения: 22.10.2018).

19. URL: http: //sajva.ru/agropolis/ (дата обращения: 10.10.2018).

20. URL: http: //q-dom.com/nashi-poselki/ (дата обращения: 2.10.2018).

21. URL: https: //www.kommersant.ru/doc/2153250 (дата обращения: 24.10.2018).

22. URL: http: //tass.ru/pmef-2017/articles/4285273 (дата обращения: 2.10.2018).

23. URL: http: //www.archipeople.ru/index/index_1278.html (дата обращения: 24.10.2018).

24. URL: http: //belousov-arch.ru/ (дата обращения: 25.10.2018).

Библиография:

1. Барановский Г.В. Архитектурная энциклопедия второй половины XIX века / ред. журнала «Строитель». Т. 4. СПб., 1904. 776 с.

2. Александрова Е.Л., Федоров В.М. Дачи стиля модерн в Сестрорецке и его окрестностях // История Петербурга. 2008. № 1 (43). С. 25–28.

3. Александрова Е.Л., Федоров В.М. Дачи стиля модерн в Сестрорецке и его окрестностях // История Петербурга. 2008. № 2 (43) 2008. С. 25–28.

4. Александрова Е.Л., Федоров В.М. Дачи стиля модерн в Сестрорецке и его окрестностях // История Петербурга. 2008. № 3 (43) 2008. С. 88–90.

5. Васильева Е.Н., Монастырская М.Е. Дача П.А. Венариуса в Тарховке: опыт историко-архитектурного исследования // Вестник Санкт-Петербургского университета. Искусствоведение. 2018.Т. 8 Вып. 1. С. 87–112.

6. Майорова Н.О. Мотивы русской архитектуры. М.: Белый Город, 2012. 256 с.

К.Н. ЧЕБУРАШКИН
Заведующий кафедрой «Дизайн мебели» МГХПА им. С.Г. Строганова
e-mail: chebur-kir@yandex.ru

K.N. CHEBURASHKIN
Head of the department of «Furniture Design» of the Stroganov Academy (MGHPA)
e-mail: chebur-kir@yandex.ru

Е.А. ЧЕБУРАШКИНА
Доцент кафедры «Дизайн мебели» МГХПА им. С.Г. Строганова
e-mail: burbur86@mail.ru

E.A. CHEBURASHKINA
Associate professor of the department of «Furniture Design» of the Stroganov Academy (MGHPA)
e-mail: burbur86@mail.ru

РЕАБИЛИТАЦИОННЫЙ ФАКТОР В ДИЗАЙНЕ ПРЕДМЕТНО-ПРОСТРАНСТВЕННОЙ СРЕДЫ ДЛЯ ДЕТЕЙ ДОШКОЛЬНОГО И РАННЕГО ШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА

THE FACTOR OF REHABILITATION IN DESIGN OF SUBJECT-SPATIAL ENVIRONMENT FOR PRESCHOOL-AGE CHILDREN AND PRIMARY SCHOOLCHILDREN.

Авторы анализируют дизайнерские подходы к проектированию реабилитационной среды для детей дошкольного и раннего школьного возраста в инклюзивных образовательных учреждениях и детских медицинских стационарах.

Authors analyse design approaches for projecting rehabilitational environment for primary school and preschool-age children in inclusive educational institutes and children's hospitals.

Ключевые слова: дизайнерский подход, реабилитационная среда, детские образовательные учреждения, медицинские стационары.

Keywords: design approach, rehabilitation environment, children's educational institutions, medical hospitals.

По определению Всемирной организации здравоохранения, реабилитация — это координированное применение медицинских, социальных, педагогических и профессиональных мероприятий в целях подготовки или переподготовки и адаптации к новым условиям жизнедеятельности. При работе с детьми различают несколько видов реабилитации.

Медицинская реабилитация — хирургическое вмешательство, прием медикаментов, физиопроцедуры, лечебная физкультура, санаторно-курортное лечение.

Физическая реабилитация — лечебная физкультура, ходьба, терренкур, посильные занятия спортом. Занимаются ею в период выздоровления или ремиссии.

Психологическая реабилитация проводится всеми медицинскими и педагогическими работниками, которые вступают в контакт с больными детьми. Включает в себя создание специальной атмосферы, направленной на выздоровление больного и психологическую адаптацию к своим физическим ограничениям. Психологическая реабилитация ориентирована не только на самого больного, но и на его родственников.

Социальная реабилитация направлена на предотвращение инвалидизации или уменьшение степени утраты трудоспособности, улучшение способностей к самообслуживанию и адаптацию в обществе.

На практике, все виды вышеперечисленных реабилитационных мероприятий применяются одновременно или в определенной последовательности, так как для эффективной реабилитации ребенка требуется комплексные усилия, направленные на восстановление детского организма после перенесенных заболеваний или облегчение их симптомов и последствий.

Предметно-пространственной среде детских реабилитационных учреждений в этом процессе отводится ключевая роль, так как она представляет собой не только набор специализированного оборудования для оказания качественной медицинской и физической помощи, но и является блоком сенсорной информации, непосредственно влияющей на психоэмоциональное состояние пациента. Информационная составляющая среды имеет особое значение для эффективной психологической и социальной реабилитации ребенка.

Сенсорную информацию человек получает от органов чувств, важнейшими из которых являются зрение, слух и осязание. Однако последние исследования в области нейрофизиологии доказывают, что мозг получает и обрабатывает любую сенсорную информацию, опираясь на данные всех органов чувств, дополняя недостающие фрагменты из собственного архива подсознания и моделируя, таким образом, субъективное восприятие реальности. Мультисенсорность восприятия информации, обостряющаяся у пациентов во время болезни, диктует необходимость использования комплексного подхода при дизайн-проектировании реабилитационной среды, то есть цветовые сочетания, световые сценарии, форма и фактура элементов реабилитационной среды не могут рассматриваться в отрыве друг от друга и вне контекста общей задачи по созданию благоприятного информационного фона для процесса лечения. При этом необходимо учитывать, что предметно-пространственная среда детского реабилитационного учреждения во многом носит терапевтический, компенсационный характер, ввиду чего при ее создании необходимо опираться не только на законы композиции, но и на современные достижения в области детской психологии и нейрофизиологии. Недаром в западных дизайн-школах проектирование медицинских интерьеров выделено в отдельную узкую специальность.

Комплекс позитивной пространственно-средовой информации, призванный компенсировать временные или постоянные ограничения, связанные со здоровьем пациента, обладает мощным терапевтическим потенциалом и способен значительно улучшить психоэмоциональное состояние больного. Это, в свою очередь, неизбежно оказывает положительное влияние на его физическое состояние. Еще во время Великой Отечественной войны было замечено, что раненые выздоравливали намного быстрее, когда в госпиталь поступали известия об успехах на фронте, и, наоборот, в моменты тотального отступления Красной армии смертность от ран в госпиталях била все рекорды. То, что организм человека на биохимическом уровне способен реагировать на полученную извне информацию, подтверждено многочисленными медицинскими исследованиями и экспериментами. На этом принципе, в частности, основан терапевтический эффект плацебо, а также разработаны многочисленные способы альтернативного лечения.

Реабилитация детей в нашей стране проводится в медицинских стационарах, специализированных реабилитационных центрах, а также

в обычных школах и детских садах, реализующих программы инклюзивного образования. При общей ориентированности этих учреждений на реабилитацию и социализацию детей с ОВЗ, задачи, сценарии и длительность пребывания пациентов в них существенно различаются. В связи с этим должны различаться и принципы проектирования предметно-пространственной среды реабилитационных учреждений различных типов.

Так, в дошкольных образовательных организациях, где дети с незначительными сенсорными расстройствами или проблемами опорно-двигательного аппарата учатся вместе с условно здоровыми сверстниками, реабилитационная функция предметно-пространственной среды сводится не только к обеспечению равных физических возможностей для всех учащихся, но и к снятию выраженного акцента с физической неполноценности детей с ОВЗ. Это важно не только для предотвращения инвалидизации последних, но и для раннего воспитания толерантного отношения к лицам с ОВЗ со стороны условно здоровых сверстников, что является основой идеологии инклюзивного образования. Проектируя интерьер инклюзивного детского сада, дизайнеру необходимо проанализировать различные сценарии совместного использования элементов предметно-пространственной среды детьми с ОВЗ и условно здоровыми сверстниками. Мебель и оборудование, по возможности, должны проектироваться таким образом, что бы процесс их эксплуатации детьми с ОВЗ не представлял технической сложности, а также не требовал повышенного внимания со стороны персонала и сверстников. Для развития навыков информационного обмена между детьми с ОВЗ и условно-здоровыми сверстниками предметно-пространственная среда инклюзивного детского сада должна включать в себя аналоговые интерактивные элементы, стимулирующие социальные контакты на основе общих игровых интересов. Пандусы, увеличенные дверные проемы, дополнительные поручни в санузлах и прочие элементы адаптации среды для использования лицами с ОВЗ должны по возможности органично вплетаться в общее архитектурное решение интерьера образовательного учреждения и не акцентировать на себе внимание посетителей. Во всем остальном проектирование предметно-пространственной среды инклюзивного детского сада не должно отличаться от проектирования обычного дошкольного учреждения.

В условиях детского медицинского стационара значение реабилитационного фактора предметно-пространственной среды многократно

возрастает, так как во время вынужденного пребывания маленьких пациентов в больнице интерьерная среда заменяет им весь окружающий мир. Специфика работы детских реабилитационных учреждений заключается еще и в том, что, помимо медицинской реабилитации, часто требующей временной изоляции пациента от общества, необходимо обеспечить беспрерывность образовательного и социального развития ребенка, в соответствии с нормой его возрастной группы. В связи с этим, пространственно-средовое решение подобного учреждения должно формировать открытую среду для посещений и контактов с учителями, близкими и родственниками (исключение составляет инфекционное отделение, где из-за особенностей режима пациент находится в строгой изоляции).

Интерьер детского отделения медицинского стационара сочетает в себе локальные индивидуальные зоны палат и зоны коллективного пользования. Для маленьких пациентов сложная структура перетекающего пространства отделения детского стационара представляет собой уменьшенную копию внешнего мира, где больничная палата заменяет квартиру, а коридор и рекреация олицетворяют собой двор или школу. При этом задачи предметно-пространственной среды палаты и зон общего пользования существенно различаются.

Предметно-пространственная среда палаты детского стационара призвана максимально успокаивать и расслаблять маленького пациента, создавая у него ощущение личного пространства и защищенности. В связи с этим, интерьер больничной палаты должен больше напоминать гостиничный номер, чем стереотипное медицинское учреждение. Для достижения этой цели все стационарное медицинское оборудование (электророзетки с блоками бесперебойного питания, розетки с медицинскими газами, складные ширмы для разделения пациентов во время проведения медицинских манипуляций и т.п.) целесообразно спрятать за защитными панелями или замаскировать путем использования в интерьере соответствующих фактур и материалов. Особое внимание следует уделить эргономике и комфорту пребывания больного на кровати в течение длительного времени. Стационарное изголовье кровати должно быть оборудовано розетками электропитания для зарядки портативных электронных устройств, индивидуальной независимой подсветкой, планшетом управления элементами интерактивной среды палаты и подвесной тумбочкой для хранения личных вещей. Текстуры и материалы, традиционно ассоциирующиеся у пользователей

с медицинским оборудованием (хромированная и эмалированная сталь, однотонный пластик, синтетический кожзаменитель, крашеное стекло и т.п.), целесообразно заменить на современные износостойкие покрытия, имитирующие экологичные натуральные материалы, такие как древесину, камень и текстиль спокойной цветовой гаммы. Повышенное внимание следует уделить качеству исполнения строительно-монтажных работ в палате, так как, находясь, длительное время на больничной койке, пациент волей-неволей пристально изучает технические детали интерьера, небрежность исполнения которых может вселить в него тревогу и неуверенность в эффективности лечения. Мебель и оборудование палаты, по возможности не должны иметь острых углов и кромок, не только из соображений травмобезопасности и технологичности санитарной обработки, но и для того, что бы максимально снизить уровень визуальной агрессии медицинской среды.

Колористическое решение интерьеров палат должно опираться на современные исследования в области физиологии восприятия цвета, а также учитывать климатический пояс и расположение окон каждой конкретной палаты относительно сторон света. В средней полосе России в палатах, выходящих окнами на юг, допустимо преобладание холодных зеленовато-голубых оттенков в колористическом решении мебели и элементов оборудования интерьера. Если окна палаты выходят на север, приветствуется использование теплой желтовато-оранжевой гаммы. И в том, и в другом случае речь идет об окрашивании фрагментов мебели и оборудования палаты ненасыщенными разбеленными оттенками сложных цветов. Стены и потолок при таком варианте колористического решения интерьера рекомендуется окрашивать специальными антибактериальными красками нейтрального белого цвета, так как это не только отвечает современным санитарно-гигиеническим требованиям к отделке медицинских учреждений, но и соответствует актуальным трендам в оформлении жилых интерьеров ограниченного размера. Кроме того, белый цвет позволяет использовать поверхности стен и потолка в качестве эффективных рефлекторов для заливочного амбиентного света, используемого для проведения сеансов хромотерапии. В двух и четырехместных палатах различные цветовые оттенки мебели одной колористической гаммы могут использоваться для цветового кодирования личного пространства каждого отдельного пациента. Например, цвет стационарного изголовья кровати одного пациента может совпа-

дать с цветом шкафа для его личных вещей. Подобный прием позволит обозначить и локализовать зону личного пространства каждого пациента при сохранении архитектурной целостности общего восприятия интерьера. При этом следует избегать использования не только открытых интенсивных цветов, но и цветовых сочетаний, имеющих стереотипные гендерные ассоциации.

Отдельного внимания заслуживает организация различных световых сценариев при оформлении палат детского стационара. Интенсивное развитие светодизайна и LED технологий, а также последние данные о влиянии света различного спектра на психоэмоциональное состояние человека позволяют использовать свет в качестве дополнительного инструмента реабилитации пациента. Все источники света в больничной палате условно можно разделить на четыре группы: функциональный свет для медицинского персонала (общий заливочный свет и дополнительный заливочный свет над каждой кроватью); функциональный свет для пациентов и их родственников (направленная индивидуальная подсветка над кроватью и рабочим местом); интерьерный свет («тапочный» свет, амбиентный заливочный свет); терапевтический свет (светильники для проведения сеансов хромотерапии). Для всех вышеперечисленных типов освещения больничной палаты (за исключением функциональной медицинской подсветки), целесообразно использование светильников с отраженными лучами теплого спектра света (до 3000К), конструкция и расположение которых не позволяют непосредственному источнику света попадать в поле зрения наблюдателя. Осветительные приборы индивидуальной подсветки и «тапочный» свет дают возможность пациентам одной палаты минимизировать вторжение в личное пространство друг друга в темное время суток. Светильники для проведения сеансов хромотерапии целесообразно располагать на верхних крышках шкафов и направлять источники света в потолок. В этом случае свет, отраженный от поверхности потолка и верхней части стен, окажет максимальный терапевтический эффект за счет увеличения площади «окрашенной» поверхности и удаления непосредственного источника света из поля зрения пациентов.

Использование системы «умный дом» в сочетании с RGB LED технологиями позволяет программировать динамические световые сценарии, реализуемые в автоматическом режиме в течение всего дня. Данное решение особенно актуально в зимнее время в северных райо-

нах нашей страны, так как дает возможность пациенту на подсознательном уровне ощущать естественный ход течения времени. Для решения этой проблемы уместно обратиться к опыту проектирования интерьеров дальнемагистральных пассажирских самолетов и кают океанских лайнеров, где перед дизайнерами интерьерной среды во многом стоят аналогичные задачи.

Продуманное размещение светильников и органов их управления, а также разнообразие сценариев их эксплуатации позволяют не только эффективно осуществлять медицинские манипуляции и компенсировать недостаток естественного освещения в ограниченном пространстве больничной палаты, но и дают возможность снизить уровень стресса пациента и, как следствие, добиться положительной динамики в реабилитационном процессе.

Как уже было отмечено, успех психологической и социальной реабилитации ребенка в значительной степени зависит от психоэмоционального настроя его родных и близких. Зачастую реакция родителей является основным ориентиром маленького пациента в оценке результатов лечения и перспектив собственного выздоровления. В связи с этим, предметно-пространственная среда реабилитационного учреждения должна создавать позитивный информационный фон не только для пациентов, но и для их близких родственников. Помимо всех вышеперечисленных приемов организации среды больничной палаты, необходимо уделить особое внимание возможности длительного пребывания взрослого родственника в одной палате с ребенком. В двухместных палатах для этой цели может использоваться вторая кровать, а одноместные палаты должны быть укомплектованы трансформирующимся спальным местом, позволяющим родственнику оставаться на ночь рядом с маленьким пациентом. В дневное время спальное место для взрослого должно трансформироваться в малогабаритный диван, позволяющий разместиться двум взрослым посетителям в непосредственной зоне видимости лежачего больного. Габариты и размещение дивана в сложенном виде не должны препятствовать осуществлению медицинских манипуляций и затруднять санитарно-гигиеническую обработку помещения. Все спальные принадлежности взрослого в дневное время должны убираться внутрь дивана.

Образно-стилевое решение мебели и интерьера палаты детского стационара также должно опираться на современные данные о

детской психологии и особенностях восприятия визуально-тактильной информации детьми разных возрастных групп. Впервые попав в новую среду, ребенок оценивает ее с точки зрения опыта и знаний, полученных им ранее в семье, детском саду или школе, а также из сказок, книг и мультфильмов. В связи с этим, для скорейшей адаптации ребенка к новой обстановке реабилитационная среда должна содержать в себе узнаваемые элементы из «прошлой жизни».

Образно-метафорический подход к формированию реабилитационной среды представляется наиболее эффективным методом достижения этой цели, так как базируется на психологическом эффекте мгновенного переноса усвоенных ранее знаний, закономерностей и правил об одном явлении на новую ситуацию или явление в случае частичного совпадения с «образцом» (или образом) по одному или нескольким формальным признакам. Достигнутое через образную ассоциацию или метафору частичное понимание нового явления позволяет ребенку не только быстро сориентироваться в стрессовой ситуации, но и спроецировать позитивный имидж знакомого образа на новые для него элементы предметно-пространственного окружения.

Актуальные прообразы для создания понятной и комфортной реабилитационной среды для детей следует черпать в популярных произведениях современной молодежной культуры и искусства. Выявление и анализ общих культурных кодов, актуальных для разных возрастных групп современного поколения российских детей, дает возможность подобрать универсальный образно-метафорический ключ для дизайнерской трактовки предметно-пространственной среды детского стационара. В тоже время, анализ отечественного опыта оформления детских медицинских заведений показывает, что традиционное использование образов героев советских мультфильмов и мотивов родной природы для декорирования стен с годами утратило свою актуальность, потеряло смысловую нагрузку и приобрело статус казенного шаблона. В качестве причин этого феномена можно выделить следующие факторы: высокую растиражированность одних и тех же образов, отсутствие смысловой и композиционной связи изображений с интерьерной средой, снижение популярности отдельных мультипликационных персонажей, а также излишнюю изобразительность и натуралистичность их графической интерпретации. В связи с этим, представляется возможной актуализация интерьеров детских медицинских учреждений за счет осмысленно-

го использования современных графических и дизайнерских приемов оформления архитектурной среды, а также высокой степени художественной условности и обобщения. При этом образно-сюжетная линия графического решения интерьера должна акцентировать внимание маленьких пациентов и их родителей не на проблемах со здоровьем, а на увлекательных и высокотехнологичных способах их решения. Например, в качестве образно-литературной основы могут быть использованы сюжеты, герои и стилистика популярных детских фильмов и анимационных лент, пропагандирующих позитивный, исследовательский подход к жизни.

При разработке интерьеров и оборудования детского стационара необходимо стремиться к созданию среды, в которой ребенок будет чувствовать себя не пациентом, а исследователем или участником увлекательного эксперимента. В этом случае у ребенка появляются предпосылки для формирования внешнего взгляда на проблему со здоровьем, позволяющего изменить самосознание пациента из жертвы болезни на соучастника процесса ее излечения. Для решения этой важной, с точки зрения эффективности реабилитационного процесса, психологической задачи требуется создать у ребенка ощущение временности пребывания в больничной палате, необходимого во имя достижения поставленной цели. Тут уместно провести аналогию с длительной поездкой куда-либо, во время которой человек покидает привычную среду обитания и какое-то время находится в движении из пункта «А» в пункт «Б». Образное решение всех аналоговых и виртуальных элементов предметно-пространственной среды в этом случае должно быть подчинено легенде об увлекательном и полном трудностей путешествии к собственному выздоровлению. Подобная метафора представляется вполне уместной, так как для любого путешествия характерно целенаправленное движение от одной точки к другой, по заранее намеченному маршруту, с промежуточными остановками, согласно плану или расписанию. Предметно-пространственная среда палаты детского стационара должна не только создавать у маленьких пациентов позитивный настрой на процесс выздоровления, но и давать возможность в условиях замкнутого пространства почувствовать логику и последовательность развития медицинских манипуляций во времени и пространстве. Важно дать понять ребенку, что его путешествие обязательно закончится возвращением домой, но так же, как и полет на космическом корабле или плавание на подводной

лодке, оно не может быть прервано по его желанию на середине пути. Помимо упомянутых выше приемов цвето- и светодизайна, для достижения этой цели эффективно использование аналоговых интерактивных приспособлений, позволяющих маленькому пациенту визуально отслеживать ход течения времени и основные этапы последовательного движения к выздоровлению — своего рода расписание путешествия. В палатах дореволюционных больниц с этой целью устанавливались большие песочные часы, позволявшие пациентам наглядно отслеживать ход времени, а персоналу — вовремя осуществлять необходимые медицинские манипуляции. В дальнемагистральных авиалайнерах, с целью снижения стресса пассажиров в течение всего полёта транслируется анимационная модель следования самолёта по намеченному маршруту, с указанием скорости и высоты полёта, температуры за бортом, точного места расположения воздушного судна и времени, оставшегося до его приземления. В случае с детьми в качестве аналоговой шкалы времени, или «расписания путешествия к выздоровлению», может служить рейлинг с подвижным элементом, установленный на магнитно-маркерной доске. В первый день пребывания ребенка в стационаре лечащий врач излагает маленькому пациенту в доступной для него форме принятый план лечения, отмечая на доске основные пункты предстоящих исследований и медицинских процедур. Ежедневное перемещение подвижного элемента вдоль нарисованной схемы, в сопровождении комментариев лечащего врача, сформирует у ребенка внутреннее понимание сути процесса лечения, а также готовность перехода к следующим этапам терапии. Научно доказано, что, благодаря инстинкту самосохранения, недостаток информированности в стрессовой ситуации истолковывается подсознанием человека в пользу наихудших предположений. Подобное элементарное устройство даст маленькому пациенту (а также его родным и близким) ощущение контролируемости процесса лечения, что неизбежно приведет к снижению уровня стресса и повышению эффективности процесса реабилитации.

Для создания обобщенного образа интерьера некоего фантастического транспортного средства целесообразно использование стереотипных стилистических черт, характерных для кают и салонов летательных и плавательных аппаратов, какими их показывают в современных детских фильмах и анимационных лентах. При этом следует стремиться к графическому единству виртуальной среды интерфейсов больничных

приложений, сценариев динамической подсветки интерьера и архитектурно-дизайнерской трактовки предметов мебели и оборудования. Важно избегать излишней изобразительности, соблюдать высокую степень условности трактовки образов и по возможности не привязываться к какому-то конкретному произведению. Целенаправленное изъятие конкретизирующей информации об образном прототипе дизайнерского решения предметно-пространственной среды призвано обезопасить интерьеры детского стационара от преждевременного морального устаревания. Кроме того, высокая степень художественного обобщения и условность в трактовке архитектурно-мебельных форм не даст маленьким пациентам устать от длительного созерцания навязчивых образов. В свою очередь, возможность домыслить замысел дизайнера на основе личного опыта и собственного воображения позволит маленьким пациентам почувствовать себя соавторами предметно-пространственной среды палаты, что будет способствовать скорейшей адаптации к новым условиям. Для решения этой задачи целесообразно использовать собирательный образ, в котором были бы обобщены наиболее характерные черты интерьеров виртуальных транспортных средств, такие, например, как скругленные «на случай качки» углы, нейтральное колористическое решение, рассчитанное на длительное восприятие в «межгалактическом полете», «левитирующая» мебель и т.п.

В свою очередь, задачи организации предметно-пространственной среды зон коллективного пользования существенно отличаются от задач по проектированию локальных индивидуальных зон палат детских стационаров. Коридоры и рекреации детского отделения представляют собой сложное, перетекающее пространство, основной реабилитационной функцией которого, помимо возможности осуществления умеренной двигательной активности, является восстановление и развитие коммуникативных навыков маленьких пациентов. Как уже отмечалось выше, с функциональной точки зрения, рекреационные зоны детского отделения уместнее всего сравнить с двором, где встречаются, играют и взаимодействуют между собой дети разных возрастов, а также их родные и близкие. Кроме того, в рекреациях детских стационаров периодически проводятся культурно-массовые мероприятия — театральные постановки, тематические мастер-классы, выставки творческих работ, детские утренники и елки. Там же проходят занятия с патронажными учителями, и осуществляется коллективный просмотр телепере-

дач. Специфика проектной задачи состоит в том, что все многообразие вышеперечисленных сценариев реализуется разновозрастными пациентами, их близкими, медицинским персоналом и приглашенными гостями на ограниченном пространстве рекреационной зоны отделения детского стационара. Это не только предъявляет к предметно-пространственной среде повышенные требования безопасности, модульности и трансформируемости ее элементов, но и требует целенаправленных усилий по обеспечению архитектурной целостности всего интерьерного ансамбля.

Для эффективного восстановления и развития у пациентов коммуникативных навыков в состав предметно-пространственной среды рекреационных зон необходимо включение игровых и интерактивных элементов, рассчитанных на разные возрастные группы и разную степень социальной адаптации детей. Крайне важно предоставить маленьким пациентам возможность для осуществления полноценного информационного обмена друг с другом. Находясь на краю жизни и смерти, дети должны иметь возможность не только принимать позитивную информацию от сверстников и родных, но и делиться ею. Далеко не все пациенты готовы делать это в очной форме свободного общения. Некоторым детям, имеющим низкий уровень социальной адаптации или пережившим сильное эмоциональное потрясение, необходимы посредники, для того чтобы заявить миру о себе. Для таких пациентов характерно общение не лицом к лицу, а направленность взглядов в одном направлении. Так, простая магнитно-маркерная доска может стать возможностью для самовыражения замкнутого в себе ребенка, а его рисунок — естественным поводом для возникновения очного контакта со сверстниками. Не менее эффективными в этом плане могут быть аналоговые интерактивные доски, не требующие от игроков расположения друг напротив друга. Стоя «плечом к плечу» для реализации общих игровых сценариев, дети делают первый шаг в восстановлении процесса информационного обмена и социальной адаптации. Однако для многих пациентов в начале курса социальной реабилитации личное общение с кем-либо является практически непреодолимым барьером. В таких случаях необходимо обеспечить ребенку техническую возможность изменять мир вокруг себя и участвовать в информационном обмене через взаимодействие с элементами предметно-пространственной среды. Интерактивные аналоговые «бизиборды» а также различные приспосо-

бления, позволяющие рисовать на большом формате (меловые и магнитно-маркерные доски, столы и доски с бумажными рулонами и т.п.), позволяют вселить в маленьких пациентов уверенность в значимости собственного существования, что, в свою очередь, является фундаментом для проведения успешного курса социальной реабилитации.

Основные принципы стилевой и образно-метафорической трактовки предметно-пространственной среды мест коллективного пользования детского стационара аналогичны изложенным выше принципам оформления палат. Однако есть и различия, обусловленные многофункциональным характером рекреационной зоны, ее размерами и особенностями сложного перетекающего пространства. Общее пространственно-средовое решение рекреационной зоны должно подчиняться задаче создания открытой среды для посещений и контактов с близкими и родственниками. Каждый пациент, как правило, проводит в рекреации значительно меньше времени, чем в больничной палате, но именно там наиболее интенсивно проходит процесс его социальной реабилитации. В связи с этим, предметно-пространственная среда мест коллективного пользования детского стационара должна предоставлять достаточное количество поводов и возможностей для различных видов социальной коммуникации и информационного обмена, а также включать в себя локальные индивидуальные зоны, способные удовлетворить перманентную потребность маленьких пациентов и их родственников в личном пространстве.

Продолжая аналогию с двором, целесообразно разбить все элементы предметно-пространственной среды рекреационной зоны по масштабам и планам на три группы: «детская площадка»; «окружающие дома и деревья», «городская среда, пейзаж, небо». Наиболее детализированной проработкой формы должны отличаться небольшие предметы, непосредственно контактирующие с маленькими пациентами и как бы находящиеся на переднем плане — игрушки, столики, мебель для сидения, интерактивные панели и т.п. Повышенная условность трактовки форм уместна при проработке более крупных деталей интерьера второго плана — шкафов для хранения игрушек и книг, диванов, кабинок личного пространства, настенных информационных досок, светильников и т.п. Стенам, полу и потолку в этом случае отводится роль фона, призванного акцентировать внимание зрителя на основных композиционных и смысловых узлах интерьера, а также создавать ощущение перспективы

и открытости пространства. Степень условности в трактовке мебельных форм и элементов оборудования интерьера должна варьироваться, в зависимости от принадлежности к тому или иному плану. В настенной графике следует избегать изображений узнаваемых героев мультфильмов или натуралистичных пейзажей, так как это нарушает принцип плановости построения пространства. Элементы графического оформления стен должны находиться в композиционном и смысловом взаимодействии с архитектурной и образно-метафорической концепцией решения интерьера.

Общее колористическое решение предметно-пространственной среды коридора и рекреации может быть более контрастным, чем в интерьерах палат детского стационара. Этот прием позволит тонизировать эмоциональное состояние пациента во время каждого посещения рекреационной зоны. Кроме того, цветовые акценты призваны структурировать сложное перетекающее пространство мест коллективного пользования, выстраивая иерархическую соподчиненность восприятия отдельных элементов многофункциональной среды. Ключевые функциональные зоны интерьера могут быть выделены контрастными цветовыми пятнами, а сложные составные объекты, напротив, решены в спокойной монохромной гамме. Преобладание теплых тонов в оформлении максимально удаленных от окон деталей интерьера позволит компенсировать традиционный дефицит солнечного света, характерный для типовых планировок рекреационных зон отечественных медицинских учреждений.

При световом оформлении зон коллективного пользования целесообразно предусматривать несколько вариантов искусственного освещения, соответствующих различным сценариям эксплуатации помещения и разному времени суток. Кроме того, на психологическом уровне такой подход позволит имитировать смену различных режимов естественного освещения, недоступную для наблюдения пациентами в интерьерной среде, ввиду традиционно невысокого уровня инсоляции зон коллективного пользования медицинских стационаров. Подобно тому, как изменения условий естественного освещения в природе способно придать разную эмоциональную окраску одному и тому же пейзажу, возможность использования динамических сценариев искусственного освещения позволяет сделать возможным восприятие интерьерной среды больницы как живого и постоянно изменяющегося, в соответствии с естественным ходом событий, пространства. Этот простой

и эффективный прием позволит внести необходимое разнообразие в восприятие пациентами ограниченной площади рекреационной зоны, а также даст возможность дополнить визуальными эффектами разные периоды внутреннего режима отделения.

Особого внимания заслуживает юмористическая составляющая в дизайне реабилитационной среды — как палат, так и мест коллективного пользования. Антропологами доказано, что не только у человека, но и у высших приматов смех является важным социальным инструментом, маркирующим какую-либо информацию или ситуацию как игровую, то есть не представляющую опасности для жизни и здоровья. Опираясь на данные этих исследований, логично предположить, что умеренная юмористическая составляющая в дизайне предметно-пространственной среды детского медицинского стационара способна значительно снизить уровень стресса как у маленьких пациентов, так и у их родственников. Универсальная для всех возрастов юмористическая составляющая содержится в таких элементарных приемах гротеска, как сбой привычного масштаба или наделение неодушевленного объекта чертами, характерными для живого существа. Эти приемы, рассчитанные на эффект неожиданности, позволяют мгновенно перестроить устойчивый негативный настрой пациента или его родных на менее серьезное и оптимистичное восприятие действительности.

В заключение хочется отметить, что предметно-пространственная среда детского медицинского учреждения во многом определяет качество жизни маленького пациента во время его пребывания в стационаре. От грамотно сформированного дизайнером образно-эмоционального посыла и позитивного информационного фона предметно-пространственной среды во многом зависит успех всего комплекса реабилитационных мер.

Библиография:

1. *Акатов Л.И.* Социальная реабилитация детей с ограниченными возможностями здоровья. Психологические основы: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / Л.И.Акатов. М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 2003. 368 с.

2. *Блохина С.И., Козлова В.П., Старишнова А.Л.* К вопросу об организации детских реабилитационных центров в России // Российский журнал социальной работы. 1996. № 1.

3. Комплексная реабилитация инвалидов: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / под ред. Т.В.Зозули. М.: Издат. Центр «Академия», 2005. 304 с.

4. *Курбатов В.И.* Социальная работа для студентов вузов: Учебное пособие / В.И.Курбатов. Изд. 2-е. Ростов н/Д: Феникс, 2005. 576 с.

5. *Лазарев В.Ф., Долгушин А.К.* Модель центра медико-социальной реабилитации детей-инвалидов. М., 2012.

6. *Назукина Л.И.* Комплексная реабилитация детей и подростков социального риска // Работник социальной службы. 2002. № 3.

7. Социальная реабилитация детей с ограниченными возможностями: медико-социальные аспекты / под ред. Л.Н.Кривцова, Л.И.Красотина, Е.В.Цуканова, Н.В Гребенникова. М.: Социально-технологический институт, 2012.

8. Справочник социального педагога: защита детства в Российской Федерации / Т.Н.Поддубная, А.О.Поддубный; науч. ред. Н.Р.Чумичева. Ростов н/Д: Феникс, 2005. 473 с.

9. *Ротовская И.Б., Четвергова Л.П.* Методика индивидуальных программ социальной реабилитации несовершеннолетних в условиях социально-реабилитационного центра // Вестник психо-социальной и коррекционно-реабилитационной работы. 2000. № 1.

10. Технология социальной работы: Учеб. пособие / под ред. И.Г.Зайнышева. М.: Гуманит. Изд. Центр ВЛАДОС, 2000. 240 с.

11. Федеральный закон от 24 ноября 1995 г. № 181-ФЗ «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации».

12. *Холостова Е.И.* Социальная работа с инвалидами: Учебное пособие / Е.И.Холостова. Изд. 3-е, перераб. и доп. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2009. 240 с.

13. *Холостова Е.И.* Социальная реабилитация: Учебное пособие / Е.И.Холостова, Н.Ф.Дементьева. М.: Дашков и К, 2002. 340 с.

14. *Холостова Е.И., Дементьева Н.Ф.* Социальная реабилитация: Учебное пособие. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К, 2012.

15. *Ярская-Смирнова Е.Р.* Социальная работа с инвалидами / Е.Р.Ярская-Смирнова, Е.К.Наберушкина. СПб.: Питер, 2004.

16. *Чебурашкина Е.А.* Диалог двух культур.общие тенденции в советском и американском мебельном дизайне второй половины XX века // Дом Бурганова. Пространство культуры. 2015. № 1. С. 160–180

Н.Н. ГАНЦЕВА
Кандидат философских наук, доцент кафедры «Художественная реставрация мебели» МГХПА им. С.Г. Строганова
e-mail: gantsevan@yandex.ru

N.N. GANTSEVA
Candidate of philosophy, assistant professor the department of «Artistic furniture restoration» of the Stroganov Academy (MGHPA)
e-mail: gantsevan@yandex.ru

А.И. МАШАКИН
Кандидат искусствоведения, доцент, зав. кафедрой «Художественная реставрация мебели» МГХПА им. С.Г. Строганова
e-mail: mashakin@yandex.ru

A.I. MASHAKIN
Candidate of art history, assistant professor, head. the department of «Artistic furniture restoration» of the Stroganov Academy (MGHPA)
e-mail: mashakin@yandex.ru

ПРОБЛЕМА АВТОРСТВА ПРОИЗВЕДЕНИЙ ФРАНЦУЗСКИХ МАСТЕРОВ-МЕБЕЛЬЩИКОВ XVIII–XIX ВВ.

THE PROBLEM OF AUTHORSHIP OF THE WORKS OF FRENCH MASTERS OF FURNITURE XVIII–XIX CENTURIES

Данная статья посвящена проблеме авторства в мебельном искусстве: истории вопроса, историческим коллизиям и открытиям.

This article is devoted to the problem of authorship in furniture art: the history of the issue, historical conflicts and discoveries.

Ключевые слова: мебельное искусство Франции, проблема авторства произведений.
Keywords: furniture art of France, the problem of authorship of works.

При анализе произведений мебельного искусства проблема авторства является одной из наиболее сложных, а порой неразрешимых, например, если это касается предметов исторической мебели Франции XVIII века. Чтобы попытаться понять, что представляла собой организация производства мебели этого периода, следует обратиться к нормативным документам, регламентирующим деятельность корпораций.

Так, статья XXXVI статута от 1744 года оговаривает, что «каждый мастер должен иметь свое собственное клеймо, а его сообщество — свое, отпечатки которых должны храниться в Бюро корпорации, закрытыми и под свинцовой печатью ... а указанные мастера не должны выпускать никаких изделий, которые не будут предварительно маркированы их клеймами, под страхом конфискации и штрафа в 20 ливров за каждое неклейменое изделие» [3, с. 35].

Мастер, который предложит свое клеймо или согласится промаркировать те или иные предметы, произведенные в незарегистрированных мастерских, должен был быть подвергнут штрафу в размере от 100 до 200 ливров, а в случае повторения подобного действия рисковал вообще лишиться своих прав.

Целью данного предписания была возможность контролировать все парижское производство, включая и королевские мастерские (Лувр, Гобелен, Арсенал), а также продукцию свободных мастерских Сент-Антуанского предместья. Эта мера произвела неоднозначный эффект, и некоторые мастера либо вообще перестали ставить клеймо на свои изделия, либо стали это делать в ограниченных масштабах. По поводу этого отказа можно привести множество причин: либо мастер хотел избежать налога на маркировку, желая утвердить свою независимость, зная, что он защищен королевской привилегией, либо он хотел сохранить свою анонимность, весьма часто делая это по требованию перекупщиков, не желавших раскрывать источники своих закупок.

Постановление Парламента от 04 февраля 1762 года констатировало, что мебель, поставляемая непосредственно заказчикам, почти никогда не маркируется. Корпорация мебельщиков, которая, в силу этой статьи, пожелала бы воспрепятствовать мошенничеству, должна была бы снова признать свое поражение, несмотря на многочисленные правовые действия, которые она возбуждала против несговорчивых мастеров.

Уже в XV веке королевские власти пытались обязать маркировать мебель (ставить клеймо). Патентное письмо от 1467 года (в цар-

ствование Людовика XI) указывало: «Каждый мастер корпорации должен иметь свое клеймо». Это клеймо, в принципе, предназначалось для того, чтобы идентифицировать происхождение и качество мебели, произведенной под контролем корпораций. Это королевское предписание, к сожалению, быстро кануло в небытие.

Что собой представляло подобное клеймо и куда оно наносилось? Клеймо, которое было своего рода подписью мастера, наносилось на мебель, которую он изготовил, и служило для установления подлинности исполнительской манеры автора мебели. Инструмент, использовавшийся при клеймении, — это пуансон (штемпель) из стали, отлитый в виде цельного куска, который нес на своем торце инициалы или имя и фамилию мастера. Буквы были сильно выпуклыми и имели четкие и резкие грани, чтобы ими можно было маркировать мебель.

Ремесленник прикладывал пуансон к элементу рамы (или основы), избранному для маркировки, и сильно ударял по нему молотком. Высота букв, как правило, романского алфавита, варьировалась от 4 до 10 миллиметров, но самой употребляемой была модель в пределах от 4 до 6 мм. В некоторых случаях имя мастера заменяли его инициалы: R.V.L.C. или B.V.R.B. — это самые известные примеры, потому что в данных случаях речь идет о Роже Вандеркрезе, по прозвищу Лакруа, и о Бернаре Ван Ризенбурге. Зачастую рядом с клеймом на мебели из черного дерева находилось клеймо JME — это штамп о контроле, называемый «маркой мастерства». Это сокращение, нанесенное на мебель, свидетельствует о том, что она прошла осмотр и получила одобрение гильдии мастеров-мебельщиков. Уполномоченные представители гильдии, согласно своему статуту, следили за парижским производством, посещая четыре раза в год мастерские города и предместий, включая и свободные мастерские. Изделия, не соответствующие корпоративным регламентам, подлежали конфискации и продаже. За каждое свое посещение уполномоченные представители гильдии мастеров получали определенное вознаграждение.

Место нанесения клейма не было регламентировано. Так, некоторые предметы мебели были промаркированы одним и тем же клеймом в нескольких различных местах. Так, например, мастер Ж.-А.Ризенер маркировал свои комоды на верхней части каждого вертикального элемента, что в итоге составляло четыре клейма. Его угловые комоды, маркированные по верхней части каждого элемента, несут, следовательно, два клейма.

Интересным примером анализа истории нанесения клейм представляет собой секретер, исполненный Ж.-А.Ризенером, на котором имеется три клейма Ж.Ф.Обена.

Этот пример является фактом «социальной истории искусств»: дело в том, что ученик Ж.Ф.Обена Ж.-А.Ризенер унаследовал мастерскую своего учителя после его смерти, женившись на его вдове, и продолжал пользоваться клеймом Ж.Ф.Обена для придания значимости (а вместе с тем и высокой цены) произведениям, выходившим из мастерской до того момента, пока в 1768 году он сам не получил звание мастера.

Другой случай относится к бюро, фанерованному черным деревом и японским лаком, которое было поставлено в замок Бельвю для Мадам Виктуар, и имело на себе два клейма: Мартина Карлина, умершего в 1785 году, и Каспара Шнейдера, который женился на его вдове в 1786 и стал мастером 15 марта 1787 года.

Из других примеров мебели с двумя различными клеймами можно объяснить, по меньшей мере, три случая: в первом из них два мастера-чернодеревщика работали вместе над созданием весьма престижного комода. На одном комоде, украшенном «петро-дуро» (флорентийской мозаикой), который числится среди самых красивых предметов мебели эпохи Людовика XVI (около 1786 года), можно найти клейма Мартина Карлина и де Вейсвейлера. Во втором случае одно из клейм принадлежит производителю, а — другое мастеру, который реставрировал или переделывал эту мебель; в третьем случае есть предположение, что первое клеймо принадлежит изготовителю, а другое — торговцам изделиями из черного дерева работы Мижона и Будэна, известных мастеров-эбенистов, которые также занимались и торговлей мебелью; итак, мы находим предметы мебели, маркированные: Ж.П.Латц-Будэн, Эвальд-Будэн, Денизо-Будэн, и одно бюро и пару комодов, имеющих клейма Жака Дюбуа и Пьера II Мижона.

Вместе с тем известны исторические примеры, когда предметы мебели имеют клеймо мастера, который их переделывал; так Гийом Беннеман маркировал своим клеймом комоды, которые он изготавливал, приспособляя для нужд Королевского Двора имеющиеся в Гарде-Мебле (Хранилище Мебели Короны) ценные предметы художественной мебели, ранее изготовленные не им, но которые он переделывал, когда он служил мастером-краснодеревщиком в Гарде-Мебле Королевского Двора.

Другими историческими фактами являются примеры реставрации, при которой на ранее созданные выдающимися мастерами мебельного искусства предметы при позднейшей реставрации ставились клейма проводивших ее мастеров. Так, известно, что два кабинета работы А.-Ш.Буля, находящиеся в коллекции Музея Лувр (Франция, Париж), имеют клеймо Этьена Левассера, который отреставрировал их в конце XVIII века; шкафчик работы А.-Ш.Буля также маркирован Ж.-А.Ризенером, который отреставрировал его в 1784 году; один секретер работы А.-Ш.Буля имеет клеймо Пьера Русселя, который реставрировал его; два письменных стола — один работы Ж.-А.Ризенера, другой — Ж.Дюбуа маркированы «Ж. Жюж», по-видимому, это клеймо мастера, который их отреставрировал в XIX столетии.

Место нанесения клейма варьировалось, в зависимости от типа мебели, однако для этого не существовало никаких правил. Тем не менее, можно говорить об общепринятой манере: на комодах, секретерах и угловых комодах оно ставилось под мраморной крышкой, либо на верхней части каркаса, либо на одной из траверс (поперечин). На бюро и столах оно ставилось на пояске или на краю одного из ящиков. На предметах для сидения его ставили на передней или на одной из боковых царг.

Клеймо всегда наносилось методом пробивной штамповки описанным выше способом. Отметки раскаленным клеймом, которые можно обнаружить на роскошной — дворцовой — мебели, — это либо инвентарные номера, либо отметки о принадлежности тому или иному замку: «BV» означает Бельвю, «ELB» — Елисей-Бурбон, «Fon» — Фонтенбло, «GT» — Большой Трианон, «R» — Рамбуйе, «SC» — Сен-Кло, «V» — Версаль и т.д.

Клеймо не является гарантией подлинности, и фальсификаторы данного вида искусства воспроизводили знаменитые клейма для того, чтобы придать высокую цену той мебели, которую они продавали. Только специалисты исторической мебели XVIII столетия в состоянии отличить фальшивые штемпели и клейма от подделок.

Большая часть маркированной (клейменой) мебели, выпущенной между 1751 и 1791 годами, находится в музеях или в знаменитых частных коллекциях. Не следует забывать и то, что большая часть мебели, изготовленной в этот короткий период, была продана с торгов или попросту уничтожена во время Великой французской революции; другая ее часть, которая избежала этой участи, была переделана или разде-

лена на части, поэтому «манера» исполнения того или иного мастера, которую невозможно подделать, стиль эпохи являются несомненно значимыми при определении исторической и искусствоведческой значимости предметов мебельного искусства.

Что же касается того, что помогает бесспорно атрибутировать мебель по принадлежности исполнения того или иного конкретного мастера — это клеймо, то, что придает и определяет историческое значение и цену той мебели, о которой идет речь.

Так, при реставрации тумбы из коллекции Музея МГХПА имени С.Г.Строганова было сделано научное открытие. История его такова.

В 1955 году музею были переданы две тумбы из Третьяковской галереи. В Распоряжении от 30 октября 1945 года Начальника Главного Управления Учреждениями изобразительных искусств П.Сысоева на бланке Комитета по делам искусств при совете Народных Комиссаров Союза ССР сказано, что Главное Управление Учреждений изобразительных искусств разрешает передать Центральному Художественно-Промышленному Училищу из фондов Галереи следующие предметы, не имеющие экспозиционного значения (курсив мой — Н.Г.), где под номером 3 значатся две тумбы с инкрустациями.

В 2007 году одна из тумб была передана на реставрацию на кафедру «Художественная реставрация мебели» МГХПА имени С.Г.Строганова.

В ходе проведения реставрационных мероприятий возникла необходимость разбора конструкции, в результате чего в трех местах было раскрыто клеймо «BEFORT JEUNE»: на верхней части основного корпуса под навершием, на верхней торцевой пласти центральной части тумбы и на верхней части пласти основания нижней части тумбы.

Клеймо «BEFORT JEUNE» принадлежит французскому мебельных дел мастеру Матье Бефору.

Матье Бефор (Mathieu Befort) (1813–1889), называемый Бефор Младший (Befort Jeune), родился в 1813 году, происходил из знаменитой династии Парижских краснодеревщиков, с 1817 года имевшей мебельную мастерскую в пригороде Парижа Сен-Оноре. Его отец — мастер-краснодеревщик Жан-Батист Бефор (1783–1840). Матье Бефор и его брат Жан-Батист Бефор были мастерами-краснодеревщиками и антикварами, согласно историческим источникам. В основном, они специализировались на изготовлении мебели в стиле «буль». Мастерская была зарегистрирована на улице Neuves-Saint-Gilles с 1844 по 1880 год.

От «Бефор Младший» (Befort Jeune) происходит второе написание клейма мастера — «B.J.».

Одной из характерных особенностей работ этого мастера является использование рельефного набора из полудрагоценных камней в виде стилизованного флорального орнамента. Характерным также является свисающий бронзовый лавровый венок, часто имеющий бант, завершающийся свисающими кистями, переплетенными с ветвями. В предмете из Музея МГХПА рельефный набор из полудрагоценных камней, к сожалению, утрачен, На фасадной части тумбы присутствует овал, выполненный из полированного камня со следами гравировки утраченного набора, обрамленный бронзовой накладкой в виде венка.

При анализе мебельного ряда, выполненного Бефором Младшим, с набором из полудрагоценных камней, характерным является тот факт, что, в основном, — это комоды прямоугольной формы со скошенными углами, на которых располагаются бронзовые накладки, иногда, как например, на полушкафе из Петергофа, выполненными в стиле Регентства, то есть с динамично повернутыми женскими полуфигурами, так называемыми «эспаньолетками», введенными в практику мебельного искусства Франции Шарлем Крессаном.

Предметы мастера Бефора, прозванного Бефор Младший, не так часто встречаются в музейных и частных коллекциях. Известно, что в коллекции музея-заповедника «Петергоф» хранится полушкаф французского мастера Бефора Младшего, дверцы которого украшены цветочными рельефными композициями в технике рельефной флорентийской мозаики.

Известен комод с клеймом Матье Бефора Младшего, находящийся в галерее антикварной мебели и предметов искусства XIX века Давида Сассона, Франция. Еще один комод 1870 года находится в частном собрании Marshocourt, графство Хемпшир, Великобритания. Судя по каталогу Sotheby's 1999 года, в галерее Charles Gaylord, Сан-Франциско, находится комод с великолепным набором, с клеймом «Befort Jeune», произведенным в Париже в 1870 году,

В Музее МГХПА имени С.Г.Строганова хранятся два совершенно уникальных предмета Матье Бефора Младшего, так как, в отличие от других известных предметов мастера, они выполнены в стиле Регентства.

Примеры факсимиле с клеймами столяров и мастеров-эбенистов можно найти в трудах графа де Сальвер, Андре Тениссена, Пьера

Кжельберга, в сочинении Жана Николаи «Искусство и манера французских мастеров-чернодеревщиков XVIII-го века». Этот последний трактат также воспроизводит выжженные клейма замков, дворцов, собраний и хранилищ мебели, общественных сооружений и конюшен при замках.

Библиография:

1. *Ганцева Н.Н.* Организация производства художественной мебели во Франции «Свод ремесел Парижа» (1268 г.) // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА им. С.Г.Строганова. 2017. № 1.

2. *Машакин А.И.* Мебель в стиле «Регентства» из коллекции Музея МГХПА им. С.Г.Строганова //Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА им. С.Г.Строганова. 2013. № 3.

3. *Bouzin Claude.* Meublle et Artisanat. Paris, 2003.

4. *Verlet Pierre.* Le mobilier royal francais. Paris, 1994.

В.В. ЛАПТЕВ
Кандидат искусствоведения, доцент кафедры инженерной графики и дизайна СПбПУ Петра Великого
e-mail: laptevsee@yandex.ru

V.V. LAPTEV
Candidate of art history, associate professor of engineering graphics and design SPbPU of Peter The Great
e-mail: laptevsee@yandex.ru

ПЕРИОДИЗАЦИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ ГРАФИКИ РОССИИ: ЭТАПЫ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ

PERIODIZATION OF THE INFORMATION GRAPHICS OF RUSSIA: STAGES OF FORMATION AND PROGRESS

Настоящая статья фокусирует внимание на вопросах периодизации отечественной информационной графики. Автор рассматривает этапы развития русской информационной графики в послереволюционный период. В статье показана культурно-историческая и социально-экономическая специфика генезиса русской информационной графики на этапе ее становления и развития в условиях соответствующих стилевых парадигм проектирования.

This article focuses on the issues of periodization of infographics in Russia. The author considers the stages of progress of the Russian information graphics in the post-revolutionary period. The article shows the cultural-historical and socio-economic specifics of the genesis of Russian information graphics at the stage of its origin, formation and development in the context of the corresponding style paradigms.

Ключевые слова: инфографика, изобразительная статистика, тематическая картография, периодизация, коммуникативный дизайн.
Keywords: infographics, pictorial statistics, thematic cartography, periodization, communicative design.

Рассматривая инфографику как вид коммуникативного дизайна с позиции современного дизайноведения, необходимо выделить ее специфику при установлении периодизации в сравнении, в первую очередь, с графическим дизайном. Для этого автор опирается на исследование основных этапов и специфики генезиса отечественной дизайн-графики Э.М.Глинтерник [1]. Периодизация дизайн-графики в качестве начального имеет этап, состоящий из периода предыстории прикладной графики (XVIII — первая половина XIX в.) и раннего периода функционирования прикладной графики в России (XIX — начало XX в.). Это соответствует и приведенной ранее начальной фазе — зарождению информационной графики [2].

Следующий этап рассматривает пути развития проектной графики советского времени (1920–80-е гг.). Формирование и становление инфографики как вида коммуникативного дизайна совпадает с советским периодом времени, однако требует подробного дифференцирования. Первым выступает период актуализации дизайн-графики, соответствующий 1920-м и началу 1930-х гг., который можно назвать временем эстетической адаптации инфографики, ее переходом от технического к художественному творчеству. Процесс взаимодействия художественных тенденций авангарда с агитационной направленностью изобразительной статистики и тематических карт сопровождался супрематистскими и конструктивистскими опытами. Диаграммы формировали ритмы, сочетались с фотомонтажом и иллюстрацией, что отражало поиски места этого инструмента в создании цельных художественных образов.

Как правило, числовые данные визуализировались графиками, основанными на геометричности формы линии, круга, прямоугольника или треугольника. Это, соответственно, линейные, секторные или брусковые диаграммы. Их обособленное расположение в композиции листа (плаката, иллюстрации, страницы) подчеркивало принадлежность к техническому творчеству — к чертежам и таблицам. Тем не менее, художники внедряли круги, столбики и ломаные линии как второстепенные по значимости в агитационные материалы, придавая им целостность различными художественными приемами.

Другое дело — фигурные диаграммы, изначально требующие образности (рис. 1). Однако их несовершенство, основанное на трудности визуального сопоставления различных по масштабу изображений, сводило на нет преимущество художественного начала. Внедрение нового

венского метода изобразительной статистики позволило избежать двусмысленности восприятия и ознаменовало широкое использование условных изображений — пиктограмм, ставших для информационного дизайна авангардом.



Рисунок 1. Фигурная диаграмма из книги Ф.Э.Дзержинского «Промышленность СССР: Ее достижения и задачи». Издательство ЦУП ВСНХ, Москва — Ленинград, 1925 г.

С начала 1930-х гг. в советской агитационной изостатистике имеет место широкое применение фигурных количественных диаграмм, основанных на счетном знаке-пиктограмме. Действуя по императивам и под руководством автора-основателя венского метода О.Нейрата (он с 1931 по 1934 г. работал в Москве), отечественные художники в Институте Изостат и Ленизогизе начали формировать собственную школу инфографики. И если Нейрат прилагал беспрецедентные усилия по формированию нового языка визуальных символов ISOTYPE, то советские художники-изостатистики работали над диаграммами и картосхемами без оглядки на филологические и семантические правила. Они наглядно и доступно объясняли преимущества социалистического строя, вплетая их в нить агитационного дискурса.

На этом этапе происходит становления «советского агитационного стиля» в инфографике, которая становится законным элементом композиции издания, взаимодействуя с текстовым, иллюстративным и фотоматериалом в изостатистических альбомах (А.Родченко, В.Степанова, Л.Лисицкий, А.Григорович, М.Николаев), в агитационных сборниках диаграмм Ленизогиза и Института Изостат, на книжных и журнальных разворотах (С.Телингатер, Н.Трошин). Возникают новые жанры — агитационный изостатистический плакат (Н.Кочергин, В.Дукович, П.Караченцов) и передвижная изостатистическая выставка (Е.Голяховский, Н.Курганов).

Ленинградский художник Н.Кочергин активно использовал в изостатистическом плакате иллюстративный (или «картинный») фон, помещал доминирующие силуэты морских и зенитных орудий, карикатурные образы хищных «империалистических акул» и танковые армады врагов молодого социалистического государства. Фигурные ди-



Рисунок 2. Изостатистический плакат «За счет трудящихся империалисты готовят новую войну». В.Дукович, Ленизогиз, Ленинград, 1932 г.



Рисунок 3. Фигурная диаграмма из альбома-выставки «СССР и капиталистические страны». Н.Курганов, Институт Изостат, Москва, 1939 г.

аграммы из нейратовской доминанты изображения превращались в дополнительный, сопутствующий основному посылу элемент композиции. Но при этом оставались фабулой агитационного послания. Это касается изостатистических плакатов «Империалисты готовят нападение с воздуха» (1931), «Империалисты готовят нападение с моря» (1932), «Вот как „разоружаются“ империалисты» (1932), «За большевистские темпы в нефтепромышленности» (1932), «Будем начеку!» (1933).

В изостатистическом плакате В.Дуковича «За счет трудящихся империалисты готовят новую войну» (1932) фигуры рабочих напряженно сгибаются под тяжестью военных расходов, представленных пачками банкнот (рис. 2). Здесь можно увидеть взаимодействие фигурных диаграмм как доминанты с другими элементами композиции.

Передвижные изостатистические выставки — это еще один жанр советской агитационной изостатистики, где пластический строй плаката сочетался с диаграммным материалом. Основные работы выполнены художником Е.Голяховским. Это альбомы-выставки «СССР — страна равноправия женщин» (1938), «Третья Сталинская пятилетка» (1939), «Против империалистической войны» (1940), «Оборона СССР» (1940). Интерес вызывают и аналогичные работы другого московского художника, работавшего в Институте Изостат — Н.Курганова. Например, в альбоме-выставке «СССР и капиталистические страны» (1939) художественным образом для фигурных диаграмм выступает графическая миниатюра (как у Голя-

ховского), а не пиктограмма (рис. 3). И знак, и сопутствующая иллюстрация выполнены в единстве предметно-сюжетного хода, в характерной манере с подобным ракурсом и цветовым решением.

Диаграммы и карты были не единственными элементами инфографики в агитационных плакатах. В их состав включались технические чертежи и проекции или их части для создания графического жеста, соответствующего контексту. Вместе с этим они решали и задачу передачи информации, как в работе Н.Долгорукова «Над советской страной должны и будут летать советские дирижабли! Создадим мощное советское дирижаблестроение!» (1932). На этом плакате была представлена схема-чертеж дирижабля, показывающая преимущества этого вида транспорта в сочетании с фоторядом, демонстрирующим производственный процесс, и панорамной фотографии демонстрации трудящихся (рис. 4). Поверх черно-белого изображения художник надпечатал красной краской условное изображение летательного аппарата и реющих над колоннами лозунгов и транспарантов.

Среди знаменитых художников, привлеченных к работе над изобразительной статистикой (тогдашнее название инфографики), незаметными остаются ее теоретики и организаторы. Даже для относительного узкого круга специалистов их имена остаются неизвестны, но это не умаляет их вклада в развитие информационного дизайна не только в СССР, но и в мировом масштабе. Речь идет, в первую очередь о Л.А.Бызове и И.П.Иваницком, которые сформировали проектные правила инфографики и показали ее художественные приемы.

Завершает этап становления инфографики как вида коммуникативного дизайна период, характеризующийся формализацией отечественной инфографики (1950–80-е гг.). В основном, применялись диаграммы с геометрически абстрактными графическими образами: прямоугольниками-столбиками, линиями, секторами круга. Популярным становится графический прием превращения кривой роста в утолщающуюся стрелку. Иллюстративный фон, многократно усилившись, внедрялся в карты и диаграммы, лишенные пиктографического наполнения, заменяя собой информационную составляющую. Изостатистикой начали называть работы, в которых не было графической интерпретации данных — «диаграммой» становились разномасштабные изображения заводов и фабрик с нанесенными на них текстовым методом показателями в декоративном агитационно-пропагандистском обрамлении.

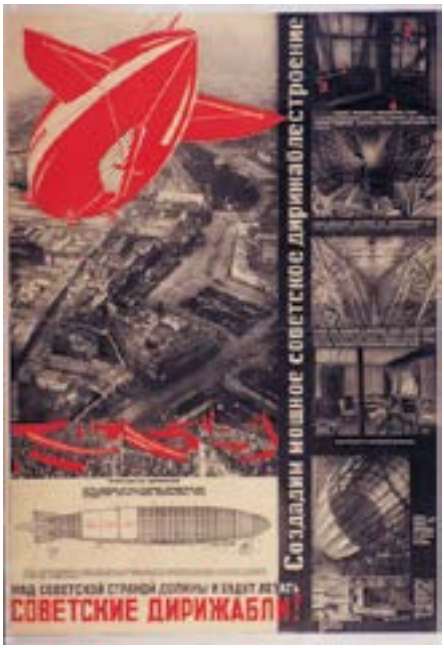


Рисунок 4. Агитационный плакат «Над советской страной должны и будут летать советские дирижабли! Создадим мощное советское дирижаблестроение!». Н.Долгоруков, Издательство ОГИЗ-ИзоГИЗ, Москва — Ленинград, 1932 г.



Рисунок 5. Агитационный плакат «Производительность труда — ключ к благосостоянию народа!». В.Брискин, Москва, 1964 г.

По аналогии с периодом внедрения принципов станковизма в рекламу и другие виды прикладной графики, обозначаемым рамкой середины 1930-х — началом 1950-х гг. [3, с. 316], в информационной графике эти процессы темперированы послевоенными десятилетиями. Иконичность образов, манера исполнения которых все более склонялась к станковой графике, заменяла информационность, создавая при этом иллюзию достоверности (рис. 5). Этот процесс примитивизации агитационной инфографики продолжался вплоть до распада государства.

Одновременно с этим отечественная изобразительная статистика переживала времена отказа от художественного метода в пользу «автоматизированного» процесса визуализации данных. Популярность исследований в области семиотики в 1950–60-х гг. привела к появлению

новых тенденций представления информации — функциональных, геометрически точных, обладающих внутренней логикой и математизированной эстетикой. Эти процессы формализации графического образа, перехода от фигуративности к абстрактности были обусловлены доминированием парадигмы модернизма. Передача информации рассматривалась в ракурсе функционального подхода, характеризующегося скрытой экспансией научно-технической рациональности в культуру [4, с. 14].

В начале 1980-х гг. начинает ощущаться возврат к художественным истокам инфографики, характеризуемый усилением значения эстетики образов, что становится главным движущим фактором инфографики. Приход постмодернизма продемонстрировал разворот в сторону антифункционализма, закрепляя примат индивидуальности и зрелищности над целесообразностью. Переход в электронные медиа сопровождается появлением анимационной и интерактивной информационной графики. Возникает спрос на новые инструменты визуализации (разновидности карт, схем и диаграмм), поиск которых происходит в исторической ретроспективе.

Современный этап развития отечественной инфографики приходится на постперестроечный период (1990–2010-е гг.) и находится под влиянием постмодернистской проектной парадигмы. Данная хронологическая рамка указывает на определенное отставание русской инфографики от мировых тенденций в 1970–80-х гг. по идеологическим и социально-экономическим причинам. Тем не менее, за короткий промежуток времени отечественные примеры графического представления информации показали значительный прогресс, признаваемый на международном уровне. Это призовые места на международном конкурсе «The Malofiej Awards», участие отечественных специалистов в международных конференциях и конгрессах по инфографике, в том числе в качестве членов жюри.

Таким образом, генезис русской инфографики в ее типологическом многообразии можно разделить:

— на начальный этап зарождения инфографики (период протодизайна 1700–1840-е гг. и период раннего развития 1850–1910-е гг.);

— этап становления инфографики как вида коммуникативного дизайна (1920–80-е гг.), с дифференцированием на периоды актуализации и эстетической адаптации инфографики (1920–30 гг.), становления «советского агитационного стиля» в инфографике (1930–40 гг.), станко-

визма и формализации инфографики в условиях доминирования парадигмы модернизма (1950–80-е гг.);

— современный этап развития инфографики (1990–2010-е гг.).

Предложенная периодизация в целом соответствует принятому взгляду на дизайн и этапы его развития: доиндустриальный, индустриальный и постиндустриальный, согласуемый с теорией волнового развития общества Э.Тоффлера [5]. Русская инфографика, как неотъемлемая часть отечественного коммуникативного дизайна, имеет особенную периодизацию, хронологически совпадающую с общим генезисом дизайн-графики, но обладает контекстными отличиями. Данный подход справедлив и для других видов проектно-художественной деятельности.

Примечания:

1. *Глинтерник Э.М.* Историческое самоопределение графического дизайна в проектной культуре России: автореф. дис. … д-ра искусствоведения. М., 2001. 63 с.

2. *Лаптев В.В.* Периодизация информационной графики России: начальный этап зарождения // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА им. С.Г.Строганова. 2018. № 1. Ч. 2. С. 84–94.

3. *Глинтерник Э.М.* Реклама в России XVIII — первой половины XX века: опыт иллюстрированных очерков / Э.М.Глинтерник. СПб.: Аврора, 2007. 359 с.

4. *Генисаретский О.И.* Методологические и гуманитарно-художественные проблемы дизайна: автореф. дис. … д-ра искусствоведения. М., 1990. 36 с.

5. *Тоффлер Э.* Третья волна / Элвин Тоффлер. М.: АСТ, 2009. 800 с.

Е.А. ЛАВРЕНТЬЕВА
Кандидат искусствоведения, доцент кафедры «Коммуникативный дизайн» МГХПА им. С.Г. Строганова
e-mail: strogdesign@gmail.com

E.A. LAVRENTIEVA
Candidate of art history, assistant professor of the department «Communication design» of the of the Stroganov Academy (MGHPA)
e-mail: strogdesign@gmail.com

ВЛАДИМИР ЧАЙКА И СОВРЕМЕННЫЙ ПЛАКАТ

VLADIMIR CHAIKA AND CONTEMPORARY POSTER

Статья посвящена анализу творчества российского дизайнера-графика, лауреата международных конкурсов плаката, преподавателю кафедры «Коммуникативный дизайн» МГХПА им. С.Г.Строганова, Владимира Чайки в контексте актуальных творческих направлений и поисков в области графического дизайна и плаката.

The article is dedicated to the analysis of the creative work of a Russian graphic designer, laureate of the International poster design competitions, teacher of the department of the department of «Communication design» Vladimir Chaika in the context of actual creative trends in the field of graphic and poster design

Ключевые слова: графический дизайн, плакат, визуальный графический язык, коммуникация, символ.
Keywords: graphic design, poster, visual graphic language, communication, symbol.

В русском языке практически для каждой плакатной формы существует свое название, заимствованное из других языков. Театральная или концертная *афиша* — в переводе с французского — «объявление»; *постер* — небольшая по формату афиша, анонсирующая теперь чаще всего молодежный фестиваль, т.е. событие камерное, альтернативное официальной культуре — изначально представлял собой листок с ин-

формацией, прикрепленный у здания почты, где всегда толпился народ (англ. post — «почта»). *Плакат* — слово, существующее в немецком языке, в своей основе несет французский корень, означающий «наклеивать что-либо на стену», — в русском языке неизменно придает печатной продукции некий оттенок почти музейной значительности, особого мастерства и является наиболее часто употребляемым. Безусловно, сопоставления эти субъективны — каждое профессиональное сообщество может представить свои определения данной терминологии, но общим моментом остается наличие нескольких названий для одного жанра графического дизайна. Тем самым на уровне языка закрепляется различие графических форм высказывания — в зависимости от темы и предполагаемой аудитории.

Несмотря на появление альтернативных средств визуальных коммуникаций, плакат остается востребованным как форма быстрой графической реакции на то или иное событие. Вслед за городской средой он осваивает Интернет-пространство, где эффект его воздействия, количественная сторона его присутствия достигаются за счет «лайков» в социальных сетях, размещения на страницах пользователей. Ни один другой жанр графического дизайна (исключение составляет разве что обложка журнала) не способен в лаконичной визуальной форме не только передать информацию, но и предъявить этическую сторону проблемы — сформулировать понимание «черного» и «белого», стать индикатором общественного мнения.

На протяжении XX века сформировалось множество школ плаката, каждая из которых выстраивалась на основе эстетического канона того или иного графического стиля — ар-нуво и ар-деко, конструктивизма и Баухауза, интернационального стиля, новой волны. Но внутри подобных «монолитов» с середины XX века стали появляться и параллельные школы, идущие вразрез с общепринятыми традициями как следствие влияния того или иного дизайнера-графика: Польская иллюстративная школа и Хенрик Томашевский; «Пуш-Пин», Сеймур Хваст и Милтон Глейзер в США и поп-арт в коммерческом графическом дизайне; оп-арт в рекламной графике и Шигео Фукуда [1].

Современное состояние плакатной графики, характер ее «пейзажа» легко угадывается по экспозиции биеннале «Золотая пчела», где от каждой авторской манеры (а соответственно, имени) расходится своеобразный «ореол» — круг учеников и последователей мастера. Но при

этом легко могут быть выделены три сквозных метода работы с информацией и создания визуального образа — типографика, иллюстрация, фотография (фотомонтаж), которые, тем не менее, интерпретируются, осознаются каждым из художников по-своему: становятся излюбленным приемом или всего лишь «остановкой», поводом для череды экспериментов.

Кто-то, как, например, итальянец Леонардо Сонноли, следует раз и навсегда выбранной стратегии — «буквизму» (так он, в противовес распространенному термину «типографика», определяет характер своего творчества). Американка Пола Шер придерживается иного мнения — серьезность как ответственность по отношению к работе важна, но когда она перерастает в монотонное и скрупулезное повторение своих же успешно освоенных приемов, нужно менять стратегию, искать новый графический ход. Узнаваемое «лицо» творчества — удачный рекламный ход, собственная «марка». Наш соотечественник Игорь Гурович, известный своими яркими, веселыми, «сигналящими» плакатами для культурного центра «Дом», назвал современный плакат «маркером территории». На самом деле речь идет не только о «фирменном стиле» какого-либо мероприятия, но и о границах собственного творческого пространства, которые посредством своей художественной манеры устанавливает дизайнер-график. Приемы могут сменять друг друга или, наоборот, лишь слегка варьироваться в пределах раз и навсегда заданной траектории, но дело не в постоянстве или непостоянстве стратегии — важна стабильность авторского языка (пусть и в пределах определенного отрезка времени), заполняющая культурное поле.

Актуальная современная история графического дизайна — это своеобразный «пэчворк», лоскутное одеяло, где соседствуют различные стили и эпохи — те самые фрагменты авторских языков, личных «территорий» того или иного дизайнера-графика. И «территории» эти вовлекают в себя следующие поколения авторов. Любопытно, что, как и в случае с «пэчворком», где квадраты тканей подбираются таким образом, что всегда, даже при случайной компоновке материала, возникает некая общая связующая линия, отдельные авторские манеры оказываются «прошиты» едва заметными, повторяющимися графическими приемами. Они меняются год от года — и особенно ясно данный момент виден на примере дипломных проектов кафедры «Коммуникативный дизайн» МГХПА им. Строганова. Каждый год возникает что-то вроде тренда — ли-

нии, направления визуализации идеи, выливающееся в сходство графических черт. Это может быть знак нижнего подчеркивания, фильтр для обработки изображения, определенная шрифтовая гарнитура, принцип верстки, белый фон — деталь, которая «сшивает» все графические языки в одно временное целое. Происхождение этих деталей связано как с «модными» тенденциями — заимствованиями из интерфейса электронных ресурсов, новыми версиями графических редакторов, так и с визуальным словарем культового мастера, образца для подражания.

Распространение авторской стилистики через фигуру мастера — это не столько копирование, сколько посвящение, «ода» — осознание полученного визуального опыта, выраженное в графической форме. И педагогический опыт, непосредственный контакт учителя и ученика, позволяет часто на невербальном уровне, просто наблюдая за реакцией мастера, следуя его эстетическим и этическим предпочтениям, включаться в его творческую систему. Прекрасно, что таких — индивидуальных, оберегающих свои границы систем множество — они и формируют визуальные языки современного графического дизайна.

Плакат, эта метафорическая форма визуального творчества, является личностным высказыванием — как и у того или иного литературного автора существует свой «почерк», характер слога, также и у дизайнера-графика есть манера, набор предпочтений, сравнений и сопоставлений, работающие по принципу «художественного языка». Можно перечислить по пунктам все композиционные составляющие, но, тем не менее, основу языка всегда составляет нечто иное — то, что между графической техникой, шрифтом, изображенным предметом. Некий закон, связывающий элементы в единое целое. Этот закон и есть основа «фонетики», чтения, звучания.

Современная российская актуальная история плаката изобилует множеством имён — Андрей Логвин, Юрий Гулитов, Юрий Гордон, Юрий Сурков, Эркен Кагаров, Эрик Белоусов, Анна Наумова, уже упоминавшийся Игорь Гурович, но именно Владимир Чайка, хотя бы по праву старшинства, стоит над — или во главе — нынешнего поколения художников плаката. «Его старт в профессии был ярким, заметным и более чем благополучным», — пишет Сергей Серов [2, с.101]. По окончании Строгановки Чайка был принят на работу в Мастерскую прикладной графики Худфонда РСФСР, где, в частности, вместе с Максимом Жуковым создал фирменный стиль музеев Московского Кремля. И вдруг — в середине

восьмидесятых — уходит из профессии, обосную свое решение тем, что не видит реального вклада, причастности к формированию современной графической среды. Проекты существуют сами по себе, оторванные от полиграфической базы и актуальных проблем. Вернулся он уже после перестройки, в начале девяностых — «с кисточкой для клея за семнадцать копеек и банкой черной туши. Вот наша настоящая полиграфическая база» [2 с.101], — и он легко, быстро, словно некие каллиграммы или иероглифы, стал создавать тонкие ироничные вещи, где основной идеей стало проникновение одного силуэта в другой, соединение двух различных изображений. Философско-эзотерические, они с успехом украшали статьи в журнале Greatis, одном из первых изданий, посвященных актуальной истории графического дизайна — например, Олега Генисаретского, о проектной культуре и визуалистике. Тогда же обложки Greatis стали заполняться другими характерными рисунками-знаками — тем, что чуть позднее он назовет HE Story — «истории о нем», о некоем мифическом персонаже, оставляющем на любой поверхности «след», «отпечаток» из четырех черточек, расположенных в порядке черт человеческого лица [3]. Дух, синоним присутствия наблюдателя или же, наоборот, творчески открытого субъекта — любые попытки четко обозначить природу этого знака неизбежно провальны, ибо *творческий процесс,* в понимании Чайки, — состояние непознаваемое, неопределимое, предстающее здесь неким иероглифом, знаком события — отсылкой на него, но не его изображением.

Между его именем и словом «плакат» легко ставишь знак равенства — лаконичные образные конструкции на его листах являются прямым отражением его способа мышления, его философии творчества, «заточенной» под знаковые формулы. Ведь то, что превращает изображение в плакат, это именно знаковая, символическая составляющая рисунка.

Плакат есть сообщение, зашифрованное посредством графики, типографики, фотографии — множества визуальных слоев или, наоборот, доведенное до краткой и чистой формулы. Это, прежде всего, визуальная интрига, где ценность и красота образа измеряется его емкостью, наполненностью различными культурными и историческими отсылками и простотой считывания. Несколько предметов (слов, изображений), сцепленных между собой, обязаны дать отклик в сознании зрителя — пусть и не предоставить мгновенное понимание увиденного, но должны заставить размышлять, распутывать зримую метафору.

Чистота и краткость слога в сочетании с изысканностью метафор — почти как в хокку — вот творческое кредо мастера. И, вместе с тем, — ответственность и скрупулезная работа с информацией, поиск наиболее точной визуальной оболочки, которые заставляют постоянно примерять изображение к восприятию потенциального зрителя. Любой плакат Чайки можно прежде всего назвать точным, а значит считываемым за один брошенный взгляд, со всей бездной смыслов — и дело не в поясняющем тексте: практически всегда он работает со словом как с фактурой, а уже после — как с информационной составляющей. Его вещи «читабельны» — и прежде всего через их знаковую образность. Есть и те, что вовсе не нуждаются в тексте, а своей простотой и пронзительностью вскрывают целые исторические эпохи — как, например, плакат «Памяти жертв сталинизма». Силуэт человека со спины — голова и плечи — начинает растворяться с правого края, уходя в небытие, сливаясь с фоном. Здесь и особая ретушь фотографий, когда закрашивали тушью лица «врагов народа» или аккуратно стирали, дорисовывая поверх детали обстановки. Человек исчезает «без права переписки», сама память о нем мгновенно перестает существовать [4].

История возникновения другого плаката символична в плане проектной идеи, взаимосвязи вещей и события, их перехода от предмета к образности, от одного смысла к их множественности. Речь идет о серии плакатов, посвященных трагедии 11 сентября в Нью-Йорке (2006 г.). Как рассказывал в одном из интервью Чайка, вариантов было несколько, но ни один из них не обладал нужной долей документальности, непосредственной причастностью, присутствием, наподобие того, что сделал Давид Тартаковер, добавив в свои фотоплакаты надпись «I“m here». В сигнальном жилете, со спины, так, что видна поясняющая надпись — artist, посредством фотомонтажа он включает себя в острую трагическую ситуацию, становится ее свидетелем. Чайка поступил иначе, оттолкнувшись от предмета — носителя памяти.

В башнях близнецах был ресторан, откуда в качестве сувенира кто-то из знакомых унес, а позже подарил Чайке спичечный коробок с адресом и изображением двух небоскребов. Он бы, наверное, так и пылился дальше среди подобных мелочей, если бы не трагедия, снабдившая его совершенно иным статусом: олицетворением не существующей ныне точки на городской карте. Предмет превратился в знак места и события. Слово, выложенное из спичек, должно было уравновесить мно-

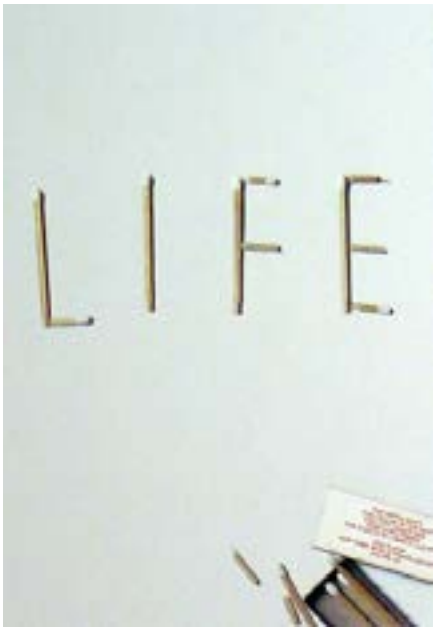


Рисунок 1. Владимир Чайка. «Life». Плакат в память о трагедии 11 сентября 2006 г.

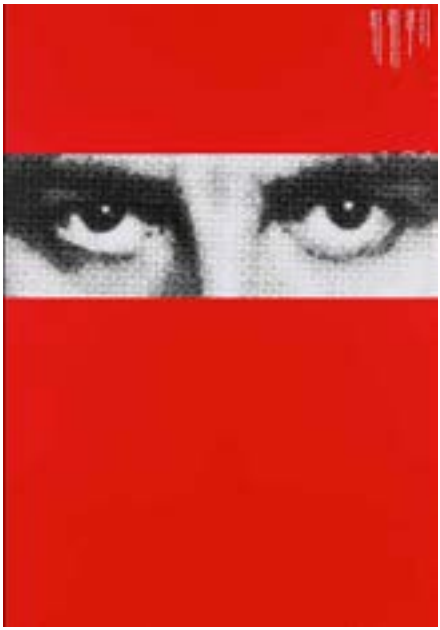


Рисунок 2. Владимир Чайка. Маяковский. Вчера. Средняя часть триптиха: Позавчера. Вчера. Сегодня

жество острых и трагических ассоциаций — собственно, оно и не могло быть никаким другим, кроме как «LIFE». Упорство светлого исхода, намеренное перекрытие «черного» «белым», прорастание будущего сквозь прошлое — здесь вновь вспоминается дуализм журнальной графики мастера, его рисунки, вмещающие в себя два изображения, два смысла, две постановки вопроса.

Чайка экспериментировал с написанием слова и композицией, пока не кончились спички — плакаты в серии различаются разве что типографикой. Цветовой и сюжетный замес един: на белом поле, как на некоей стерильной, беспристрастной поверхности лежит раскрытый коробок, центр плаката занимает крупное слово LIFE.

Один из мастер-классов Чайки (проходил нынешней весной в Институте бизнеса и дизайна) носил название «… — ЗНАК — ЛОГОТИП — ПЛАКАТ». Многоточие как некая непознаваемая, недоступная для определения точка отсчета — чувство, вспыхнувшее от соприкосновения с

тем или иным событием. Невзирая на тему задания, студенты его курса (здесь речь пойдет об МГХПА им. Строганова, где на кафедре «Коммуникативного дизайна» Чайка ведет проектные дисциплины; курсовое задание «плакат» дается студентам третьего курса во втором семестре) всегда начинают работу с небольшой серии плакатов — высказываний на тему случившегося с ними за последнее время. Это может быть просмотр фильма, поездка, погода, настроение — в его системе обучения нет больших и малых тем. Любое чувство имеет право приобрести некую визуальную форму. Можно было бы сухо назвать этот момент обучением обработки информации, но дело в том, что подобные задания прежде всего объясняют, как находить образное звучание, графическое воплощение тому, что эфемерно и неизобразимо, учат видеть ЗНАК, целостность, общность в разрозненных ощущениях, учат краткости и предельной метафоричности, смысловой объемности формы. Если итогом семестра должен стать плакат, то начинается работа над темами и сериями — студенты, проанализировав конкурсы и предстоящие события, отбирают для себя наиболее интересные. Зачастую, возникает и единая серия плакатов среди различных студентов группы, когда, увидев, графический этюд сокурсника, они начинают вступать в спор, диалог, делать предположения о развитии темы. Так и сложилось со следующими конкурсами и темами: «Типографика против СПИДа» (организаторы — Медицинский институт РУДН и Федеральный центр профилактики и борьбы со СПИД), военный конфликт в Сирии и «вечная» для Чайки, отражающая творческую модель, самосознание и самоопределение социально ответственного дизайнера, тема «LOVE» как неприятие любого насилия и ограничения свободы. Плакаты Виолетты Гусаковой и Анастасии Сметанкиной по итогам конкурса «Типографика против СПИДа» получили второе место в номинации «Печатный плакат» и «Специальный приз научного сообщества» соответственно.

Серия плакатов, отражающих происходящее в Сирии, возникла спонтанно, уже в конце семестра, после лекции, прочитанной студентам данного курса аспиранткой Дамасского Университета Руа Аззи Ахмад [5]. На своей лекции она продемонстрировала работы студентов и преподавателей университета, созданные за последние несколько лет. Ввиду актуальности краткой визуальной информации, наиболее востребованной формой является плакат, а основными техниками — инсталляция, коллаж и фотомонтаж, которые создаются как вручную, непосредственно на



Рисунок 3. Алена Гриб. Сирия. Плакат. 2018



Рисунок 4. Екатерина Полякова. Сирия. Плакат. 2018



Рисунок 5. Полина Виллевальд. Сирия. Плакат. 2018

занятиях со студентами, так и в программе Photoshop, что позволяет «тиражировать» изображение в соцсетях. Основной деталью, что привлекла строгановцев, была быстрота и яркость отклика на тот или иной поворот войны, включенность человека творческой профессии в процесс формирования новейшей истории и моделирования отношения к ней общества. На основе увиденного и услышанного было создано около десятка плакатов, каждый из которых основывался на каком-либо остром символе, противоречии смыслов. Крошащийся фрагмент восточного орнамента (но одновременно по форме он напоминает меч — из знаменитой дамасской стали, крепости которой не было равных, отчего возникает еще одна метафора, скорее даже вопрос, подтвержденный строкой текста — «Is Damask not the strongest?», автор Полина Виллевальд), тень статуи Свободы, падающая на карту Сирии (автор Карина Карапетян), «роза Дамаска» — цветок, образованный вертикальной строкой арабской надписи и фотографией воронки от бомбы на асфальте (автор вновь Полина Виллевальд), разнообразные сочетания силуэтного изображения бомбы и знака американского доллара (автор Ксения Лыкова).

В названии мастер-класса, перед словом «плакат», Чайка помещает слово «логотип», указывая тем самым на то, что текстовая составляющая — типографика, образная шрифтовая конструкция — есть элемент визуального образа, одна из частей зримой метафоры. Распо-



Рисунок 6. Полина Виллевальд. Сирия. Плакат. 2018

ложение слов — многоточие, знак, логотип, плакат — это некая цепочка рассуждений, этапов проектирования, приводящих к созданию целостной ВЕЩИ (здесь употребимо понятие, введенное Эль Лисицким в одноименном журнале и определяемое им как «всякое организованное произведение»). Слегка отдалившись от «конструктивного метода», можно представить словосочетание «организованное произведение» как сумму, целостность различных средств выразительности, работающих на один образ. *Знак* как символическое восприятие информации, поиск чистой формы, сочетающей в себе множество смыслов; *логотип* как текстовая составляющая, которая может стать и доминирующим элементом композиции; *плакат* как целое, итог проектной работы.

Плакаты Максима Зимина «LOVE» (впоследствии отобран жюри для участия в биеннале «Золотая пчела 2018») и «PLEASE, PEACE!» построены именно по принципу «логотипа». Лишь в первом плакате, «LOVE», четыре латинские буквы дополнены изображением рук, на которых собственно и «держится» слово. Вторая история — про замещение и добавление, игру в превращение одного слова в другое: в результате в одном, «PEACE», набранным плотным гротеском, посредством двух красных карандашных росчерков оказывается «спрятанным» другое, означающее просьбу. Между первыми двумя буквами добавляется буква «L», а «S» рисуется поверх «C».

Данный педагогический опыт наглядно демонстрирует, как творческое кредо мастера формирует мировоззрение студентов, учит их работать с проектными идеями. Речь не об универсальности и утверж-

денности приема — визуально все работы и серии абсолютно индивидуальны — а в собранности и чистоте подхода, умении отсекать лишнее и строить образ на интонациях, нескольких нотах, но предельно уверенно подобранных. Дело не столько в чистоте и краткости «выражения», сколько в ответственности, с которой студенты относятся к тому, что было ими создано. И эта ответственность рождает твердость замысла, его ясность и собранность.

Как-то, после занятия со студентами, Чайка рассказал один эпизод из своей биографии, который и определил впоследствии выбор профессии. Будущий дизайнер-график родился в военном городке, в городе Капустин Яр Астраханской области. Когда он пошел в школу, всех родителей, во избежании путаницы, попросили вышить на футболках имена. Его мама поступила иначе — она сделала всего несколько стежков, которые в сумме давали изображение парящей птицы. «Для меня это был невероятный опыт — слово оказалось заменено символом, в котором уместилась вся моя история». Собственно, это и есть искусство плаката — умение лаконично и с некоторой долей интриги работать с информацией.

Примечания:

1. *Meggs Philippe*. A History of Graphic Design. (3rd edition). New York: John Wiley & Sons, 1998.

2. *Серов Сергей*. Стиль в графическом дизайне. М.: ВНИИТЭ, 1991.

3. *Генисаретский Олег*. Владимир Чайка // Международный журнал по графическому дизайну. Greatis 3. 1994. № 1. С. 65–73.

4. Мастера Строгановской школы. 1945–2015. Коллективная монография в 2 т. М.: МГХПА им. С.Г.Строганова, 2015.

5. *Руа Аззи Ахмад*. Традиционная культура и актуальные тенденции в формировании графического языка современного плаката региона Ближнего Востока. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата искусствоведения. М.: МГХПА им. С.Г.Строганова, 2018.

Н.П. БЕСЧАСТНОВ
Доктор искусствоведения, профессор.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)
e-mail: npb.art@mail.ru

N.P. BESCHASTNOV
Doctor of arts, professor.
Russian state University A.N. Kosygin (Technology. Design. Art)
e-mail: npb.art@mail.ru

О.В. КОВАЛЕВА
Кандидат технических наук, доцент.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)
e-mail:ovkovaleva2005@mail.ru

O.V. KOVALEVA
Candidate of technical sciences, associate professor.
Russian state University A.N. Kosygin (Technology. Design. Art)
e-mail: ovkovaleva2005@mail.ru

И.В. РЫБАУЛИНА
Кандидат технических наук, доцент.
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)
e-mail: irina_rybaulina@mail.ru

I.V. RYBAULINA
Candidate of technical sciences, associate professor.
Russian State University A.N. Kosygin (Technology. Design. Art)
e-mail: irina_rybaulina@mail.ru

ОТ ФАКТУРНО-ОТТЕНОЧНЫХ ОРНАМЕНТОВ К ОРНАМЕНТАЛЬНЫМ КОМПОЗИЦИЯМ КОНТРАСТНЫХ ЦВЕТОВЫХ СОЧЕТАНИЙ: ПУТИ ПОИСКА ОБРАЗНОСТИ В ДИЗАЙНЕ

FROM TEXTURED-SHADE ORNAMENTS TO ORNAMENTAL COMPOSITIONS OF CONTRASTING COLOR COMBINATIONS: WAYS TO FIND IMAGERY IN DESIGN

Статья посвящена выявлению и описанию возрастающей роли в современном дизайне орнаментальных композиций, построенных на основе контрастных цветовых сочетаний. Кратко очерчиваются их исторические корни, особенности и сферы применения в проектировании костюма, бытовых изделий и интерьере. Отмечается значение контрастной орнаментальной графики в обновлении современного проектного языка.

The article is devoted to the identification and description of the increasing role in the modern design of ornamental compositions built on the basis of contrasting color combinations. Briefly outlines their historical roots, distinctive features and scope of application in the design of costume, household goods and interior. The importance of contrasting ornamental graphics in updating the modern project language is noted.

Ключевые слова: орнамент, конструкция, образ, цвет, дизайн, среда, функциональность, роспись, искусство, канон, ткань, народное творчество, современность, постмодерн.

Keywords: ornament, design, image, color, design, environment, functionality, painting, art, Canon, fabric, folk art, modernity, postmodern.

Массовое производство в СССР в конце 1950-х годов одинаковых по своей функции и внешнему виду изделий промышленного изготовления, типовое проектирование в строительстве жилых и офисных зданий стало приводить к «вымыванию» образных ощущений из жизни человека. Свою роль сыграл и возникший тогда так называемый «прибалтийский стиль», запомнившийся нам ненасыщенными цветовыми оттенками в покраске стен и декоре фактурных интерьерных тканей. Костюмы того времени из гладкокрашеных тканей неброских оттенков напоминали о проблемах послевоенного периода развития страны, привыкшей жить в условиях жесточайшей экономии.

Стихийным сопротивлением обеднению образных ощущений, сползанию к обезличенности существования явилось вначале собирательство предметов ушедших эпох, а позднее «городское народное искусство», перешедшее в агрессивный «стрит-арт».

Многие еще помнят, как, переехав в отдельные квартиры «пятиэтажек», жители с радостью освобождения от коммунального быта ощутили и щемящую душу пустоту. Покупка так называемых «стенок», протянувшихся по длине комнат, почти не меняла ситуации, и новоселы заполнили свои жилища ярко раскрашенными произведениями народного искусства. Расписанные народными умельцами из города Семенова и села Полховский Майдан матрешки ярко «горели» на полированных мебельных полках, радуя глаз их владельцев. Мощное воздействие древней цветовой образной культуры с неискоренимым стремлением к радостному восприятию бытия заряжало «строителей коммунизма» энергией предков. Уровень таких изделий был разным, но они возродили, казалось бы, угасший в советское время интерес к дореволюционному крестьянскому искусству и, в целом, к искусству прошлого [1]. «Походы» городской интеллигенции в полузаброшенные в то время русские села привели к созданию великолепных частных коллекций народного искусства, которые существуют и сегодня [2].

Увлечение красотой народного искусства, в какой-то степени, повлияло на российский дизайн 1960-х годов с крупными рисунками на платьях, занавесках, мебельной ткани, локальными цветными вставками в кухонной мебели. Сегодня воспринимаются легендой коллекция платьев Вячеслава Зайцева, сшитая из павловских платков и восторженно принятая на крупнейших подиумах мира, и ярко красные нарядные платья с древним ромбическим орнаментом В.Араловой [3]. В 1960-е годы был сделан первый, может быть, и не всегда органичный шаг в поисках образности в дизайне посредством цветовой организации предметных форм и среды и активным внедрением орнамента и орнаментальных композиций. Эти поиски далеко не окончены и сегодня. Дизайн, построенный на примате формы, пусть даже созданный по «законам красоты», не привел к удовлетворению духовных потребностей человека. Скромная советская «машина для жилья», спроектированная «архитекторами» быта советского человека, не смогла вместить многообразие полноценной человеческой жизни [4].

Схожий путь прошла и послевоенная Европа, хотя в странах капитализма всегда сохранялся сегмент проектирования изделий «вы-

сокого проектирования» для обеспеченных слоев общества [5]. Достижения этого проектирования, имеющего многовековую историю, подпитывали дизайн изделий массового изготовления. Однако соревнование «скромной умозрительности» и яркой феерии красок в дизайне продолжается и у нас, и «у них». «Скромная умозрительность», с нашей точки зрения, легче поддается теоретическому осмыслению и методическому обоснованию, и успехов у нее больше. Красочность и орнаментальность, прямо связанные сегодня с «прорывами» в дизайн проявлений изящного искусства, имеют эпизодические достижения, но движение к яркой образности, даже в ущерб утилитарности, приобретает черты постоянства. В крайних проявлениях мы видим расписанные «картинками» с сюжетной тематикой легковые и грузовые автомобили, автобусы и трамваи. Над данной «живописью» трудятся сотни фирм по всему миру [6, 7]. Орнамент на массово изготовленной посуде стал практически общей тенденцией. Получается это с разной степенью успеха, что заставило «узаконить» такое явление, как «кич» в искусстве. Если на заре прошлого века, чтобы украсить изделия инженеров, созданных для быта человека, их украшали ручной «растительной» росписью под золото или серебро (вспомним швейные машинки фирмы «Зингер»), то сегодня мы увидели роспись на объектах, созданных дизайнером!

Современное «рукодельное» стремление к поискам образности, конечно, не сравнимо по масштабам с тем, что было ранее. Современное — гораздо масштабнее, так как промышленное производство изделий, спроектированных дизайнером, приобрело фантастические масштабы при, в целом, более образованном обществе, поэтому и противодействие засилью изделий массового изготовления, пусть и «художественно оправданных», сегодня беспрецедентно. «Городскому народному искусству» посвящаются конференции, номера серьезных журналов. Дизайнеры без устали бродят по лавочкам «кустарей-надомников» разных стран, пытаясь подсмотреть у них «безумные» идеи, но все равно не успевают за сменой эстетических предпочтений человека XXI века. Поэтому люди продолжают привозить в свои квартиры «High-tech», пестро раскрашенные, вытканные, сплетенные или вылепленные руками аборигенов, живущих в каноничном мире, изделия. Эти изделия — не только катализаторы воспоминаний о путешествиях, но и мощный образный стимул — энергетическая подпитка. Мы не желаем жить «внутри прибора», так как это путь к уничтожению сложноорганизованной

личности. Все чаще и чаще можно наблюдать даже попытки почти полного отрицания ценностей современности, что, конечно, не выход.

Что же делать для сохранения экономической обоснованности и необходимого сегодня уровня функциональности, без потери полнокровной образности с нюансированной гаммой присущих человеку эстетических ощущений? Может ли современный дизайн выйти на уровень, на котором он сможет полноценно подпитываться достижениями всей сферы искусства и, в частности народного творчества? В значительной степени, да [8, 9].

По нашему мнению, вначале необходимо отделить жизнь приборов от жилой среды, так как приборы сегодня имеют свою эстетику и эргономику и «подстроены» к четко определенным действиям. После этого — провести работу по изучению возможностей образосодержательных начал в жилой среде, включая и предметную ее составляющую. Образосодержательные идеи могут быть самыми необычными и даже опробованными в декоративно-прикладном искусстве прошлых веков, но не востребованными на начальных стадиях развития дизайна. Они не влияют на утилитарность предмета, но рождают эмоциональные ощущения, строящие образ.

«Городское народное творчество» с попытками «дополнения» современного дизайна «наложением» орнаментоорганизованной изобразительной и шрифтовой графики на объекты архитектуры, технику и предметы быта подсказывает нам один из возможных сегодня путей повышения «эмоциональной окраски» объектов [10]. Такое творчество горожан постепенно абсорбируется профессиональным дизайном, порождая «новую орнаментальность», которая становится активной образонесущей компонентой. Возвращение орнамента в виде «простого наложения» на форму, то есть почти так, как декларировали теоретики орнамента XIX века, стало неожиданностью для теоретиков и методологов искусства и дизайна XXI века. Поражает активная цветовая гамма, часто зрительно нивелирующая форму. Интересно и то, что эти черты — черты постмодернизма — пришли в дизайн через непрофессиональное искусство, в котором наивное цитирование и помещение изображений в несвойственную им среду — обычная практика. Такое перемещение далеко не всегда «ломает» форму, а образно обогащает объект. Так, например, еще в шестидесятые годы прошлого века в России были популярны чайные сервизы, в которых внутренняя сторона чашек и блюдец была

украшена свободной кистевой растительной росписью: золотом — веточки, бутоны растений — цветом. На физический процесс испития чая это никак не влияло, так как все знают, как чашками пользоваться, но позволяло вспомнить ощущения, заложенные в нас запахами цветущих садов и полей. Отечественные теоретики прикладного искусства «заклеймили» такую роспись как антиэстетическую, противоречащую функции [11]. Какой функции? Человек в своем сознании в состоянии отделить объект с такой росписью от ароматного напитка, и напоминание орнаментальным мотивом о том, что после зимы все-таки настанет лето, греет душу. В не меньшей степени может эмоционально воздействовать на человека яркий орнамент скатерти — «клеенки» на кухонном столе. Жители бескрайних русских равнин искренне радуются ярким растительным орнаментам в интерьерах своих домов. Так повелось издавна.

Великий русский художник Василий Кандинский был в молодости поражен ярко раскрашенной мебелью огромных домов крестьян наших северных уездов. Он считал, что эти впечатления кардинальным образом повлияли на его становление как живописца! И действительно, яркие локальные цвета в полутьме крестьянских изб действуют ошеломляюще. Как камертон контрастной цветовой гаммы воспринимаются белые полотенца с красным узором в «красном» углу с образами. Не менее впечатляюще выглядят красные и синие стулья и лавки, вынесенные ясным мартовским деньком на крытый двор на Вологодчине! Уставшего от белой пелены снегов хозяина, въезжающего в свою вотчину, встречает радостный хор красок, воспевающих красоту и уют [12].

После лихолетья советского периода нашей Родины с попытками вывести на Руси крепких хозяев, мы опять после длительной дороги возвращаемся в свои дома на фоне тех же пейзажей, и нам опять требуются те, что являются символами тепла и вечности. Неброская гармония городского функционализма мегаполиса, от которой мы еще недавно сходили с ума, перестает нас удовлетворять в загородном доме. В нас просыпается восточная — «скифская» — часть души, в которой скрыто терпение в преодолении бескрайних степных и лесостепных просторов и цветовая мощь, заложенная кочевниками в изделиях своего быта [13]. Фактурно-оттеночная сдержанная красота полутонов скандинавского дизайна, хорошо освоенная нами к концу XX-го века и продолжающая развиваться в городском предметном дизайне и художественном текстиле, — европейская составляющая нашего сознания [14]. Колорит,

построенный на контрастах, — азиатское влияние. И эти контрастные цвета — сегодня уже социальный заказ, который невозможно выполнить без изучения как многовековых наслоений русского наследия, так и европейского опыта середины 1960-х и эпатажных достижений постмодерна. Свою роль здесь играет и ускорение темпов жизни человечества, что требует все более локальной графики цвета для упрощения коммуникационных связей.

В удовлетворении запросов времени на контрастные цветовые сочетания в дизайне интерьеров, предметов быта и одежды может быть несколько путей:

— прямое перенесение достижений прошлых веков в современный дизайн;

— постепенное изменение хорошо проработанных дизайнерами оттеночных цветовых отношений и орнаментов в сторону контрастной цветовой графики предметно-пространственной среды;

— образные экспериментально-поисковые работы на основе проявлений постмодернизма в виде черт массовой культуры и возникновения новых разрушительных и созидательных ценностей.

Первый путь уже активно осваивается, и уже можно встретить гостиницы и трактиры, стилизованные «под Бориса Кустодиева» с расписными шкафчиками, буфетчиками в алых рубашках и ситцевыми занавесками в «розочках», коллекции моделей одежды как бы взятых с картин Сергея Иванова или Сергея Рябушкина, посуду, расписанную настоящей хохломской «травкой».

Второй путь, по большей части, связан с планомерной работой архитектурно-планировочных бюро, которые на основе научно-методических разработок осваивают весь реестр колоритов, возможных в современном интерьере. Ориентируясь на их достижения, проектируют предметное наполнение среды, художественный текстиль и даже костюм. Контрастные цвета гладкой мебели, декоративных тканей и обоев используются для зонирования помещений. Роль фактурно-орнаментального наполнения в таких интерьерах берет на себя текстиль (занавесочные ткани различных переплетений, напольные покрытия, ковровые композиции со сложным рельефом, штучные текстильные изделия для кухонь, спален, детских и ванных комнат и др.). Современные красители позволяют получать волокна и полотна с немыслимой ранее насыщенностью цвета, а ткацкое оборудование — создавать структу-

ры, активно усиливающие «игру света и цвета» при прохождении через ткань солнечных или иных лучей. В определенных ситуациях ткань может ярко светиться или образовывать ровный насыщенный фон, на ней может «высвечиваться» орнамент как по всей ее плоскости, так и необходимыми для общего колорита участками. Имеется технологическая возможность проектирования таких тканей, контрастные цвета на которых будут «проявляться» попеременно.

Контрастные цвета в предметном наполнении интерьерной среды наиболее широко используются при проектировании мебели и кухонной посуды. Красного цвета стулья из обихода русских крестьян прочно заняли место в интерьерах новомодных кухонь и общественных интерьерах. Контрастных цветов, орнаментированная и локально окрашенная, посуда усиливает гармонию контраста мебели и текстиля. Орнаментация посуды традиционно коррелируется с орнаментацией текстильных изделий, а в ряде случаев текстильный орнамент прямо «переходит» на внешнюю сторону посуды. Белые или ярко голубые «горохи» по красному фону, клетчатый тканый орнамент из контрастных друг другу нитей с середины прошлого века используются в декоре посуды. Высокая степень технологического исполнения современных рисунков только подчеркивает устойчивую тенденцию. То же самое можно сказать и о «горохах», и «клетке» в костюмных тканях, которые запомнились нам по творчеству великих французских модельеров XX века и развитию их идей в России. Но модельеры — особый случай, и их идеи часто предвосхищали развитие стилевых изменений во всей сфере предметного творчества. Можно сказать, что их восхищение яркими цветами, полученными на синтетических тканях, вошедших в жизнь в начале второй половины XX века, постепенно изменяло и изменяет колорит в дизайне вплоть до наших дней.

Третий путь, связанный с введением в проектное русло интуитивных ощущений коллизий современной жизни молодежи, — наиболее сложный и методически малоосвоенный. В России по нему пытаются идти студенческие коллективы, в которых собираются апологеты различных течений и субкультур. Контрастность чувств, поступков, характерная для молодежи, способны привести и приводят к неординарным творческим решениям. Необходимо отметить, что поиски идут по всему спектру проявлений постмодернизма. Анализ сделанного за последние годы в творческих вузах Москвы позволяет говорить о глубоком проник-

новении идей постмодерна в молодежный дизайн. Постмодернизм — постсовременность, с его отказом от господства тотальности (единообразия), экономического принципа полезности, ориентации на новые, еще не сформировавшиеся культурные ценности, отказ от европоцентризма способствовал появлению множества проектов и экспериментальных моделей, направленных на деструкцию и деконструкцию созданного ранее. Появились причудливые «миксы» из опыта «запада» и «востока» в коллекциях одежды, интерьерных и экстерьерных проектах. Поскольку работа ведется в вузах, то для того, чтобы сделать новый шаг вперед — свой «молодежный» или «бунтарский» шаг, студенты вернулись к использованию знаний начальной стадии обучения, то есть к экспериментам в архитектонике. Так на подиумах «зашагали» коллекции из объемных геометрических тел, раскрашенных в контрастные цвета, появились такой же цветовой гаммы интерьеры, лишенные обычного для законопослушного европейца предметного наполнения. Иначе говоря, «старое» разбиралось на составляющие — первичную форму и основные цвета. «Сборка» нового из полученных элементов «смыслового поля» шла часто интуитивно, с массой тупиковых вариантов, но смысла значительно обновить проектный язык как в понимании новой формы, так и графического языка. Например, в костюме произошло упрощение кроя и внедрение новых, «запоминающих» свои первоначальные параметры полотен, позволяющих восполнить утрату конструкторских ухищрений, а орнамент изменился в сторону орнаментального заполнения поверхности «текстом» из простейшей геометрии, имеющим свою семантику [15]. И это семантическое наполнение, скорее, ближе к родоначальникам абстрактного искусства, чем к историческим орнаментам. Мы думаем, что постмодерн катализировал обновление орнамента, позволив «встроить» его в процессы, идущие внутри того, что мы называем графическим дизайном. «Разрушение» древних языковых кодов, имеющихся в историческом орнаменте, конечно, может иметь только ограниченный временной характер, но оно позволяет нащупать пути его существования в мире XXI века, пусть даже со значительной долей ироничности. «Уход» от конструкции неизбежно усиливает роль графической организации в виде скрытой или явной орнаментальности. На данный момент истории она достаточно лаконична и агрессивна. В проектных поисках молодых дизайнеров контрастный «декор» очень часто наносится на любые объекты, невзирая на логику форм, стирая многие

грани, которые раньше считались конструктивно или психологически обоснованными. Этот декор может иметь значительное шрифтовое наполнение как осмысленного, направленного на прочтение зрителям содержание, так и нарочито бессмысленный эпатирующий характер. Роль текста часто заменяется фотоизображением конкретной личности, в том числе, и самого носителя такого костюма. Однако не может не радовать то, что молодые дизайнеры усвоили азы цветоведения, преподанные им в базовом учебном вузовском курсе и в своих деконструкциях, и поисках нового языка орнамента успешно применяют, пусть даже на уровне подсознания, законы гармонических сочетаний контрастных и родственно-контрастных цветов.

Начиная с 2017 года возможности орнаментальных композиций, построенных на основе контрастных цветовых сочетаний, планомерно изучаются в Межкафедральной лаборатории ткачества и арт-проектирования РГУ им. А.Н.Косыгина. Работа проводится как в плане использований символики контраста, так и в плане использования теории контраста в художественной практике. Контрасты исследуются по двум группам — ахроматический (световой) и хроматический (цветовой). В каждой из названных групп выделяются и лабораторно изучаются три вида контраста: одновременный, последовательный и пограничный. Проведенные в лаборатории исследования показали их высокий проектный потенциал, высветили оригинальные методы практических действий.

Повышение выразительности любого художественного творения проводится на основе контраста, обусловленного проектной идеей. «Отсутствие контрастов неизбежно порождает вялое, серое, скучное произведение» [16, с. 50]. Выразительность контрастов проявляется посредством ритма. Таким образом, контрастный орнаментализм, являющийся универсальным методом как формальной, так и образной организации, поможет определить направления творческих действий в кажущемся хаосе искусства постмодернизма.

Библиография:

1. *Арбат Ю.А.* Русская народная роспись по дереву. М.: Изобразительное искусство, 1970. 199 с.

2. *Арбат Ю.А.* Светлый север. Вологда: Северо-Западное книжное издательство, 1970. 287 с.

3. *Горина Т.С.* Народные традиции в моделировании одежды. М.: Легкая индустрия, 1974. 184 с.

4. *Чекалов А.К.* Основы понимания декоративно-прикладного искусства. М.: Издательство Академии художеств СССР, 1962. С. 53–55.

5. *Розенталь Р., Ратцка Х.* История прикладного искусства нового времени. М.: Искусство, 1971. 240 с.

6. *Яковлева Н.Д.* Воздушная роспись. Основные методы и приемы. М.: Мир книги, 2006. 94 с.

7. *Космоски Дж.* Автомобильная аэрография: трюки и спецэффекты. М., 1999. 96 с.

8. *Аронов В.Р.* Художник и предметное творчество. М.: Советский художник, 1987. 232 с.

9. *Аронов В.Р.* Концепции современного дизайна. 1990–2010. М.: Арт-проект, 2011. 224 с.

10. *Поносов И.* Искусство и город. М., 2016. 208 с.

11. *Салтыков А.Б.* Самое близкое искусство. М.: Просвещение, 1968. 295 с.

12. *Бесчастнов Н.П.* Воспоминания. Личный архив Н.П.Бесчастнова.

13. *Циен-Ойдов Батсайхан, Бесчастнов Н.П.* Монгольские ковры. М.: РИО МГУДТ, 2016. 231 с.

14. *Бесчастнов Н.П., Ковалева О.В., Стор И.Н.* От фактуры к орнаменту: традиционные и инновационные технологии в построении современных орнаментов «оттеночного типа» // Вестник МГХПА. 2018. № 3. С. 250–257.

15. *Ковалева О.В., Лобанов Н.А.* Материал как отправная точка формообразования // Строгановские чтения 2018, Материалы международной конференции «Материал — технология — форма как универсальная триада в дизайне, архитектуре, изобразительном и декоративно-прикладном искусстве» / МГХПА им. С.Г.Строганова. 2018. С. 433–436.

16. *Кибрик Е.А.* К вопросу о композиции // О композиции: Сб. статей. М.: Советский художник, 1959.

Е.С. ШЕРСТОБИТОВА
Соискатель ученой степени кандидата искусствоведения, Южно-Уральский государственный университет
e-mail: ekaterina.sherstobitowa@yandex.ru

E.S. SHERSTOBITOVA
Applicant for the degree of candidate of art, South Ural State University
e-mail: ekaterina.sherstobitowa@yandex.ru

МАСТЕРА РУКОПИСНОЙ КНИГИ НА СЛУЖБЕ У СТРОГАНОВЫХ (XVI — ПЕРВ. ПОЛ. XVII В.): К ПРОБЛЕМЕ АВТОРСКОГО ТВОРЧЕСТВА

THE MASTERS OF MANUSCRIPTS, CREATED FOR STROGANOVS: A PROBLEM OF AN UNIQUE ART

Статья посвящена орнаментальному творчеству выдающихся мастеров древнерусской книги братьев Басовых. Художники-знаменщики оформляли рукописи в старопечатном стиле, развивая его традиции. Двое из них, Стефан и Федор, около 10 лет выполняли книжные заказы Строгановых, для которых создавали орнаментику не только на основе образцов, но и ее авторские варианты.

The author of the article researches the ornamentation made by the outstanding and talented masters of the old Russian book Stefan and Feodor Basovs. The drawing-artists created old-printed style headpieces and developed traditions. The brothers Stefan and Feodor created for orders Stroganovs for 10 years and their ornamentation was based on samples and unique technics.

Ключевые слова: художники-знаменщики, заставки, старопечатный стиль, Стефан Басов, Федор Басов, Строгановы.
Keywords: drawing-artists, headpieces, old-printed style, Stefan Basov, Feodor Basov, Stroganovs.

Тонкие ценители искусства Строгановы, организовавшие в своих владениях мастерские, уделяли особое внимание развитию книгописного дела. К проблеме существования скриптория во владениях знаменитой династии неоднократно обращались ученые, исследуя памятники книжности и высказывая различные гипотезы. Особый вклад внесли Н.А.Мудрова [7, 8, 9], Н.П. и Н.В.Парфентьевы [10, 12], Н.С.Серегина [20, 21] и др. Исследователи основывались на изучении содержания рукописей, филиграней и качества бумаги, отмечали характерные авторские особенности в творчестве работавших для них мастеров. И хотя на сегодняшний день нет прямого документального подтверждения существования скриптория, все же ряд книжных памятников, исполненных по заказу Строгановых, имеет схожие черты.

К работе вотчинники привлекали лучших мастеров своего времени. Среди них в конце XVI — начале XVII в. были выдающиеся писцы и художники-знаменщики братья Федор и Стефан Басовы. Родом из Твери, они, вероятно, здесь овладели основами книжно-рукописного искусства вместе с третьим братом Гаврилой (по прозвищу Иван). Послесловия выявленных исследователями рукописей, исполненных братьями Басовыми, свидетельствуют, что с середины 1580-х гг. мастера работали над перепиской и оформлением книг в Москве. Стефан, Федор и Гаврила, несмотря на то, что в качестве образцов на раннем этапе творчества использовали одни и те же печатные издания, индивидуально развивали традиции старопечатной орнаментики.

Гаврила Басов, покинувший Москву в 1590-е гг. и вернувшийся сначала в Тверь, а затем поселившийся в селе Клементьеве, имел отличную от братьев манеру оформления рукописей. С раннего периода он стремился к созданию красочных заставок с применением золота, что ярко проявилось в его произведениях первой трети XVII в. Эта особенность орнаментального искусства мастера получила развитие под влиянием традиций украшения рукописей скриптория Троице-Сергиевой обители, где он, возможно, пребывал. В это время Гаврила обращался к неовизантийским мотивам, также получившим распространение в мастерской монастыря. Однако в преобладающем числе исполненных Гаврилой декоративных украшений проявилась авторская интерпретация традиций старопечатного стиля.

Братья Стефан и Федор Басовы, оставшиеся в Москве, напротив, создавали заставки цветом чернил, подражая печатным книгам. Их

заказчиками были различные лица, к примеру, среди них были: московские жители Ондрей Шокин, Деомид Дементьев и митрополит Дионисий. С 1589/90 г. Стефан и Федор начинают плодотворно работать для Строгановых. Первыми исполненными для Никиты Григорьевича рукописями стали: «Архиерейский чиновник» [5], «Пролог» в двух томах [18], комплексы «Миней» [17] и «Триодей» [16]. Всего на сегодняшний день выявлено 20 рукописей, созданных при участии Стефана и Федора Басовых для Строгановых.

Объем выполняемых заказов свидетельствует о том, что в начале XVII в. Строгановы стали основными заказчиками братьев. Н.П.Пафрентьев установил на основе исследований Т.В.Анисимовой, что Стефан ежедневно работал на Никиту Григорьевича. Интересно, что в послесловии к первой из книг («Пролог» [18], 1589/90 г.), выполненной для Н.Г.Строганова, заказчик превозносится, писец (Стефан) желал «душевного ему спасения и многолетнаго здравия» и т.д., а в дальнейшем послесловия отсутствовали. В этой связи Н.П.Парфентьев предположил, что, возможно, с этого времени Стефан и Федор создавали книги непосредственно в скриптории, организованном Строгановыми. С ростом заказов братья Басовы даже могли перебраться на московское подворье Никиты Григорьевича, образовав там свою мастерскую. Но, так как заказчик постоянно проживал в Сольвычегодске, мастера, вероятно, также во второй половине 1590-х гг. находились и работали здесь [10, с. 50].

Стефан и Федор Басовы оформляли рукописные книги в получившем в это время распространение старопечатном стиле. Его отличительной чертой было изображение преимущественно в подражание гравюрам черно-белых трав, цветов, шишек, плодов и других растительных элементов.

Применив предложенный Н.П.Парфентьевым для искусствоведческого исследования орнаментики новый метод — элементно-структурный [11], мы можем определить заимствованные и авторские элементы в творчестве древнерусских мастеров, работавших для Строгановых. На основе этого мы выделяем три принципа создания заставок.

Первый из них исходит из повторения композиционного и образного строя печатных книг. Результатом его применения стало создание подобных печатным образцам орнаментальных украшений. Второй принцип заключается в переосмыслении образца. При этом художник-знаменщик копирует общее композиционное решение или

элементы, но вносит изменения в отдельные фрагменты. Третий принцип в контексте изучения средневековой древнерусской культуры предстает наиболее ценным и интересным. Им стало проявление авторских особенностей, прежде всего через создание оригинальных вариантов старопечатной орнаментики. В данной статье мы остановимся на раскрытии третьего принципа в искусстве братьев Стефана и Федора в рукописях, исполненных ими для Строгановых.

Итак, создавая авторские заставки, Стефан Басов руководствовался двумя методами. Согласно первому, он перенимал композиционное решение первопечатных изданий (например, расположение стеблей, организующих структуру), но вводил новые элементы. Второй способ в искусстве мастера выражен, напротив, копированием компонентов из образца и изменением его пространственного построения. К примеру, Стефан за основу заставки брал излюбленный мотив старопечатной орнаментики (возникший в печатном «Апостоле» 1564 г. И.Федорова и П.Т.Мстиславца) — элемент, изображенный в центре, с извивающимися по обе стороны от него листьями. Мастер изменял образец, помещая в качестве основного компонента авторский элемент (коническую и каплеобразную шишки, круглый плод, авторские формы сосудов, сложный лист и шишку над ним), а также варьировал форму листьев и узор прожилок.

Несколько авторских композиций, созданных Стефаном, отражают отсутствие приемов заимствования. Они исполнены в четырех рукописях. Работая в мастерской, организованной Строгановыми в Сольвычегодске, по предположению Н.П.Парфентьева, Стефан был привлечен, как и Федор, к переписке и украшению певческих рукописей [10, с. 51]. Исследователь атрибутировал Стефану книгу «Праздники и Октоих певческие» [4], создававшуюся в 1605–1606 гг. по заказу Андрея Семеновича Строганова [10, с. 55]. В ней, а также в «Часослове» [13] и четвертом томе «Псалтыри толковой» [14] Стефан исполнил по одной авторской заставке. В еще одной книге — «Апостоле Толковом» [15] — мастер создал 60 различных композиций. Именно в этой рукописи мы находим наибольшее число авторских примеров.

В искусстве Стефана Басова мы выделяем несколько типов композиционных решений. Первый построен на основе сочетания окружностей, образованных закручивающимися стеблями. Внутри них помещены растительные элементы. Другим способом организации за-

ставки стало деление пространства заставки на геометрические секции линиями и наполнение их компонентами. Третий тип объединяет два выше обозначенных способа внутреннего построения композиции: в одной заставке присутствуют окружности, заданные стеблями, а также замкнутые области, созданные прямыми или дугообразными линиями.

Конечно, оригинальность авторским примерам в искусстве Стефана Басова придавали и отдельные компоненты. Преимущественно ими стали элементы, исполненные с явным влиянием образцов. Помимо шишек и плодов, важное значение в композициях художника-знаменщика приобрели листья как компоненты, не только заполняющие пространство, но и первостепенные. В творчестве Стефана мы находим даже изображенный им лист в окружности. Хотя данный прием возник еще в орнаментике нидерландского гравера И.ван Мекенема и встречался в первопечатных книгах («Апостоле» 1564 г. И.Федорова и П.Т.Мстиславца), Федор и Гаврила его не применяли, что свидетельствует о самостоятельности мышления каждого из братьев. Равнозначность композиционной роли листьев и других элементов (шишек и плодов) также стало характерной особенностью проявления авторства в творчестве Стефана Басова.

Мастер Федор Басов также исполнял авторские заставки. Его варианты орнаментики сочетают различные комбинации элементов, причем не только заимствованных из печатных образцов (им прежде всего был в творчестве Федора «Апостол» И.Федорова и П.Т.Мстиславца), но и их переосмысливающих. Кроме того, мастером вводились в композиции оригинальные компоненты, среди которых были не только растительные, но и зооморфные.

Структура заставок Федора организована направлениями изображенного стебля, извивающимися листьями с центральным элементом (шишкой) или делениями линиями на замкнутые геометрические формы, как и в искусстве Стефана. Однако в творчестве Федора мы наблюдаем большую размеренность, упорядоченность и точность построения композиции. Помимо традиционных заставок прямоугольной формы, мастер разрабатывал и другие, ставшие авторскими: т-образную и организованную двумя смыкающимися треугольниками, образующими катетами боковую и нижнюю границы.

Создавая авторские типы элементов, Федор вводил в композиции различные варианты плодов, цветов, вазы и почти не встречаемые в других книгах старопечатного стиля образы животных (зверей и птиц).

Интересно, что зооморфные мотивы во многих случаях становились композиционным центром заставки, занимая главенствующее положение.

Авторское искусство Федора на протяжении всего изучения его творчества привлекало ученых еще одним примером, а именно — созданными мастером на листах-фронтисписах изображений фантастических древ с плодами, шишками и различными животными обитателями. Эти изображения характерны только для рукописей, вышедших из Строгановской мастерской [11, с. 31]. Они не встречаются в других книгах. В этой связи стоит обратить внимание на оформленные Федором певческие книги — два «Стихираря» [3, 19] и «Ирмологий» [6], а также знаменитый «Книгописный подлинник» [2], созданный при участии местного писца Варлука в 1604 г. и содержащий, помимо образцов письма, орнаментальные украшения, среди которых были и древа. Рукопись, вероятно, предназначалась для малоопытных и профессиональных книгописцев и художников-знаменщиков.

Таким образом, авторство мастеров, плодотворно работавших для Строгановых, братьев Стефана и Федора Басовых проявилось в следующем: в создании заставок, разнообразных в композиционных решениях (простых и сложных, симметричных и асимметричных), часто уникальных; включении самобытных элементов орнаментики; комбинации авторских и переосмысленных приемов.

Воплощение данного принципа свидетельствует о развитии сложившихся традиций старопечатного стиля и проявлении авторского начала в средневековом древнерусском орнаментальном искусстве.

Библиография:

1. *Анисимова Т.В.* Рукописи московских писцов братьев Басовых (80-е годы XVI – начало XVII в.) // От Средневековья к Новому времени. Сб. статей в честь О.А.Белобровой. М., 2006. С. 587–608.

2. Архив СПбИИ. РАН. Ф. 115. № 160.

3. БРАН. Строг. № 44.

4. ГИМ. Щук. 51.

5. ГИМ. Щук. 563.

6. ГРМ. Др. Гр. № 19.

7. *Мудрова Н.А.* Библиотека Строгановых (вторая половина XVI – начало XVIII в.). Екатеринбург: УрО РАН, 2015. 540 с.

8. *Мудрова Н.А.* Каталог сохранившихся книг именитых людей Строгановых // Книжные собрания российской провинции: проблемы реконструкции. Екатеринбург, 1994. С. 33–74.

9. *Мудрова Н.А.* Провинциальные и столичные тенденции в книгописании Строгановых во второй половине XVI – первой половине XVII века // Книга и литература в культурном пространстве эпох (XI–XX века): сб. науч. ст. Новосибирск, 2011. С. 137–153.

10. *Парфентьев Н.П.* О Строгановской мастерской книжно-рукописного искусства XVI–XVII вв. // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Сер. Социально-гуманитарные науки. 2008. Вып. 10. С. 43–62.

11. *Парфентьев Н.П.* Творчество книгописцев и художников-знаменщиков братьев Басовых (1580–1630-е гг.) // Вестник Южно-уральского государственного университета, 2014. Т. 14. № 3. С. 23–48.

12. *Парфентьев Н.П., Парфентьева Н.В.* Усольская (Строгановская) школа в русской музыке XVI–XVII вв. Челябинск, 1993. 347 с.

13. РГБ. Ф. 98. № 439.

14. РГБ. Ф. 98. № 523.

15. РГБ. Ф. 98. № 574.

16. РГБ. Ф. 98. № 1114.

17. РГБ. Ф. 247. № 829.

18. РГБ. Ф. 256. № 323.

19. РНБ. КБ. № 586/843.

20. *Серёгина Н.С.* Об особенностях содержания и оформления певческих книг строгановского скриптория // Проблемы изучения традиционной культуры Севера: (К 500-летию г. Сольвычегодска). Сыктывкар, 1992. С. 45–48.

21. *Серёгина Н.С.* Певческие рукописи из книгописной мастерской Строгановых конца XVI — первой половины XVII в. // ПКНО, 1986. Л.: Наука, 1987. С. 202–209.

И.А. ЮДКИН

Аспирант. Преподаватель кафедры «Рисунок и живопись». Московский политехнический университет. Институт графики и искусства книги имени В.А.Фаворского
e-mail: kinig89@gmail.com

I.A. YUDKIN

Post-graduate student. Teacher of the department «Drawing and Painting». Moscow Polytechnic University. Institute of graphics and art books named after V.A.Favorsky
e-mail: kinig89@gmail.com

КЛАССИЧЕСКАЯ ПЕЧАТНАЯ И ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНАЯ КНИГА. LIVRE D'ARTISTE И КНИГА ХУДОЖНИКА

CLASSIC PRINT AND EXPERIMENTAL BOOK. THE LIVRE D'ARTISTE AND ARTIST'S BOOK

В статье livre d'artiste (книга художника) рассматривается в контексте сравнения с книгой футуристов. Этому способствует временная близость двух явлений в искусстве — начало XX века. Предпринимаются попытки выявить общие закономерности, проследить принципиальные отличия экспериментальных книг.

In the article Livre d'artiste (artist's book) is compared with the book of Futurists. As these two art phenomena were approximately at the same time — at the beginning of the XX century. Attempts are being made to identify general patterns, to trace the fundamental differences between these experimental books.

Ключевые слова: книга художника, книга футуристов, экспериментальная книга, печатная графика XX века.
Keywords: artist's book, livre d' artiste, futurist book, experimental book, printed graphics of the XX century.

Чтобы понять вероятные пути развития многообразного жанра livre d'artiste и родственного ему жанра книги художника, вектор ее

эволюции в будущем, именно в качестве печатной книги, оставляя до времени ее слияние с искусством актуальным и концептуальным, необходимо проследить связь классической наборной книги с книгой экспериментальной. Книге как материальной форме и культурному явлению посвящено множество серьезных исследований, и, хотя тема эта неисчерпаема, в своем исследовании, я, отталкиваясь от них, рассматриваю их именно в контексте livre d'artiste и книги художника.

Главной функцией книги, начиная со свитков и глиняных табличек, а в дальнейшем кодекса, является хранение и активная передача текстовой информации (коммуникативная функция). Смена эпох, изменения материалов, воздействие различных факторов на книгу не нарушали доминирующего положения коммуникативной функции бумажной книги до развития компьютерных технологий, появления электронных носителей. К концу XX — началу XXI века бумажная книга приходит к кризису. Появление и дальнейшее техническое совершенствование электронных носителей привело к значительному сокращению тиражей бумажных изданий во всем мире. Главная функция книги начинает эффективно реализовываться на иных носителях, имеющих несомненное преимущество в объеме, способах распространения, экономических факторах и др. Становится очевидным, что культура книги (в виде привычных нам печатных изданий крупной и средней тиражности) уходит в прошлое, неизбежно передав весомую часть своих визуальных форм на новые носители. Господствовавшее в культуре формально-логическое мышление потеснилось, уступая место иным формам сознания.

Качественно новая форма коммуникативного источника, следующая после кодекса, электронная книга, не является формой как таковой, а закономерной частью виртуального социального пространства, сохраняя в большей степени по инерции некоторые характерные признаки и черты книги бумажной. Так, следуя рассуждениям Марка Раца, книга — явление естественно-искусственное, историческое, нерасторжимое единство формы и содержания. Электронная форма фиксации текста является скорее послекнижной формой существования и функционирования содержания [1, с. 87].

Со второй половины XX века получение основной массы информации перестраивается на невербализованный, недискусивный вид, и этот процесс еще не закончился, возможные формы, которые он обретет, трудно прогнозировать из-за влияния множества факторов. В

этой связи жанры livre d'artiste, книга художника, artists' books (либо book arts), в отличие от традиционной печатной книги, способны органично развиваться в этот период становления новых форм, принципов и связей слова и изображения. Основания для развития бумажной книги в XXI веке заключаются не в том, чтобы сохранить материализованную форму организованной системы, «совокупности средств аккумуляции информации» — ее заменят виртуальные средства коммуникации; не в том, чтобы сохранить книгу как полифункциональный предмет материальной культуры — тогда ее место неизбежно окажется в музее. «Рассматривать книгу как культурное достояние и в этом качестве сохранить её, как защищают памятники старины для того, чтобы сохранить их в будущем, — всё это было бы, вопреки ожиданиям многих друзей книги, верной её могилой: её похоронами в музее, — замечает Армин Грунвальд. — Книга может сохраниться как живое средство передачи информации только в конкуренции с электронными средствами информации, но не в качестве дотируемого, роскошно изготовленного музейного экспоната» [2, с. 63]. Грунвальд рассуждает также о том, что такое превращение книги могла бы породить ностальгия, страх перед изменением привычек и стиля жизни, то есть консерватизм культуры.

Если вести речь о переходе от книги к компьютеру как о революции, то можно провести аналогию с еще одной революцией в истории изобразительного искусства — рождением фотографии. Изобретение фотографии в XIX веке было воспринято неоднозначно, в том числе, как угроза устоявшимся художественным традициям, нарушающая монополию художника на создание изображения. Художники отводили новому изобретению место «служанки науки и искусств», оценивая его прикладные технические возможности, такие как создание репродукций или возможность лучше изучить натуру [3, с. 80]. Собственно, в начале своего пути фотография и была средством фиксации, репродуцирования — неподвижный съемочный аппарат просто регистрировал изображаемое. Фиксация движений в фотографии, а затем и в кино, не являлась художественным путем; проблема сводилась не к движению персонажа внутри изображения, а к смене планов (решенная с изобретением раскадровки) [4, с. 137]. Живопись для фотографии явилась ориентиром в формировании художественно-эстетического языка, сейчас весь исторический художественный опыт организации пространства в книге, в материале, используется в организации информации в элек-

тронных носителях. Графическая форма представления информации на дисплее копирует или имитирует форму книги (если не повсеместно, то в частностях). Фотография взяла на себя функцию работы с реальностью, ее стали воспринимать как изобразительный факт, то есть как наиболее достоверное изображение. Живопись начала постепенно уходить от копирования действительности (освобождение), развивать иные выразительные средства, не скрывая их за оболочкой узнаваемых образов. То есть рождение и последующее развитие фотографии, а со временем доступность все большему числу людей предопределили разделение двух искусств на разные векторы развития. В этой истории есть определенные параллели с переходом от бумажной (материальной) книги в электронную, но и отличия нельзя игнорировать.

Переосмысление цели создания, многослойного производства бумажной книги, печатного слова и изображения необходимо. Книга, начиная с изобретения книгопечатания, превращается в такой же универсальный способ материализации текста, как и другие способы материализации других фактов и элементов культуры. А с XX века книга стала универсальным фактором материализации, локализации и фиксации культуры. В нее можно превратить все, что соответствует пониманию глобальной информации, и она теряет от этого свое специфическое значение. Потеряв свою конкретность, становясь все более универсальным объектом переноса культуры от поколения к поколению или из региона в регион, она становится легко заменимой. Бумажная книга, частично лишенная главенства коммуникативной функции, продолжает свое развитие в функции эстетической, пластической (которая выходит на передний план в livre d'artiste, в artist book, в книге художника), где она продолжает идею культуры как опыта истолкования смысла, измерению действительности. Эстетическая функция книги, прежде следующая за коммуникативной, становится ведущей, особенно явно начиная с изданий Воллара во Франции, также книг футуристов в России, то есть этот процесс возник не по причине развития новых носителей информации, но получает с последними значительный стимул и новый смысл. Книга в этом жанре становится не столько средством накопления информации, сколько объектом культуры, предметом роскоши (свидетельство социального статуса), средством накопления [5, с. 73]. Товаром становится не информация в ней заключенная, а сама книга как вещь. Бумажная книга как объект, как целостное произведение искусства, существовала в раз-

ных формах с момента своего возникновения. График В.А.Фаворский, художник Л.М.Лисицкий, книговед В.Н.Ляхов рассматривали специфику книжной организации во взаимодействии функционального и эстетического (гармонический синтез пользы и красоты) [6, с. 6], книга — как сложный синтез искусств, эстетически осознанная целостность.

С другой стороны, при столь значительной смене приоритетов (от коммуникативной до эстетической функции) книга как объект искусства станет, как всякое искусство, предметом, интересным лишь узкому кругу людей (библиофилы, художники, люди, так или иначе связанные с искусством). Широкий круг людей вполне удовлетворится электронными версиями текстов, которые, в случае необходимости, можно распечатать (в дальнейшем развитии технологий электронных носителей потребность в этом будет сокращаться).

С толкования термина «livre d'artiste» и его отношения к термину «книга художника», как нередко замечалось и прежде [7, с. 11], начинается множество исследований жанра. Я фокусируюсь на явлении, имеющим более отчетливые границы — livre d'artiste — определенного типа книги, зародившейся во Франции в начале XX века, являющейся центральной темой моего исследования, в связи с ее противоречивой близостью к традиционной книге, книге библиофильской, но, с другой стороны, имеющую ценность самостоятельного произведения искусства (не столько ценность историческую — антикварная книга, сколько пластическую) и потому имеющей предпосылки (потенциал) дальнейшего самостоятельного развития (гармоничного существования) в техногенную эру.

Отличие livre d'artiste от «книги художника», которая существует и развивается сегодня, довольно существенны. Но стоит начать с отличий первой от книги русских футуристов, из-за их временной близости в начале своего развития (первая livre d'artiste — 1900, а первый сборник, целиком состоявший из произведений представителей новой поэзии, — «Садок судей», 1910). Между ними прослеживается непрямая оппозиция. С одной стороны, высокая изысканность и богатство библиофильской livre d'artsite, с другой — подчеркнутая самодельность, стремление эпатировать буржуазную публику — у книги футуристов. Футуризм декларировал разрыв со старым искусством на глубоком архетипическом уровне, прямо проповедуя «дикарство» [8, с. 29]. Эта позиция выделяла футуристов из ряда «бунтовщиков» прежних поко-

лений. Художники-живописцы, начинающие работать с livre d'artiste, были далеки от подобных устремлений, но в изданиях отражалась их приверженность тому или иному пути (символизм Боннара, кубизм Пикассо, сюрреализм Дали и др.) и авторскому видению, индивидуальной творческой эволюции. Ощутимые различия были и в работе со словом, отношением к нему. Почти все футуристы были поэтами (исключение — Ларионов и Гончарова) и вели активную литературную деятельность. Они представляли собой «тип универсальной творческой личности художника-поэта, художника-конструктора» [8, с. 31]. Эта характерная особенность важна для понимания отношения слова и изображения в книге футуристов. Футуристы, как и кубисты, экспрессионисты, сюрреалисты, искали новый язык искусства, но не только изобразительный, но язык как таковой. А для живописцев, поэтов, скульпторов, издателей в Париже книга стала средой профессиональной коммуникации.

«Мы же думаем, что язык должен быть прежде всего языком, и если напоминать что-либо, то скорее пилу или отравленную стрелу дикаря» [9, с. 50].

Идея синтеза искусств играла значительную роль и там и там, но привела к возникновению разнотипных явлений. Идея возникновения нового универсального художественного и коммуникативного языка лежит в основе футуристических опытов в России и изданий Воллара, Канвейлера, а затем и многих других издателей западной Европы. Но язык футуристов понимался его адептами в том числе на уровне бытового, предметного мира, «структурой самой реальности» [8, с. 51], а создатели livre d'artiste не претендовали на универсальность в глобальном значении. Также, например, отличались символизм и футуризм, — символизм понимал синтез как способ создания избранного круга «демиургов», футуризм искал синтеза как способа объединения широким масс людей, как отмечает П.Е.Родькин в своей работе «Книжная графика русского футуризма».

Возникновение такого явления, как livre d'artiste в России, было невозможно из-за исторического контекста. Дорогая в изготовлении малотиражная «книга живописца» (livre peinture) была неуместна и идеологически не верна после революции 1918 года. Это объясняет, что российский зритель познакомился с ней уже значительно позже, в наше время, благодаря усилиям частных коллекционеров, выставкам Музея «Книга художника» в Санкт-Петербурге, в ГМИИ им. Пушкина в Москве и др.

Связь между двумя экспериментальными жанрами происходит на уровне отношения «художник — книга», в обоих случаях перевернута формула, согласно которой художник работает на книгу [10, с. 6]. Но принципиальное отличие заключается в том, что в французской практике сохраняется разделение функций: издатель — художник — печатник, а современная книга художника может выполняется одним человеком и не обязательно художником. Конструкция современной книги художника может быть практически любой формы — эта надматериальность создает некоторую неловкость определения, когда книгой художника можно назвать любой объект, в который вмешалась воля автора, при умении его убедительно подать. С другой стороны, нельзя не отметить свободу возможного высказывания (жеста), практически безграничную область поиска — возможно, пластического, или все же концептуального?

«Livre d'artiste родилась как издательский проект, и она в первую очередь ориентирована на арт-рынок. В то время как Книга художника это, как правило, инструмент для художественного жеста» [11, с. 15]. Если книга художника — инструмент для комплексного высказывания, то есть сложного сообщения, это кажется закономерным для искусства с конца XIX века, и особенно ярко проявилось с века двадцатого до сегодняшнего дня, когда манифесты, идеи, концепции начали занимать лидирующее место, становясь даже важнее объекта, который на них опирался. В этом понимании издания livre d'artiste находятся в некоторой оппозиции с современной книгой художника, и дело не только в разной целевой аудитории, арт-рынке. В данном случае возникает оппозиция искусства, пластического (которое сейчас принято называть традиционным) и синтетического, в котором связующим становится, как это ни противоречиво, слово (сообщение/идея/жест/концепция/выражение — можно подобрать множество разных по оттенку обозначений). И это особенно интересно, учитывая, что словом в книге художника располагают очень свободно.

«Книга художника — это книга, принадлежащая сфере искусства в межкультурном пространстве, отличающемся от обыденной жизни, регулируемой рациональным порядком, соглашениями и языком» [12, с. 1]: такую трактовку предлагает Хеннинг Миттендорф. Но она в равной степени подходит и авторской книге, уникальной книге, livre d'artiste, artist book.

В первых livre d'artiste отчетливо прослеживается связь с классической книгой. Используется наборный шрифт, текст в книге худож-

ника мыслится, еще по инерции, текстом-познания, обращенным к миру безличного адресата.

Экспериментальная книга опирается на наборную книгу в конструкции, в элементах зрительной навигации внутри книги (колонцифры, колонтитулы в livre d'artiste имеют облик пронумерованных листов), в оформлении титульных листов, использовании футляров для защиты листов от повреждения и тд., то есть сохраняет ориентацию на базовые потребности в удобном и экономичном способе передачи информации. В композиции полосы книг, изданных Амбруазом Волларом, сохраняется традиционное для классической наборной книги распределение текста на листе в строгом порядке с учетом особенностей зрения человека.

Livre d'artiste сейчас существует в двух формах восприятия: как собственно книга, единый целостный ансамбль для очень узкого круга людей, и как изобразительный ряд отдельных листов, имеющих, однако, некоторую последовательность, но уже не в форме книжного блока, на выставках и галереях. И такая двойственность возникла вместе с новым жанром, а не появилась в процессе его становления, т.е. она была заложена изначально, даже на уровне конструкции.

Модель наборной книги как системы можно сравнить с экспериментальной книгой. В основе системы наборной книги находится письменный текст, обслуживается функциональными «службами»: Смысловой организации текста; Материально-конструктивной организации книги; Зрительной ориентировки; Наглядной информации [13, с. 242]. В книге художника текст и изображение идут несоподчиненными, а автономными путями, на уровне смысла. Письменный текст передает и дает возможность толкования смысла, предохраненный от манипулятивного влияния ярких изобразительных образов из за достаточно косвенной связи последних с его содержанием. Но livre d'artiste, в тоже время, — не письменный текст, а графика в книжной оболочке, цельная внутри этой неожиданной для себя системы (неожиданной в рамках этой автономности).

Livre d' artiste, по мнению крупного коллекционера и куратора выставочных и образовательных программ «Livre d'artiste» в ГМИИ им. А.С.Пушкина Б.М.Фридмана, представляет собой больше чем новый для XX века жанр книги, самостоятельное направление в искусстве, затрагивающее временной промежуток с 1900–1980 годы.

«Есть ли сегодня работы в этом жанре? Да, есть. Как, скажем, супрематизм — это конкретный отрезок времени, но и современные ху-

дожники работают в этом стиле. Тот же Эдик Штейнберг работал в стиле супрематизма. Так и в livre d'artiste — современные художники продолжают работать именно в этом стиле» [14].

С этой позицией солидарен Михаил Погарский, но в отношении близкого родственника, книги художника. В своей монографии «Книга художника [+]» он рассматривает ее в качестве новой формы культурной деятельности [11, с. 4], ставит ее в один ряд с такими явлениями культуры, как музыка, литература, искусство. Такие сплавы видов деятельности, образующие новые культурные феномены, сродни синергетической междисциплинарности, и могут быть своеобразной чертой второй половины XX века. Сплав разных языков, технологий, конструкций мыслится как возможность коснуться нового, еще неизведанного, углубить или расширить возможности познания. По крайней мере, таков теоретический подтекст, в науке явно демонстрирующий свою эффективность. С искусством ситуация несколько иная, в отличие от науки, в истории метаморфоз искусства не прослеживается четкой вертикали — от простого к сложному, в визуальной форме скорее выражаясь в горизонтальном графике. Да, сегодня в мультимедийном пространстве информация доносится до нас в комплексном послании, синтезом вербального, визуального и слухового компонентов, и, да, книга художника также предлагает добавить к ним тактильный или даже вкусовой, но само по себе наращивание средств передачи информации не относится к пластическому искусству — средства меняются, загадки остаются. Другими словами, технология не связанна напрямую с метаморфозами искусства, с его языком, но может воздействовать на него опосредованно.

Словосочетание «книга художника» как переводной термин разных по смыслу livre d'artiste и artist book возникло в отечественной искусствоведческой практике в начале 1990-х годов, применяясь к произведениям, использующим структуру кодекса или свитка [15, с. 323]

Термин «книга художника» достаточно спорный, во многом из-за значительного градуса обобщений, сложности идентификации по определенным параметрам (содержание, форма, материал и др.), поэтому используется мной с осторожностью.

«Книга художника — это среда альтернативной сферы жизни, коммуникационные процессы которой имеют дело с внутренней природой человека, неопределённой и иррациональной, с тем, чем мы не можем управлять, диким и волнующим, болезненным и враждебным,

обычно исключённым из обыденной жизни» [11, с. 6] — еще одно широкое определение, предложенное в том же издании М.В.Погарского; любопытно тем, что вызывает ассоциации с таким полиграфическим явлением, как Self-publish, Зинами (англ. Zines — сокращенное «magazines»), независимыми публикациями, мини-журналами, издаваемыми непосредственно самими авторами, тиражом, как правило, от 100 до 1000 экземпляров. Если рассматривать книгу художника, как и livre d'artiste, как средство профессиональной коммуникации узкого круга людей, связанных с искусством (или симпатизирующих ему), то издания self-publish встают с этими явлениями в один ряд. Тем более что исторически они развиваются, и даже «сожительствуют» с livre d'artiste, а впоследствии и с книгой художника. Эта культура прошла от уличных листовок до малотиражных журналов (нередко и отрисованных вручную).

Многообразие книжных жанров XX столетия, их взаимодействие в рамках истории и искусства представляет собой сложную, насыщенную часть культуры, плавно переходящую в наше время. Определение жанра livre d'artiste имеет важное значение для понимания современной книги художника. Уникальность французской экспериментальной книги оставляет возможность для ее переосмысления, предполагает множество путей развития, где «книга художника» может оказаться одним из вариантов.

Примечания:

1. *Рац М.В.* Книга в «информационном обществе»: о чем речь? // Институт философии РАН, Общество и книга: от Гутенберга до Интернета. М.: Традиция, 2000. С. 82–91.

2. *Гунвальд А.* От книги к компьютеру: эволюция или революция? // Институт философии РАН, Общество и книга: от Гутенберга до Интернета. М.: Традиция, 2000. С. 54–64.

3. *Ермолова А.А.* Художественность как проблемное поле фотографии. Отношения фотографии и живописи // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2017. № 3 (77) . С. 79–85.

4. *Мальро Андре.* Голоса безмолвия. СПб.: Наука, 2012. 872 с.

5. *Быченков В.М.* Анонимность, безличность, виртуальность // Институт философии РАН, Общество и книга: от Гутенберга до Интернета. М.: Традиция, 2000. С. 65–75.

6. *Григорьева О.А.* Книга как информационно-коммуникативная система в истории отечественной культуры: структурно-функциональный подход: дис. … канд. культ. наук: 24.00.01. Бийск, 2008. 175 с.

7. *Климова Екатерина.* Книга художника в Музее // Каталог выставки Музей «Книга художника». М., 2011. С. 11–12.

8. *Родькин П.Е.* Книжная графика русского футуризма: дис. … канд. искусств. наук: 17.00.04. М., 2013. 212 с.

9. *Крученых А.Е.* Новые пути слова // Цит. по: Русский футуризм. Теория. Практика. Критика. Воспоминания: Сб. материалов. М., 1999. С. 50.

10. *Погарский Михаил.* Книга художника, Artist book, Livre d'artiste // Каталог выставки Музей «Книга художника». М., 2011. С. 6–8.

11. *Погарский М.В.* Книга художника [+]. М.: MMXV, 2015. 416 с.

12. *Миттендорф Х.* Книга художника. Frankfurt am Main: HeMisA-Book, 2007. 16 с.

13. *Ляхов В.Н.* Книга как система // Книга как художественный предмет. М.: Книга, 1990. С. 240–246.

14. *Борис Фридман:* «Пишем livre d'artiste, пока не появится термин «ливредартизм». URL: http://art-and-houses.ru/2016/10/17/boris-fridman-pishem-livre-d-artiste-poka-ne-poyavitsya-termin-livredartizm/ (дата обращения: 27.02.2018).

15. *Чудецкая А.Ю.* Искусство книги и его метаморфозы в отечественной практике конца века // Художественная культура XX века / под ред. В.В.Ванслова, В.П.Толстого, Д.О.Швидковского. М.: Русское слово, 2002. С. 325–334.

16. *Sakhno I.M.* Livre d'artiste as an isoverbal textin the culture of symbolism // Texts. 2016. № 2. С. 105–122.

Ю.С. СМИРНОВА
Соискатель МГХПА им. С.Г.Строганова
e-mail: juliya.simpl@gmail.com

Y.S. SMIRNOVA
Applicant of the Stroganov Academy (MGHPA)
e-mail: juliya.simpl@gmail.com

ХУДОЖЕСТВЕННАЯ СТРУКТУРА ЖУРНАЛА SIMPLICISSIMUS

THE ARTISTIC STRUCTURE OF SIMPLICISSIMUS MAGAZINE

Статья посвящена анализу художественной структуры сатирического журнала Simplicissimus. В исследовании сделана попытка интерпретации общих функциональных и конструктивных качеств издания с точки зрения взаимоотношений слова и знака, изображения и литературного произведения, создающих его замкнутую систему.

The article is devoted to the Simplicissimus satirical magazine art structure analyses. The study is trying to make interpretation of general publication functional and constructive quality from the perspective of word and sign, picture and piece of writing interaction, creating its isolated system.

Ключевые слова: графический дизайн, визуальный графический язык, коммуникация, символ, карикатура, графика, сатира, иллюстрированный журнал, комикс.

Keywords: graphic design, visual graphic language, communication, symbol, caricature, drawing, satire, illustrated magazine, cartoon.

В настоящее время существует большое количество классификаций журнальной продукции, рассчитанной на ту или иную аудиторию. Но так было не всегда, и на формирование журнальной культуры в 19–20

веках большое влияние оказало развитие общества и его потребности. Отчасти этому способствовала и необходимость в поиске новых мобильных выразительных каналов коммуникации. Поэтому журнал, выходивший в определенный период времени, — продукт культурной эволюции, активный участник общественной жизни, хранящий и несущий в себе отражение времени, его вкусов и настроений.

Представляя собой предмет книжной культуры, в изначальной своей концепции, журнал — это, прежде всего, текст — иллюстративный и словесный, который нуждается в специальном вместилище для его хранения. Поэтому журнал является вещью, вмещающей в себя сложный образный мир, предметные качества которого обусловлены рядом факторов. Для привлечения подписчиков он должен акцентировать внимание на внешней выразительной форме. Как продукт творческой деятельности издательства, он несет в себе прикладной, промышленный характер, подчиняясь экономическим и техническим законам. Но при этом журнал по праву можно считать и предметом художественного творчества, произведением искусства, который представляет собой интересную область для историко-культурного исследования. Создаваемый по определенным правилам, он подчиняется законам графического дизайна, где полиграфические и образно-графические качества сложно соотнесены с его содержанием.

Предметом исследования данной работы является журнал как художественное произведение с точки зрения формирующего его изобразительного искусства. Объектом исследования выступает сатирический немецкий журнал Simplicissimus, выходивший в Мюнхене еженедельно с 1896 года до середины 20 века.

Выбор журнала Simplicissimus обусловлен рядом факторов. Период его издания охватывает время так называемого «журнального бума» в странах Европы и США и социальных потрясений первой половины 20 века. В нем отразились многие направления и течения в искусстве рубежа 19–20 веков. Издание пользовалось популярностью у читателей многих стран, в том числе и в России. На своих страницах Simplicissimus затрагивал многие общемировые явления социального, политического и культурного порядка. Издание имело критический характер, время печати совпадает с расцветом журнальное сатиры. Многие издания подобного толка появлялись в начале 20 века, и многие брали художественный облик Simplicissimus за образец. В России — «Жупел», «Адская почта», «Сатирикон» и т.п.

Рассмотреть журнал как произведение искусства — не значит просто вычленить на его страницах иллюстрации и орнаменты. Такое исследование предполагает его изучение не только с точки зрения механической совокупности текстов и рисунков, но и как единой сложноорганизованной системы взаимоотношений слова и знака, изображения и литературного произведения, создающих художественно осмысленную систему как замкнутую художественную структуру.

Всякий анализ подразумевает расчленение своего предмета исследования, и чтобы представить себе художественную целостность журнала Simplicissimus, мы выделим некие уровни его художественного воздействия, соотнесем их между собой и поймем иерархию их связей и взаимодействия в едином организме.

Несмотря на то, что что журнал сегодня самостоятельный вид книжного искусства, он все же продолжает оставаться частью исторически сложившейся книжной культуры. Исходя из представления о его синтетическом характере при исследовании, мы воспользуемся анализом книжной формы как художественного объекта.

В исследовании будет сделана попытка разделить художественную структуру журнала на архитектонический и содержательный уровни, выделить основные элементы журнала и проанализировать их с позиции данных уровней.

В первую очередь, нам стоит отделить задачи построения журнала как предмета и задачи художественной интерпретации текста. В случае рассмотрения элементов еженедельника с точки зрения архитектоники, мы будем говорить о художественной интерпретации общих функциональных и конструктивных качеств, безотносительно к содержанию текста. Рассмотрим журнал как сконструированный предмет, выполненный из определенных материалов, и выявим его пространственную структуру.

Как уже говорилось выше, журнала Simplicissimus выходил довольно длительный период времени и охватил несколько десятилетий общемировой истории. Поэтому при его исследовании первоначально необходимо сделать своего рода периодизацию. Такое деление обусловлено общеисторическими событиями, спецификой литературного содержания и особенностями изобразительного языка его номеров, выпускаемых в тот или и иной период времени.

Таким образом, можно выделить следующие периоды.

1. Основание и первые годы существования журнала (1896–1898);
2. Период борьбы с правящим строем (1898–1914);
3. Период Первой мировой войны (1914–1918);
4. Период Веймарской Республики (1919–1932);
5. Журнал при нацистах (1933–1944);
6. Попытка возродить журнал (1945–1967).

Основное отличие журнала от книги заключается в том, что тираж одного экземпляра не ставит задачу длительного общения с читателем. Как и газета, он ориентирован на кратковременность и периодичность и призван на малый промежуток времени завладеть вниманием. Для такого рода изданий характерен ряд выразительных, свойственных только им особенностей.

Если представить, что журнал Simplicissimus попал в руки современного русскоязычного читателя, которому не знаком немецкий язык (язык издания журнала), первоначально внутренний мир литературных произведений издания для него будет закрыт. Общение на данном уровне восприятия будет происходить за счет визуализации журнала как предмета. Перелистывая страницы, читатель будет проникать в художественный строй еженедельника, созданный рядом элементов, диктующих его выразительный язык. Еще не зная с каким изданием он имеет дело, он сразу поймет, в чем заключается основное содержание, сумеет соотнести журнал с определенным историческим периодом и страной, даст общую стилистическую характеристику. Все это ему продиктует сложный и правильно подобранный изобразительный язык: масштаб и пропорции, композиция обложки, расположение иллюстраций, их визуально-выразительные свойства, орнамент, структура и расположение текста, форма и размер шрифтов — архитектоника журнала.

Основными элементами журнала являются текст и иллюстрация. Пространственный объем текста как носителя содержания служит отправной точкой композиции, на которой строится структура выпуска, а иллюстрации, соотносимые с ним, вносят определенный ритм и пластику структуры журнала. Немаловажным является и смысловая связь текста и иллюстрации, где текст является непосредственным комментарием к изображению. Важным фактором для осмысления журнальной формы является также его тираж. Журнал всегда будет произведением тиражного искусства. Художественные качества печатного журнала принадлежат не отдельному экземпляру, а всегда издаваемому тиражу.

Simplicissimus — полихромный периодический тонкий журнал (8–16 полос, в специальных выпусках их количество могло увеличиваться). Формат журнала составляет 38,5 х 28,5 см., тип конструкции — кодекс, обложка и блок выполнены из плотной эластичной желтоватой бумаги теплого белого оттенка с применением серебряного тиснения, каждый выпуск сброшюрован металлической скобой. С 1986 по 1906 годы журнал еженедельно выпускался в Мюнхене издательством Albert Langen Verlag, а с 1906 года — издательством Simplicissimus-Verlag. В первые годы выпуск достигал 8 полос (4 листа), с 1910-х годов количество полос увеличилось до 16 (8 листов).



Рисунок 1. Théophile Alexandre Steinlen Ausweg. Выпуск 5, 1897/98

Формат страницы журнального разворота Simplicissimus ориентирован по вертикали. По соотношению вертикальной и горизонтально сторон, журнал можно отнести к среднеформатным изданиям с соотношением, близким к полутора квадратам, где высота (в закрытом виде) превышает ширину. Заданный формат является элементом, от которого отталкивались создатели при разработке эстетической концепции обложки и разворотов. Технически Simplicissimus — это тетрадь из согнутых пополам и прошитых по сгибу листов, сфальцованных в мягком переплете.

Изобразительное и литературное содержание номера предварительно переводилось в полиграфическую форму — литографию или автотипию. Для создания еженедельника художники оперировали ограниченным количеством элементов. Белой бумагой и типографскими красками. Довольно часто фон бумаги на страницах журнала использовался как цвет, включая поверхность листа в ритмику графики, как, например, в работе Теофиля Стерилена Ausweg (Выход) для 5-го номера.

Здесь белый фон поверхности служит активной средой, в которую автор помещает героев иллюстрации. На переднем плане мы видим группу людей, занятых беседой. Художник буквально намечает контуры фигур и даже не всегда прописывает их полностью, он только выхватит характерные детали, подчеркивая их цветом. Персонажи буквально растворяются в дымке окружающей среды, фоном для которой и служит белый лист бумаги. При этом у зрителя не возникает ощущения незавершенности, мы, скорее, воспринимаем себя соучастникам действия.

Технический прогресс книгопечатанья в 19 веке отчасти также способствовал и популяризации журнала как художественного предмета. Издания, создаваемые на технически усовершенствованном оборудовании, могли себе позволить более сложные формы изобразительного воплощения заложенной в них идеи. Поэтому все изобразительные элементы журнала Simplicissimus воспринимаются как единый красочный организм на фоне большинства однотонных предшествующих ему издании. Среди таких немецких журналов стоит упомянуть Leuchtkugeln, Randzeichnungen zur Geschichte der Gegenwart, сатирический журнал, выходивший с 1848 по 1851 год в издательстве Эмиля Роллера в Мюнхене, Der Satyr: lose Blätter aus dem Deutschen Reiche, выходивший с 1848 по 1849 год еженедельно во Франкфурте, Münchener Punsch, основанный в 1849 году драматургом Мартином Эдуардом Шлейхом (1827–1881), который руководил изданием до последнего появления в 1871 году.

Среди журналов, издававшихся в Германии одновременно с Simplicissimus, значительный вклад в развитие журнальной сатиры внесли такие еженедельники, как Fliegende Blätter, Fliegende Blätter, Der True Jacob, Kladderadatsch, Ulk, Meggendorfer-Blätter и Lustige Blätter. Многие из них к концу 19 века все еще были монохромными изданиями.

Fliegende Blätter — сатирический тонкий еженедельный журнал. Первый выпуск данного издания вышел 7 ноября 1844 года в издательстве «Браун и Шнайдер» в Мюнхене. К моменту появления Simplicissimus журнал был одним из самых объемных издание такого толка по количеству печатавшихся в нем страниц (8–14 полос). Еженедельник просуществовал до 1944 года, но при этом цветные иллюстрации в нем появились лишь в 20-х годах 20 века. Fliegende Blätter всегда отдавал предпочтение черно-белой иллюстрации. Fliegende Blätter получил общее признание за целеустремленную и сатирическую характеристику немецкой буржуазии. Сейчас журнал считается сборником юмористической критики

того времени. Известными творениями многочастных сиквел-историй являются путешественник барон Бизель и его наставник доктор Эйзеле (Каспер Браун), товарищи Барнабас Вюльхубер и Казимир Хельмайер (Каспер Браун) и бизнесмен Мастер Форвертс. Вейланд Готтлиб Бидермайер — фигура, изобретенная Фридрихом Айхродтом и Адольфом Куссмаулом и появлявшаяся в Fliegende Blätter и между 1854 и 1857 годами, стала воплощением периода немецкого бидермейера. Иллюстрации в Fliegende Blätter выполнены такими известными художниками, как Вильгельм Буш, Адольф Оберландер, Мориц фон Швинд и Карл Шпицвег. А.А.Радаков в своей книге «Иностранные карикатуры последних дней» как современник дает журналу следующую характеристику: «Из современных немецких журналов, несмотря на свой почтенный возраст, очень большим успехом пользуется Мюнхенский Fligende Blatter, 1844 год. Это типичный юмористический журнал, который приятно посмотреть после хорошего обеда, благодушествуя, покуривая трубку, заставит вас рассмеяться сытым, спокойным смехом, не тревожа вашу совесть и ум. Журнал для немецкой семьи, добродушно веселый, не затрагивающий никаких "проклятых" вопросов, избегающий политики. В противоположность французским журналам его свободно можно дать детям; в нем не встретится ни одного более чем нужно приподнятого платья, более чем нужно открытого декольте» [11].

Монохромным изданием с традиционным макетом, близким по стилистике к Fliegende Blätter и ранним французским издания 19 века, были Der True Jacob и Kladderadatsch (1848–194). Оба еженедельника являются тонкими журналами и имеют сатирико-политический концепцию. Der True Jacob (8–14 полос, 1896 г.) выпускался с 1879 года в Гамбурге, а с 1884 года — в Штутгарте, сохранял свою монохромность вплоть до 1892 года. Kladderadatsch (8 полос, 1896 г.), издававшийся в Берлине, так же, как и Fliegende Blätter, только в первой половине 20 века, начал размещать на своих страницах цветные иллюстрации. Из сатирических изданий того времени именно Der True Jacob по своему дизайну был наиболее близок Simplicissimus.

Ulk, издаваемый в Берлине, — тонкий сатирический журнал (8 полос), очень часто называют северогерманским аналогом Fliegende Blätter. Издавался он с 1872 по 1933 год в качестве бесплатного дополнения к изданию Berliner Tageblatt Рудольфа Мосса (1843–1920). С сентября 1910 года по ноябрь 1930 года Ulk являлся дополнением к Berliner

Volks-Zeitung (был доступен и отдельно). С 1918 по 1920 год Курт Тухольский был главным редактором издания.

Meggendorfer Blätter — тонкий художественно-сатирический журнал (8–12 полос, 1893 г.), издавался с 1888 по 1944 годы в Мюнхене. Его возникновение тесно связано с именем иллюстратора и художника Лотара Меггендорфера (1847–1925), который прославился своими детскими иллюстрированными книгами и карикатурами в Fliegende Blätter. Будучи редактором журнала, он оказал значительное влияние на содержание и внешний вид издания. С 1890 по 1897 год журнал выходил под названием Meggendorfers Humoristische Blätter, затем был переименован в Meggendorfer-Blätter с которым просуществовал до 1925 года, а в 1928 году состоялось его объединение с Fliegende Blätter.

Lustige Blätter — тонкий сатирический журнал (8–16 полос), который был основан в 1886 году Александром Мошковским, после его ухода из журнала Berliner Waspen (1868–1888). Еженедельник издавался в Берлине с 1887 по 1891 год, появлялся как бесплатное приложение к Курьеру Берлинской фондовой биржи тиражом 20 000 экземпляров, а затем — в виде независимого журнала. Во время Веймарской республики тираж издания доходил до 60000 экземпляров. «Lustige Blätter в области современной карикатуры для Берлина являются довольно прогрессивным листом», — писал Георг Германн в 1901 году в своей книге «Немецкая карикатура 19-го века», где особо подчеркивал политические рисунки Франца Альберта Юттнера. Цветные полностраничные карикатуры на первой и последней страницах, как и в Simplicissimus, создавали хороший рекламный эффект. По своему дизайну журнал схож с французскими сатирическими журналами, такими как Le Rire. По стилистике многие рисунки журнала напоминают плакаты Анри де Тулуз-Лотрек, с которым лично был знаком рисовальщик Эдмунд Эдель. Александр Мошовский, который работал главным редактором до 1927 года, привлекал к работе над журналом также Генриха Зилле, сотрудничавшего с Jugend и Simplicissimus.

Особой формой периодической сатирической печати Германии того времени являлись листовки Kriegsbilderbogen. Это одинарные печатные листы, которые были популярны в Германии начиная с 18 века. Такая форма печати появилась еще в Средневековье, в те времена были распространены листы Einblattholzschnitte, выполненные в технике ксилографии, они представляли собой иллюстрации с пояснениями на религиозные сюжеты. Начиная с 18 века, традиция недорогих печатных

листовок наполнилась новым содержанием — бытовыми сатирическими историями на повседневные темы. На листах, как правило, располагалось одно или два изображения. Целевой аудиторией таких картинок были простые обыватели, которые могли за небольшие деньги приобретать листы на ярмарке. Большое распространение Kriegsbilderbogen получает с развитием техники литографии, которая во много раз удешевила печать больших тиражей. Уже в наполеоновские времена и особенно во время освободительных войн появились листы на военные сюжеты. В начале Первой мировой войны тематика листов стала более пропагандисткой. В них создавался идеализированный образ армии и солдата, а враг, как правило, демонизировался или был карикатурен. Основными центрами, где выпускались такие печатные листы, были Мюнхен и Берлин.

«Simplicissimus является единственным художественно-иллюстрированным изданием Германии без политических предпочтений, созданный для всех друзей и врагов свободного мышления» («Der SIMPLICISSIMUS ist das einzige illustrierte Kunst- und Kampfblatt Deutschlands ohne politische Tendenz, geschaffen für alle Freunde und Feinde einer freien Denkungsart». Albert Langen) — такова краткая программа журнала Simplicissimus, обозначенная его создателем в первом номере. Заявление явно содержит иронический подтекст и отражает некий «дух борьбы», свойственный его облику, особенно в первые десятилетия.

Пилотный выпуск вышел невероятным для того времени тиражом 480000 экземпляров, что явилось крахом для издания. Руководством журнала было принято решение о его модификации, и, начиная со второго номера, именно на карикатуре делается акцент. Во 2 выпуске 196/97 появляется сатирический апеллирующий к общественной морали лист An der Himmelspforte («У небесных врат») Томаса Теодора Гейне, имеющего на тот момент времени опыт создания подобных иллюстрации для сатирических журналов (сотрудничал с известным в Германии сатирическим журналом Fliegende Blätter). В 3 номере была напечатана карикатура Die kleine Optimistin («Маленькая оптимиста»), критикующая семейные устои немецкого бюргерства. В следующем номере появляется первый мультфильм специально приглашенного Фердинанда фон Резничека (Ferdinand Frh. v. Reznicek) Das verbotene Buch («Запретная книга»), где появляется характерный для его творчества образ молодой кокетливой особы. В шестом номере была напечатана работа еще одного постоянного сотрудника Джозефа Бенедикта Энгла (Josef Benedikt Engl) Unsern Feinden («Наши враги»). В 1897

году к журналу в качестве карикатуриста присоединились Бруно Пауль (Bruno Paul), в 1899 году — Рудольф Вильке (Rudolf Wilke), а в 1902 году — Олаф Гульбранссон (Olaf Leonhard Gulbranson). Таким образом, еженедельник приобрел свое собственное звучание и основной состав художников уже в первые месяцы издания. В 5 номере Томас Гейне публикует символ журнала — знаменитого красного бульдога. Можно сказать, что с этого момента выкристаллизовалось его политическая направленность. В качестве мишеней критики были выдвинуты следующие сословия немецкого общества: чиновники, духовенство, дворянство и мещанство. На протяжении многих лет неизменными персонажами были: крестьянин, прокурор, тюремщик, бюрократ, военный, дипломат, преподаватель и придворный.

Таким образом, журнал стал выразителем духа времени. В нем были затронуты все аспекты культурной жизни. Simplicissimus во всем своем воплощении являлся активным и энергичным участником общественной жизни, словно шут при дворе средневекового правителя, он критиковал и говорил правду, решительно предлагая читателю свое видение действительности, свои готовые портреты героев и детали обстановки. Журнал активно вмешивался в мировоззрение своего читателя и формировал его мнение. Каждый элемент издания выполнял отведенную ему роль, не оставаясь безучастным к той действительности, в которой он существовал. Возможно, именно поэтому он был настолько популярен. Количество подписчиков Simplicissimus к 1906 году составило 100 000. Обществом журнал воспринимался как буржуазно-либеральное беспристрастное сатирическое издание. «В область художественной сатиры заслуги Simplicissimus огромны, его художники — таланты первоклассные… Пресловутая немецкая сентиментальность, милитаризм, фанфаронство и шовинизм военных, тяжелое положение рабочих классов, все там представлено самым ярким, самым типичным образом. Это — зеркало, отражающее в себе язвы не только Германии, но и всего мира». Вот так все тот же А.А.Радаков отзывается о Simplicissimus.

Чтобы снизить стоимость производства, номер Simplicissimus печатался на недорогой бумаге. Первые годы журнал был убыточным. Цена одного выпуска составляла всего 10 пфеннигов и была ярким маркером обозначена на обложке, своеобразный маркетинговый прием. С 1901 года стоимость номера увеличилась до 15 пфеннигов, а в 1906 году поднялась до 30 пфеннигов. В исключительных случаях цена могла доходить до 50–60 пфеннигов за номер. В целом журнал был недорогим.

Simplicissimus не входил в круг изданий, предполагавших в своей концепции акцент на высокохудожественной эстетике, подобно Jugend, Ver Sacrum или Pan, но именно иллюстрации сделали издание популярным. На момент выхода еженедельника он был образцом современной ему полиграфической техники и журнальной культуры. Непритязательная простота и натуралистичность белого фона, той основы, на которой базируется весь строй художественного воплощения Simplicissimus, сохраняет близость к природным мотивам, к истокам книжного ремесла, а применение современных технологий при его создании кричит о техническом прогрессе. Фактура поверхности листа сглажена и является продуктом машинного производства. В силу выраженности динамических свойств журнала, его предметность сглажена. Номер скорее близок газете по своим качествам: характеру бумаги и количеству страниц. За счет гибкости и легкости корпуса журнал можно было взять с собой в дорогу или путешествие, свернуть убрать в карман и т.п. Отчасти, это скрадывает определенное ощущение значительности, но тем самым подчеркивает легкость внутреннего содержания. При этом плотные локальные тона и желтоватый цвет самой бумажной массы делают материал блока более ощутимым, а ритмичное соседство иллюстраций, текстов и орнаментов придает каждому номеру ощущение фактурного контраста страниц, создавая тем самым эффект многогранности.

В Simplicissimus использовалась стандартная для начала 20 века журнальная сетка — три колонки, которые, в зависимости от потребности, объединялись в одну или две, если размещалась, например, горизонтальная иллюстрация. Как ни странно, на протяжении столь длительного периода издания журнала этот принцип в его дизайне не изменялся.

Блок из восьми полос сконструирован из строго организованных относительно крупных полос, соседствующих или чередующих друг друга текстов и иллюстраций в определенном фальцовкой чередовании лицевых и оборотных сторон. Первая полоса (лицевая) — обложка — содержит логотип журнала, тему номера и главную иллюстрацию, вторая (оборотная) и третья (лицевая) полосы — текст, который дополнялся иллюстрациями или орнаментом небольшого формата, четвертая (оборотная), пятая (лицевая) полосы — иллюстрации, дополненные текстом, шестая (оборотная) — текст, седьмая (лицевая) — реклама, восьмая (обо-

ротная) — обложка и иллюстрации. Изначально цветная печать применялась только к одной стороне листа, что, возможно, было продиктовано экономическими соображениями (цветная печать на одной стороне листа дешевле, чем на обеих). Единожды разработанная, конструкция блока сохранялась из номера в номер на протяжении всего периода издания и представляла собой четкий ритм чередования черных и цветных разворотов. Естественно, на протяжении длительного периода еженедельник трансформировался, добавлялись новые элементы, страницы, изменялись уже привычные локальные конструкции, что было продиктовано разными обстоятельствами. В первую очередь, потребностью конкретного выпуска, т.к. Simplicissimus — периодическое издание, во многом ориентированное на события, актуальные моменту выхода номера.

Цвет для Simplicissimus — формообразующий элемент. Основным цветовым сочетанием, на котором держится вся конструкция блока, является белый оттенок страниц и черный оттенок текста, наиболее традиционное контрастное сочетание, создающее свою эстетику. Контраст черного текста на белом фоне — наиболее распространенная удобная форма для восприятия значений, вложенных в абстрактный знаковый мир текста. Данная комбинация — основа, на которой и относительно которой формируется многоцветность выпуска, которая ограничивалась только возможностями типографии.

Несмотря на обилие цветных иллюстраций в блоке, обложка номера всегда воспринимается более яркой и сложной. Здесь ни белый цвет фона, ни черный цвет текста не имеют каких-либо преимуществ. Напротив, наличие черного на белом как бы выводит наружу внутренний колорит и одновременно подготавливает читателя к восприятию содержащейся в номере информации. Этому же способствует и главная иллюстрация на обложке. Между обложкой и основным блоком нет переходных элементов, таких как форзац и титул. В этом плане журнал лишен ритуала «постепенного погружения» и подобен газете, где первая полоса кричит о содержании номера.

Обогащение еженедельника цветными иллюстрациями привносит дополнительное зрительное звучание, заточенное на привлечение внимания, если это касается обложки, и на создание яркого запоминающегося образа, если это касается блока. Однако цвет всегда воспринимается как новаторский элемент. На фоне монотонного черного шрифта разворачивается яркий полихромный мир иллюстраций.

Для умозрительной реальности журнала его предметность является всего лишь носителем, в котором организация и сложное взаимодействие элементов сводит в единство изобразительное и смысловое содержание.

Композиция обложки, как и всего журнала, является объемно-пространственной и строится на иерархическом расчленением плоскости листа. Условно ее можно разделить на две части: серийное оформление. (Элементы, повторяющиеся из номера в номер: «Вывеска» издания, и образно-художественную часть (иллюстрация)).

Главным зрительным и смысловым центром является логотип, смещенный относительно центра к верхней границе формы, он зрительно увеличивает вертикаль, придавая тем самым форме дополнительное ощущение масштабности. Первостепенный и неизменяющийся элемент логотипа — название журнала. Буквы в нем выполнены крупным черным рисованным гротеском без засечек и имеют разную ширину граней. Заглавная бука в сочетании с прописными буквами служит дополнительным способом выделения. Ритм многочисленных букв і в логотипе дает эффект деления обложки на три вертикальные части, где две крайние ограничивают и формируют горизонталь обложки, дополнительно усиленную параллельно расположенной тонкой линией. Она визуально делит логотип на два равнозначных друг другу горизонтальных пространства, тем самым, усиливая и без того воспринимаемую объемней по отношению к плоскости листа верхнюю часть. Вместе с названием еженедельника располагается текст, сообщающий стоимость, дату и номер выпуска. Символы, обозначающие стоимость, размещены в средней части вертикального отрезка. Для усиления внимания художники использовали изменяющийся от номера к номеру яркий цвет краски (красный, желтый, синий и т.п.), перекликающийся с иллюстрацией обложки. В нижней части логотипа располагается отпечатанный готическим шрифтом текст с названием выпуска. Размер используемых в наборе литер и пространственное расположение гарнитуры подчеркивает важность или второстепенность информации. Используемый шрифт особо акцентирует графичность и плоскостность листа.

Поверхность обложки заключает иллюстрацию в подобие рамы, заглядывая через которою зритель открывает для себя новое пространство. Уход за край рамы особо усиливает ощущение предметности объектов, представленных на рисунке, а также ощущение фрагментар-

ности, словно перед нами сюжет, выхваченный из повседневности.

На обложке в номере 21 за 1890/01 год представлена карикатура Томаса Гейне под названием Quittung — пример заключенной в подобие рамы иллюстрации. Композиция рисунка построена таким образом, что зритель словно становится участником или даже героем иллюстрируемого события. На переднем плане изображены двух ихэтуаней, один из которых, в национальных одеждах, занят поджиганием фитиля, второй обращен к зрителю спиной, он стреляет из пушки, на которой художник сделал крупную маркировку немецкой промышленной компании KKRUPP, производившей и экспортировавшей оружие. Гейне оперирует к Ихэтуаньскому восстанию (Боксерское восстание) 1890 года в Китае, которое жестоко было подавленно совместными экспедиционными силами европейских государств. Иллюстрацию сопровождает надпись: «Народы Европы, охраняйте свои священные блага», которая цитирует название рисунка Германа Кнакфуса. Специально, по заказу Вильгельма II, гравюра была создана художником в качестве подарка Николаю II как охранителю Европы от азиатской агрессии. Центральной фигурой в ней является Архангел Михаил, жестом левой руки он указует многочисленным воительницам (символизирующим народы Европы — Германию, Британию, Россию и др.) в сторону востока, где в сгущающихся грозовых облаках приближается Будда, представленный здесь как символ опасности и агрессии дальневосточных народов. В западной прессе Ихэтуанское восстание позиционировалось не как освободительное движение от колониальных притязаний запада, а как жестокие и неоправданные уличные убийства миссионеров и христиан в Китае,

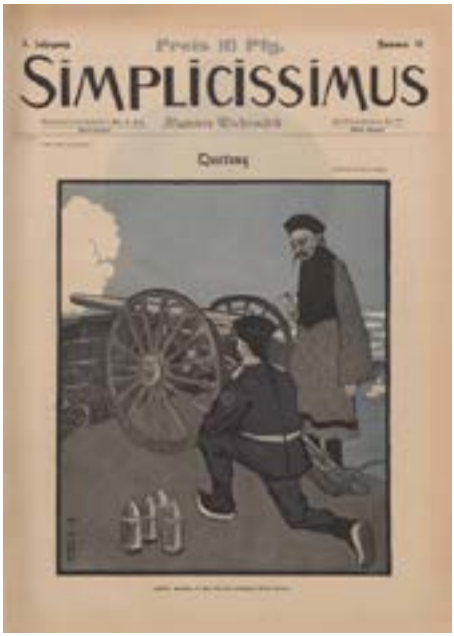


Рисунок 2. Thomas Theodor Heine Quittung. Выпуск 21, 1900/01

поэтому поведение восставших европейцами воспринималось необоснованным, зверским и крайне негуманным. Гейне здесь никого не щадит, он беспощаден и к правительству Вильгельма II, и к ихэтуаням, изображая их как озлобившихся азиатов. Несмотря на графичность изобразительного ряда, здесь присутствует элемент погружения в созданную Гейне среду.



Рисунок 3. Обложка журнала Gil Blas illustré. Иллюстрация Théophile Alexandre Steinlen. Выпуск № 22, 1900

Таким образом, создается сознательный выразительный контраст, где обложка воспринимается как система двух иерархически соподчиненных пространств, неодинаковых по своим функциям и зрительным характеристикам. Организация ее структуры предназначена для параллельного восприятия смысловых центров, дополняющих друг друга и сохраняющих при этом некую внутреннюю самостоятельность. На уровне подсознания это заставляет зрителя воспринимать определенные элементы обложки в строгой последовательности. Мы видим две информационных линии: первая сообщает нам сведения о журнале как о предмете, вторая раскрывает сюжетную линию номера. Такая система не является новаторской для организации книжного пространства и в данном случае художники скорее придерживаются традиции, что кардинально отличает журнал от того же Jugend, с присущей ему изменчивой обложкой.

При изучении истории создания журнала исследователи указывает на то, что во многом образами для Simplicissimus служили популярные французские издания. В том, как создатели подошли к решению титула журнала, просматривается его схожесть с французскими изданиями Gil Blas illustré и Le Rire, выходившими в Париже. Gil Blas illustré

издавался с 1874 по 1938 год и был известен как литературный журнал, где печатались произведения Ги де Мопассана и Эмиля Золя, а также театральная критика того времени. Le Rire стал выходить с 1894 года, в нем печатались рисунки Теофиля Стейнлена и Анри де Тулуз-Лотрека. Сходство заметно не только в визуальном воплощении обложки, но и в содержании. Le Rire так же, как и Simplicissimus, выходит с 1890-х годов, когда усиливается интерес простых горожан к современному искусству, культуре и политике. Недаром в Европе последнее десятилетие 19 века получило название Naughty Nineties (эпоха декаданса, мюзик-холлов, кабаре, кафешантанов, движения суфражисток). Журнал в этот период времени становится рупором, на странцах которого можно увидеть известного актера или прочитать заметку о художнике, писателе, политике или актрисе, попавших в какой-либо скандал. В публикациях Le Rire встречаются политическая сатира.

В наборе номера Simplicissimus с 1896 по 1927 год применяли фрактуру и антикву одновременно, а с 1928 года стали использоваться разработанный Паулем Реннером шрифт «Futura». Фрактура является традиционной для немецкоязычных изданий, хорошо подходит для посменного немецкого языка, где много длинных слов. Являясь компактным шрифтом и основываясь на национальной графике, экономит место и подчеркивая принадлежность журнала к немецкому искусству. Текст на плоскости листа разворачивается ярусными лентами, включенными в вертикали столбцов, являющимися своеобразными структурами, упорядочивающими неоднородную форму буквы.

Таким образом, столбцы текста, организованные таким шрифтом, отличаются неравномерной по глубине, высоте и ширине внутренней структурой, что вносит в восприятие отвлеченной формы буквы динамику, а за счет доминирования вертикали над горизонталью вся структура текста воспринимается, словно образованная движением вытянутых вверх граф.

Важную роль в восприятии страницы играет изображение. Оно активно включается в пространственную структуру листа, но при этом отличается особыми, характерными только для него пространственными качествами. Отображая на плоскости фрагмент действительности, будь то внешний мир или иллюстрация текста, оно по особым законам соотносится с уже установленными качествами неизобразительного пространства. Большей частью все рисунки в журнале встроены в ко-



Рисунок 4. Josef Benedikt Engl Der Triumphzug der Kultur. Выпуск 20, 1896/97

ординаты самого еженедельника, но они всегда по-разному соотнесены со структурой текста, с его полосами. Даже иллюстрации Simplicissimus, с характерными для них плоскими цветными контурными силуэтами, четко уложенными на плоскость листа, создают на поверхности ощущение трехмерности. Надо заметить, что техника иллюстрирования журнала, с применением контуров, и плотной цветовой заливкой, не лишает изображения конструктивной основы самого листа.

Иллюстрация вводится в пространство журнала двумя способами. В первом случае изображение ограничено специальной рамой или своими краями, такой способ чаще употребим для обложки журнала. Изображения здесь воспринимаются более закрытыми и самостоятельными по отношению к телу журналу. Во втором рисунок лишен каких-либо ясных границ и свободно размещается на белом фоне листа рядом с текстом или в самом тексте, прерывая равномерный ритм полосы таким образом, что белый фон листа воспринимается пространственной средой для иллюстрируемого события. Данный способ более характерен для изображения в блоке, они осознаются открытыми и тесно связанными с текстом и предполагают прочтение иллюстрации, не нарушая его динамики. При этом переход от плоскости к объему в обоих случаях может быть как более плавным, так и более резким. Чем четче прорисована граница и ближе к изображению расположен текст, тем более остро ощущается данный переход. Иллюстрация на обложке всегда ориентирована по вертикали, изображение всегда вписывается в прямоугольную вытянутую вверх форму.

В журнале применяли разные варианты композиционного решения разворота. Например, на развороте 20 выпуска 1896/97 года представлен рисунок Джозефа Энгла Der Triumphzug der Kultur («Триумф Культуры»), обе станица объединены одним изображением. Фигуры расположены фризами, словно на древних каменных барельефах, в едином шугающем ритме процессии переходят с одной страницы на другую. При этом корешковая ось зрительно не выявлена. Такая композиция в своей основе противоречит конструкции разворота, но имеет определенный художественный смысл, подчеркивая абстрактность графической плоскости журнала.

Часто применяемый вариант решения пространства разворота — сознательное подчеркивание самостоятельности страниц, замкнутости в себе левой и правой половин разворота, подчеркнутой разнохарактерностью сюжетов и техники исполнения. В 4 выпуске 1899/1900 года мы видим иллюстрации двух художников — Вильгельма Шульца к стихотворению Die Spinne im Wald («Лесной паук») и Джозефа Энгла — Der Predigtamtskandidat на одном развороте. Наполненные разным цветовым звучанием, нарисованные в контрастных манерах, они являются отдельными замкнутыми в себе элементами: легкий штрихованный набросок юмористической сцены справа и массивная исполненная мрачного настроения иллюстрация, словно отдельная доска, вмонтированная в тело журнала, слева. Но, несмотря на такую противоположность, они взаимосоотнесены и уравновешены. Мы воспринимаем их вместе и последовательно, не замечая противоречивости за счет применения модульной конструкции и уравновешивания частей композиции разворота добавлением четверостишия и рекламной информации, зрительно утяжеляющей композицию рисунка Джозефа Енгла. Более сложная техника исполнения всегда акцентирует рисунок в ряду более простых. Здесь иллюстрации получают разный смысловой вес. Таким образом, можно сказать, что соотношение размеров отдельных иллюстраций прочитывается в журнале как пропорциональное их значению.

В развороте журнала художники уравновешивают разные по размеру иллюстрации с полосой набора, что придает развороту и блоку гармоничность и четкость. Иллюстрации горизонтального или малого формата по размеру располагают таким образом, чтобы они советовали полосе набора. Максимальная ширина клише равна ширине зеркала набора, максимальная высота меньше высоты зеркала набора на несколь-

ко миллиметров, предназначенных для подписи к иллюстрациям. Такая полоса набора является наиболее подходящей к вытянутому книжному формату, так как рисунки и подпись в целом образуют стройный прямоугольник. Каждый печатный лист номера также имеет сигнатуру в средней части нижнего поля, включающую в себя номер страницы.



Рисунок 5. Wilke, Rudolf Schlagwörter. Выпуск 19, 1900/01

Для Simplicissimus характерно знаково-изобразительное пространство. В четко организованную систему прямоугольных форм вписаны более свободные по очертаниям изображения. Основной осью, которая держит изобразительный ряд разворота, является линия крепления страницы (корешок): она делит его на две симметричные плоскости. Соприкасаясь с журналом, читатель отталкивается от заданной последовательности расположенных в блоке страниц.

Иллюстрации в журнале, наряду с текстом, организуют информационную систему, вторую форму воплощения и развертывания ее основного содержания. Иллюстрации, как и текст, подчиняются определенным правилам в системе очередности восприятия. Изображения бывают как единичными, так могут и организовывать цепочку, имеющую определенную последовательность и внутренние связи не только между собой, но и с текстом. Первый тип изображений — это иллюстрация к тексту, где она является лишь сопровождением текста, второй тип — комикс и третий — независимая иллюстрация в блоке, где если и присутствует текст, то он прямо ориентирован на рисунок, отсылает к нему, без него не до конца понятен.

В первом случае изображения являются неотъемлемой частью текста. В последнем — перед нами специфическая «книжка-картинка»,

в которой текст и изображение меняются ролями: основное содержание в нем несет ряд изображений, а словесный текс поясняет и дополняет.

Изобразительный ряд Simplicissimus — не только «зеркало» текста, но и автономный вид повествования. Изображения в журнале значимы сами по себе. В случае с Simplicissimus именно зрительный ряд является ведущими носителем содержания, предметом издания, и часто оттесняет весь словесный текст на второстепенные роли. Часто текст может, как и картинка, выражать самостоятельное содержание, при этом они сюжетно напрямую могут быть друг с другом не связаны. Их единство — взгляд на проблему, общность трактовки, неожиданное сходство вербального и визуального, сочиненного по разным поводам.

Примером может служить иллюстрация Рудольфа Вильке и размещенный рядом с ней текст небольшого рассказа Антона Павловича Чехова «Репетитор». И текст, и иллюстрация выражают некое единое отношение к социальным проблемам общества, но изображают разных героев. Если в рассказе Чехова мы видим бедного репетиторствующего студента, то на иллюстрации Вильке перед нами бродяга. Иллюстрация имеет вертикальное решение. В черно-белом угольном рисунке художник намечает некий карикатурный типаж. Художник подмечает характерные черты в мимике, жестах, одежде. Перед нами возникает, как и в рассказе, один из героев времени, один из героев Simplicissimus. Иллюстратор строит весьма гибкое повествование, зримое и богатое интонациями пространство.

Таким образом, смысл возникает не внутри отдельного рисунка или отдельного текста, он возникает в системе смысловых связей. Этими связями пронизывается не только отдельная страница, но и весь номер. Каждая иллюстрация и текст находятся в тесной взаимосвязи друг с другом. Связи пронизывают и объединяют разворот, перекидываются через перевернутую страницу, объединяя весь журнал в сложное смысловое единство, организованное как в пространстве, так и во времени.

Исходя из выше сказанного, можно сделать вывод, что изобразительный ряд Simplicissimus имеет очень сложную структуру, где прочтение каждого рисунка зависит не только от его содержания и характера графики, смысловых связей с соседствующим изображением, но также и от его масштаба и положения на странице. Бывают ровные ряды, где все иллюстрации имеют единый формат и выполнены в одной технике, а потому имеют зрительно равный вес, или, наоборот, контрастные, где изображение формируется из разноформатных рисунков,

занимающих разные композиционные позиции, выполненные в разной графической и полиграфической технике — цветные, тоновые, штриховые, имеющие и не имеющие рамку.

В исследовании сделана попытка разделить художественную структуру журнала на архитектонический и содержательный уровни, выделить основные элементы и проанализировать их с позиции данных уровней. На этом этапе постижения журнала мы можем представить его как сложно организованную вещь, имеющую синтетический характер, где каждый элемент несет свои конструктивные и смысловые задачи. Для Simplicissimus характерно знаково-изобразительное пространство. Иллюстрации и текст организуют информационную систему и подчиняются определенным иерархическим и смысловым правилам, находясь в постоянном взаимодействии друг с другом. Пространство журнала можно рассматривать и как некую построенную по определенным законам психологическую реальность, отражение реального мира.

В основе композиции журнала лежит модульная система, где лини сетки фиксируют горизонтали и вертикали. Simplicissimus как истинный немец, даже будучи творческим и агрессивным выразителем эпохи, делает это по определенным четко установленным правилам. Журнал имеет упорядоченную каркасную систему, в которую вписано его содержание, находящееся в подчинении у данной конструкции. Еженедельник представляет собой единую систему, при этом за счет ритмичности и яркости используемых иллюстраций при восприятии журнала не возникает ощущения скованности. В целом издание воспринимается как легкий в производстве и восприятии продукт. В каждом номере мы отчетливо ощущаем ритм эпохи. Simplicissimus нельзя назвать редким явлением времени, он, скорее, существовал в русле современных тенденций и был одним из многих подобных еженедельников, периодически появляющихся в то время, но тем интереснее он выглядит на их фоне, являясь одним из самых ярких и запоминающихся и изданий своего времени.

Библиография:

1.*Бельчиков И.Ф.* Техническое редактирование книг и журналов: Учеб. пособие для изд. полиграф. техникумов / Учеб. пособие для изд.-полиграф. техникумов. М.: Книга, 1968. 349 с.

2. *Бережной А.Ф.* Русская легальная печать в годы первой мировой войны. Л.: Ленинград, 1975.

3. *Брылов Г.А.* Иллюстрация в книге, журнале и газете. Л.: Изогиз, 1931. 85 с.

4. *Беспалова А.Г.* История мировой журналистики: Учебное пособие / А.Г.Беспалова, Е.А.Корнилов, А.П.Короченский и др. 3 изд., исп. и доп. М.: МарТ, Ростов-на-Дону, 2004. 425 с.

5. *Вахидова Р.А.* Политические журналисты Франции в период Четвертой республики (1946–1958): Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук: Специальность 10.01.10 — журналистика / Вахидова Рухшона Абдушукуровна; [Каф. теории и истории журналистики филол. фак. Российского ун-та дружбы народов]. Москва: Б.и., 2013. 18 с.

6. *Вержбицкий Н.* О книге; История письменности всех стран и веков. Путь книги от глиняной дощечки древнего Египта до современных чудес печатного искусства. История книгопечатания и т.д. Лекции, чит. на биб. курсах Перм. отд. нар. образования. Пермь: Центропечать, 1920. 104 с.

7. *Водчиц С.С.* Эстетика книжных пропорций: Учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальностям «Графика», «Издательское дело и редактирование», «Книговедение». М.: Издательство МГТУ им. Н.Э.Баумана, 1997. 247 с.

8. *Герчук Ю.Я.* История графики и искусства книги: Учебное пособие для студентов вузов. М.: Аспект-пресс, 2000. 317 с.

9. *Герчук Ю.Я.* Художественная структура книги. М.: Книга, 1984. 206 с.

10. *Кузнецов Э.Д.* Художник и книга. Л.: Художник РСФСР, 1964. 78 с.

11. *Радаков А.А.* Иностранные карикатуры последних дней. СПб: М.Г.Корнфельд, 1913. 47 с.

12. *Рожнова О.И.* История журнального дизайна / О.И.Рожнова. М.: Университетская книга, 2009. 271 с.

13. *Махонина С.Я.* Русская дореволюционная печать (1905–1914). М.: Изд-во Моск. гос. ун-та, 1991.

14. Оформление газет и журналов за рубежом: Сборник переводов / под ред. и с предисл. А.Л.Киселева. М.: Изд-во Московского университета, 1978. 145 с.

15. *Спиридонова Л.А.* Русская сатирическая литература начала XX в. М.: Наука, 1977.

16. *Чихольд Я.* Облик книги: Избранные статьи о книжном оформлении. М.: Издательство студии Артемия Лебедева, 2009. 246 с.

17. *Patrick Merziger*. Nationalsozialistische Satire und «Deutscher Humor». Politische Bedeutung und Öffentlichkeit populärer Unterhaltung 1931–1945. Steiner, Stuttgart 2010.

18. URL: https: //www.jstor.org/stable/30034210?readnow=1&googlelogged in=true&seq=9#page_scan_tab_contents (дата обращения: 2.12.2018).

19. URL: http: //propagandahistory.ru/2314/Rossiya-v-angliyskoy-karikature/ (дата обращения: 12.12.2018).

20. URL: https: //d-nb.info/1122920024/34 (дата обращения: 15.12.2018).

21. URL: http: //www.wikiwand.com/de/Satire (дата обращения: 20.12.2018).

22. URL: http: //www.simplicissimus.info (дата обращения: 12.12.2018).

23. URL: https: //digi.ub.uni-heidelberg.de/diglit/fb (дата обращения: 25.12.2018).

24. URL: https: //www.dnb.de (дата обращения: 28.12.2018).

25. URL: https: //katalog.ub.uni-heidelberg.de/cgi-bin/search.cgi (дата обращения: 29.12.2018).

П.Д. РУДЬ

Аспирант 3-го курса МГУ имени М.В. Ломоносова. Исторический факультет.
Кафедра всеобщей истории искусств
e-mail: polinarud46@gmail.com

P.D. RUD

3rd year post-graduate student of MSU them. M.V. Lomonosov. Historical faculty. Department of General art history of art
e-mail: polinarud46@gmail.com

ЛАТИНСКАЯ АМЕРИКА В 1970-ЫЕ ГГ.: ПОЭЗИЯ ПОЧТОВОГО ИСКУССТВА

LATIN AMERICA IN 1970S: POETICS OF MAIL ART

В статье раскрываются основные вехи формирования почтового искусства как на международной художественной сцене, так и в латиноамериканском регионе. Сравнительный анализ истоков происхождения позволяет говорить о гетерогенности генеалогии данного художественного направления. Латиноамериканские художники, например, зачастую выстраивали свои стратегии, в соответствии с практиками поэтов-конкретистов. Во многом созвучны были их размышления относительно лингвистических и коммуникационных структур, вовлеченности зрителя и необходимости коллективных действий. Наряду с исследованием генеалогии почтового искусства, автор статьи указывает черты, свойственные латиноамериканскому варианту этого движения. Социально-политический контекст не в последнюю очередь способствовал его аутентичности — оказал влияние не только на содержание работ, но превратился в объект субверсивных художественных практик.

The article reveals key milestones of both international and Latin-American mail art during its formative years. Comparative analysis of its origins proves its heterogeneity of its genealogy. Latin-American artists based their artistic strategies mainly on the

practices of concrete poets. Their thoughts regarding linguistic and communicational structures, engagement of a reader / spectator and the importance of collectiveness were in tune with those of the concretist movement. Apart from genealogy research, the author indicates peculiarities of Latin-American mail art and the socio-political context. The latter is of paramount importance since it affected not only the contents of art works but turned out to be a target for subversive artistic practices.

Ключевые слова: искусство Латинской Америки, концептуальное искусство, латиноамериканский концептуализм, почтовое искусство, латиноамериканская экспериментальная поэзия, сетевое искусство.
Keywords: art of Latin America, conceptual art, Latin-American conceptualism, mail art, Latin-American experimental poetry, net art.

Почтовое искусство, вырываясь за пределы музейных и галерейных пространств, воплотило в себе новую форму взаимодействия между художниками и новый способ обмена художественными работами. Путешествие — это единственное, что связывает воедино почтовое искусство. Методы и средства, которые используют художники для создания, перекраивания и манипуляции информацией, разнообразны: распространение приглашений; создание открыток, писем, арт-марок, почтовых симулякров; художественная ксерография; визуальная поэзия, коллажи и рисунки.

Генеалогия почтового искусства гетерогенна и, как следствие, неоднозначна. Подобная практика прослеживалась у итальянских футуристов: художники обменивались работами и визуальными поэмами (parole in liberta) по почте еще в начале 1910-ых гг. Прецедентом может служить и набор из четырех открыток Марселя Дюшана, озаглавленный «Воскресная встреча-рандеву, 6 февраля 1916» с загадочными сообщениями о его работе «Большое стекло», который впоследствии был отправлен чете Аренсбергам, его покровителям и соседям. Курт Швиттерс включал в свои мерц- коллажи почтовые марки, хотя и никогда не отправлял их почтой. Один из известных примеров — монохромные почтовые марки Ива Кляйна, окрашенные в его фирменный International Klein Blue.

Член группы «Флюксус» Кен Фридман выделяет несколько исторических вех, определивших формирование почтового искусства [1, с. 3–6]. Во-первых, официальное возникновение почтового искусства он связывает с именем Рэя Джонсона и, впоследствии, с его Нью-Йоркской Школой Корреспонденции (1962–1963 гг.). Школа не представляла собой организацию, но была сетью, объединением друзей и незнакомцев, художников и кураторов, людей искусства и известных персоналий, которых Джонсон объединил посредством обмена почтовыми атрибутами и письмами не только в Нью-Йорке, но и за его пределами. Во-вторых, неореалисты рассматривали почту как средство художественной выразительности; и в-третьих, художники группы «Флюксус» в своей творческой деятельности делали акцент на коллективность и межконтинентальность как основные условия создания и потребления искусства.

Однако широкое распространение и популярность почтового искусства среди латиноамериканских поэтов и художников объясняется, скорее, их интересом к экспериментальной поэзии и языковым теориям, нежели увлечением деятельностью Рея Джонсона и группы «Флюксус». Использование почты для художников Аргентины, Бразилии, Мексики, Уругвая и Чили было частью исследования системы как таковой — системы не только почтовой, но и лингвистической, эпистемологической, бюрократической и политической. Кроме того, их творческие проекты зачастую анализировали семиотические системы, что во многом сближало их с лингвистическими экспериментами североамериканских и европейских концептуалистов.

Коллективная выставка «Опыты 1969» — сигнальный проект для почтового искусства. Уругвайский художник Луис Камнитцер и его коллега из Аргентины Лилиана Портер вплели свои работы в почтовую сеть, тем самым создав их, обусловив их существование. Почта приобретала значение не как способ отправки, но как неотъемлемый атрибут странствия. Около тысячи жителей Буэнос-Айреса в 1969 г. получили конверты с незаконченными фразами, а в день открытия выставки публике представили вскрытые конверты с продолжениями фраз, наряду с их оригинальными вариантами. «Опыт взаимодействия на расстоянии» [2, с. 5], — прокомментировал аргентинский художник Антонио Виго этот эксперимент.

В отличие от англосаксонской модели концептуализма, которая считается реакцией отчасти на минимализм, эстетика латиноамериканского варианта берет начало в экспериментальной поэзии. Новые

поэтические стратегии строились на основе анализа лингвистических и социальных структур и нацеливались на вовлечение зрителя / читателя в процесс создания произведения. Радикальная эстетика «новых поэтов» проникала на улицы, просачивалась в социальную среду и в средства ежедневной коммуникации. Их практики, по словам Виго, были воплощением тотального искусства, которое не признает границ между литературной и визуальной эстетикой, между искусством и жизнью [2, с. 12]. Небольшие литературные утопии поэтов-конкретистов находятся в тесной взаимосвязи с работами и почтовых художников, и концептуалистов, благодаря своей открытости и расположенности к прямому диалогу со зрителем: поэзия возникает только при условии высокой вовлеченности зрителя, поэзия рассматривается как привилегированное место для анонимных высказываний, а также внутри нее появляется возможность сформировать альтернативный порядок.

Кроме того, почтовые художественные сети были установлены по каркасам поэтов-конкретистов, например, группы «Нойгандрес». Харольдо де Кампос, Аугустоде Кампос и Десио Пигнатари, ее члены, сформировали «каркас» будущей сети почтового искусства, зачастую рассылая свои конкретистские произведения по всему миру. Таким образом, к 1970-ым гг. ключевые фигуры почтового искусства ЛА — уругваец Клементе Падин, аргентинец Антонио Виго, бразилец Пауло Бруски и некоторые другие — уже имели выстроенную сеть взаимодействий.

Почтовое искусство, активно развиваясь с середины 1950-ых гг., прошло несколько этапов становления от более частных и замкнутых сетей до сетей, объединяющих деятелей искусства по всему миру. В середине 1970-ых гг. почтовое искусство переживало новую волну расширения своего ареала распространения: будучи одним из немногих открытых каналов коммуникации в условиях жесткой цензуры, почтовое искусство приобретало все большую популярность среди художников Восточной Европы и Латинской Америки. По словам бразильского «почтового» художника Леонарда Франка Дюча, в Европе и США не было жизненной потребности в коммуникации, в отличие от латиноамериканских стран, где коммуникация и сообщение были маргинальны по своей природе [3].

Таким образом, именно социально-политический контекст подготовил плодородную почву для искусства, основная практика которого была бы связана с сопротивлением ограничениям, наложенным

режимами на политическую и культурную деятельность. Почта предоставляла для художников латиноамериканского региона единственный способ взаимодействовать с внешним миром, с иностранными коллегами, возможность распространить свои экспериментальные работы, которые не могли быть выставлены у них на родине. Теоретик и критик Кристина Фрейре в своей работе «Поэтика процесса. Не-музейное концептуальное искусство» метафорично сравнивает почтовое искусство с дверью в художественный мир других стран — это уникальная возможность безграничной коммуникации [4, с. 78].

Кроме того, изучение социально-политических условий того времени и контент анализ художественных работ показал, что почтовое искусство представлялось эффективным и безопасным каналом для распространения субверсивных сообщений, обмена этико-эстетической информацией, так как контроль со стороны правительственных режимов ежедневного потока корреспонденции не представлялся возможным. Чтобы обойти цензуру, многие художники зашифровывали свои сообщения, используя визуальную поэзию, что является еще одной характерной чертой почтового искусства «южного конуса». Последовательное установление военных режимов в латиноамериканских странах оказывало удушающий эффект на протестную культуру: повсеместно царила жестокая цензура, закрывались выставки, художников заключали под стражу. Как следствие — «почтовое» искусство было тесно связано с социальными проблемами, «искусство приобрело практическую значимость: придавало огласке утаенное, обнажало действительное положение угнетенных, призвало к борьбе [5, с. 139].

Критики называют почтовое искусство одним из самых значимых феноменов международного авангарда. Новый художественный язык, появившийся с развитием почтового искусства, высвобождает ранее ограниченные коммуникационные и структурные ситуации, и в результате способствует де-объективизации и анонимности искусства. Высвобождение происходит и в противопоставлении центра и периферии, так как ризоматический характер почтового искусства нивелирует эту дихотомию.

Примечания:

1. *Friedman K.* «The Early Days of Mail Art», in C.Welch (ed.). Eternal Network: A Mail Art Anthology. Calgary: University of Calgary Press. P. 3–16.

2. *Vigo E.A*. First Argentine Antecedent. Unpublished text in Vigo's archive. Fundación Centro de Arte Experimental Vigo.

3. *Duch F*. Letter from Duch to Vigo dated April 8th, 1981. Vigo archive, 1981.

4. *Freire C*. Politicos do Processo: Arte Conceitual no Museu. Sao Paulo: MAC-USP, 1999.

5. *Stephanou A.A*. Censura no Regime Militar e militariza das artes. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

6. *Welch C*. Eternal Network: A Mail Art Anthology. Calgary: University of Calgary Press, 1995.

П.Е. РОДЬКИН

Кандидат искусствоведения, доцент Департамента интегрированных коммуникаций, Факультета коммуникаций, медиа и дизайна Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики»
e-mail: prdesign@yandex.ru

P.E. RODKIN

Candidate of sciences (PhD equivalent), associate professor of the department of integrated Communications, Faculty of Communications, Media and Design, National research University «Higher school of Economics»
e-mail: prdesign@yandex.ru

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ГОРОДСКИХ ДОСТОПРИМЕЧАТЕЛЬНОСТЕЙ В БРЕНДИНГЕ ТЕРРИТОРИЙ И СЕМИОТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ БРЕНДА ГОРОДА

CITY SHOWPLACE REPRESENTATION IN PLACE BRANDING AND SEMIOTIC MODEL OF THE CITY BRAND

Статья посвящена анализу городской бренд-идентификаций, использующей достопримечательности, в рамках семиотической парадигмы на основе семиотики туристских достопримечательностей Д.Макканела и семиотической модели бренда города Й.Йон. Достопримечательность рассматривается как средство репрезентации территории и коммуникативный паттерн, отдельно выделяются визуально-графические характеристики и особенности бренд-идентификации в качестве важнейшего элемента семиотической модели бренда города.

The article is devoted to the analysis of the city brand identification, which uses attractions, within the framework of the semiotic paradigm based on the semiotics of tourist attractions of D.Mccannel and the semiotic model of the city brand by Jiyoung Yoon. The attraction is considered as a means of representation of the territory and a communicative pattern, visual and graphic characteristics and

features of brand identification as the most important element of the semiotic model of the city brand are singled out separately.

Ключевые слова: бренд города, бренд-идентификация, достопримечательность, знак, семиотическая модель.
Keywords: city brand, brand identification, landmark, sign, semiotic model.

Введение

Визуально-графическое решение бренд-идентификации территории является частью маркетинговой и брендинговой коммуникационной стратегии. Понимание принципов бренд-стратегии, владение исследовательскими навыками и вовлеченность в процесс брендинга является неотъемлемой частью работы современного дизайнера, которая включает в себя несколько связанных между собой стадий [12]. В брендинге городов одной из распространенных стратегий является репрезентация города через его знаковую достопримечательность.

Понятие «достопримечательность», начиная уже с XIX века, приобрело выраженную территориальную детерминированность [6], сегодня оно неразрывно связано с индустрией туризма, а также маркетингом и брендингом территорий. Под достопримечательностью понимается объект, отличающийся медийной известностью, узнаваемостью, знаковостью, а также исторической, культурной и символической ценностью для широкой аудитории. Культура и историческое наследие входят в качестве одних из составляющих модели территориального бренда, так называемого шестиугольника С.Анхольта [9]. Достопримечательность относится сразу к нескольким характеристикам территориальной айдентики, таким как: исторические, культурные, архитектурные и географические особенности территории [13, с. 34]. Особое значение достопримечательности получили в брендинге городов, являясь средством репрезентации города в концептуальных рамках его бренда. Городская достопримечательность выступает в качестве коммуникативного маркера места, а также выражает то, каким город видит себя и представляется миру. В городской бренд-идентификации [4] акцент делается на архитектурных объектах, взятых по отдельности или в качестве ансамбля.

Достопримечательность существует сразу в нескольких коммуникативных «измерениях», которые могут быть раскрыты и проанали-

зированы в рамках семиотической парадигмы коммуникации [10]. Наложение классических семиотических моделей на специфику брендинга территорий, т.е. среду сложных *искусственно-естественных* и постоянно развивающихся медиа-объектов, позволяет актуализировать семиотику современных визуальных коммуникаций. Как отмечает У.Эко, архитектура существует в мире товаров, а архитектурный дискурс не требует углубленной сосредоточенности и легко потребляется как кинофильмы, телепрограммы, комиксы и детективы, а потому она подвержена влиянию рынка так же, как продукты массовой культуры [8, с. 237]. Актуальная семиотическая модель городской достопримечательности и бренда города, релевантная специфике брендинга территорий и современной городской айдентике, позволяет установить и выявить взаимосвязи между различными компонентами бренда на уровне языка, знака и смысла. Значение визуального языка, его визуально-графических, пластических и стилевых особенностей в подобной модели заключается в том, что сам объект, его значения и репрезентация в существенной степени зависят от выбранных разработчиком выразительных средств графического дизайна.

Современная семиотическая модель городской достопримечательности и бренда города

Сложность и коммуникативная «двойственность» городской достопримечательности проявляется при ее воспроизводстве в визуальной айдентике. Как отмечает П.Рэнд, «будучи иллюстративным инструментом, логотип может выступать в двоякой роли: служить идентификатором и одновременно воплощать художественную идею» [7, с. 152]. Территориальная бренд-идентификация, таким образом, должна не только идентифицировать определенную территорию через связанную с ней конкретную достопримечательность, но и создавать определенное впечатление или сумму впечатлений о ней по средством передаваемой эстетической информации [3]. Достопримечательность представляет собой как реальный объект в виде архитектурного или скульптурного сооружения, так и знак, символ и образ места.

Д.Макканел развивает семиотику достопримечательностей, в которой отношения *означающего* и *означаемого* классической семиотики Ч.Пирса и Ф. де Соссюра, представлены в виде *маркера* (означающего) и *зрелища* (означаемого). Информация об объекте является маркером,

а реальный объект — зрелищем. Коммуникация в этой модели выстраивается следующим образом: Маркер (Лувр — это дворец) → Зрелище (Большое здание на Сене); Маркер: Фотография Лувра с другого берега Сены → Зрелище: Реальный Лувр [2, с. 179]. Макканел отмечает, что достопримечательность одновременно может выступать и как маркер, и как зрелище, что приводит к трансформации туристического символизма, описываемого как: зрелище → маркер → зрелище, где, например, Эмпайр-стейт билдинг — зрелище, которое служит символическим маркером для туристического Манхэттена, а статуя Свободы — зрелище, служащее маркером США [2, с. 187]. При этом, как указывает, Макканел, маркер может доминировать над зрелищем, например, когда реальный уличный знак, как объект узнавания заменяет улицу, а сувенир с название улицы, как самостоятельное зрелище заменяет уличный знак [2, с. 179]. Схожим образом, но уже в рамках медиалогии, подходит к медиа-объекту Р.Дебрэ, предлагая модель: *памятник-след, памятник-сообщение, памятник-форма* [1, с. 143]. Йёон Йон (Jiyoung Yoon) подчеркивает схожесть объекта восприятия в рамках одной структурной системы коммуникации, вводя в качестве интерпретационной переменной дизайн. Эта особенность коммуникации в городском брендинге показывается на примере отношения языка, дизайна и бренда города: *Язык*: объект / значение → толкователь → язык (знак) → элемент языка → синтаксис; семантика. *Дизайн*: визуальный объект / значение → толкователь → визуальный язык (знак) → элемент дизайна → система; концепт. *Городской бренд*: визуальный объект / значение → толкователь → концептуальный язык (знак) → элемент бренда города → система; концепт [11, с. 61].

Йон предлагает новую семиотическую модель бренда города, учитывающую отмеченную специфику. Если традиционная семиотическая модель Соссюра описывается схемой: означающее → означаемое → знак, то новая модель бренда города представляет ее предметно-ориентированное расширение: город → связанный знак → (через коммуникацию) → городской бренд [11, с. 68]. Фактически традиционные модели коммуникации, «треугольники» Пирса и Ч.Морриса в брендинге территорий могут быть дополнены и представлены в виде концептуальной модели: объект → знак (бренд) → интерпретатор (пользователь) [11, с. 70]. В этой модели городской бренд становится одним из элементов значения и смысловой единицей сообщения бренда наряду с самим объектом. Применительно к семиотической модели бренда города этот

«треугольник» выглядит так: визуальное обозначение → символическое обозначение → расширенное обозначение [11, с. 71].

Соединив и дополнив классические и современные семиотические модели: Г.Фреге, Ч.Пирса, Ч.Морриса, Д.Макканела и Й.Йон, можно построить собственное расширение в виде модели визуальной бренд-идентификации города, с более сильным акцентом на визуальный язык и визуальную коммуникацию в целом. Модель, которая применяется при анализе городской бренд-идентификации, в настоящем исследовании также включает три компонента: объект (зрелище) → маркер (знак, туристический символ) → бренд (сообщение). На примере туристического бренда Берлина ее можно проиллюстрировать следующим образом: объект — Бранденбургские ворота; маркер — стилизованное изображение Бранденбургских ворот; бренд — современный, творческий и открытый город. Предложенная модель городской достопримечательности, масштабируемая на городской бренд в целом, а также методология анализа на ее основе позволяет комплексно раскрыть городскую бренд-идентификацию в рамках семиотических, этимологических и коммуникативных проблем. Акцент, который делается на визуальном языке и визуальной коммуникации в целом важен, так как визуальный язык может выступать в качестве самостоятельной единицы смысла, воздействующей на когнитивное и эмоциональное восприятие сообщения бренда аудиторией. Этот компонент является важнейшим в коммуникации бренда и отношениях между всеми элементами семиотической модели.

Анализ визуальной репрезентации бренда города

В качестве объектов бренд-идентификации, использующих городские достопримечательности, выступают как различные отдельные исторические сооружения: замки, ворота, башни, ратуши и т.п., так и их ансамбль в рамках общего композиционного решения, или характерный и узнаваемый силуэт города.

Абрантес (Португалия). *Разработчик: Муниципалитет города, 2017 г.*

Объект. Районы города, шпиль собора Святого Винсента.

Маркер. Айдентика небольшого португальского города Абрантес после рестайлинга в 2017 году стала монохромной, однако конструкция не претерпела изменений. Незначительно изменилась ее геометрия, место 19 районов стало 13. Кирпичный цвет привносит исторические коннотации,

а также отсылает к юбилейной айдентике города, которому исполняется 100 лет. Шпиль собора Святого Винсента является пластической доминантой всей конструкции, которая как бы раскрывает всю панораму городских районов и одновременно образует своеобразный силуэт города.

Бренд. Столетний город, город, вступающий в новое столетие своего существования. Слоган: «One Smart City, One Happy City».

Берлин (Германия). *Разработчик: Metadesign, 2005 г.*

Объект. Бранденбургские ворота (1788–1791 гг.), первоначальное название: «Ворота мира». Единственные сохранившиеся городские ворота Берлина, построены в стиле берлинского классицизма, стали также одним из символов объединения Германии в 1990 году. Бранденбургские ворота являются визитной карточкой Берлина и в качестве символа города стоят в одном ряду с Эйфелевой башней в Париже, Колизеем в Риме и Тауэром в Лондоне.

Маркер. Бренд-идентификация Берлина представляет графическое, монохромное, стилизованное изображение Бранденбургских ворот. Знак отличается геометризмом, лаконичностью, в нем исключены все архитектурные детали массивного карниза, расстояние между центральными колоннами в знаке стало одинаковым с остальными, вместо скульптурной фигуры квадриги стоит круг-точка. Данная стилизация не повлияла на ассоциативную узнаваемость объекта. В месте, где знак соприкасается и находит на прямоугольную горизонтальную плашку с логотипом, верхняя часть ворот выделена инверсией (рис. 1).

Бренд. «Be Berlin». Современный, творческий, открытый и толерантный город, город позитивных перемен. Слоганы брендинговых кампаний на разных этапах: «The place to be», «Berlin, show your colors», «Future-made in Berlin» и др.



Рисунок 1. Бранденбургские ворота; бренд-идентификация Берлина (2005 г.)

Братислава (Словакия). *Разработчик: Martin Žilinský, 2005 г.*

Объект. Братиславский Град, расположен на южном отроге Малых Карпат, над левым берегом Дуная и является неотъемлемой частью панорамы города, символизирует больше тысячи лет словацкой истории. Братиславский Град был полностью восстановлен из руин после Второй мировой войны.

Маркер. Визуально-графическое решение айдентики Братиславы близко к Берлину. Бренд-идентификация города представляет собой геометрически стилизованное, плоское изображение угловой проекции Братиславского Града (в знаке видны три башни). Сочетание изобразительной условности и графического минимализма делает знак цельным, сохраняя при этом узнаваемость объекта. Снизу монолитность конструкции разбивается «фундаментом» из 5 квадратов (2 образуют символические ворота), которые придают знаку динамику и связывают с логотипом (один из квадратов становится точкой для буквой «i») (рис. 2).



Рисунок 2. Братиславский град; бренд-идентификация Братиславы (2005 г.)

Бренд. Бренд города подчеркивает его динамизм и центр различных, в том числе и деловых активностей. Слоган: «Bratislava — little big city» является прямой отсылкой к слогану бренда страны «Slovakia — little big country». Братиславский Град воспроизводился в айдентике саммита «Буш—Путин. Братислава» 2005, но как реалистическое изображение.

Йоханнесбург (ЮАР). *Разработчик. The Public Liaison Department, 2002 г.*

Объект. Телебашня «Sentech Tower», первоначально Башня Альберта Херцога при режиме апартеида, — 237-метровая радио и телевизионная башня (1961 г.) расположена в районе Брикстон Йоханнесбурга.

Маркер. Стилизованное под ручную графику изображение башни вписано в шрифтовое написание названия города и образует собой букву «b», акцентированную также желтой точкой в ее основании. «Башня-буква» выделяется графической остротой по сравнению с начертанием других букв, имеющих большую плавность и жирность.

Бренд. Открытый для туристов, безопасный город. Брендинговая кампания была вызвана необходимостью изменить негативный имидж Йоханнесбурга. Слоган: «A world class African city».

Кын (Россия, Пермский край). *Разработчик. ПЦРД совместно с студией ГД, 2012 г.*

Объект. Памятник в виде «железного лота», аналога якоря, выполнявшего функции тормоза при сплаве леса на опасных участках реки Чусовой. Установлен в селе Кын на берегу Чусовой, для данной территории объект представляет историческую ценность.

Маркер. Туристический бренд-идентификатор села Кын объединяет изображение «лота» и первую букву названия «Кын», в виде стилизованных выступов на «лоте». Форма знака полностью повторяет простую форму самого объекта. В качестве дополнительной айдентики Кына может использоваться только буква «К», взятая из основного знака.

Бренд. Один из важных культурных и туристических центров Пермского края. Слоган: «Кын-завод — железные сплавы Урала».

Нюрнберг (Германия). *Разработчик: wirDesign, 2011 г.*

Объект. Нюрнбергский замок, памятник средневековой архитектуры города Нюрнберг, образуется из двух частей: Императорской и Бургграфской крепостей. Нюрнбергский замок является визитной карточкой города.

Маркер. Бренд-идентификация Нюрнберга воспроизводит силуэт Нюрнбергского замка, включая его самые узнаваемые элементы: Зинвельтурм (Круглую башню), и квадратную башню Лугинсланд с четырьмя эркерами. Версия знака 1993 года представляла собой сильно растянутую конструкцию с монохромной заливкой плашки с вырастающем из нее силуэтом ансамбля. Данная конструкция была признана функционально неудобной для размещения на различных носителях, и в 2011 году произведен ребрендинг [5]. Изменения коснулись визуально-графического решения знака. Силуэт зданий представляет инверсное изображение силуэта, который прочерчен жесткой линией на монохромной прямоугольной горизонтальной плашке, знак стал компактнее,

в том числе, и вследствие того, что количество архитектурных объектов сократилось до 3.

Бренд. Историческое и культурное наследие, старый, уютный уголок Германии.

Заключение

В айдентике крупных международных мероприятий достопримечательности выполняют те же функции, что и в брендинге территорий. Айдентика политических саммитов достаточно широко использует национальные достопримечательности: G8 Санкт-Петербург 2006 — Медный Всадник — памятник Петру Великому, G8 Франция 2011 — Эйфелева башня, саммит Буш-Путин в Братиславе 2005 — Братиславский Град, G20 Торонто 2010 — Телебашня CN Tower и т.п. (рис. 3). Городская достопримечательность выступает в качестве символа страны. Акцент на одном элементе архитектурной среды и исторического наследия используются не только в бренд-идентификации городов, но и стран, например, туристическая бренд-идентификация Камбоджи (разработчик: Скотт Ламберт, 2008 г.) представляет серию из девяти логотипов, главным идентификатором в которой является храм Ангкор-Ват как один из самых узнаваемых символов страны.



Рисунок 3. Айдентика саммита Буш-Путин в Братиславе 2005, G8 Санкт-Петербург 2006, G8 Франция 2011

Разработка бренд-идентификации включает выбор художественных средств, который достаточно широк и вариативен в рамках любой бренд-стратегии. Визуальная репрезентация бренда города и городской достопримечательности строится на визуально-графической стилизации архитектурного объекта. Основным выразительным средством визуальной репрезентации является силуэт достопримечательности или всего города, являющийся устойчивым и узнаваемым языковым паттерном визуальной коммуникации. Однако как целостная система, бренд-идентификация города включает всю совокупность семиотических и визуально-графических характеристик, анализ которых, таким образом, позволяет сделать следующие выводы.

— Достопримечательность как медиа-объект представляет быстрый способ коммуникации, не требующий сложностей с ее смысловой интерпретацией, даже если речь идет о локальных и менее известных объектах.

— Репрезентация территории через достопримечательность формируется средствами знаковой формы (изображение достопримечательности стилизовано).

— Художественный язык (и его непосредственные визуально-графические характеристики) влияет на восприятие бренда, так как способен создавать собственные семиотические связи и интерпретационные переменные.

— Коммуникативная сложность феномена достопримечательности вынуждает прибегать к различным моделям бренда города, построенным на классических и современных семиотических моделях, рассматривающих объект одновременно в нескольких измерениях.

Городская достопримечательность в брендинге территорий одновременно обращена в прошлое и настоящее. Визуально-графический характер знака в значительной степени способен актуализировать его современное восприятие не только как объекта истории, но и в качестве пространства новых, в том числе и потребительских, смыслов и значений, как место притяжения людей.

Библиография:

1. *Дебрэ Р.* Введение в медиалогию. М.: Праксис, 2010. 368 с.

2. *Макканелл Д.* Турист. Новая теория праздного класса. М.: Ад Маргинем, 2016. 280 с.

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

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

5. *Родькин П.* Визуально-графические и конструктивные особенности редизайна территориальной бренд-идентификации 2006–2016 гг. // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА. 2017. № 2 . Ч. 2. С. 157–174.

6. *Рцинская И.И.* Путеводитель как инструмент конструирования региональных достопримечательностей (вторая половина XIX — начало XX в.) // Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2011. № 1. С. 74–93.

7. *Рэнд П.* Дизайн: форма и хаос. М.: Издательство Студии Артемия Лебедева. 2013. 244 с.

8. *Эко У.* Отсутствующая структура. Введение в семиологию. СПб.: Петрополис, 1998. 432 с.

9. *Anholt S.* (2007) Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions / S.Anholt. 1-st edition. Palgrave Macmillan. 160 p.

10. *Craig R.* (1999) Communication Theory as a Field // Communication Theory. Volume 9. Issue 2. 1 May. P. 119–161.

11. *Jiyoung Yoon.* (2010) A conceptual Model for City Branding Based on Semiotics. A thesis for the degree of Doctor of Philosophy. Department of Engineering and Design, Brunel University. 336 p.

12. *Octaviyanti Wahyurini, Kartika Wardani*. (2013). Brand Identities for Cities: Enhancing Graphic Designer Expertise in City Branding Practice // The International Journal of Design Management and Professional Practice. 2 (7). P. 13–31.

13. *Zeybek B., Gül Ünlü D*. (2017) A view on countries' tourism logos, slogans, contents and figural characteristics within the concept of country identity // Informacijos mokslai, 76. P. 26–44.

Е.А. КУЗНЕЦОВА
Ст. преподаватель кафедры «Средовой дизайн» МГХПА им. С.Г. Строганова
e-mail: kat537dext@yandex.ru

E.A. KUZNETSOVA
Senior lecturer of the department «Environmental design» of the Stroganov Academy (MGHPA)
e-mail: kat537dext@yandex.ru

СТЕРЕОТИПЫ В ОРГАНИЗАЦИИ ТОРГОВОЙ ЭКСПОЗИЦИИ

STEREOTYPES IN ORGANIZATION OF TRADE DISPLAY

В статье разбираются актуальные стереотипы современного маркетинга и их взаимосвязь в рамках процесса дизайн-проектирования торговой экспозиции, выводится и характеризуется само понятие «торговой экспозиции», анализируется влияние когнитивных моделей и принципов нейромаркетинга, лежащих в основе эмоционального дизайна и обусловившие современный характер потребительского рынка. Подчеркивается, что стереотипы и бренд неразрывны при формировании любой торговой экспозиции, так как бренд — это эффективный инструмент навязывания спроса.

The paper deals with the analysis of stereotypes in branches of the modern marketing and their connection with the projecting of trade display. The author defines a term of «trade display», describes an influence of principles of cognatic psychology on it account of an emotional design and neuromarketing in consumption market. It was underlined, stereotypes and brand name are closely connected with each other being the effective instrument by hard selling.

Ключевые слова: стереотип, маркетинг, торговая экспозиция, места продаж, дизайн торгового пространства, продажи, нейромаркетин, дизайн.

Keywords: stereotype, marketing, trade display, point of sale, retail space design, sales, neuromarketing, design.

В настоящий момент в современном маркетинге выявлены и структурированы общепринятые стандарты основных, прошедших апробацию эффективных технологий продаж, которые можно обозначить таким понятием как торговый формат [1]. Маркетологи заинтересованы в постоянной разработке мотивационных систем, направленных на повышение потребности в приобретении нового продукта (мотивация покупок), и соответствии представлению заказчика о верном/неверном дизайне торговой экспозиции. Центральным компонентом успешных продаж, объединяющими все преставления о торговом формате, являются визуальные особенности, создающие у покупателей представление о продукте, организация среды, в которую он интегрируется, и является задачей дизайнера при формировании торговой экспозиции.

Торговая экспозиция — основная форма маркетинговой коммуникации посредством дизайна, система, в которой пространство мест продаж и товары объединены концептуальным (маркетинговым и художественным) замыслом, мотивирующим посетителя к покупке. Формирование экспозиции — одно из направлений развития дизайна в местах продаж, область применения которого связана с дизайн-проектированием и проведением экспозиций (в том числе реэкспозиции) в соответствии со сменой акций бренда, времен года, контроль текущего состояния экспозиции, подготовки и отслеживания экспозиционной документации и прочее. В состав торговой экспозиции входят рекламные продукты, которые и являются основными участниками экспозиции — совокупность различного торгового оборудования для рекламных продуктов, представленных в торговом пространстве на ограниченный промежуток времени.

В данный момент существует многообразие работ по практическому маркетингу, в которых перечисляются и обсуждаются возникшие мифы о рынке потребления и сконструированные теории покупательских предпочтений, приводятся рекомендации по визуальному мерчандайзингу, которые, как предполагается, должны способствовать росту продаж. Так Kai-Uwe Hellmann, (Universität Duisburg-Essen) предлагает свою модель потребительского рынка, в котором учитываются последние данные социологических исследований характера потребле-

ния и различаются два принципа похода за покупками: «shopping for» и «shopping around» [2].

«Shopping for» — это спланированный акт покупки, направленный на удовлетворение первичных потребностей: потребитель идет за покупками с конкретным списком того, что ему необходимо. Это рациональное действие, когда мотивация потребителя вполне конкретна и не нуждается в дополнительной стимуляции. «Shopping for» во многом схожа с концепцией рационального поиска, направленная на выбор необходимого, в данном случае маркетинговый и художественный замысел в дизайне торговой экспозиции должен способствовать осуществлению принципов рациональной покупки в кратчайшие сроки. «Shopping for» обусловил популярность сетевого решения и распространенность крупного торгового бизнеса — все супермаркеты похожи по принципу организации. Профессиональная логистика и большая проходимость товаропотока, сбываемого по низким ценам, направлены на поддержание интереса покупателей и стимулируют покупательскую способность в условиях рационализации выбора.

«Shopping around» направлен на удовлетворение иных потребностей. У посетителя торгового пространства отсутствует представление о том, какой продукт он хочет купить. Здесь речь идет о так называемой импульсной покупке, когда покупатель находится в расслабленном состоянии и демонстрирует готовность к потреблению по наитию. Примером «Shopping around» можно назвать обычную прогулку по улице с различными магазинами или торговому центру: здесь мы имеем классическую и знакомую всем ситуацию, когда посетитель бесцельно кочует из магазина в магазин и не демонстрирует заинтересованности в приобретении конкретного продукта. Здесь акт покупки носит афиллиативный характер, и продукт, который в конце концов будет приобретен, имеет второстепенную роль. Основная тенденция такого рода покупок направлена на получение ярких впечатлений и стимуляцию хорошего настроения от грамотно спроектированной и организованной торговой среды и потенциальной возможности приобрести что-то. Таким образом, концепция «shopping around» в корне отличается от рационализированного характера «shopping for», а дизайн торгового пространства опосредованно воздействует на массовое сознание, организует места продаж посредством проектирования своеобразной, удивительной и привлекательной среды, обостряющей чувства потребителя, создает максимально благоприятную атмосферу для продаж [2].

В мировой торговле, на данный момент, выявлены и применяются принципы, определяющие дизайнерские решения в создании торговой экспозиции и формирующие атмосферу, стимулирующую потребителей к покупке (back-ground). Эти визуальные стандарты используются при проектировании дизайна торговой экспозиции — некий пул стереотипов. Есть основания полагать, что в их формировании можно провести параллель с фокус-группам, легшими в основу покупательской аудитории, различаемой друг от друга характером своих интересов. Основными вариациями, при помощи которых выделяются фокус-группы, являются: пол, возраст, уровень дохода (для маркетологов), профессиональные характеристики и социально-экономический статус — для социологов [1]. Важным свойством экспозиционного построения является прогнозирование посредством анализа и впоследствии создание сценария поведения покупателя в пространстве магазина. При формировании экспозиции необходимо учитывать аспект гармонизации экспозиции со средой, структуру, специфику, местоположение и др. Все эти параметры варьируются с учетом маркетинговых задачи от целостного и неразрывного воплощения всех особенностей фирменного стиля конкретного бренда до полной нейтральности к бренду или же иллюзорного изменения под конкретные мероприятия, акции, праздники и т.п., с учетом сути коммуникации и в целях экспозиционной композиции.

При организации торговой экспозиции на ее характер, формы и принципы организации влияют современные общекультурные и маркетинговые тенденции.

Возникает потребность в когнитивных исследованиях, объясняющих механизмы, которые легли в основу эмоционального дизайна и нейромаркетинга.

В статье Новиковой Е.Ю. (доктор философских наук, профессор кафедры философии РЭУ им. Г.В.Плеханова) «Человек эмоциональный в дизайне и маркетинге» рассмотрены принципы когнитивной психологии, лежащие в основе эмоционального дизайна и нейромаркетинга, которые интенсивно развиваются в последнее десятилетие за рубежом.

Согласно исследованиям, приведенным в статье, «эмоциональный дизайн — одно из направлений дизайна, интенсивно развивающееся в настоящее время. К специфике эмоционального дизайна можно отнести: 1) ориентацию на глубинный, интуитивно чувственный мир потребителя; 2) обеспечение традиционных принципов дизайна — на-

дежности, функциональности, удобства — при функционировании предмета дизайна на различных уровнях человеческой деятельности, затрагивающих врожденные «инстинкты», импульсивные ответы, социально выработанные навыки и рефлексивные оценки, присущие формам общественного сознания; 3) создание предметной среды, вызывающей положительные эмоции, чувства удовлетворения у потребителей, подчеркивающей ценность личности и ее самореализации на различных уровнях культуры; 4) формирование культуры потребления и лояльности по отношению к фирме — производителю предметов дизайна; 5) преодоление возможных негативных последствий, связанных с употреблением предметов дизайна; 6) повышение эффективности деятельности фирм-производителей» [3].

Для эмоционального дизайна характерно, с одной стороны, следование положениям традиционного дизайна, базирующиеся на принципах надежности и функциональности, с другой, ориентация на чувственные восприятия потребителя. Таким образом, эмоциональный дизайн направлен на формирование предметной среды, формат которой позволил бы потребителю испытать спектр положительных эмоций, снизив его порог критичности при оценке продукции фирм-производителей (что положительно сказывается на эффективности производства) и минимизировав негативные последствия при потреблении продуктов дизайна [4]. Фокус на эмоциональное воздействие обусловлено взаимосвязью эстетического и функциональности, которое должно достигаться посредством дизайнерского решения: чем сильнее продукт соответствует представлениям потребителя о прекрасном, тем проще решаются задачи потребителя, связанные с потреблением [5]. Нейромаркетинг во многом привел к пересмотру способов коммуникации с потребителем: от выкладки продукта по группам или проработанности ассортиментной истории во многом зависит успешность его восприятия [6].

Разработка концепции организации торгового пространства требует подстройки дизайна мест продаж и под ряд параметров, к которым относятся ассортимент и фокус-группа (пол, возраст, социально-экономический статус). Эти параметры формируют стереотипы торговой среды, обусловившие модели по организации торговой экспозиции и отвечающие за определение предложения и дизайн-оформления для фокус-групп. Эти модели предусматривают деление на дихотомию «свой-чужой» — своеобразной системы визуального опознания, именуе-

мой «формула идентификации», посредством которой реализуется идея соотнесенности художественной среды с ожиданием покупателей [1].

Понятие «бренд» представляет собой как раз основной стереотип потребителя. Для того чтобы этот стереотип сформировался нужно, чтобы с ним ассоциировалась только одна идея. Постоянное изменение впечатления от бренда приведет к дестабилизации потребительского стереотипа, что является нежелательным результатом: доносимая годами фирмами одна и та же информация формирует у потребителя необходимое представление о предлагаемом продукте (цельность), создает чувство близости с ценностями и установками потребителя (привлекательность) и акцентирует внимание на его уникальности, являющейся необходимым условием для узнаваемости. Таким образом, «бренд — это образ торговой марки, который отличает уникальность, цельность и привлекательность для потребителя» [4].

Бренд — это эффективный инструмент навязывания спроса. Очевидно, что в реальности практически все запросы потребителя уже удовлетворены. У каждого уже давно есть возможность реализовать любые запросы в той или иной форме. Например, исчезновение супермаркетов не приведет к голодной смерти потребителя: он станет покупать ту же продукцию в торговых точках другого формата, поэтому цель брендинга в розничных сетях — именно подтолкнуть потребителя к тому, чтобы он посещал торговые точки именно под этой маркой.

Большинство рекламных агентств по-прежнему штампуют однотипные рекламные ролики в то время, когда рынок потребление пережил метаморфозы. Это связано, прежде всего, с потерей восприимчивости потребителя к ставшим уже традиционным рекламным ухищрениям и расширением выбора. Желание покупать во многом теперь определяет интерес к философии бренда и его соответствию с разделяемыми покупателем ценностями. В представлении продукта необходим новый подход, базирующийся на разрыве стереотипов (distruption). Принцип Disruption разработан в мировой рекламной сети BDDO Group, с которой агентство «Роуз» связано партнерскими взаимоотношениями.

Технология Disruption состоит из трех этапов работы.

«Convention» — выявление стереотипов, существующих в рекламе данного типа товара.

«Disruption» — «разрыв стереотипов» — поиск радикально нового подхода, который делает марку потенциальным лидером.

«Vision» — привязка к будущему — прогноз того, как марка будет развиваться.

Причины появления технологии «Disruption» так представлены Жан-Мари Дрю, главой BDDO Group: «Есть очень убедительный аргумент к тому, что менеджмент торговых марок в последние годы радикально изменился. Дело в том, что потребители в последние годы стали более информированными и менее восприимчивыми к “гладким” рекламным кампаниям» [7].

В данном случае под «разрывом стереотипов» следует понимать не просто звучную метафору, а способ мышления, который должен привести к разработке новых инструментов продвижения продукта на рынке потребления и способствовать изменениям на рынке, ставя под сомнения сложившиеся условия и нормы, подстроив новые правила под потребности бренда.

«Разрыв стереотипов» трансформируется из принципа в методологию. Основным его методом воздействия является влияние на фокус-группу при помощи посланий, позволяющих наладить коммуникацию с потребителем и более эффективно преодолеть барьеры его эмоционального восприятия, что требует создание соответствующей атмосферы в магазине. Принципы определения стиля, определяющего образное соответствие дизайна торговой среды фокус группам, не отличаются от существующих в традиционном дизайне.

Согласно маркетинговым исследованиям, можно выделить следующие стереотипы, связанные с потребительскими группами. Можно утверждать, что стиль и потребительские группы связаны: для молодой аудитории побираются яркие цвета, делается акцент на динамику, спорт и массовую культуру; для средней возрастной группы подбираются сдержанные цвета, вносятся элементы contemporary, hi-tech [1].

Распространенным стилевым решением для большинства торговых систем является дизайн в стиле минимализм, ассоциирующийся у большинства современных потребителей с успехом, независимостью, тем самым минимализм определил облик современной торговой среды. Таким образом, процесс пересмотра стереотипов требует у мировых производителей вложений в механизмы влияния на массовое сознание потребителей, в том числе, посредством СМИ. Что касается стереотипов в нашей стране, то с уверенностью можно утверждать, что образ мировых брендовых сетей прочно закрепился в сознании отечественного

потребителя, однако прослеживается тенденция разработки дизайна с демонстрацией собственной уникальности. Торговые пространства заинтересованы в разнообразии стереотипов, так как это дает возможность гибко расширять сетевое представительство. При проектировании в дизайн-проектах должны учитываться все способы и оценки специалистов, но главным все же будет объединение аудиторий по реакциям восприятия визуальных факторов: на данный момент устоявшейся системы подобного анализа не существует.

Примечания:

1. Литвинов В.В. Дизайн: магазин, витрина…: путеводитель по дизайну торговой среды. М.: Рудизайн, 2006 (М. : Московская типография » 13).

2. *Hellmann, K. (2013). Der Konsum der Gesellschaft Studien zur Soziologie des Konsums. Wiesbaden: Springer VS.*

3. Новикова Е.Ю. (доктор философских наук, профессор кафедры философии РЭУ им. Г.В.Плеханова). Человек эмоциональный в дизайне и маркетинге.; ВЕСТНИК РОССИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА ИМ. Г.В. ПЛЕХАНОВА, Москва, 2014

4. *Норман Д.* Дизайн привычных вещей. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013.

5. *Круг С.* Веб-дизайн, или Не заставляйте меня думать. СПб.: Символ-плюс, 2012.

6. *Льюис Дэвид.* Нейромаркетинг в действии. Как проникнуть в мозг покупателя. Манн, Иванов и Фербер, 2015.

7. *Надеин А.* Агентство «Роуз»разрушает стереотипы, http://www.advi.ru/archive/article.php3?pid=36

8. *Солсо* Р. Когнитивная психология. СПб.: Питер, 2011.

9. *Трайндл А.* Нейромаркетинг: визуализация эмоций. М.: Аль-пина Паблишерз, 2011.

Н.П. БОГАТОВА

Доцент кафедры «Средового дизайна» МГХПА им. С.Г. Строганова, член Международной Ассоциации «Союз дизайнеров»
e-mail: npbogatova@mail.ru

N.P. BOGATOVA

Associate professor of the department «Environmental design» of the Stroganov Academy (MGHPA), member of the Union of Designers International Association
e-mail: npbogatova@mail.ru

НОВОГОДНЯЯ ЕЛКА КАК АРТ-ОБЪЕКТ

CHRISTMAS TREE AS AN ART OBJECT

Актуальная в дни Новогодних и Рождественских праздников тема создания art-Елки привлекает внимание не только экологов, но и многих современных художников во всем мире. Создание art-объекта в виде Елки для украшения интерьеров в дни Новогодних праздников логично вписывается в программу по проектированию на кафедре «Средового дизайна» МГХПА им. С.Г.Строганова. В основе задания лежит создание выразительного художественного образа при помощи ассоциативного мышления, что является важнейшей составляющей в проектной деятельности профессионального дизайнера.

The theme creating the «Art Christmas trees» is relevant to the New Year and Christmas holidays. It attracts the attention of not only environmentalists but also many contemporary artists all over the world. Creating an art object in the form of a Christmas tree to decorate interiors during the New Year holidays logically fits into the design program at the department. *«Environmental design» of* the Stroganov Academy. The task is based on the creation of an expressive artistic image with the help of associative thinking, which is an essential component in the project activity of a professional designer.

Ключевые слова: art-Елка, эко елка, art-объект, Рождество, Новый год, праздник, стилизация, трансформация, художественный образ, экология.
Keywords: art Christmas tree, eco fir-tree, art object, Christmas, New Year, holiday, stylization, transformation, artistic image, ecology.

Вот и наступил Новый долгожданный 2019 год!

В России этот праздник принято отмечать с особым размахом. Присутствие символа Нового года — украшенной елки — давно уже вызывает много вопросов и нареканий у экологов. Каждый год, после новогодних и Рождественских праздников, мы видим множество елок, выкинутых на улицу. Сегодня в некоторых странах Европы, например, таких как Англия и Австрия, существуют предприятия по вторичной переработке елей, но лишь в некоторых регионах России есть такой опыт.

Чтобы сохранить хвойные леса и уменьшить количество отходов, приветствуется и поддерживается многократное использование искусственных елей, между тем, производство искусственных елей, а также их утилизация наносят природе не меньше вреда, чем спиленные и выброшенные в мусор зеленые красавицы.

Экологи всего мира бьют тревогу по поводу все ухудшающейся ситуации с мусорными отходами и устраивают акции, совмещающие в себе некоторые экологические проблемы.

Современное искусство не ограничено в выборе материалов и техник, и термин «произведение искусства» постепенно заменяется понятием «art объект». Не безразличные к проблемам экологии и охраны окружающей среды художники создают проекты на стыке экологии и искусства. Охрана природы от уничтожения и загрязнения окружающей среды стала одним из важнейших направлений в современном искусстве, а привлечение внимания к этой проблеме — первоочередной задачей художника.

Тема Новогодней Елки как art-объекта средового дизайна актуальна каждый Новый год и Рождество. Можно долго перечислять необычные и интересные решения этой традиционной темы. Но я упомяну лишь некоторые из них.

В 2008 году в Петербурге экологи установили елку, сделанную из вторсырья: использованных пластиковых бутылок и кусочков старых газет со снеговиками и гирляндами, сделанными из полиэтиленовых па-





Рисунок 1. Эко ель из донышек от использованных пластиковых бутылок Sprite. Литва, Каунас. 2011 г.

Рисунок 2. «Потребительская Рождественская елка» из использованных полиэтиленовых пакетов. Установлена art группой Luzinterruptus из Мадрида в городе Дарем (Великобритания). 2013 г.

кетов [Москва. 29 декабря 2008. РИА Новости]. В 2010 году «Эко елки» из пластиковых бутылок зеленого цвета установили в Париже. В этом же году в Израиле была установлена эко елка высотой 12 метров из 5400 пластиковых бутылок, взятых из мусорных контейнеров. В 2011 году в Литве в городе Каунас была установлена елка, выполненная из нескольких тысяч донышек от использованных пластиковых бутылок Sprite, насаженных на каркас и подсвеченных светодиодами. Автор эко Ели — Иоланта Шмидтене (Jolanta Smidtiene) (рис. 1). В 2013 году для привлечения внимания к проблемам мусора в период Рождественских праздников art группа Luzinterruptus из Мадрида установила в городе Дарем (Великобритания) конусообразную световую скульптуру «Потребительскую Рождественскую елку» из нескольких тысяч цветных использованных полиэтиленовых пакетов. Период строительства этой елки длился неделю и совпал с забастовкой вывозящих мусор компаний в Мадриде (рис. 2). Потребители привлекли пристальное внимание экологов не только в Мадриде. В Санта Монике (США) на Рождество сконструировали елку из торговых тележек.

В последнее время для украшений интерьеров общественных зданий стало модно выполнять елки в виде оригинально выполненных





Рисунок 3. Елка из рам-окон с цветными вставками стекол. Выполнена студентами из Раквере (Эстония). 2015 г.

Рисунок 4. Елка «Карусель» в виде карусельного столба, с закрепленными на канатах сиденьями разработана, выполнена и установлена архитектурным бюро Buromoscow на главной аллее ВДНХ. Москва. 2017 г.

и украшенных art-объектов. В 2011 году в Москве на территории фабрики «Красный октябрь» прошел конкурс «Елка как art-объект». На конкурс было представлено много интересных и необычных решений Новогодних елок. Танцующая Елка-труба, выполненная в виде светящейся трубы, закрученной в конусообразную спираль, надолго осталась в памяти посетителей выставки.

В Шиньяне (Китай) внимание дизайнеров привлек велосипед — один из самых распространенных в Китае видов транспорта. В центре города появилась елка 12 метров в высоту из 230 велосипедов. Можно также упомянуть елку, созданную в 2015 году студентами из Раквере (Эстония). Елка была выполнена из рам-окон с цветными вставками стекол и представляла собой нарядную конструкцию, символизирующую домашний уют, защиту и тепло (рис. 3).

В 2017 году на главной аллее ВДНХ в Москве была установлена елка «Карусель». Елка была разработана и выполнена архитектурным бюро Buromoscow в виде светящегося карусельного столба, с закрепленными на канатах, раскручивающимися вокруг своей оси сиденьями [спонсор ОАО «группа компаний Пик»] (рис. 4).





Рисунок 5. Выставка «ART Елки» в МГХПА им. С.Г.Строганова. Работы студентов 2 курса куфедры «Средового дизайна» Гавриловой П.А., Солдаткиной В.М., Хлавны Я.М., Григорьевой Е.А., Пампушко А.Ю., Апальковой А.А., Гуревич М.М., Сазоновой Е.А., Скрыпник А.А., Спиридоновой М.К., Васьковской В.С.. Руководитель проекта: доцент Богатова Н.П. Декабрь, 2018 г.

Рисунок 6. Елка в виде серебряной спирали из картонных трубок для типографской бумаги и ель-пагода из картона. Работы студентов 2 курса кафедры «Средового дизайна» Дикуновой В.М., Костиной И.А., Лебедевой В.В., Самошиной А.Д. МГХПА. Декабрь, 2018 г.

В декабре 2018 года, перед Новогодними и Рождественскими праздниками, в МГХПА им. С.Г.Строганова прошла выставка «ART Елки». В фойе академии выставлялись работы студентов 2 курса кафедры «Средового дизайна», выполненные по учебному заданию в рамках программы по проектированию (рис. 5).

Необычные, яркие, запоминающиеся работы: белая, ажурная елка из строительных отходов, уголков из пластика, елка в виде серебряной спирали из отходов в типографии — картонных трубок для типографской бумаги с блестящими красными шариками, ель-пагода из картона (рис. 6) — привлекали внимание и радовали глаз.

Уже несколько лет на кафедре «Средового дизайна» в качестве короткого промежуточного задания проводится задание на проектирование стилизованной елки для украшения офиса или холла какой-либо организации (компании, фирмы) во время проведения Новогодних и Рождественских праздников.

Целями задания «Трансформация Новогодней елки в art-объект средового дизайна» являются закрепление опыта объемно-пространственной трансформации биообъектов с решением более сложного спектра профессиональных задач, приобретение практических навыков



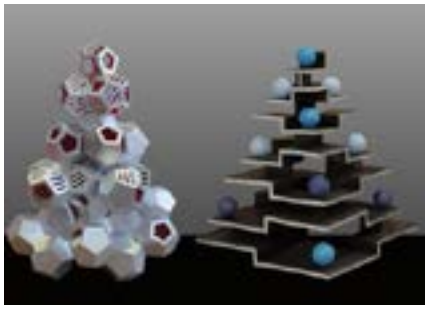


Рисунок 7. Поисковые макеты Новогодних арт-Елок. Работы студентов 2 курса кафедры «Средового дизайна». Руководитель проекта: доцент Богатова Н.П. МГХПА. 2018 г.
Рисунок 8. Арт-Елки. Работы студентов 2 курса кафедры «Средового дизайна» Магомедовой М.Х., Раджабовой Э.Р., Сидоровой А.Е. МГХПА. 2018 г.

и компетенций, а также опыта самостоятельной профессиональной деятельности в освоение законов и принципов формообразования на основе модуля; предложить альтернативные способы решения украшения общественных пространств, обратить внимание на проблемы экологии, используя не только современные материалы и технологии, а, в первую очередь, вторсырье.

Перед началом проектирования студенты собирают информацию по существующим аналогам, выполненным на эту тему. Они анализируют художественную концепцию авторов, выбор материала, достоинства и недостатки конструктивного решения, а также — отвечает ли данное предложение изложенной или предполагаемой концепции.

Постановка задач начинается с анализа формы и особенностей структуры биообъекта. Следующий этап включает поиск стилеобразующих элементов, которые могут ассоциироваться с работой той или иной компании.

Для поиска идеи и ее решения студенты выполняют эскизы небольшого размера в графике и в объеме (рис. 7). При выполнении эскизов елей важно передать не только ассоциативный художественный образ биоформы, ее пропорции, характер, но и показать, что это символ всенародного праздника, который должен быть как-то украшен и вызывать позитивные эмоции.

Так как задание краткосрочное, после выполнения поисковых эскизов, для ускорения процесса проектирования, студентам предлага-



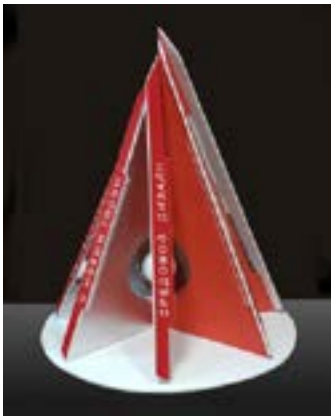


Рисунок 9. Арт-Елка «Клавиши». Елка складывается для компактного хранения. Работа студентов 2 курса кафедры «Средового дизайна» Бадзюк А. и Мастерковой М. Руководители проекта: доцент Богатова Н.П. и преп. Шиманова А.И. МГХПА. 2014 г.

Рисунок 10. Арт-Елка. Кафедра «Средовой дизайн». Выполнена студентами 2 курса Конюховой Ю. и Семенковой Т. МГХПА. 2018 г.

ется разбиться на группы по 2–3 человека и продолжить работу в группе. Если студенты решают работать в группе, они выбирают и разрабатывают один из наиболее выразительных по образу и интересных по идее вариантов. На консультации совместно обсуждается и выбирается лучшее предложение, которое нередко складывается из нескольких составляющих разных авторов, принимающих участие в разработке.

Чтобы найти пропорции и размеры елки, студенты делают чертежи изделия в масштабе 1:10, по которым можно посчитать количество ярусов веток и количество модулей для изготовления оригинала объекта.

Так как итогом этого проекта должен стать объект в масштабе 1:1, при поиске габаритов елки учитывается не только материал для изготовления, но и предполагаемый размер пространства, где может быть установлена елка, а также ее размещение: на подставке, на столе или на полу.

На последнем этапе проектирования студенты приносят фрагменты елей, выполненные из выбранного материала, и обсуждают конструкцию и способы крепления деталей и ярусов, а также возможные элементы украшений объекта. Уточняется цветовое, графическое



Рисунок 11. Арт-объекты из стекла в виде светящихся разноцветных елок, выполнены студентами 3 курса кафедры Художественное стекло» в рамках курсового задания по проектированию. МГХПА им. С.Г.Строганова, ректорский просмотр, 2018 г.

и фактурное решение, выбор шрифта и др. элементов, использующихся в композиции.

Критерием оценки служат несколько факторов, учитывавшихся при проектировании, например: наличие интересной идеи формообразования (рис. 8), возможность компактного складирования частей елки (рис. 9), продуманность конструкции в формообразовании изделия, а также экологическая составляющая проекта: применение в разработке втор сырья, возможность ее неоднократного использования и простоты утилизации.

Все объекты монтируются в аудитории и выставляются на промежуточный и ректорский просмотры. Наиболее удачные решения украшают кафедру весь год и являются символом не только Нового года, но и узнаваемым знаком кафедры «Средового дизайна» (рис. 10).

В завершение темы можно добавить, что в конце декабря текущего учебного года на ректорском просмотре в МГХПА им. С.Г.Строганова на кафедре стекла в рамках курсового задания по проектированию были также представлены art-Елки. Группа студентов 3 курса показала великолепные art-объекты, выполненные из стекла в виде светящихся разноцветных елок, способных украсить любой, самый изысканный интерьер (рис. 11). Хочется верить, что в следующем году мы снова увидим не менее оригинальные решения этой проблемы не только в рамках академии и на просторах интернета, но и на обширной территории нашей любимой страны.

Библиография:

1. URL: http: //megapoisk.com/svetovye-skulptury-udivitelnye-art-install-jatsii-pod-otkrytym-nebom Анастасия Сергеева (дата обращения: 26.05.2016).

2. URL: http: //www.art-elka.com/vote/ (дата обращения: 26.05.2016).

3. URL: http: //www.architime.ru/competition/ compexibition111111.htm (дата обращения: 24.05.2016).

4. URL: https: //studbooks.net/597487/kulturologiya/ kombinatornoe_formoobrazovanie (дата обращения: 24.05.2016).

5. URL: https: //www.ecobyt.ru/article/081211/137/ (дата обращения: 25.05.2016).

М.А. ЧЕРВОННАЯ
Кандидат искусствоведения, доцент кафедры «Промышленный дизайн» МГХПА им. С.Г. Строганова.
e-mail: mariyachervonnaya@yandex.ru

M.A. CHERVONNAYA
Candidate of art, associate professor of the department «Industrial Design» of the Stroganov Academy (MGHPA)
e-mail: mariyachervonnaya@yandex.ru

СПЕЦИФИКА РЕЖИССУРЫ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ПРОЕКТОВ

FEATURES OF MULTIMEDIA — PROJECTS DIRECTING

В статье рассматриваются художественно-творческие и производственные особенности режиссуры мультимедийных проектов.

The article deals with artistic, creative and production features of directing multimedia projects.

Ключевые слова: специфика режиссуры мультимедиа, режиссер мультимедиа, продукт мультимедиа, пайплайн.
Keywords: specificity of multimedia directing, multimedia director, multimedia product, pipeline.

Режиссура мультимедиа — особая форма режиссуры, в которой визуальные средства экранных видов искусств (кино и телевидения) в сочетании с компьютерными возможностями трансформируются и переосмысливаются. Открывая перспективы для выражения авторской идеи и режиссерской интерпретации в виртуальной и интерактивной среде, в сфере моделирования и анимации двух- и трехмерных персонажей, режиссура мультимедиа требует особого подхода к пониманию роли режиссера в этой области с учетом технологических особенностей создания мультимедийного продукта.

«Мультимедийное сознание» потребителя современного культурного продукта захвачено красочной графикой, спецэффектами,

оригинальным звучанием, эффектом живого присутствия 3d-формата. Ориентация на субъективный показ действительности, стремление к погружению зрителя в ощущения и чувства героя, требует от режиссера мультимедиа использования сильных визуальных средств. Его инструменты — мультимедийные программы по монтажу, спецэффектам, цветовой и светотональной обработке, моделированию виртуальной среды и персонажей. Специфика профессии режиссера мультимедиа — синтезировать целый ряд навыков в художественных и естественных дисциплинах, помимо классических дисциплин — драматургии, истории кино, театра, истории искусств, ориентироваться в моушн-дизайне, визуальных эффектах, создавать атмосферу в коллективе, соответствующую замыслу и жанру создаваемого мультимедийного произведения.

С приходом компьютерных технологий на телевидение новым творческим пространством стала область монтажа. Увеличились темпы монтажного процесса. Монтаж выступил всемогущей и определяющей стадией формирования продукта, а режиссер — свободным художником. Специфика режиссуры мультимедиа-программ — воспитание «монтажного мышления» для компоновки программы в любом порядке, корректировки частей, для работы с самим изображением с возможностью комбинировать, инсталлировать разные кадры, внутрикадровые объекты, задавать движение, дорисовывать, устранять недочеты и брак, накладывать эффекты.

Под влиянием мультимедийных продуктов изменился традиционный язык экрана, возникли новые формы подачи драматургического материала. Жанр «анимационная документалистика» — синтез анимации и реальных историй, интервью, биографий, в основе которых лежат факты современного мира. Способ подачи материала в этом жанре может решаться как чисто анимационными средствами, так и строиться на реальных съемках с добавлением анимации. Инструментом жанра может выступать реконструкция, расследование, интервью. В работе «”А” — это аутизм» Тима Уэбба 1992 года, построенной на рассказах и рисунках больных, анимация служит для передачи внутреннего состояния героя, его субъективного взгляда на мир. В 2006 году шведский режиссер Йонас Оделл снял анимационный короткометражный фильм «Никогда как в первый раз!». Работа основана на реальных интервью представителей разных поколений, чьи голоса слышны за кадром, для иллюстрации каждой из новелл используются видеоматериалы и анимация.

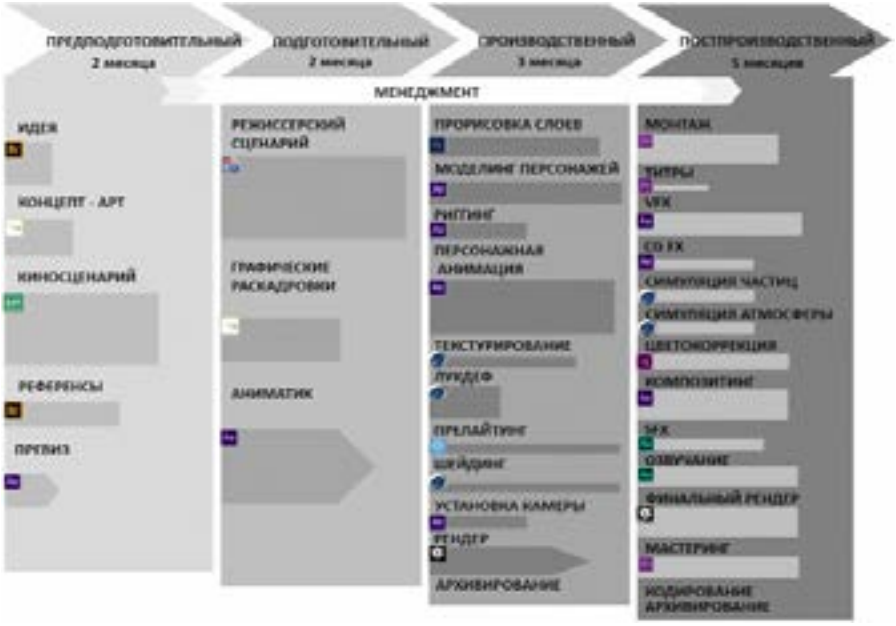


Рисунок 1. Кадр из интерактивного документального веб-проекта «Welcome to Pine Point». Авторы: М. Сайсонс.(M. Simons), П. Шубридж. (P. Shoebridge). Канада. 2011 г.

Интернет, включенный в процесс создания продукта, стал не только неограниченным источником получения исходных материалов высокого качества, но и площадкой для творческих экспериментов. Интерактивный документальный фильм — уникальный феномен цифровой эпохи, в котором режиссер сталкивается с нелинейной формой драматургии. Режиссер интерактивной художественной среды определяет элементы мультимедиа-контента, формирующие смысл повествования, художественную образность, эмоциональное воздействие, выстраивает навигационную структуру, устанавливая уровень взаимодействия зрителя с интерактивной средой, обеспечивает доступность компонентов мультимедийного произведения. Зритель трансформируется в активного пользователя, который посредством интерфейса создает смысл и участвует в развертывании истории. Возрастающая роль пользовательского участия снижает авторскую роль. Режиссер теряет контроль над произведением. «Интерактивный документальный фильм заставляет заново переосмыслить концепцию авторства» [9].

Примером удачного использования мультимедийных средств при создании документального контента служит проект «Welcome to Pine Point» 2011 г. (ил. 1). Исследуются воспоминания жителей бывшего горнопромышленного сообщества. Истории передаются с помощью текста, коллажа из фотографий и домашнего видео, обрывков газет, отрывков дневников и выпускных альбомов. Сочетая в себе свойства книги, фильма, семейного фотоальбома, интерактивный веб-проект погружает зрителя в мир воспоминаний об исчезнувшем городе.

Специфика профессии режиссера мультимедиа — отвечать не только за идейно-творческую направленность произведения, но и за организацию съемочного процесса, находиться на пересечении художественных и технических наук, искусства и производства. Наличие системы проектного менеджмента позволяет руководителю проекта отслеживать производство в каждую единицу времени, автоматизировать процессы, освобождая время для решения творческих задач. Технические процессы создания мультимедиа-продукта на студии фиксируются в пайплайне (англ. Pipeline) — плане работы над проектом от стадии идеи до стадии ее реализации. Цель планирования — «техническое обеспечение производственных процессов на базе выбранных технологий» [14]. Понятие пайплайна помогает организовать процессы, систематизировать работу команды специалистов. Каждый пайплайн индивидуален, предоставляет инструменты для удобного решения конкретных задач и условно включает 4 этапа: предподготовительный, подготовительный, производственный, постпроизводственный.

В частности, при создании анимированного ролика на первом этапе происходит поиск идеи, разработка концепт-арта, написание сценария, подбор референсов (англ. reference — «справка, сноска»), превизуализация (превиз). На подготовительном этапе разрабатывается режиссерский сценарий и экспликация, делаются графические раскадровки, выпускается аниматик с озвучкой. Производственный этап включает прорисовку слоев, моделирование персонажей, риггинг (англ. rig — «оснастка, приспособление, упряжка»), персонажную анимацию, текстурирование, установку камер и освещения, рендеринг (англ. rendering — «визуализация»). На постпроизводственном этапе выполняется монтаж, композитинг (анг. compositing — «компоновка, сборка»), цветокоррекция, добавляются визуальные эффекты и спецэффекты, проводится финальное озвучание, финальный рендеринг (ил. 2).

Специалисты по менеджменту сравнивают пайплайн со сценарием к фильму, который необходимо иметь режиссеру до начала съемочного процесса, чтобы заложить в структуру проектной работы возможность внесения локальных технологических изменений в угоду творческому замыслу.



Рисунок 2. Пайплайн (Pipeline) к анимационному фильму "Байсиклетта Стрит". Режиссер Червонная М.А. Россия. 2018 г.

Появляющиеся новые формы, технологии и инструменты мультимедиа не могут существовать без идейного наполнения. В композиции драматического и визуального материала компьютерные и проектные технологии служат для создания художественного образа, но главными инструментами режиссера по-прежнему являются единство созданной формы и содержания, развитое концептуальное мышление. Искусство монтажа, удерживающего внимание зрителя, особенно актуально в произведениях мультимедиа, в которых каждый кадр может оказаться последним в контакте пользователя с произведением. Равноправие выразительных средств задает «полифонизм» произведения, без которого мультимедиа также не может существовать.

Такой синтез определяет специфику режиссуры мультимедийных проектов как преемственность классической режиссуры и ее новых видов, форм и жанров, реализующихся в нестандартных структурах, креативных концепциях, своеобразных и оригинальных режиссерских сценариях, производственных системах.

Библиография:

1. *Абрамян Д.Н.* Общепсихологические основы художественного творчества (теоретико-методологические аспекты проблемы) / Д.Н.Абрамян. М., 1994. 322 с.

2. *Арнхейм Р.* Искусство и визуальное восприятие / Р.Арнхейм / пер. с англ. В.Л.Самохина. М.: Прогресс, 1974. 392 с.

3. *Багиров Э.Г.* Место телевидения в системе средств массовой информации и пропаганды: Учебное пособие / Э.Г.Багиров. М.: Изд. МГУ, 1976. 119 с.

4. *Бондаренко А.И.* Мультимедийные технологии в презентации и образовательном процессе: курс лекций / А.Н.Бондаренко. МПС РФ, Сиб. гос. ун-т путей сообщ. Новосибирск: Изд-во СГУПСа, 2003. 97 с.

5. *Воген Т.* Мультимедиа: практическое руководство / Т.Воген / пер. с англ., предисл. Б.Колигена. Минск: Попурри, 1997. 500 с.

6. *Гусев А.О.* Проявления анимации в гипертекстовых структурах кино // Анимация и современный кинопроцесс: учебное пособие / А.О.Гусев. СПб.: Институт телевидения, бизнеса и дизайна, 2001. С. 30–34.

7. *Дворко Н.И.* Аудиовизуальные искусства в эпоху новых технологий / Н.И.Дворко // Техника кино и телевидения. 2004 № 4. С. 44–45.

8. *Дворко Н.И.* Профессия режиссер мультимедиа. СПб.: СПбГУП, 2004. 160 с. (Новое в гуманитарных науках. Вып. 12).

9. *Дворко Н.И.* Интерактивный документальный фильм как феномен цифровой эпохи [Электронный ресурс]. URL: https://i-a-w.org/library (дата обращения: 30.12.2018).

10. *Корсунцев И.Г.* Философия виртуальной реальности // Виртуальная реальность / И.Г.Корсунцев. М., 1997. С. 37–55.

11. Проблемы подготовки режиссеров мультимедиа. Материалы IV Всероссийской научно-практической конференции 23 марта 2012 года. Спб.: Санкт-Петербургский Гуманитарный Университет Профсоюзов, 2012. 98 с.

12. *Соколов А.Г.* Монтаж. Телевидение. Кино. Видео. Учебник в 3 ч. / А.Г. Соколов. М.: А.Г.Дворников. 2010. 666 с.

13. *Шлыкова О.В.* Культура мультимедиа: учебное пособие для студентов / МГУКИ / О.В.Шлыкова. М.: ФАИР-ПРЕСС, 2004. 415 с.

14. Клуб аниматоров [Электронный ресурс]. URL: https://animationclub.ru/blogs/4627/2999/ (дата обращения: 30.12.2018).

А.В. АРИСТОВ
Старший преподаватель кафедры «Художественное проектирование интерьеров» МГХПА им. С.Г. Строганова
e-mail: muhaboyka@yandex.ru

A.V. ARISTOV
Senior lecturer of the department «Artistic interior design» of the Stroganov Academy (MGHPA)
e-mail: muhaboyka@yandex.ru

ЗНАЧЕНИЕ ВИДЕОПРЕЗЕНТАЦИИ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ И ЗАЩИТЕ ДИПЛОМНОГО ПРОЕКТА В ОБЛАСТИ ДИЗАЙНА

THE ROLE OF THE VIDEO PRESENTATIONS IN THE EDUCATIONAL PROCESS AND GRADUATION DESIGN PROJECT DEFENCE

В статье рассмотрена проблема создания и применения видеопрезентации в творческой деятельности студентов художественных вузов. Большое внимание автор статьи уделяет видеопрезентации при защите дипломного проекта.

The article deals with the problem of creating and using video presentations in the creative activity of students of art universities. Much attention is paid to the author of the video presentation in the defense of the graduation design project.

Ключевые слова: видеопрезентация, дипломный проект, видеомонтаж, дизайн.
Keywords: video presentation, graduation design project, video editing, design.

Видеопрезентация. Что это такое и для чего это нужно? Как вообще решиться на создание видеопрезентации и как сделать ее максимально интересной и увлекательной для зрителя и заказчика? В нашей статье мы постараемся разобраться в этой актуальной и важной проблеме.

Еще двадцать лет назад, в силу объективных причин, исполнение видеопрезентации, да и вообще даже самого простого ролика, вызывало большие трудности у пользователя компьютера. Творческая жизнь дизайнера была ограничена возможностями компьютерных технологий, а хранение огромных данных видео не позволяло полностью проявить свою творческую мысль и креативность. И в итоге, максимум, что удавалось сделать, — это очень коротенькие ролики небольшого размера и посредственного качества.

Будем откровенны, но и для студентов вузов создание видеопрезентации на тот момент не являлось важной необходимостью. Защита дипломного проекта сводилась исключительно к устному повествованию и изложению своей темы, подробному описанию основных, ключевых особенностей своего проекта. Ведь сам дипломный проект в подавляющем большинстве случаев был выполнен вручную, без компьютерной графики и чертежей. Перед студентом стояла сложная проблема: необходимо было выполнить весь комплекс поставленных задач на бумаге и при этом исполнить проект аккуратно и интересно. Все чертежные элементы, откраски, отмывки, шрифты нужно было правильно скомпоновать на планшетах, а сжатые сроки исполнения зачастую очень сложных и масштабных проектов не позволяли допустить серьезную ошибку. В итоге, как это часто бывает, справлялся тот, кто был лучше подготовлен, был более профессионален и более спокоен и собран в работе.

Но все меняется. Линейки и рейсфедеры заменили компьютерные программы по черчению. Отмывки и откраски стали областью применения трехмерных графических программ для визуализации и анимации. Да и сами представленные проекты теперь — заранее скомпонованные графические файлы, которые распечатываются на плоттере. Студент получил огромную свободу — как в экономии личного времени, так и свободу в творчестве. Отпала необходимость в очень трудоемком процессе подготовки проекта. Теперь можно было расслабиться. А вот здесь, как оказалось, есть и обратная сторона медали. Если раньше студент вольно или невольно был вынужден накапливать огромный багаж знаний, чтобы в итоге суметь самостоятельно реализовать полученные навыки для выполнения проекта, то в последнее время наблюдается странная особенность замещения своих знаний компьютером. Это звучит парадоксально, но факт — общий профессиональный уровень студентов-дизайнеров падает. И пусть современный студент может очень легко общаться с компьютерными программами,

но самостоятельно провести профессиональный анализ проекта со всеми сопутствующими особенностями он не может. Теряются основные фундаментальные знания и понятия: рисунок от руки, композиция, цвет, форма, свет и так далее и тому подобное. Все это студенту заменяет компьютер. Но без понимания основных принципов дизайна, без ощущения целостности и гармоничности проекта хорошего результата не добиться. И, к сожалению, многие проекты — тому подтверждение.

Именно поэтому очень важно, чтобы цифровые технологии не являлись лишь инструментом для упрощения исполнения проектов и не давали студенту только иллюзию быстрого создания и реализации их идей, чтобы компьютерные возможности дополняли и подчеркивали действительно интересные творческие решения, продуманные и осмысленные.

Кто-то может возразить, что изучение и применение компьютерных технологий — это тоже достаточно большой труд. Но нельзя полагаться исключительно на виртуальную реальность, а следует иметь четкие профессиональные представления о своей идее, своем проекте, понимать структуру проекта и его жизнеспособность, чтобы через знания и возможности компьютерных приложений вывести свой потенциал на новый высокий уровень.

И, несомненно, в демонстрации своего проекта, отображении его самых лучших сторон очень помогает видеопрезентация.

В повседневной жизни мы постоянно сталкиваемся с различным видеоматериалом. Нас окружают телевидение, реклама, интернет. Появилось огромное множество доступных цифровых устройств, способных на самые невероятные возможности в области видеопроизводства. Снять видеоролик на мобильный телефон или цифровой фотоаппарат может любой желающий, чтобы затем выложить его в интернете или просмотреть дома на телевизоре. Устройства становятся проще в обращении, но при этом у них появляется все больше возможностей и функций.

Особенно важным и необходимым в этой связи становится использование видеоматериала в области дизайна. Современный подход к проектированию и представлению заказчику объектов дизайна неразрывно связан с визуализацией, анимацией и видеомонтажом. В конечном итоге, дизайнер получает отличную возможность подробно и убедительно рассказать о своем проекте, преподнести его с самой выгодной стороны. Успех дизайнера в современном мире напрямую связан с созданием видеопрезентации.

По способу восприятия информации человеком современное видео выходит на первое место. Кино, анимация, реклама, клипы и.т.д. объединяются таким понятием, как мультимедиа. Широкое распространение получило такое понятие, как видеодизайн. Качественно сделанное видео, с грамотно расставленными акцентами, хорошим озвучиванием, сможет выгодно показать проект, рассказать о том, что словами бывает трудно объяснить.

Можно тысячу раз говорить о принципе работы того или иного устройства или его внешнем облике. Но достаточно один раз посмотреть видеоролик, как и без пояснений все становится понятным.

Однако чтобы видеоматериал был качественным и интересным, недостаточно просто снять его на цифровое устройство или собрать ролик в программе видеомонтажа из фрагментов видео. Слишком дерганое, затемненное или засвеченное изображение, тихий или громкий звук, неудачные фрагменты или простое незнание принципов видеомонтажа и кодировки видео испортят общее впечатление от проекта.

Особенно важным и неоспоримым преимуществом в этой связи является использование видеопрезентации на защитах дипломных проектов. Сам по себе дипломный проект — вещь достаточно сложная и многообразная. Конечный результат здесь зависит только от профессиональных возможностей студента, грамотного применения полученных знаний и эффектной подачи своей идеи. Но интересные составляющие проекта, его особенности могут остаться для непосвященного зрителя «за кадром».

Что такое презентация проекта? Это множество важных составляющих. Это некий зрительный образ, воздействие на зрителя или заказчика и желание преподнести свой проект, свою идею с самой лучшей и выгодной стороны. И, конечно, главное — не упустить ни один из возможных гарантирующих успех защиты проекта, способов. Бесспорно, самую активную и главную роль в этом направлении играет видеопрезентация. Ничто так не впечатляет на защите дипломной работы, как красивая картинка и грамотно сопровождающая ее музыка. Можно создать неповторимую атмосферу, погрузить зрителя в удивительный мир, показать на экране скрытые от глаз особенности, объяснить и дать возможность понять самую суть идеи, провести через проект, в самые его глубины. При этом визуальные эффекты могут настолько ярко и красочно помочь раскрыть дипломный проект, а музыкальный фон — добавить настроения, что зритель будет под сильным эмоциональным впечатлением еще очень долгое время.

Видеопрезентация очень поддерживает дипломника, она в каком-то смысле выступает в качестве помощника, и профессионально исполненная видеопрезентация избавляет от последующих возможных вопросов или непонимания той или иной составляющей дипломного проекта. Отпадает необходимость в подробном описании или попытке донести до зрителя информацию о скрытых и невидимых глазу важных, но необходимых в пояснениях деталях. Непонимание этого приводит к множеству сложностей, а защита дипломного проекта превращается в долгое и нервное занятие, которое не всегда оборачивается в пользу дипломника.

Видеопрезентация также содержит еще одну важную особенность — возможность передачи проекта на расстоянии, показать проект в любом месте, при этом раскрыв все его важные и интересные стороны. Весь пакет наработок — чертежей, визуализаций, дополнительной информации — можно с легкостью отправить по интернету или записать на флешку. Можно устроить дистанционную защиту с полноценной аудиторией и в реальном режиме получать комментарии и оценки своего дизайн-проекта.

Случается, что хорошо сделанная видеопрезентация может значительно улучшить впечатление от изначально слабого проекта. Бывает и такое, когда по каким либо причинам изначально неплохой дипломный проект был представлен на планшетах слабо, компоновка сделана неудачно, все слишком бледно или, напротив, слишком темно, не читаются чертежи или просто не получилось сделать задуманное. И в этом случае «правильная» видеопрезентация может помочь дипломнику показать проект с лучшей стороны.

Но, несмотря на неоспоримые и выигрышные качества видеопрезентаций, их использование происходит далеко не в подавляющем большинстве защит дипломных проектов, в особенности, дипломных проектов, связанных с защитой архитектурных проектов. И не в последнюю очередь это связано с их масштабностью. Архитектурные проекты — это не только представление заказчику дизайна комнаты или беседки. Часто это огромные и поражающие своей сложностью и детальностью проекты, в которых присутствуют интерьерные визуализации и огромные экстерьерные массивы. Несомненно, дипломнику предстоит очень долгая и серьезная работа для создания видеопрезентации для такого рода проектов, и для исполнения подобной сложной работы просто может не хватить времени или знаний в этой области. И в этом существует некий барьер для студента. Боязнь сложности создания видеопрезентации, большое количество затраченного на ее испол-

нение времени приводит дипломника к решению в итоге отказаться от видеопрезентации и пытаться отстаивать свой проект собственными силами.

Но все не так страшно, как может показаться на первый взгляд. Да, никто не говорит, что будет просто, но есть множество способов упростить себе задачу в создании красочной видеопрезентации, интересной и наглядной.

Компьютер упростил жизнь современного студента дизайн-факультетов в решении творческих задач. Так почему бы не воспользоваться этим? Почему бы не создавать видеопрезентацию постепенно, параллельно с исполнением самого дипломного проекта, добавляя в ее состав все новые интересные составляющие? Не стоит пытаться делать видеопрезентацию по остаточному принципу, наспех, считая ее недостаточно важной и вторичной. Это очень важная часть всего дипломного проекта! Она должна стать хорошим тоном в обязательном порядке представления проекта, в том числе, и с помощью видеопрезентации. Рекламный ролик дипломного проекта, несомненно, поможет поднять процесс защиты на более высокий и профессиональный уровень!

В этой связи, стоит отметить важность повышения общей культуры использования видеопрезентации и возможностей видеомонтажа в частности. Изучение программ нелинейного видеомонтажа и кодировки видео должно стать неотъемлемой частью учебного процесса на дизайн-факультетах. Это предполагает проведение отдельных лекционных и практических занятий с целью изучения этого важного материала. Необходимо сделать обязательным условием защиты дипломного проекта представление видеопрезентации!

Библиография:

1. Adobe After Effects CS6. Официальный учебный курс. Перевод с английского М.А.Райтмана. М.:Эксмо, 2013. 432 с.

2. *Ватаманюк А.* Самоучитель монтажа домашнего видео. – СПБ.: Питер, 2011. 256 с.

3. *Иванов А.* Adobe Premiere 6.0 Самоучитель по видеомонтажу. Изд. Корона, 2002. 240 с.

4. *Аристов А.В.* Дизайн-проект. Создание видеопрезентации. Учебно-методическое пособие. М.: МГХПА им. С.Г.Строганова, 2014. 140 с.

5. *Горелик А.Г.* 3ds MAX 2018. Самоучитель. Изд. BHV, 2018. 528 с.

Н.Ю. КАЗАКОВА

Доктор искусствоведения, Российский государственный университет имени А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)
e-mail: vkr-env.design@mail.ru

N.Y. KAZAKOVA

Doctor of arts, Russian state University named after A.N. Kosygin (Technology. Design. Art)
e-mail: vkr-env.design@mail.ru

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ОБРАЗА В МУЛЬТИМЕДИЙНОЙ СРЕДЕ

FEATURES OF FUNCTIONING ARTISTIC IMAGE IN MULTIMEDIA ENVIRONMENT

Данное исследование посвящено вопросу формирования, раскрытия и функционирования художественного образа в мультимедийной среде как при использовании цифровых технологий, так и в их отсутствие. Важность фактора мультимедийности возрастает за счет его существенного потенциала в плане передачи практически неограниченных объемов фактической и образной информации, которая, как правило, быстро и без усилий усваивается реципиентом за счет синкретичности аудиовизуального ряда, а также повсеместного распространения поддерживающих возможность создания и воспроизведения мультимедийных произведений программных и аппаратных средств.

The present article is devoted to the problem of the creation, development and functioning of the artistic image in multimedia environment not only while using digital technologies but also in their absence. The importance of the multimedia is increasing due to its significant potential when it comes to transferring of virtually limitless amount of factual and image-bearing information, which is normally acquired by the recipient easily and quickly thanks to syncreticism of audiovisual sequence, as well as due to the ubiquitousness of soft and hardware which make creation and playback of multimedia projects possible.

Ключевые слова: синкретизм, симультанность, мультимедийность, трансмедийные миры, дополненная реальность, виртуальная реальность.
Keywords: syncreticism, simultaneity, transmedia worlds, augmented reality, virtual reality.

Одно из широко распространенных определений гласит, что «художественный образ — всеобщая категория художественного творчества; присущая искусству форма воспроизведения, истолкования и освоения жизни путем создания эстетически воздействующих объектов» [1]. Однако актуальным остается вопрос, который хотелось бы осветить в данном исследовании, о том, как изменилась данная «всеобщая категория художественного творчества» за те полвека, что цифровые технологии прочно вошли во все сферы жизни общества, включая, разумеется, и искусство? Насколько такие атрибуты, как инновационность, высокотехнологичность, дигитальность, виртуальность и интерактивность способствуют (или препятствуют) созданию и трансляции эстетически воздействующих объектов?

Художественный образ представляет собой сложный психоэмоциональный конструкт, создаваемый в процессе восприятия различных аспектов реальности, их последующей интерпретации и оценки как автором, создающим образ, так и сознанием реципиента, этот образ воспринимающего. Извечная потребность творческого сознания создавать свою собственную «преображенную модель мира» [2] приводит к тому, что искусство во всем многообразии его проявлений и форм живейшим образом реагирует на происходящие в обществе изменения, и каждый раз с появлением нового инструмента (цифровой графический редактор, программа трехмерного моделирования объектов, 3D-принтер) или инновационной среды существования образа, будь то фотография, кинематограф, всемирная паутина, цифровая игровая среда, дополненная реальность и т.д., различные виды искусства начинают с разной скоростью, эффективностью и различными целями эти инновации ассимилировать и адаптировать к своим уникальным творческим задачам. Так, например, принципы работы с пространством, вырабатываемые архитектурой в течение тысячелетий, нашли применение в процессе разработки игровых локаций видео- и компьютерных игр; инструментарий скульптуры расширился за счет аддитивных технологий, делающих возможным изготов-

ление различных объектов методом 3D-печати, а появление компьютерных спецэффектов произвело революцию в кинематографе, коренным образом изменив понимание границ возможного за счет цифрового композитинга, морфинга, использования технологии захвата движений и т.д.

Одной из таких инноваций, непосредственно отразившихся на векторе развития искусства, стала мультимедийность. На сегодняшний день понятие «мультимедиа» уже прочно вошло не только в профессиональную лексику, но и в широкий обиход, даже на уровне дошкольного образования. Столь широкое распространение как феномена мультимедийности, так и самого термина не способствует, а скорее даже препятствует формированию точной его дефиниции, отражающей всю сложность и многогранность данного явления.

Если на обыденном уровне под мультимедиа интуитивно понимаются, в основном, различные видеоролики и презентации в формате «PowerPoint», то при попытке осмыслить мультимедийность с точки зрения искусствоведения отмечается наличие аудиовизуальной составляющей, синкретичность, т.е. «нерасчлененность» и «сверхтехнологичность» [3]. Признавая правомочность подобных как чисто эмпирических, так и научных подходов к выработке определений, в рамках данного исследования хотелось бы взглянуть на феномен мультимедиа с иной точки зрения, позволяющей вывести условие высокотехнологичности и вообще привязки к технологии за рамки эксплицитной составляющей дефиниции.

Истоки феномена мультимедиа в современном его понимании можно проследить в творчестве пещерного человека на основании анализа изображений сцен охоты, представляющих, в числе прочего, животных с большим, чем в действительности количеством ног (см. рис. 1–4), что можно трактовать как первые попытки изобразить фазы движения, перенеся таким образом статичное двумерное изображение в ранг динамичного визуального ряда, динамика которого разворачивается не во внешней среде, например, на экране, как в киноискусстве, а исключительно в сознании реципиента. А потому представленные в научной среде попытки проследить истоки анимации в экспрессивных и подчас наполненных сакральным смыслом петроглифах на основании впервые примененной древними художниками техники заслуживают особого внимания и с точки зрения расширения горизонта восприятия мультимедийности, выводящего ее за рамки технологической составляющей [4].



Рисунок 1–4. Петроглиф, изображающий различные фазы движения животного, обнаруженный в пещере Шове на юге Франции [5]

Взяв за момент зарождения мультимедиа первые проявления творческого сознания эпохи палеолита, направленные на оживление, «анимирование», молчаливых и холодных стен пещер красочным повествованием о произошедших во время охоты событиях и религиозных ритуалах, уже достаточно сложно удержаться от поисков подобных попыток раскрытия художественного образа во многих средах его существования непосредственно в сознании реципиента уже на всем протяжении истории искусства. Так, например, изображения, проявляющиеся на золоченом обрезе дорогих изданий книг при определенном расположении краев страниц (англ. fore-edge painting, «живопись на обрезе книг»), вполне можно отнести к проявлению феномена мультимедийности, ведь из двумерной однотонной среды обреза в процессе интерактивного взаимодействия с читателем, меняющим взаимное расположение страниц, рисунок динамически проявляется уже на объемной фигуре сложной формы, образованной трансформировавшейся плоскостью обреза (см. рис. 5). Таким же образом и динамический визуальный ряд, возникающий при перелистывании статичных картинок на страницах запатентованного в 1882 году флипбука (англ. flipbook, «книга для перелистывания») можно отнести к не связанным с высокими технологиями видами мультимедиа и предтечей анимации.



Рисунок 5. Изображение, проявляющееся на обрезе издания 1925 г. романа Р.Киплинга «Ким» [6]

Крайне высокую степень «мультимедийности», разворачивающейся на стороне воспринимающего сознания, проявляет творчество футуристов, для которого характерны попытки передать всю гамму ощущений от созерцания недвижимой и двухмерной в реальности плоскости картины. Формально-композиционные закономерности футуризма включают в себя симультанность (одновременность впечатлений) [7]; использование метафор и генерацию новых смыслов за счет комбинации различных (уже существующих) элементов; а также важна подчеркнутая роль динамики. Все это роднит творчество футуристов с мультимедийными произведениями в современном их понимании.

Так, колористическое и композиционное решение картины «Рациональный человек», равно как и используемое в ней повторение форм, усиленное наложением ярко выраженных текстур, апеллирует сразу ко всем органам чувств реципиента, буквально вынуждая его увидеть ритмичное, автоматизированное движение, ощутить глянец поверхностей и холод металлических частей (см. рис. 6).

Другой футурист, Джакомо Балла, с равной степенью иронички и анатомической выверенности визуализировал походку дамы и движение семенящей рядом собачки, что, помимо неоспоримо возникающей иллюзии движения, совсем не сложно и услышать (или вообразить, что услышали) — стук каблуков и цокот когтей (см. рис. 7).

Помимо изобразительного искусства, где визуальная составляющая, разумеется, доминирует при формировании подобного вышеприведенным мультимедийного образа, в литературе еще со времен античности развивался схожий жанр визуальной поэзии, где главен-





Рисунок 6. Николай Дюльгеров. «Рациональный человек», 1928 г.
Рисунок 7. Джакомо Балла. Динамизм собачки на поводке, 1912 г.

ствование слова сопровождалось повышающим общую экспрессию образа художественным рядом. Так, древнегреческий философ Симмий считается основателем жанра «фигурных стихов», из которых до наших дней дошли такие, как «Секира», «Яйцо», «Крылья», расположение строчек текста в которых образуют очертания предметов, обозначенных в названии [8] (см. рис. 8). Визуальная поэзия как направление синкретического искусства пережила расцвет на территории России в начале XX в. за счет творчества таких выдающихся литераторов, как В.Маяковский, В.Хлебников и других (см. рис. 9) [9].

Важной вехой в развитии мультимедийности, чьей неотъемлемой составляющей является постоянная смена визуального ряда, представляется изобретение калейдоскопа в 1816 году и праксиноскопа в 1877 году соответственно. Оба прибора позволили вывести на новый уровень динамику визуальной составляющей, развивающейся уже не в сознании, но непосредственно перед глазами реципиента. Калейдоскоп при этом еще вносил и элемент интерактивности за счет смены изображений, в зависимости от действий пользователя. Касаемо праксиноскопа, стоит отметить, что хотя он, наряду с зоотропом, и считается предвестником зарождения анимации и кинематографа [10], но и предположительно возникший не менее двух тысячелетий назад на территории Китая театр теней имеет ничуть не меньше сходства с киноискусством в плане формирования иллюзии движения и жизни неодушевленных объектов, их «анимирования».





Рисунок 8. Симмий Родосский. «Секира»
Рисунок 9. Обложка поэмы «Игра в аду»

Возвращаясь к изобразительному искусству, невозможно не отметить вклада конструктивистов в развитие симультанной, мультимедийной среды. Например, на плакате Л.Лисицкого «Клином красным бей белых» контраст форм и цветов создает повышенную динамику образа, чья информационная насыщенность усиливается за счет использования текстовой информации (см. рис. 10). Кроме того, ярко-красный цвет и вектор движения остроугольных треугольников позволяет даже тактильно ощутить уколы их вершин. Схожие приемы достижения мультимедийности художественного образа, строящегося на восприятии визуальной, текстовой и образуемой сочетанием текста и перспективы иллюзией аудиоинформациии, использовались и на плакате А.Родченко «Ленгиз: книги по всем отраслям знания» (см. рис. 11).

Кроме того, одной из наиболее мультимедийных сред (при всей тавтологичности данного устоявшегося выражения) до изобретения кинематографа и анимации являлись комиксы, именуемые также «последовательным искусством». Скотт МакКлауд, комиксист и искусствовед, в своей книге «Понимая комикс» прослеживает зарождение жанра, начиная с иллюстрированных манускриптов цивилизаций доколумбовой Америки и изображающих серии батальных сцен гобеленов средневековой Европы [11]. Кроме того, в журнале Смитсоновского института (Вашингтон, США) опубликовано недавнее открытие археологами Иордании рисунков на стенах гробницы возрастом не менее 2 тысяч лет, изображающих порядка 260 персонажей и их высказывания в текстовой форме, удивительно напоминающей текстовые баллоны или выноски современных комиксов (см. рис. 12) [12].

Комикс, пройдя столь долгий путь развития, выработал универсальный инструментарий, позволяющий на статичной двухмерной плоскости листа бумаги создавать правдоподобную иллюзию живых трехмерных миров: с помощью т.н. «спидлайнеров» показывается скорость движения персонажей и объектов; различные линии позволяют схематично, но мгновенно распознаваемо изобразить вибрацию, высокую температуру, запах, дым и иные сложно визуализируемые феномены реального мира; «спич-бабл» или облачко с текстом используются для визуализации аудиоинформации (см. рис.13), передающей речь героев. Активная работа с текстовой репрезентацией звуков вкупе с их графическим оформлением позволяет «услышать» наполненный событиями рисованный мир (см. рис. 14). Более того, сам принцип построения комикса из последовательно расположенных панелей рождает динамику визуального повествования за счет движения глаз реципиента от одного дискретного изображения к следующему.

На основании приведенных выше примеров можно утверждать, что не связанные с высокими технологиями проявления мультимедийности активно задействуют феномен синестезии, выражающийся в непроизвольном задействовании сразу нескольких органов чувств при поступлении информации на один из них

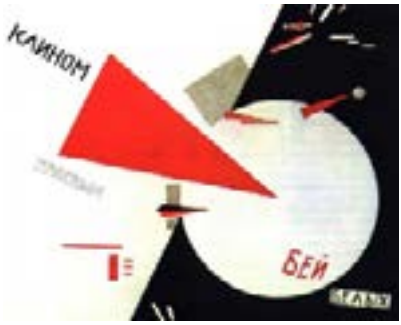






Рисунок 10. Л.Лисицкий. «Клином красным бей белых», 1919–1920 гг.
Рисунок 11. А.Родченко. Плакат «Ленгиз: книги по всем отраслям знания». 1924 г.
Рисунок 12. Рисунки в гробнице, изображающие около 260 персонажей, и около 60 текстовых комментариев, поясняющие от первого лица осуществляемые ими действия



Рисунок 13. Визуализация речи персонажа
Рисунок 14. Графическое представление звуков в графической новелле «Batman Asylum» [13]

и способствуют формированию сочетающего в себе аудиовизуальную и динамическую составляющую образа в сознании реципиента.

Хотя можно найти и осветить еще многие важные моменты в истории формирования феномена мультимедиа, расцвет его, безусловно, хронологически совпадает со становлением эпохи постмодернизма, на чье формирование значительное влияние оказало распространение и развитие цифровых технологий.

Постепенное проникновение компьютеров во все более широкие слои формирующегося постиндустриального общества не могло не затронуть и творческие процессы, не только невероятно обогатив тем самым инструментарий практически всех видов искусства, но и создав новую — цифровую — среду их существования.

Более того, на сегодняшний день для существования художественного образа характерна не только его МУЛЬТИмедийность (например, аудиовизуальный динамический ряд кинофильмов и мультфильмов), но и ТРАНСмедийность, заключающаяся в переносе образов и целых вымышленных миров из одной среды существования в другую: например, на основании цифровой игры снимается фильм (выпущенная в 2004 году массовая онлайн ролевая компьютерная игра (MMORPG) «Warcraft» и фильм «Warcraft» 2016 года) [14]. Во вселенной «Звездных войн» (англ. Star wars), являющейся одним из наиболее ярких примеров феномена трансмедийности, регулярно появляются новые полно-

метражные фильмы, мультсериалы, цифровые игры, комиксы и новые образцы сувенирной продукции, и в каждой из этих сред происходит (при сохранении узнаваемости) переосмысление образа и его адаптация к условиям существования в ней.

Отдельное внимание необходимо уделить фактору интерактивности, который хоть и не является обязательным атрибутом мультимедийного произведения (например, просмотр видеоклипа, кинофильма или анимационного ролика интерактивным становится только в тот момент, когда пользователь инициирует или прекращает его просмотр, ставит на паузу или совершает иные манипуляции с программной и аппаратной составляющими, необходимыми для осуществления просмотра данного мультимедийного произведения), но присущ некоторым сверхтехнологичным формам мультимедийных произведений. Цифровые же игры, напротив, дают наибольшую из возможных на текущий момент развития технологии степень интерактивности, реагируя множеством предусмотренных разработчиками способов на действия пользователя в мультимедийной цифровой игровой среде, позволяя игроку перемещаться в двух или трех измерениях по игровому миру, взаимодействовать со внутриигровыми объектами и игровыми персонажами, отслеживать динамические изменения в статусе и характеристиках героя игры-аватара и своевременно реагировать на игровые ситуации, исходя из динамики этих изменений.

Применительно же к функционированию художественного образа, атрибут интерактивности можно трактовать крайне широко, подразумевая, что даже сам факт восприятия такого образа реципиентом, его осмысление, «домысливание», трансформация и уточнение за счет поступления новой информации, «переживание», усвоение — это все процессы интерактивные, но разворачивающиеся не на экране устройства, а в сознании воспринимающей образ стороны.

Однако существование такого рода «ментальной» интерактивности никоем образом не умаляет значимости программной и аппаратной составляющих, служащих средством передачи огромных объемов аудиовизуальной, образной и чувственной информации, а также обеспечивающих доселе невиданную скорость и легкость усвоения этих типов данных. Так, просмотр кинофильмов в т.н. «4D- или 5D-кинотеатрах», создающих различного рода физические эффекты,, такие как брызги воды, синхронизированное с видеорядом движение кресел и т.д., в до-

полнение к трехмерному изображению позволяют зрителю испытать гораздо более яркие ощущения, чем при традиционном 2D-просмотре кинокартин. Кроме того, возможность рассмотреть музейный экспонат со всех сторон, вращая и масштабируя его изображение на тач-скрин экране является частным случаем общего тренда многих ведущих музеев (таких, как Государственный музей изобразительных искусств имени А.С.Пушкина, Эрмитаж, Лувр [15] и музей Сальвадора Дали в Каталонии [16]) и выставочных пространств мира к переводу своих коллекций и фондов в цифровую интерактивную среду, способствующую как облегчению доступа к культурно-историческим ценностям, так и в целом повышению популярности таких культурно-образовательных институтов среди широких слоев населения, в т.ч. и в международном масштабе. Учитывая высочайший на данном этапе развития технологии уровень интерактивности подобного рода цифровых экспонатов и виртуальных экскурсий, можно отметить факт трансляции как образов имеющих культурно-историческую ценность предметов, так и художественных образов оцифрованных полотен, скульптур и иных произведений искусства в мультимедийную среду.

Фактор интерактивности не только привносит игровое начало в процесс получения новых знаний, нивелируя тем самым достаточно распространенное восприятие данного процесса как трудоемкого и малоинтересного, но и способен эффективно преодолевать культурные и языковые барьеры, смещая акцент с вербальной передачи информации на более эмпирически ориентированное, наглядное ее получение посредством прямого взаимодействия пользователя с интерактивным аудиовизуальным рядом.

Кроме того, применение компьютерных спецэффектов и инновационных цифровых технологий позволяет эффективно придавать мультимедийной среде такие характерные для эпохи постмодернизма свойства, как:

— процессуальность (в т.ч. динамическое изменение художественного образа в цифровой среде в процессе морфинга);

— коллажность (программные и аппаратные средства позволяют соединять целый ряд раздельно отснятого видеоматериала, компьютерную графику и спецэффекты в единое изображение). С понятиями процессуальности и коллажности связан и феномен агглютинации в формировании художественного образа за счет соединения несоединя-

емых в реальности качеств, свойств частей и смыслов, что существенно облегчается при использовании различных спецэффектов;

— игровое начало, существенно повышающее уровень удовольствия от взаимодействия с мультимедийной средой;

— и, конечно, гипертекстуальность, под которой понимается способность передавать информацию нелинейно, в соответствии с действиями пользователя и принимаемыми им решениями [17].

Например, взаимодействие посетителей «Еврейского музея и центра толерантности», по праву считающегося одним из наиболее высокотехнологичных на территории нашей страны, с сенсорными столами, киосками и иного рода электронными устройствами, позволяет в свободном, определяемым самим пользователем порядке, организовывать процесс получения мультимедийной информации по конкретной теме [18]. При этом экспрессивный визуальный ряд существенно повышает уровень эмоционального воздействия и запоминаемости текстовой и вербальной информации. А использование шлема виртуальной реальности и контроллеров движения позволяют посетителям центра современного искусства «Марс» в Москве создавать художественные объекты в стилистике стрит-арта в VR-среде [19].

Эффективность и легкость восприятия больших объемов информации при использовании мультимедийных технологий, однако, никоим образом не является само собой разумеющимся эффектом применения высоких технологий, скорее, даже наоборот. Цифровая среда априори является достаточно недружественной, если не сказать враждебной, к пользователю: в ней по умолчанию отсутствуют привычные ориентиры, такие как источники света; объективные в реальном мире физические величины, такие как размер, сила, вес и т.д., становятся относительными и воспринимаются только в процессе сопоставления различных цифровых объектов и т.д. Событийная, эстетическая и смысловая составляющие цифровой среды являются результатом воплощения художественно-проектных решений разработчика того или иного мультимедийного проекта, и от обоснованности этих решений во многом зависит эффективность трансляции и восприятия образов и информации, т.е. коммуникация в мультимедийной среде.

Подводя итоги, хотелось бы отметить огромный потенциал высокотехнологичной мультимедийной среды в плане создания, хранения и передачи художественных образов, равно как и возможности интерак-

тивного взаимодействия с ними. В принципе, практически все современные сайты и приложения для мобильных устройств предлагают пользователю мультимедийный цифровой контент, включающий в себя текстовую информацию, графику, видеоряд, а также интерактивную составляющую, выражающуюся в реакции сайтов и приложений на действия пользователя: прокручивание страниц, ввод данных, отображение контекстной рекламы и т.д. Однако, когда речь заходит не только о передаче информации и решении определенных практических задач, но и формировании обладающей высокими художественно-эстетическими качествами цифровой среды и наполнении ее экспрессивными образами, юзабилити (англ. usability — удобство пользования, преимущественно веб-сайтами и приложениями) перестает быть доминирующим критерием: на передний план выходит необходимость переноса и адаптации инструментария синтетических искусств в инновационную мультимедийную среду. Сценарный метод проектирования, позволяющий моделировать поведение пользователя на основании спектра задач, которые дизайн-объект призван решать и в дальнейшем учитывать его для повышения удобства пользования данным объектом и его функциональности, а опосредованно, и художественно эстетических свойств, становится важным инструментом проектирования мультимедийных пространств и режиссуры их образной, информационной и семиотической составляющих [20].

Примечания:

1. Большая Советская Энциклопедия. 3-е изд. Т. 28. М., 1978. С. 418.

2. *Николаев А.И.* Основы литературоведения: учебное пособие для студентов филологических специальностей. Иваново: ЛИСТОС, 2011. С. 20.

3. *Яременко Е.Г., Буров А.М. и др.* Отчет о научно-исследовательской работе. Язык мультимедиа. Эволюция экрана и аудиовизуального мышления. (Заключительный. Основная книга). М.: ФГБОУ ВО «Всероссийский государственный университет кинематографии имени С.А.Герасимова», 2012. С. 5.

4. Там же.

5. *Azema M.* The depiction of movement in Palaeolithic cave art in France/ [Электронный ресурс]. URL: http: //archeologie.culture.fr/chauvet/en/auteur/marc-azema (дата обращения: 4.09.2018).

6. Cornell University / [Электронный ресурс]. URL: http://www.cornell.edu/video/cb-currie-fore-edge-painting-1925-rudyard-kipling-kim (дата обращения: 7.09.2018).

7. *Лаврентьев А.Н.* История дизайна / Учебное пособие. М.: Гардарики, 2007. С. 104.

8. *Гаспаров Михаил.* Литературный энциклопедический словарь / под общ. ред. В.М.Кожевникова, П.А.Николаева / редкол.: Л.Г.Андреев, Н.И.Балашов, А.Г.Бочаров и др. М.: Советская Энциклопедия, 1987. С. 466.

9. *Крученых А., Хлебников В.* Игра в аду. 2-е изд., доп. СПб.: ЕУЫ, 1914.

10. *Садуль Жорж.* Всеобщая история кино / В.А.Рязанова. М.: Искусство, 1958. Т. 1. 611 с.

11. *McCloud S.* Understanding Comics / S.McCloud. Harper, 1993. С. 11–12.

12. *Daley J.* Ancient Comics Line This Roman-Era Tomb in Jordan / [Электронный ресурс]. URL: https://www.smithsonianmag.com/smart-news/ancient-comics-line-roman-era-tomb-jordan-180970400/#FhkzE8WX4lbrtMkJ.99 (дата обращения: 9.09.2018).

13. *Morrison G., McKean D.* Batman: Arkham Asylum. A serious house on serious earth. [Text]. DC Comics, 2014. 216 с.

14. *Казакова Н.Ю.* Гейм-дизайн (художественно-проектный подход к созданию цифровой игровой среды). Дис. д-р иск.: 17.00.06 / Казакова Наталья Юрьевна; ФГБОУ ВО «Российский государственный университет им. А.Н.Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)». М., 2017. С. 91.

15. ETABLISSEMENT PUBLIC DU MUSEE DU LOUVRE [FR] [Электронный ресурс]. URL: https://www.louvre.fr/en/visites-en-ligne (дата обращения: 14.09.2018).

16. Dali Theatre Museum [Электронный ресурс]. URL: https://www.salvador-dali.org/en/museums/dali-theatre-museum-in-figueres/visita-virtual/ (дата обращения: 4.10.2018).

17. *Хартунг Ю.* Гипертекст как объект лингвистического анализа / Ю.Хартунг, Е.Брейдо // Вестник Московского ун-та. Сер. 9. Филология. 1996. № 3. С. 61–77.

18. Еврейский музей и центр толерантности [Электронный ресурс]. URL: https:// https://www.jewish-museum.ru/ (дата обращения: 24.09.2018).

19. Центр современного искусства МАРС [Электронный ресурс]. URL: https:// http://centermars.ru/ (дата обращения: 24.09.2018).

20. *Казакова Н.Ю.* Особенности использования сценарного метода моделирования для создания цифровой игровой среды в рамках гейм-дизайна / Н.Ю.Казакова // Всероссийская научно-практическая конференция «Цифровая революция — 2017 (искусство, дизайн, теория и история проектирования)» / МГХПА. М., 2017. С. 210–216.

21. Казакова Н.Ю. Художественно-выразительные средства как способ повышения привлекательности игрового процессав рамках гейм-дизайна // Дом Бурганова. Пространство культуры. 2016. № 2. С. 169–186.

А.О. ГРИГОРЯН
Аспирант. Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)
e-mail: archi170994@mail.ru

A.O. GRIGORYAN
Post-graduate student. Kosygin University
e-mail: archi170994@mail.ru

Т.Л. МАКАРОВА
Доктор искусствоведения, профессор. Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)
e-mail: 2710tlm@list.ru

T. L. MAKAROVA
Doctor of arts, professor. Kosygin University
e-mail: 2710tlm@list.ru

АНАЛИЗ ОСОБЕННОСТЕЙ ДИЗАЙНА ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКОГО ИНТЕРФЕЙСА СИСТЕМНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ iOS И ANDROID

ANALYSIS OF THE FEATURES OF USER INTERFACE OF SYSTEM APPLICATIONS iOS AND ANDROID

Современный человек каждый день сталкивается с определенными задачами, для решения которых он прибегает к помощи программ на своем смартфоне, функциональность которых имеет разнообразные возможности, начиная от элементарных функций органайзера: калькулятор, будильник, календарь, записная книжка и т.д., вплоть до прокладывания маршрута, поиска заведений поблизости, бронирования билетов и даже возможности управлять «умной» бытовой техникой или автомобилем. Авторы сравнивают функциональность и графическое решение различных вариантов организации интерфейса.

A modern person faces every day with specific tasks for solving which he resorts to using programs on his smart phone, the functionality of which has a variety of options, starting with the elementary functions of the organizer: calculator, alarm clock, calendar, notebook, etc. Up to laying the route, search for places nearby, booking tickets and even the ability to manage smart home appliances or a car, and these possibilities are limited only by the presence of smart devices around the user. These applications are designed not just to provide information or to entertain the user, their range of tasks is much broader. The authors compare functional and graphic features of different variants of organization of the interface.

Ключевые слова: интерфейс, пользовательский интерфейс, графический интерфейс, UI/UX, пользовательский опыт, опыт взаимодействия, проектирование интерфейсов, юзабилити, дизайн мобильного приложения, системные приложения, органайзер.
Keywords: interface, user interface, graphical interface, UI / UX, user experience, interaction experience, interface design, usability, mobile application design, system applications, organizer.

На ежегодной конференции Google I/O в 2014 году был представлен обновленный дизайн интерфейса операционной системы Android, выполненный в стиле Material Design [1]. Это событие стало важным этапом в истории развития графического дизайна, ведь Material Design — это не просто набор правил и гайдлайнов Google, это новый взгляд на минималистический дизайн: возвращение теней с эффектом «шума», «плоского» объема, плавной анимации, и все это выполнено в иллюстративном стиле, который Android использует для создания своей системы знаков. Это событие повлияло на дальнейшее развитие дизайна интерфейсов приложений на базе Android.

Другой философией дизайна, в противовес материальному дизайну, стала экосистема Apple, которая берет свое начало еще со времен Стива Джобса. Главной чертой дизайна всей продукции Apple на протяжении многих лет является приверженность к простоте форм и дизайна в целом, стремление к геометризации и использованию единого модуля в иконках, единой системы масштаба, использование фона, который позволяет воспринимать иконки как аналоги кнопок.

Эти две противоборствующие философии современного дизайна, совершенствуясь, рождают новые тенденции, определяющие вектор развития всей индустрии графического дизайна.

Для сравнения дизайна пользовательского интерфейса системных приложений операционных систем iOS и Android была собрана выборка, в которой были определены основные системные приложения для сравнительного анализа дизайна их интерфейсов и поиска отличительных свойств или общих элементов дизайна (Таблица 1).

Таблица 1

Выборка исследуемых системных приложений в ОС iOS и Android

№	Функциональность приложения	Изображение ярлыка приложения в iOS	Изображение ярлыка приложения в Android
1	2	3	4
1	Будильник, секундомер, таймер		
2	Диктофон		
3	Календарь		
4	Калькулятор		
5	Камера		

№	Функциональность приложения	Изображение ярлыка приложения в iOS	Изображение ярлыка приложения в Android
1	2	3	4
6	Контакты		
7	Магазин приложений		
8	Музыка		
9	Погода		
10	СМС		
11	Фото, просмотр изображений		

В таблице 1 была продемонстрирована выборка элементов дизайна системных мобильных приложений по фильтру функциональности и назначения. Из этой таблицы следует вывод, что все ярлыки системных приложений в iOS имеют ярко выраженную стилистику, сочные цвета, градиентные заливки и все элементы вписаны в квадрат со скругленными углами. Все эти элементы выглядят одинаково на всех смартфонах Apple, которые обновились до последней версии. У Android наблюдается противоположная картина. Многие ее системные приложения заменяются графическими оболочками сторонних производителей, к примеру, у Samsung есть своя графическая оболочка, которая называется Touch Wiz, у Xiaomi — MIUI, а у Meizu — Flyme OS, что делает систему в визуальном плане диверсифицированной.

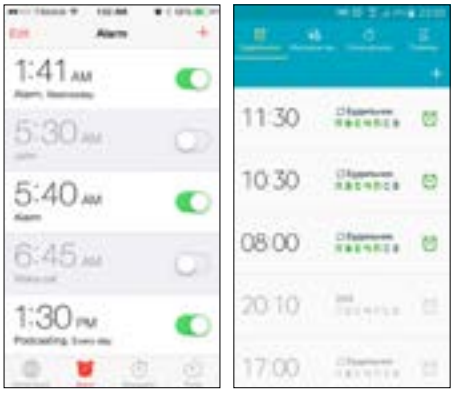


Рисунок 1. Дизайн интерфейса системного приложения «Будильник» для iOS и Android

Из примера на рис. 1 следует вывод, что интерфейсы обеих платформ имеют схожие функции, но разный дизайн. У iOS так же, как и у Android, в функциональном наборе приложения есть: мировое время, таймер и секундомер. По дизайну Apple разместила все кнопки меню внизу экрана, что облегчает управление приложением одной рукой. Данная тенденция в проектировании сейчас актуальна для всех приложений. Из общих черт дизайна мобильных приложений двух платформ можно отметить цветовую гамму: белый, серый, зеленый, черный, а также общую иконку в виде знака плюс, что означает добавление нового будильника.

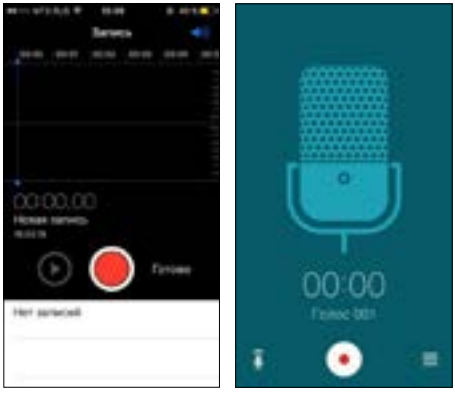


Рисунок 2. Дизайн интерфейса системного приложения «Диктофон» для iOS и Android



Рисунок 3. Дизайн интерфейса системного приложения «Календарь» для iOS и Android

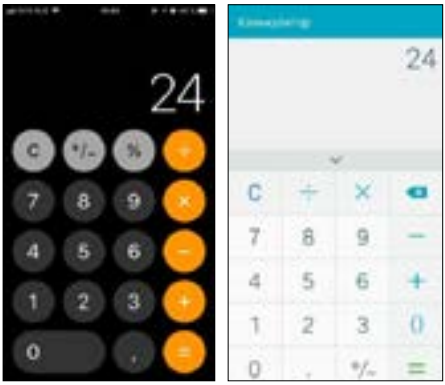


Рисунок 4. Дизайн интерфейса системного приложения «Калькулятор» для iOS и Android

Дизайн иконок в обоих интерфейсах выдержан в стиле контурного логотипа и «плоского» дизайна.

На рис. 2 мы видим более сложный дизайн интерфейса системного приложения «Диктофон» у iOS, чем у Android. По цветам у Android прослеживается универсальный бирюзовый оттенок (однако цвет зависит от версии системы и графической оболочки), а интерфейс iOS — с темным фоновым цветом и динамической анимацией звуковых волн во время записи звука. Общей особенностью у них является наличие красного круга, символизирующего начало записи.

Дизайн интерфейсов, представленный на рис. 3, имеет схожую цветовую гамму: белый, красный, черный. Но у Android интегрированы системные цвета практически в каждом приложении, что создает стилистическую общность дизайна. С точки зрения эргономики, календарная сетка в iOS более удачно реализована: большой шрифт, выделены выходные дни, начало и конец месяца.

В дизайне интерфейса iOS по-разному используются как темные, так и светлые темы оформления, что разрушает общность всей «экосистемы» дизайна, в отличие от Android, в котором прослеживается единая цветовая схема (рис. 4). В старых версиях iOS кнопки были квадратными, однако с обновлением, в поддержку общей стилистики, их заменили на круглые.

У обеих камер черный интерфейс, для того чтобы не отвлекать от процесса съемки (рис. 5). Также в дизайне интерфейсов основной

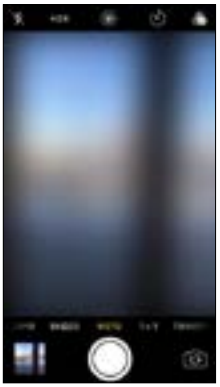


Рисунок 5. Дизайн интерфейса системного приложения «Камера» для iOS и Android

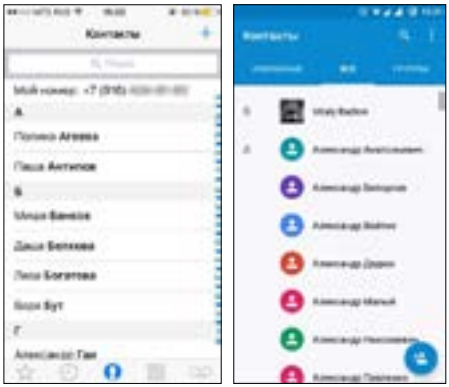


Рисунок 6. Дизайн интерфейса системного приложения «Контакты» для iOS и Android

текст сделан белого цвета с желтым акцентным выделением выбранной функции. Иконки также белого цвета и спроектированы в стилистике контурного логотипа.

У iOS просматривается характерное разделение списков тонкими линиями, для упрощения визуального восприятия (рис. 6). Справа от списка имен находится ползунок перематывания списка, с группировкой по алфавитному порядку; возможно, это облегчает навигацию, однако создает лишний визуальный мусор. Основные функции выведены на нижнюю часть экрана, нечто подобное в свое время реализовали в Android, поместив главную функцию приложения в виде круглой кнопки в правую нижнюю часть экрана. Такой принцип прописан в дизайн-стандарте Google Material Design.

Самый первый магазин приложений появился у Apple в 2008 году и в то время насчитывал около 5 000 приложений. На момент 2018 года количество приложений перешло за отметку в 4 млн. Разумеется, что для обеспечения удобного поиска по такому большому каталогу приложений необходимо было разбить все и каталогизировать по группам. По такому же принципу работает магазин приложений для Android. Они схожи по принципу и визуальные отличия не превышают тех, какие присутствуют в других системных приложениях iOS и Android (рис. 7).

Принцип работы приложения для прослушивания музыки аналогичен в обеих программах (рис. 8). Основную часть экрана занимает обложка альбома, а внизу расположены ползунки и регуляторы воспроиз-



Рисунок 7. Дизайн интерфейса магазина приложений для iOS и Android



Рисунок 8. Дизайн интерфейса приложения для прослушивания музыки в iOS и Android

ведения музыки. Пиктограммы приложений имеют общепринятые стандарты, обозначающие: перемотку вперед/назад, паузу/воспроизведение и т.д. В обоих приложениях присутствует сортировка по альбомам, стилям и плейлистам, а также настройки эквалайзера. Стоит отметить, что верхняя информационная панель в Android, на которой размещается время и уровень заряда, подстраивает свой цвет под цвет активного приложения.

В первую очередь, стоит отметить, что цветовая схема приложения зависит от погоды и времени суток, таким образом, дизайн интер-



Рисунок 9. Дизайн интерфейса приложения для просмотра погоды в iOS и Android



Рисунок 10. Дизайн интерфейса приложения для отправки коротких сообщений в iOS и Android

фейса может быть либо светлым, либо темным в обеих системах (рис. 9). Также следует обратить внимание, что в этих приложениях в качестве фона не используются фотографии, вместо них нам, в зависимости от погоды, показывают векторные клипарты. Из этого следует, что дизайн приложений выполнен в минималистичном стиле векторной графики.

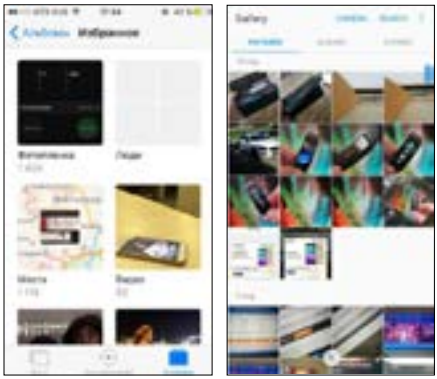


Рисунок 11. Дизайн интерфейса «Галереи» изображений в iOS и Android

Основным недостатком дизайна пользовательского графического интерфейса приложения «Смс» в iOS является наличие визуального мусора, а именно: отображение полной даты сообщения, наличие слишком длинного (в две строчки) превью сообщения, наличие большого количества текста без «разбавления» его визуальными графическими элементами, как в дизайне интерфейса для Android: пользовательские фотографии, значки, кнопка быстрого доступа (рис. 10).

Из общего в дизайне интерфейсов «Галерей» обеих систем можно подчеркнуть распределение по альбомам, светлый фон интерфейса, наличие превью (предварительного просмотра) фотографий, акцентирование активной вкладки одним и тем же цветом. Основным отличием данного приложения iOS является наличие главных кнопок в нижней части экрана (рис. 11).

Выводы

1. В частности, выделены следующие особенности примеров дизайна интерфейсов системных приложений iOS и Android:

a) в графическом интерфейсе приложения «Смс» в iOS заметна перегруженность его деталями, которые мешают ориентироваться пользователю;

b) графические интерфейсы обеих платформ iOS и Android в некоторых приложениях слишком похожи и по элементам, и по цветовому решению, и по композиции: теряется уникальность дизайна каждой платформы;

c) в интерфейсах iOS система дизайна воспринимается более дробно: по цвету иконок приложений (от ахроматических до много-цветных) и по контрасту дизайна «тем» (от светлых до темных); в интерфейсах Android создана единая цветовая гамма (основа — синие и голубые оттенки цветов) и более выражен единый стиль;

d) для дизайна графического интерфейса приложений обеих платформ характерны минимализм и высокая функциональность.

2. В целом, по результатам художественно-конструкторского анализа приведенных примеров дизайна интерфейсов системных приложений iOS и Android можно выделить одну важную особенность: большинство приложений для iOS перенесли свои основные функции в нижнюю часть экрана. С эргономической точки зрения это целесообразно: упрощено использование телефона через управление им одной рукой. Данная тенденция все больше распространяется на другие платформы и приложения, в том числе и на Android, что, в свою очередь, приводит к общей унификации приложений.

3. Единая стилистика дизайна интерфейсов системных при-ложений iOS и Android позволяет проще адаптироваться новым пользователям и тратить меньше времени на изучение приложения, что особенно важно для людей пожилого возраста. Но отсутствие индивидуальности в дизайне приложений ведет к исчезновению разнообразия и культурной ценности во всей области дизайна пользовательских интерфейсов (так как на дизайн данных платформ ориентируются и другие фирмы — производители приложений, менее крупные).

Библиография:

1. *Григорян А.О., Макарова Т.Л.* Актуальные приёмы в совре-менном графическом дизайне. МГУДТ, ДИСК 2016. 6 с. // Дизайн и искусство — стратегия проектной культуры XXI века (ДИСК-2016): сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей. Ч. 1. М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н.Косыгина», 2016. С. 6–8.

М.Г. ЛАРИЦКАЯ
Аспирант МГХПА им. С.Г. Строганова
e-mail: marymidnight@mail.ru

M.G. LARIZKAYA
Post-graduate student of the Stroganov Academy (MGHPA)
e-mail: marymidnight@mail.ru

ВИДЕОИГРЫ КАК МЕТОД САМОВЫРАЖЕНИЯ. ВЫЯВЛЕНИЕ ГЛАВНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ, ФОРМИРУЮЩИХ ЛЮБУЮ ИГРУ

VIDEOGAMES AS A METHOD OF SELF-EXPRESSION. IDENTIFY THE MAIN ELEMENTS THAT FORM ANY GAME

В данной статье автор рассматривает различные элементы игры, их взаимосвязь и влияние на итоговый облик игры, ища ответ на вопрос: «Какой элемент игры является главным в ее разработке? И почему?».

In this paper, the author examines the various elements of the ordinary game, their interrelation and influence on the final shape of the game and looking for the answer to the question: «What is the main element of the game that rules the development process? And why?»

Ключевые слова: игра, правила, элемент, сложность, сюжет, атмосфера, типы игроков.
Keywords: Game, rules, element, difficulty, story, atmosphere, player types.

Когда мы говорим об играх с точки зрения разработчика, то важно понимать не только архитектуру игры, но также важно видеть и в чем выражается единство игр при всем их разнообразии. То есть следует определить, **что объединяет все игры**, вне зависимости от жанра.

Любая игра имеет в той или иной степени — цель (одну главную и, возможно, несколько второстепенных), правила для достижения этой цели, осознание игроками того, что это именно игра, виртуальная

реальность, что все «понарошку», и эмоции, которые заставляют игроков возвращаться в игру снова и снова. Даже имея дело с VR оборудованием и усилением эффекта присутствия, все-таки человек не путает реальность материальную с рукотворной виртуальной. Причин может быть несколько. Одна из них состоит в искусственном способе взаимодействия, другая — в сознательном погружении самим человеком себя в этот рукотворный мир. В отличие от жизни, в которой мы появились вне своего желания и ведома, в игру мы заходим сами. Открыв дверь в комнату и зайдя в нее, мы не спутаем ее с какой-либо другой, хотя бы потому, что она отличается визуально, и до появления в этой комнате человек был в ином месте, и предшествовали определенные действия (в данном случае — открытие двери; в случае с игрой — включение и подготовка устройства для игры, надевание определенного оборудования и пр.). Но даже в самой игре физические ощущения от взаимодействия иные. Даже если мы видим руку персонажа в игре, и он берет чашку по нашему «импульсу» — нажатию тех или иных клавиш, введения команд, мы не чувствуем этот процесс мышечно, как если бы совершали действия самостоятельно. Нет идентичных тактильных ощущений. В то же время, когда мы имеем дело с играми настольными (максимальное взаимодействие — живое общение, перемещение фишек, карточек и пр.) или ролевыми играми [1], где игроки практически разыгрывают целые сцены, такие как баталии на мечах или с иным оружием (реконструкция исторических событий, моделирование фантастических событий книг, игр, фильмов с использованием костюмов, бутафории и пр., страйкбол, пейнтбол), люди также не путают игру с реальностью и не кидаются друг на друга всерьез с мечами и не стреляют друг в друга боевыми патронами или болтами из арбалета, потому что игра не предполагает реального насилия. Она может подражать ему, изображать его, но не нести его по-настоящему. Тоже самое, когда дети играют в звездных воинов и в какой-то момент решают, что «пол» — это «лава», это не значит, что на полу есть лава, это лишь условие, означающее, что пола касаться нельзя или игра закончится для игрока, коснувшегося пола. Как в одной из интерпретации игры «Салки», когда поймал ведущий.

Игроки знают, что игра не должна представлять опасности, они посвящены в правила и знают, что делать можно, а что нельзя, и что играть нужно аккуратно, потому что никто не хочет никому причинить вред.

Таким образом, игра не зависит от своей оболочки, но зависит от факта наличия правил, и требуется безоговорочное следование им всеми игроками для достижения тех или иных целей.

Теперь о **правилах**. Зачем они нужны?

Ценность правил очень хорошо описал Трейси Фуллертон в своей книге «Game design workshop». Там он сравнивает две совершенно различные по жанру и игровому процессу игры «Quake» и «Go fish», показывая, таким образом, ту самую зависимость от наличия правил и факта их соблюдения.

Важность заключается в том, что без правил игроки не смогут добиться слаженности, ведь люди не читают мыслей друг друга, а значит, им нужно договариваться, как им нужно действовать. Без этого знания невозможно ничего. Не только сама игра, но и банальная любая совместная деятельность в реальной жизни. Элементарно, если люди не договорились, как они здороваются при встрече, это может привести к комичным моментам, когда, встретившись, два человека одновременно действуют по-разному. Например, один думал, что схватит и крепко пожмет руку друга, а другой хотел по-дружески хлопнуть по другого плечу в знак приветствия. В результате не получается ни то, ни другое, или лишь действия одного человека оказываются реализованными так, как задумывались. Более сложный пример — строительство дома или пошив одежды группой людей. Без слаженной работы в лучшем случае ничего не получится, и проект не двинется дальше планирования, в худшем— строение рухнет незапланированно быстро, а костюм окажется не по размеру или как в миниатюре «Кто шил костюм?»: «К пуговицам претензии есть?» От того и важно создать некий свод правил, чтобы каждый игрок знал свою роль и понимал правила игры. Но, кроме базовых основ поведения, в игре всегда есть правила, которые диктуют способ игры и по-своему ограничивают поведение игроков.

Одним из распространенных примеров можно назвать игру в гольф. Нам не достаточно просто положить шарик в лунку рукой, преодолев предварительно разделяющее игрока до лунки расстояние. Нам обязательно нужно загнать мяч посредством конкретного инструмента, двигаясь от одной точки падения мяча до другой. Данный способ нельзя назвать эффективным с точки зрения выполнения поставленной задачи «сделать так, чтобы мяч оказался в отверстии в земле». То же можно сказать и при анализе других видов спорта. Зачем группа человек борется за один мяч

и отнимает его? В чем смысл? Разве нельзя было раздать каждому человеку по мячу, чтобы никому не приходилось отнимать его или делиться им? Суть игры заключается именно в созданных искусственно сложностях, с которыми все игроки соглашаются. И, возвращаясь к гольфу, для игрока такая постановка вопроса остается интересной, так как он решает простую задачу нестандартными путями, преодолевая определенные сложности, и, выполнив задание таким образом, в итоге он будет чувствовать «вкус победы». Эмоции запомнятся, и игрок однажды вернется за ними в игру.

Мы подошли к эмоциям, как к рычагу, возвращающему нашего игрока вновь и вновь в игру. Однако почему это происходит? Разве выполнение одной и той же задачи не покажется рано или поздно чем-то обыденными и не будет вызывать у игрока скуку? Да. Такое утверждение справедливо при условии, если каждый процесс будет иметь строго монотонный характер без какого-либо развития и не будет ничем отличаться от предыдущего опыта. Однако наличие этого развития поддерживает интерес, и игрок, ожидая что-то новое, непохожее на то, что он уже видел ранее, вернется в игру.

Процесс игры наполнен не только контентом, но и способом взаимодействия с игроком. В данном случае, взаимодействие может проявляться и в таких вещах, как игровая сложность, степени погружения игрока в игру (в «атмосферу» игры). О них и поговорим.

Игровая сложность

Насколько сложной должна быть игра?

Ответ на этот вопрос напрямую влияет на восприятие продукта игроком, ведь слишком высокий уровень сложности, где на каждом уровне нужно переигрывать один и тот же фрагмент по несколько раз, только чтобы научиться играть, соблюдая постоянные или текущие на данный момент, сцену условия, может оттолкнуть тех игроков, которые пришли в игру расслабиться или которые не хотят чрезвычайно сложных испытаний, а ищут приключений и умеренных сложностей в игре, которые приятно преодолевать и после которых игрок чувствует свой «вкус победы».

Повышенная же сложность придется по душе, в основном, тем игрокам, которые ищут в игре испытаний на выносливость и силу характера. Речь идет о так называемых «хардкорных» игроках или «киллерах» (далее, когда мы будем говорить о типах игроков, то, прежде всего, будем предполагать психологические типы Р.Бартла [2]). Такие игроки встречаются реже всего, так как они готовы перепроходить игру по несколько раз,

испытывать свои возможности на самых высоких уровнях сложности и, добиваясь порой выдуманных ими самими достижений (пример такого так называемого «челленджа» (от анг. — «испытание») от игроков: пройти игру, уровень, локацию без единого «убийства», зная, что в данной игре, уровне, локации будет очень много опасностей и недружественных NPC [3]). Куда чаще встречаются другие типы, которые приветствуют более «низкий уровень сложности». Речь идет о **«социальщиках»/«казуальных игроках»**, о **«накопителях»/«карьеристах»** и **«исследователях»**

«Социальщики» являются самыми непостоянными игроками, которые приходят в игру ради ежесекундных ощущений, эмоций и общения с другими игроками, если им что-то не нравится, они могут уйти из игры и уже не вернуться в нее. Этому может поспособствовать, в том числе, и чрезмерная сложность, так как это не то, что привлекает данных игроков в игру. Они ищут легкого взаимодействия с игрой, социального общения друг с другом и отдыха, а сама игра для них, скорее, является связкой с другими игроками или инструментом «убийства времени» в очереди или метро.

Для «карьеристов» более характерен интерес к продвижению и получению достижениям внутри игры, что роднит данный тип игроков с «киллерами», но их различают мотивы, подталкивающие к данному поведению.

«Карьеристам» игра дает возможность получения тех или иных достижений, коллекционирование очков, сложно добываемых предметов, секретов игре и пр., обогащение внутри игры для повышения своей самооценки, а также для получения более высокого статуса в игре и ведение более успешной торговли, у «киллеров» же превалирует стремление к доминированию через навыки игры, а также через открытое противостояние как с самой игрой, так и с другими игроками. Для «карьериста» же важен процесс обогащения, а потому он всегда взвешивает свои решения, силы возможности и держит в голове осознание конкретной награды, другие игроки в данном случае рассматривается ими в рамках торгово-рыночных отношений и полезных связей.

«Исследователи» — игроки, которым интересен мир и его изучение, история внутри игры. Таких игроков могут не интересовать другие игроки вовсе, они пришли только ради самой игры и, заинтересовавшись ею, могут остаться в ней на очень долгое время.

Также следует понимать, что каждый из описанных Р.Бартлом типов не существует в абсолютно чистом виде. В каждом игроке при-

сутствует та или иная часть от каждого типа, даже при явной доминанте одного или двух типов, поэтому мы невольно вновь возвращаемся к вопросу о сложности игры.

Так называемую «золотую середину» (то есть идеальное сочетание всех элементов произведения) найти невозможно, в данном случае, просто хотя бы потому, что она подчиняется непосредственно идее игры (главная особенность), а также целям (смысл игры), назначению (для кого игра). Эти «три кита» напрямую влияют на то, какой будет и «золотая середина», и на конечное впечатление от игры. Абсолютно аналогичная ситуация возникает и при создании любых иных художественных произведений (литература, музыка, живопись, кино и пр.), а потому и сложность игры будет напрямую зависеть от тех же факторов, что и «золотая середина» — от **идеи**, **цели** и **назначения**.

Определившись с идеей, портретом «своего игрока», разработчику остается лишь постоянно следить за тем, чтобы каждый новый созданный элемент для игры помогал ей становиться более целостным единым целым. Без этого единства не будет и игры, за исключением тех случаев, когда разработчик намеренно создает пример того, «как делать не надо», или создает такое произведение, в котором высмеивается сам подход к разработке или созданию той или иной механики. Игра «Симулятор козла», несмотря на свой визуальный стиль с отсутствием единства, стала весьма популярной, благодаря высмеиванию различных социальных вопросов, полной алогичности в плане какого-либо сюжета (которого просто нет), огромного количества отсылок к играм, фильмам и книгам (так называемых «пасхалок»), и тому, что ее создали визуально искаженной намеренно. Этот любопытный проект не был рассчитан на долгий период времени, и уже на момент написания статьи данная игра начинает потихоньку забываться. Однако она является отличным примером того, что намеренное, сознательное использование крайностей приводит к тому, что проект, пусть и ненадолго, но может оставить свой след в истории индустрии. И даже такие проекты не лишены базиса «идея, цель, назначение». Идея (театр абсурда, ирония, неограниченная фантазия), цель игры (следуй алогичным с точки зрения реальности правилам игры), назначение (15–25 лет, в плане аудитории ведется упор на «тусовщиков», потому что игра предлагает им ежесекундное развлечение без серьезных правил и требований, и, возможно, на «исследователей», которым скучно, а игра необычная и готова предложить им

нестандартный мир). Но такого рода игры нельзя назвать постоянными, «живущими долго», все их «долголетие» ограничивается продолжением «театра абсурда», который быстро надоедает прежним игрокам, а значит разработкам неизбежно придется делать новые части, добавлять новый и новый контент ради удержания своей непостоянной аудитории. Такая игра сама по себе не держит зрителя, она играет роль временного развлечения, и как только кончаются обновления — забудется и сама игра. Игра без единства всех элементов лишена того, за что игроки любят за «атмосферу», которая является благодатной почвой для сюжета.

Атмосфера игры — это не что иное, как созданная среда, в которой все элементы искусно переплетены между собой, подчинены идее игры и отвечают ее цели и назначению. Какой бы фантастической и невероятной, с точки зрения реальности, игра ни была, она все же, как правило, имеет в себе заложенные основы, которые перекликаются с реальным миром. Сплетение реального и фантастического порождает не только интерес, но и отчасти является фундаментом для творчества. Атмосфера способствует большему погружению игрока в игру и впоследствии побуждает его к собственному творчеству, в том числе, и на основе мира игры.

Игроки организует сообщества по интересам, посвященные, в том числе, и вселенной игры, фанаты пишут рассказы, создают комиксы, анимацию, рисуют персонажей, создают собственные концепты, разыгрывают игровые сцены, существующие в игре или придуманные, делают дополнения, модификации или даже собственные игровые проекты, основывающиеся на данном произведении и т.д. В этом плане хорошо проявили себя серии игр TES (The Elder scrolls), ролевая вселенная World of Darkness, книги Р.Р. Толкина, Вселенная Ведьмака (The witcher), Чужих, Звездных войн, Fallout, SCP, FNAF, Subnautica и другие.

Такой подход приводит к тому, что игры не забываются и «живут» долгие годы, периодически проходя стадии «перерождения» в виде переизданий, появлений новых модификаций и пр. Этому способствует удачная совокупность каждого элемента игры, которая формирует единство произведения.

Одним из важнейших элементов является внешняя оболочка игры. Ее графика. Ведь далеко не всегда игроки знают об игре и, когда видят ее в первый раз, то первое, на что обращают внимание, — именно на визуальную составляющую: 2D или 3D, формы, детализация, реали-

стичность или абстракция, определенная цветовая гамма и многое другое — также элементы, подчиненные **идее**, **цели** (восприятие, значение сцены) и **назначению** (для какого игрока).

Сюжет, как уже было сказано выше, базируется на «атмосфере» игры. И это неслучайно. Персонажи не могут существовать вне своего мира, который фактически формирует их внешний облик, поведение, а следовательно, и влияет на то, какие события будут выглядеть правдоподобно в данных условиях, а какие нет.

Вспомним одну из концовок silent hill 2, где персонаж внезапно узнает, что причиной всех его бед была собака, которая и управляла всеми ужасами в городе. Зрителя такой поворот сбивает с толку, равно как и другая концовка с инопланетянами. Они не вписываются в сюжет, в мир игры и атмосферу, фактически разрушая ее. Однако эти концовки бонусные именно потому, что не рассчитаны на то, чтобы в нее вписываться, и, скорее, они сделаны как элемент фансервиса, чтобы подарить игроку положительные эмоции после очередного полного прохождения любимой игры, то есть такой прием, в данном случае, можно назвать элементом для обращения к игроку, но он не является основной частью сюжета, по которому в основных линиях нет и намека на подобный «абсурд» в плане внутриигровых правил; монстры, какими бы они странными ни были, вписываются в сюжет, отражают внутренние переживания главного героя, туман, разруха, мертвый город — все смотрится необычайно правдоподобно в рамках данной истории.

Таким образом, можно сделать вывод: если разработчики преследуют цель создать запоминающуюся историю, погрузить игрока в мир, в который тот захочет возвращаться вновь и вновь, если не как игрок, но как создатель нового контента для игры или в качестве художника, создающего в рамках данной игры, популяризируя, таким образом, оригинал, то разработкам следует помнить, что все элементы игры, так или иначе, подчинены **идее**, **цели** и **назначению** ее. Поиск своей «золотой середины», сочетания элементов, которые формируют это единство художественного произведения, точно также работает и при создании игры.

Примечания:

1. Ролевые игры — игры, которые заключаются в моделировании тех или иных событий, происходящих в определенном мире в определенное время.

Ключевой особенностью таких игр является вольное отыгрывание каждым игроком роль определенного персонажа в рамках определенных правил.

2. Ричард Алан Бартл (профессор Университета Эссекса) придумал универсальную модель распределения игроков по психологическим типам.

3. НПС или NPC — неиграбельный персонаж (персонаж, которым не управляет игрок).

Библиография:

1. *Tracy Fullerton with Christopher Swain and Steven S.Hoffman* / Трайси Фуллертон с Кристофером Свэйном и Стивеном С.Хоффманом. Game Design Workshop. A Playcentric Approach to Creating Innovative Games Second Edition / Мастерская игрового дизайна. Игровой подход к созданию инновационных игр. Второе издание, aimprint of Elsevier. Burlington, MA: Elsevier, Inc. С. 491: ил.

2. *Raph Koster* / Раф Костер. A theory of fun / Теория веселья. U.S., Paraglyph press, 2013. С. 244: ил.

3. *Галёнкин С.* Маркетинг игр. Эл. издание. URL: https://galyonkin.com/book/ верс 1.1. С. 78: ил.

4. *Казакова Н.Ю*. Основные принципы разработки сюжета игрового проекта в рамках гейм-дизайна // Вестник АГУ. 2016. Выпуск 3(182). С. 216–222.

5. *Казакова Н.Ю.* Принципы визуальной экспрессии в гейм-дизайне как виде проектной деятельности // Научно-аналитический журнал «Дом Бурганова. Пространство Культуры». 2016. № 1. С. 254–277.

6. *Казакова Н.Ю.* Диалектика взаимосвязи обусловленных используемыми технологическими решениями ограничений и принципами отбора художественно-экспрессивных средств при учете жанровой специфики игровых проектов в гейм-дизайне // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА» / Московская государственная художественно-промышленная академия имени С.Г. Строганова. 2016. № 4. С. 325–335.

7. URL: https: //nightmarish-dream.ru/silent-hill-2/endings.html (дата обращения: 18.02.2019).

8. URL: https: //4brain.ru/gamification/tipy-igrokov.php (дата обращения: 18.02.2019).

9. URL: https: //habr.com/ru/company/mailru/blog/263839/ (дата обращения: 18.02.2019).

10. URL: https: //www.youtube.com/user/ExtraCreditz/playlists (дата обращения: 10.02.2019).

Н.А. ЛОПАТНИКОВА
Аспирант МГХПА им. С.Г. Строганова
e-mail: nlopatnikova@mail.ru

N.F. LOPATNIKOVA
Post-graduate student of the Stroganov Academy (MGHPA)
e-mail: nlopatnikova@mail.ru

ИСКУССТВО ТАКАСИ МУРАКАМИ И ДЖЕФФА КУНСА В ИСТОРИИ КУЛЬТУРЫ ПОСТМОДЕРНА

ART OF TAKASHI MURAKAMI AND JEFF KOONS IN THE HISTORY OF POSTMODERNISM

Статья посвящена обзору и выявлению различных черт философии постмодерна в творчестве современного японского художника Такаси Мураками и американского деятеля искусств Джеффа Кунса. Художник живет в мире готовых форм, где нет необходимости создавать новые, смысл такого искусства — это интерпретация. Художники демонстрирует гармоничный симбиоз классических сюжетов и современного искусства формы. Разрушая вертикали, создают линейное искусство, которое способно иллюминировать современную реальность, парадоксально синтезирующую все возможные образы и смыслы.

The article is devoted to the review and exposition of various features of postmodern philosophy in the works of modern Japanese artist Takashi Murakami and American artist, Jeff Koons. The artist lives in a world of ready-made forms, where there is no need to create new ones, the meaning of such art is — an interpretation. Artists demonstrate a harmonious symbiosis of classical subjects and contemporary art forms. Destroying the vertical, creating a linear art that can illuminate modern reality, paradoxically synthesising all possible images and meanings.

Ключевые слова: Такаси Мураками, современное искусство Японии, поп-арт, нео поп-арт, теория суперплоскости, манга,

отаку, анимэ, новейшее искусство Японии, искусство анимэ, Джефф Кунс, постмодерн.
Keywords: Takashi Murakami, Japanies contemporary art, contemporary art, pop art, neo pop art, superflat, manga, otaku, anime, Japan's newest art, the art of anime, Jeff Koons, postmodernism.

Прежде чем приступить к анализу проблематики постмодерна в искусстве последних десятилетий, следует обозначить некоторые семантические поля постмодерна по отношению к модерну и премодерну.

Искусство является зеркалом общественных формаций, и именно через призму искусства и культурных явлений можно отследить и проанализировать воззрения любой эпохи.

В истории развития общества можно выделить три основные временные и идеологические парадигмы: это премодерн, общество традиционных взглядов, или, как его еще называют, архаичное общество; модерн — новое время; постмодерн — новейшее время. Для каждого их этих трех эпох развития общества можно выделить свои характерные признаки: премодерн — это, прежде всего, принципы сакральных ценностей, новое время — модерн, это отрицание и эксклюзия предыдущей парадигмы, буржуазное общество, с главенствующим в нем научным подходом к знаниям. Постмодерн — именно об этом временном отрезке пойдет речь сегодня — характеризуется неким переосмыслением предыдущего периода, модерна, деконструкции его, это приход инверсного общественного норматива. Каждому этому временному промежутку характера последовательная парадигмальная стратегия.

В этой статье я планирую осветить некоторую проблематику постмодерна и постмодернизма как направления в современном искусстве на примере творчества двух его ярчайших представителей: японского художника Такаси Мураками и американского деятеля искусства Джеффа Кунса. Эти художники выбраны неслучайно, они являются одними из самыми узнаваемых деятелей сегодняшней арт-сцены, представителями двух мощных культурных традиций, отражающих их основные черты ярко и внятно. Их картины и скульптурные композиции являются топ-лотами на всех мировых аукционах, Christie's [1], Sotheby's [2], Phillips de Pury [3], что свидетельствует об их востребованности на арт-рынке.

Зарождение постмодернизма как явления в культуре и искусстве начитается в 1950-е годы XX века, это период конца второй мировой

войны, вся культура и искусство того времени восстает из руин, и перед обществом стоит задача решительной переоценки тех ценностей, на которых еще недавно держался западный мир и которые в своем эстетическом изводе обусловили развитие модернизма. Именно в противостоянии с крайностями позднего модернизма («интернациональный стиль» Миса ван дер Роэ, абстрактный экспрессионизм) оформляются принципиально новые эстетические установки. Америка того времени, внезапно ставшая своего рода позднемодернистской Меккой, дает также и почву для зарождения постмодернизма. Несмотря на тяжелую экономическую ситуацию во всем мире, ситуация в Америке была совершенно другой, там закладываются основы потребительского фетишизма, который, в свою очередь, зиждился на философии равных возможностей. Здесь уже долгое время процветает массовое искусство в различных формах — от рекламы до популярной музыки и коммерческого кинематографа, здесь же возникает такое направление в искусстве, как поп-арт [4], которое иронически переосмысливает принципы массового искусства, вместе с тем используя их как эффективные инструменты в противодействии модернистским художественным стратегиям.

Представители поп-арта заложили новое понимание произведения искусства, отвергнув многовековой культ оригинала и сделав ставку на массовость и тиражность. Ярчайшей фигурой поп-арт движения был Энди Уорхол. Он считал, что искусство должно быть доступно массовому потребителю, и создавал серийные произведения искусства, изображая характерные образы повседневности, на первый взгляд, близкие к тем, что используются в рекламе, и представляющие собой итог критической рефлексии на новые культурные ценности, а также на различные формы массовой культуры. Дальнейшая эволюция этого направления привела к появлению нео-поп-арта [5], к которому и относится творчество Джеффа Кунса и Такаси Мураками.

В XX веке по мере интенсификации научно-технического прогресса изменяется и способ восприятия искусства — оно более не является чем-то уникальным, оно прочно вплетается в ткань повседневности, что исследует немецкий философ Вальтер Беньямин в своем известном эссе «Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости» (1936). Он освещает факт перехода искусства в массы, вводит понятие «погружающего» в себя искусства, говорит о таком понятии как «развлечение», но не в примитивном его понимании, а в понимании по-

лучения удовольствия от созерцания предметов искусства, считая, что именно для этого оно и создается. Популярная культура как феномен возникает в точке бифуркации технологического прогресса и безграничной возможности репродукции предметов искусства посредством производства. Развитие технологий, считает Беньямин, лишило искусство своего культового основания, его автономности. По мнению философа, происходит неизбежная демократизация искусства, что в итоге приведет к фактическому исчезновению понятия «высокого искусство» (полное описание электронного ресурса: Кафедра истории зарубежной литературы / [Электронный ресурс] / Библиотека. В.Беньямин. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости. Кафедра истории зарубежной литературы. 2004. URL: http://forlit.philol.msu.ru/Pages/Biblioteka_Benjamin.htm — дата обращения: 24 октября 2018).



Рисунок 1. Такаси Мураками. «Мисс Ко2»

Художники, о которых пойдет речь в этой статье, создают именно такое «массовое» искусство, отражая в своем творчестве принципиальные установки постмодерна как социально-философского явления. Рассмотрим главные из них на конкретных примерах.

Первая важная черта постмодерна — деконструкция, ре-цитирование, использование готовых форм, переосмысление предыдущего материала, помещение его в иной идеологический контекст и соответствующее разрушение прежнего основания. Можно охарактеризовать данный подход как экологический — не создавая ничего принципиально нового, художники не заполняют информационную реальность новыми образами, оставляя место для переосмысления старых. Примером такого переосмысления является скульптурная композиция художника Такаси Мураками «Мисс Ко2» (ил. 1).

Художник Такаси Мураками (р. 1962) является типичным представителем эпохи постмодерна.

Творческая деятельность Мураками охватывает множество сфер — анимацию, моду, дизайн, живопись, скульптуру. Он также явля-

ется и теоретиком искусства. Его творчество — идеальный пример влияния глобализации на современный художественный процесс. В то же время он бережно сохраняет национальную идентичность, показываю всему миру различие японского мировосприятия и ценностной парадигмы. Художник является лидером японского поп-арта и нео-поп-арта. Образы художника представляют собой ироничное отражение трагедий, произошедших с японским народом. Для него война — это скорбь и потеря, но подача его боли происходит всегда в духе «Каваи» [6].

Его творчество само по себе становится товаром массового потребления, закономерным результатом процесса коммерциализации искусства. Для создания своих многочисленных и требующих согласованного участия мастеров разного творческого профиля работ в 2001 году Мураками основывает корпорацию под названием Кайкай КиКи Со [7], в рамках которой молодые художники, ученики Мураками создают скульптуру, живопись, а также различные товары массового потребления, игрушки, одежду, предметы быта, под его именем. Япония того времени, когда рос и учился Мураками, была опустошенной и фактически уничтоженной после поражения во второй мировой войне США. Новая культура здесь формировалась на базе американской культуры, такой популярной и заманчивой культуры, как поп-арт, мультипликация Уолта Диснея, рекламная индустрия. Двумерность популярного американского искусства гармонично подчеркивает «плоскостностную» природу японской живописи и вписывается в новое восприятие искусства.

Безусловно, поп-культура дает ключ к пониманию многих явлений современности, прошлого и будущего в развитии страны и особенности национального менталитета. Современная японская массовая культура, благодаря своей уникальности, оказывает огромное влияние на новое поколение потребителей во всем мире. Она включает в себя ряд коммерческих направлений в искусстве и субкультур образовавшихся вокруг них. Это феномен последних десятилетий: комиксы манга [8], анимационные фильмы — аниме [9] (более 60% всей мировой анимации создается именно в Японии), японский рок J-rock [10] и поп-музыка J-pop [11], а так же культура косплей [12] и субкультура отаку [13], которая объединяет поклонников культуры манга и аниме и всей сопутствующей продукции). Отаку оказало колоссальное влияние на художественный язык Мураками. Японская массовая культура — это один из самых заметных примеров, показывающих процесс демаркации общества

постмодерна, который можно сравнить с глобальным информационным оружием — массовым путем покоряющего умы современных потребителей на всех его уровнях. Образы ее заполняют собой духовную и материальную жизнь общества и вносят кардинальные изменения в национальный характер и ценностные ориентиры современных японцев.

Скульптурная композиция «Мисс Ко2» — это персонаж из анимэ. Здесь художник преодолевает традиционную японскую плоскостность, и его интерес к объему выражается в максимально гипертрофированных формах. Фигурки, изображающие персонажей из анимэ и манга, коллекционируют поклонники отаку по всему миру, в том числе и сам художник. Игрушка, которая теряет свою первоначальную роль, у Мураками становится скульптурой, огромной трехмерной системой.

Несмотря на все процессы перехода на новый культурный уровень восприятия, японское общество очень традиционно и консервативно, и подобный образ невозможен с точки зрения общественной морали — он выходит за рамки дозволенного, поскольку воплощает гипертрофированный страх перед наготой и сексуальностью.

Что же именно тут деконструирует художник? Прежде всего, это игра с масштабом — увеличив привычный размер фигурки до размера человеческого роста, художник превращает покорных и беззащитных персонажей в полноценные монументальные статуи. Помещение в музейное пространство или пространство галереи, изменение контекста сразу позволяет воспринимать данные скульптурные композиции как произведения искусства.

Такаси Мураками создает свои скульптуры совместно со специалистами по производству персонажей и фанатской атрибутики. Мураками демонстрирует обнаженное тело девушки с неестественными пропорциями, исполненное из стекловолокна и железа с последующим покрытием масляной краской и акрилом. Часто Мураками исполняет абстрактные полотна в качестве фона для своей скульптуры, чтобы погрузить их в обособленную художественную среду. Впервые данная инсталляция была представлена на фестивале поклонников субкультуры анимэ и производителей игровых персонажей Wonder в Японии в 2002 году. После этого скульптура «Мисс Ко2» была представлена в рамках масштабной ретроспективы художника в Версальском дворце в 2010 году «Мураками в Версале». Инсталляция была размещена в самом центре зеркального зала Версальского дворца. Скульптура создана по всем

канонам аниме и манга — форма лица, огромные зеркальные глаза, невероятно длинные ноги и пропорции тела. Роскошное убранство зала контрастировало с футуристическими формами скульптурной композиции, принимая, однако, ее в свое пространство вполне органично.

«Цитирование, симуляция, реапроприация — все это не просто термины современного искусства, но его сущность», — так писал философ эпохи Жан Бодрийяр [21]. Рассмотрим еще ряд работ Мураками, которые ярко представляют постмодернистский подход.



Рисунок 2. Такаси Мураками. «Цветок Матанго»

«Цветок Матанго» (2006) (ил. 2) — амбивалентность этой скульптуры заключается в том, что милые цветы, которыми покрыт объект, матанго, ассоциируются с персонажами из японского фильма ужасов 60-х годов, от режиссера Исиро Хонда «Нападение людей-грибов». Matango — радиоактивный гриб, подобно вирусу, отравляющий всех и превращающий в монстров, необратимо изменяя геном своих жертв. Эта метафора отсылает к трагедии Хиросимы и Нагасаки, в 1945 году изменившей историю Японии навсегда. Художник использует именно образы цветов, традиционный и привычный сюжет классической живописи, чтобы смягчить неподъемный для японского народа по эмоциональной нагрузке образ радиоактивного гриба. Мутация тут символизирует постоянное изменение. Эта скульптура демонстрирует, как искусство художника, подобно вирусу, заполняет пространство залов и музеев по всему миру. Покрывая свои скульптурные композиции краской, художник синтезирует живопись и скульптуру. Цветок, который часто изображает художник на своих полотнах и скульптурных композициях, — это космея [14]. В японской культуре данное растение символизирует радость, поэтому его цветы всегда улыбаются. Изображение тех или иных образов наделенными положительными эмоциями, переживаемыми с детской непосредственностью, являются частью эстетики нового поколения японцев, «Каваи», что буквально означает «милый, умилительный».



Рисунок 3. Такаси Мураками. «Лев, взглянувший в смертельную бездну»

Еще одна черта постмодернизма — это абсолютный ценностный плюрализм, проявляющийся в замене всех вертикалей диктатом горизонтали, что ярко демонстрирует Мураками в своей работе «Лев, взглянувший в смертельную бездну» 2015 (ил. 3). Данное произведение символизирует симбиоз высокого классического искусства и современных живописных приемов и выражает константы японской культуры доступным языком. В средние века в японской культуре не существовало разделения на высокие или низкое, элитарное или массовое — все искусство было декоративным, и Мураками продолжает эту традицию в своем творчестве.

Он дополняет японскую традицию, используя технику декорирования серебряной и золотой фольгой. Благодаря их применению, поверхность холста выглядит рельефной и объемной. Техника, в которой работает художник, — это традиционная техника шелкографии, но Мураками идет дальше и использует более современную вариацию нанесения, шелкотрафаретную [15] печать.

В этой картине художник продолжает традицию японских свитков, перспектива отсутствует, появляется традиционная плоскостность. Подобно традиционным свиткам эмакимоно [16], в картине много пустого пространства, надпись гласит: «Не каждому из них суждено стать Буддой», означает, что лишь сильнейшие достигнут просветления, остальным же предписано пасть в бездну. В соответствии с правилами эмакимоно, картина подписана художником, на нее нанесена печать.

На картине несколько пространственных планов. Ближе всего к зрителю расположена центральная фигура Львицы, она символизирует собой образ мастера, львята — ее ученики. Она стоит на мосту, сотканном из черепов, и смотрит в глаза смерти, таким образом создавая метафорическое разделение между чувством счастья и ужасной пустотой. Мураками опирается на легенду о китайском льве, льве страже сакральных сооружений, который является мифологическим животным, охраняющим порог японских буддийских храмов. Древняя легенда о Будде рассказывает, что в путешествиях его сопровождала маленькая собачка «Фо», и в случае опасности она превращалась в огромного грозного льва, защищая своего хозяина. Во множестве скульптурных и живописных изображений Будда предстает непременно золотым. Как мы видим, львица изображена золотым цветом, таким образом художник подчеркивает ее духовность и непорочность.

Все пустое пространство картины наполнено черепами — фон соткан из них, мост, на котором стоит львица, также выложен этим мотивом, подобно красочному украшению, переливаясь яркими цветами, а эффект стекания краски создает дополнительное движение, контрастируя со статичностью центральной фигуры львицы и мостом. Выверенный ритм цветовых пятен объединяет композицию произведения. Череп является одним из частых мотивов художника — это символ бренности бытия, поданный в духе «каваи». Прием «стекания объектов», по словам самого художника, он перенял от своего кумира, английского живописца Френсиса Бэкона. В своих фигуративных триптихах Фрэнсис Бэкон великолепно использует деформацию для усиления эмоций. Мураками часто применяет этот прием в своем творчестве.

Радуга на картине символизирует переходное состояние медитации, в котором материальное бытие начинает преобразовываться в чистый свет.

На заднем плане расположен черный круг, который создает ощущение прорыва пространства, подобно порталу в иную реальность, а расположенная перед ним спираль повторяет и поддерживает его форму. Изображение круга — один из самых известных мотивов в живописи дзен. Енсо [17] — круг — олицетворяет пустоту, единство и бесконечность в дзэн-буддизме. Это вершина искусства Дзен, которая является отражением пути и поиска истинных знаний о мироздании, практическом достижении просветления, а не абстрактной философской доктриной. Круг являет собой связующую форму изображения, повторяясь во многих элементах.

Мастеру был важен не столько конкретный сюжет, сколько общий символический характер всего происходящего. Фактурная техника и дробность изображения объединяют композицию в единое целое. Линия очерчивает изображение, создавая некую схему, что помогает воспринимать объекты согласно их месторасположению на плоскости. Контур создает выраженное очертание формы, делает ее неподвижной, утверждает ее структуру. Пространство, форма, цвет и время неразрывно связаны в единое гармоничное целое. Художник использует принцип протяженности и непрерывности пространства, в нижней части произведения видно, что сюжет еще продолжается где-то в другом измерении. Данное произведение подчиненно принципу моно-но аварэ [18], что предполагает одно бытие с объектом, переживание своего единства с ним. Это утонченное, спокойное состояние, которое открывается в момент созерцания и осмысления. Это печаль без сожаления, подобно падающим лепесткам сакуры, напоминающим нам о том, что красота не вечна, а жизнь хрупка и быстротечна.

Следующей фундаментальной чертой постмодернизма является игра и ирония. Это способность манипуляции любыми стилями и формами, образами прошлого в ироническом ключе является основной составляющей творчества художника Джеффа Кунса. Родившийся в 1955 году, на сегодняшний день художник является одним из самых успешных и продаваемых представителей нео-поп. Он эксплуатирует устойчивые образные клише, связанные, к примеру, с миром детства, — так возникают колоссальные изображения надувных игрушек из нержавеющей стали. Здесь применяется концептуальный подход к созданию произведения, вызывающий резкий диссонанс визуального восприятия объекта и использованного при его создании материала. Результаты своего творчества он не без некоторого эпатажа называет банальностями. Кунс организовал выставку с таким названием (впервые выставка «Banality» состоялась в галерее Sonnabend Gallery 1988 год, далее выставка была представлена в музее Whitney Museum of American Art.), на которой он экспонировал все те «банальные» образы буржуазного времени, времени в котором вырос художник. Рассмотрим ряд аллюзий на классические произведения прошлых эпох.

Скульптурная композиция из фарфора «Обнаженные» 1988 год (ил. 4), изображает двух маленький обнаженных детей и является очевидной аллюзией на фреску Мазаччо «Изгнание из рая», 1427 год. «Изгнание из рая» — это момент окончания райской жизни, вина и стыд

традиционно наполняют образы Адама и Евы. Кунс же переосмысливает понятие вины, изымает ее из контекста большого религиозного нарратива. Эти дети невинны, и их нагота — продолжение их невинности. Художник декларирует, что обнаженное тело естественно и уже поэтому красиво.



Рисунок 4. Джефф Кунс. «Обнаженные»

Кунс своим творчеством поднимает вопрос «вкуса», вызывая огромное количество споров и дискуссий вокруг своих произведений. Французский социолог Пьер Бурдье в своей работе «Любовь к искусству» анализирует категорию вкуса, прослеживает, как именно проявляется общественной вкус. Чистого вкуса, по его мнению, не существует. Философ заявляет, что на формирования вкуса той или иной эпохи влияют социальный снобизм, мода, актуальные эстетические приоритеты.

Культура постмодерна в силу своей декларативной плюралистичности дает место всему, позволят нам воспринимать вещи в их естественной данности и разнообразии, не осуждая мнимого несовершенства. Кунс считает, что осуждение и критика мешают нам в полной мере воспринять потенциал тех или иных форм и образов.

Джефф Кунс был одним из первых деятелей современного искусства, который получил возможность экспонировать свои работы в Версале, в 2008 году, где были представлены различные объекты и скульптурные композиции. «Висящее сердце», напоминающее огромную «валентинку», закрепили над версальской лестницей королевы. Огромная скульптура из стали, изображающая собаку из продолговатых воздушных шариков, была размещена в версальском Салоне Геркулеса. Художник считает, что помпезное окружение в стиле барокко идеально подошло для понимания философии его искусства. Впервые художник создал серию огромных скульптур из стали в 1990-е годы, эти объекты имитировали надувные игрушки, в которые он играл в детстве. Его скульптуры и объекты производятся на заводах по сложным технологиям. В данный момент художник создал свое собственное предприятие по производству объектов и скульптурных композиций.

Материал, который часто использует художник, — это нержавеющая сталь. Таким образом художник увековечивает бытовые узна-



Рисунок 5. Джефф Кунс. (Охота на тигров и львов)



Рисунок 6. Джефф Кунс. «Халк Элвис»

ваемые предметы. Те предметы, которые были уязвимыми и беззащитными перед временем, он превращает в памятники им самим. Заметим, что огромное влияние на творчество Кунса в свое время оказал Клас Олденбург [19], художник шведского происхождения, один из ключевых представителей поп-арта. Олденбург одним из первых начал создавать памятники образам повседневности, выставляя огромные скульптуры бытовых предметов в городских общественных пространствах.

Одним из любимых приемов Кунса является прием отражения в объектах, когда автор снимает ответственность с предмета искусства как объекта, фокусируясь на зрителе. Этот прием находит применение на выставке художника «Gazing Ball». Наблюдая свое отражение в стеклянном шаре, зрители вместе с тем видят и шедевры искусства прошлого. Выставка является отсылкой к наследию великих мастеров, подобранных согласно художественным предпочтениям самого Кунса. Картины одна за другой отражаются в стеклянном шаре, тем самым как бы перемещаясь в иное пространство и время. Стеклянный шар — это совершенный пластический объект. Известно, что Кунс провел детство в штате Пенсильвания, где было принято украшать садовые участки именно такими стеклянными шарами. Ультрамариновый цвет шара тоже выбран неслучайно — это отсылка к International Klein Blue французского художника Ива Кляйна. Как мы видим, Кунс помещает стеклянный



Рисунок 7. Сальвадор Дали. «Телефон-омар»



Рисунок 8. Джефф Кунс. «Акробат»

шар в хорошо известные произведения искусства. Например, в картину Питера Пауля Рубенса «Охота на тигров и львов» 1617–1618 гг. (ил. 5), в свою очередь являющуюся аллюзией на одну из утерянных работ Леонардо да Винчи, — Рубенс в свое время сделал копию композиции Леонардо «Битва при Агниари», 1503–1506 годы, а впоследствии создал свое собственное произведение. В наши дни Кунс продолжает эту традицию.

Еще одним примером творческого диалога Кунса с искусством прошлого, стала его работа «Халк Элвис» (ил. 6), аллюзия на произведение Энди Уорхола «Элвис» (1963). Уорхол оказал огромное влияние на авторскую стратегию Кунса, и обращение к нему представляется закономерным.

Важной частью идеологии Кунса является интеграция простых вещей в мир высокого искусства. Для Кунса не существует некрасивых, недостойных предметов, каждый из них может стать полноценным художественным объектом. По своей сути, его искусство декларирует «self acceptance» — принятие себя. Это идея была подчеркнула Кунсом из сюрреализма и, в том числе, творчества Сальвадора Дали. Дали — один из любимых художников Кунса, первый художник, добившийся статуса поп-иконы. Кунс даже обращается к произведению Дали «Телефон-омар» (1936) (ил. 7), создав инсталляцию «Акробат» (2003) (ил. 8).

Причудливое взаимодействие стилей, форм и традиций в искусстве эпохи постмодерна эксплицирует, прежде всего, не «сви-

детельство агонии искусства», а безграничное поле для создания альтернативных культурных феноменов. Перед специалистами и исследователями встает вопрос о существовании искусства в привычном понимании, о его уникальности и элитарности. Благодаря глобализации, разрушению прежних культурных границ и внедрению в актуальные художественные процессы новейших информационных технологий и виртуальной реальности, искусство теряет свой привычный статус. Роль художника сегодня меняется радикально и стремительно, как ответная реакция на эти процессы. Смешивая высокое и низкое, художники демонстрирует сложный симбиоз классических сюжетов и современных форм. Они создают непрерывно расширяющееся горизонтальное поле взаимокомментирующих образов и смыслов. Мишель Фуко предлагает для его обозначения такое понятие, как «гетеротопия» [20], то пространство, где нет ограничивающих факторов, где царит абсолютная свобода.

Примечания:

1. Christie's — «Кри́стис» аукционный дом. Christie's является лидером мирового арт-рынка, суммарная выручка которого только по итогам 2015 года составила £4,8 / $7,4 млрд.

2. Sotheby's — «Сотбис», один из старейших в мире аукционных домов. Совместно с аукционным домом «Кристис» занимает около 90% мирового рынка аукционных продаж антиквариата, предметов искусств.

3. Phillips de Pury — «Филипс», один из известнейших в мире искусства аукционных домов, имеющий офисы в Лондоне, Нью-Йорке, Женеве, Берлине, Брюсселе, Лос-Анджелесе, Милане, Мюнхене и Париже.

4. Поп-арт — направление в изобразительном искусстве, использующее образцы массовой культуры.

5. Нео-поп (также иногда встречаются определения нео-поп-арт или пост-поп, англ. — Neo-pop, Post-Pop) — направление, возникшие в 80-е годы XX столетия как реакция на концептуализм и минимализм.

6. Каваи (яп. 可愛い — «каваий», рус. жарг. — «кава́й») — японское слово, означающее «милый», «прелестный», «хорошенький», «славный», «маленький» (ранее — «вызывающий жалость, желание пожалеть, приголубить»). В японской культуре это субъективное определение может описывать любой объект, который индивидуум сочтет прелестным.

7. «Кайкай КиКи Со» — корпорация, занимающаяся производством и продвижением произведений искусства, а также поддержкой начинающих художников.

8. Манга — японские комиксы, иногда называемые комикку.

9. Аниме — яп. アニメ, от англ. animation — «анимация» — японская анимация.

10. J-Rock (яп. ジェイロック — «дзейрокку, японский рок») — обобщающее название для направлений рок-музыки, распространенных в Японии.

11. J-pop или джей-поп — японская популярная музыка, сокр. от англ. «Japanese pop».

12. Культура косплей — процесс воплощения или одевания в различных книжных, кинематографических, игровых персонажей, либо исторических деятелей или социальных классов.

13. Отаку-субкультура (ОСК) — это субкультура, представители которой увлекаются тем или иным видом японского массового искусства.

14. Космея — род однолетних и многолетних травянистых растений семейства астровых, или сложноцветных. Изящные растения с белыми, розовыми, красными, пурпурными цветами.

15. Шелкотрафаретная печать — это один из способов печати на плоских поверхностях, методом нанесения «слоев» краски через специальные трафареты, которые крепятся к станку для шелкографии.

16. Эмакимоно (яп. 絵巻物) — горизонтальный свиток из бумаги или шелка, наклеенный на основу, обрамленную парчовой каймой, с двумя деревянными валиками на концах.

17. Энсо (яп. 円相 — «энсо», кит. — «юаньсян» — «образ круга», «совершенная отметка») — дзэнский каллиграфический символ в виде круга. Считается, что энсо выражает собой «истинную таковость», «изначальную природу Будды», «облик реальности», «природу дхарм», совершенное просветление, первоначальное лицо, «космическое тело Будды».

18. Моно-но аварэ (яп. 物の哀れ — «печальное очарование вещей») — эстетический принцип, характерный для японской культуры, начиная с периода Хэйан.

19. Клас Олденбург — американский скульптор шведского происхождения, классик поп-арта.

20. Гетеротопия, по определению М.Фуко, — это пространство за пределами всех других, пространство, в котором не работают привычные для субъекта законы и нормы.

21. Полное описание электронного ресурса: litmir.me / [Электронный ресурс] / Библиотека. Жан Бодрийяр, «Эстетика утраты иллюзий». / URL: https://www.litmir.me/br/?b=106758&p=1 (дата обращения: 24 октября 2018).

Библиография:

1. Полное описание электронного ресурса: Кафедра истории зарубежной литературы / [Электронный ресурс] / Библиотека. В.Беньямин. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости. Кафедра истории зарубежной литературы. 2004. URL: http://forlit.philol.msu.ru/Pages/Biblioteka_Benjamin.htm (дата обращения: 24 октября 2018).

2. *Hane Mikiso*. Eastern Pheonix: Japan Since 1945. Boulder, Colo.: Westview Press, 1996.

3. Rethinking Identity in Modern Japan: Nationalism as Aesthetics. London; New York: Routledge, 2002.

4. *Jameson Frederic*. The Cultural Turn: Selected Writings on the Postmodern, 1983–1998. London; New York: Verso, 1998.

5. «Notes on Globalization as a Philosophical Issue». In The Cultures of Globalization, edited by Fredric Jameson and Masao Miyoshi, 54–80. Durham: Duke University Press, 1999.

6. Yoshitomo Nara x Takashi Murakami: New Pop Revolution. NHK, Japan, DVD, 2002.

7. *Bell D*. «Explaining Ukiyo-e». PhD thesis, University of Otago, 2002.

8. *Carroll N*. A philosophy of mass art. Clarendon Press; Oxford University Press, Oxford; New York, 1998.

9. Modern Asian art, Craftsman House; G+B Arts International, North Ryde, NSW. 1998.

10. Полное описание электронного ресурса: Independent / [Электронный ресурс] / Jeff Koons interview by Robert Storr: «Some people certainly think that my work is kitsch, but I never see it that way». URL: https://www.independent.co.uk/arts-entertainment/art/features/jeff-koons-andy-warhol-marcel-duchamp-michael-jackson-a8172096.html (дата обращения: 24 октября 2018).

11. Полное описание электронного ресурса: chisties / [Электронный ресурс]

12. Interview by William Cook — Jeff Koons: «I love how art can change your life» / URL: https://www.christies.com/features/Jeff-Koons-Interview-7223-1.aspx (дата обращения: 24 октября 2018).

МАЙСАН САЛМАН

Скульптор. Бывший преподаватель скульптуры университета Дамаска. Аспирант (искусствоведение) Московского государственного академического художественного института им. В.И. Сурикова при Российской академии художеств
e-mail: maysan.salman@yandex.ru

MAYSAN SALMAN

Sculptor. Former sculpture teacher at the University of Damascus. Post-graduate student in art history. Moscow State Academic Arts Institute V.I. Surikov under the Russian Academy of Arts
e-mail: maysan.salman@yandex.ru

СОДЕРЖАНИЕ ПОНЯТИЯ «ГЕРОЙ» И ЕГО ВОПЛОЩЕНИЕ В РОССИЙСКОЙ СКУЛЬПТУРЕ ПЕРВЫХ ПОСЛЕРЕВОЛЮЦИОННЫХ ЛЕТ

THE CONTENT OF THE CONCEPT «HERO» AND ITS EMBODIMENT IN THE RUSSIAN SCULPTURE OF THE FIRST POST-REVOLUTIONARY YEARS

Автор данной статьи ставит вопрос об отражении резких революционных поворотов истории в культурных и художественных процессах, опираясь на исследование опыта искусства социальной революции в России 1917 г. В качестве конкретного примера рассматриваются сложные перипетии становления нового языка и образов скульптурной пластики (тематика, типология, стилистика, поэтика) первых послереволюционных лет.

The author of this article raises the question of reflecting sharp revolutionary turns of history in cultural and artistic processes, based on the study of the experience of the art of social revolution in Russia in 1917. As a concrete example, the complex vicissitudes of the formation of a new language and images of sculptural plastics (subject, typology, stylistics, poetics) of the first post-revolutionary years.

Ключевые слова: агитационные функции искусства («агитпроп»), «монументальная пропаганда», поиски образа нового героя в скульптуре, путь от стилистической пестроты к модернистской целостности.
Keywords: agitation functions of art («agitprop»), «monumental propaganda», the search for the image of a new hero in sculpture, the path from the stylistic diversity to modernist integrity.

После Октябрьской революции установившаяся советская власть опиралась на искусство как на важный элемент пропаганды, направленной на переустройство жизни общества и воспитание нового человека. Общее миропонимание, соответствующее идеологии социализма, предстояло наполнить культурным содержанием. Прежде всего, новые идеи пропагандировались с помощью агитмассового искусства, понимание которого было доступно даже неграмотным. Это были плакаты, агитпоезда, театрализованные представления — «массовые действия» на площадях городов в дни революционных празднеств. Торжественно открывались «наскоро сработанные» временные памятники «героям и жертвам революции», которые также являлись доходчивыми формами агитвоздействия на массы [1]. Одновременно делало первые шаги в этом направлении монументальное искусство, в первую очередь, монументальная скульптура, которая способна оказывать на граждан города постоянное воздействие: человек может не читать, не ходить в музеи и даже в кино, но пройти мимо памятника и не увидеть его он не может.

Основной задачей предлагаемого исследования является изучение процесса поиска комплекса приемов в скульптурной пластике первых десятилетий советской власти для воплощения образа нового Героя, выразителя идеалов социальной революции и борца за их осуществление. Предметом исследования становится анализ эскизов, временных гипсовых памятников, разных типов скульптурных произведений, наиболее ярких образцов, выполненных в бронзе крупнейшими мастерами. На основе изучения этих работ, их содержания и художественных особенностей, появляется возможность проследить становление стиля/метода и укоренения определенных тенденций, впоследствии окристаллизовавшихся в формах исторического художественного феномена социалистического реализма.

В первой трети прошлого столетия в скульптуре, как и в других видах искусства, удивительным образом сосуществовали наследованные от Серебряного века импрессионизм, символизм и множество вышедших из модерна и самостоятельно активно развивавшихся художественных направлений. Между ними не существовало непроницаемых границ. Новое в искусстве послереволюционного времени выражается, прежде всего, в тематике и типах художественных произведений, их персонажах и героической патетике. В реализации этой огромной идеологической и культурно-просветительской программы принимают участие представители всех художественных направлений, существовавших тогда в России. Все многообразие тематики, типологии, художественных трактовок запечатлелось в многочисленных эскизах, проектах, временных и сохраненных произведениях станковой и монументальной пластики, вошедших в историю под названием «монументальная пропаганда» [2].

Отголоски разных тенденций чувствовались, например, в первых мемориалах, посвященных революционным событиям и жертвам революции. В Москве это мемориальная стела с барельефом «Павшим в борьбе за мир и братство народов» С.Т.Коненкова, установленная у Кремлевской стены на Красной площади в 1918 году. В Петрограде — памятник «Борцам революции» в мемориальном сквере на Марсовом поле, осуществленный в 1917–1919 годах (архитекторы И.А.Фомин, Л.В.Руднев, тексты А.В.Луначарского, В.М.Фриче и др.).

В Москве, в соответствии с планом монументальной пропаганды, одними из первых были установлены выполненные скульптором С.Д.Меркуровым (1881–1952) памятники Л.Н.Толстому (1912), с которого он снимал посмертную маску, и Ф.М.Достоевскому (1914). В 1923 году был создан памятник К.А.Тимирязеву.

Названные работы представляли собой высокого класса образцы современного монументального искусства, порожденные эстетикой символизма, выполненные в стилистике брутального модерна. Художественные достоинства этих произведений, высокий профессионализм их исполнения и содержание, в котором доминировали мысли о высокой духовности человеческой личности, о значении научных достижений и великих открытиях на благо человечества, не могли вполне удовлетворять потребностей исторического моменты из-за отсутствия в них акцента революционного потока.

Вместе с тем, в соответствии с общей линией развития советского общества, требовались новые герои, образы которых напоминали бы не о прошлом, пусть и достойном, но звали в будущее, прославляя свободный труд на благо советского народа. Новая монументальность должна была указывать не только на культурное богатство и достижения науки, побуждая гордиться прошлым, а еще на близость персонажей народу и позицию защиты угнетенных.

Для того чтобы ответить на вопрос о процессе формирования образа Героя, соответствующего данного поворотного момента истории, необходимо рассмотреть позиции искусствоведов, историков и идеологов периода социализма. Базовые принципы социалистического реализма и отражения в скульптуре советской идеологии достаточно полно рассмотрены в монографии С.С.Валериус «Советская скульптура 1917–1967» [3] и в статьях изданного под ее редакцией сборника «Советская скульптура наших дней. 1960–1970» [4].

Двадцатые годы прошлого столетия — ключевой момент развития советской экономики, идеологии и соответствующего им искусства. Закончилась Гражданская война, в стране началось создание промышленной базы, вошедшее в историю как период «индустриализации». Этот процесс и его успешные итоги должны были быть постоянно представляемы народу.

Как отмечает С.Валериус в книге «Советская скульптура 1917–1967», «уже в первое десятилетие после Октябрьской революции развитие молодой советской скульптуры убедительно показало, что, продолжая лучшие традиции мирового и русского реалистического искусства, оно вместе с тем было и глубоко новаторским, несло черты искусства социалистического общества» [5].

Если в XIX веке «маленький человек» стал литературным героем в произведениях русских классиков, изображался на живописных полотнах, то для скульптуры рассматриваемого периода это был новый объект, и появление скульптурных изображений рабочих и крестьян было новым словом отечественной скульптуры. В работах, например, И. Шадра и А.Голубкиной (1864–1927) простой человек стал центральным персонажем, но он еще не был героизирован в должной мере. Скульптуры Веры Мухиной показывали его внутреннюю силу, способность к созидательной жизни, веру в счастливое будущее и торжество справедливости.

Историческое видение, однако, заставляет художника разделять требования умозрительного подхода к героизации образа и понимание героического в судьбе человека-труженика. Такой подход можно заметить уже в ранних работах М.Г.Манизера, например, в рельефе «Рабочий» (1920–1921), украсившем здание Петровского пассажа в Москве, выполненным в соответствии с ленинским планом монументализации.

Образ рабочего очевидно схож с образами древнегреческих героев: общая структура тела и его пропорции, прекрасно развитые мышцы, поза, — все это напоминает греческие скульптуры. При этом трактовка поверхности рельефа заметно отличается от античной пластики: острые штрихи и линии, жесткие неровные поверхности мышц характерны для более поздних образцов передачи пластики тела.

Важно, что изображенный человек физически силен, спокоен и уверен в себе, как античный воин или олимпийский герой. Но, кроме физического здоровья, скульптор показывает и силу духа созданного персонажа, пользуясь приемами своего времени. Поза рабочего — левый локоть на правом колене и опирающийся на кулак подбородок — сходна с позой роденовского «Мыслителя». Очевидно, скульптор преследовал цель показать не только физически крепкого, но и мыслящего рабочего, что подчеркнул приданием ему глубокого взгляда философа.

Соединение физической и духовой силы — вот основное качество советского человека, которое стремился показать скульптор. Это единство — основа нового образа героя. Скоро оно станет общим в скульптурном изображении советского человека, будь то рабочий, политический лидер, генерал или ученый.

Импрессионистские веяния проступают и в выполненной скульптором Г.Д.Алексеевым (1881–1951) железобетонной рельефной доске «Союз рабочих и крестьян», где в пластической трактовке черт и мышц нет влияния классицизма. Но нет здесь и героизма, а только общее напряжение и целеустремленность. Также романтически изображал фигуры персонажей своих произведений и И.Д.Шадр в работах двадцатых годов. Его рабочие и крестьяне — не герои, а обычные — маленькие люди — сражающиеся за победу революции. В работах Шадра показаны и усталость, и страдание, как в скульптуре «Сезонник» или в скульптуре «Крестьянин» (1922). Скульптор близок к импрессионизму и в парной «Крестьянину» скульптуре «Рабочий» (1922). Обе скульптуры отлиты в бронзе. Эта скульптурная пара является символом трудной жизни на-

рода, который, хотя и победил в борьбе за «власть рабочих и крестьян», еще не нашел радости существования.

Очевидно, что и в скульптуре «Рабочий с молотом» показана не радость труда, а усталость. Здесь собрано множество чувств и эмоций, которые вовсе не показывают торжество победителя в классовой борьбе. Но в том, как он опирается на молот, в том, как он поднимает голову, чувствуется надежда на лучшее в будущем и готовность работать во имя этого будущего. Каждая деталь поверхности скульптуры несет в себе черты романтического стиля, отражает противоречивые чувства автора.

Если в рельефе Манизера уже чувствуется Герой, то в работах Шадра еще не видно осознания торжества победившего народа. В скульптурах Шадра — не Герои, а персонажи, живущие в героическое время.

Торжество победившего класса, осознание им своей исторической роли чувствовалось в двадцатые годы, наверное, только в работах Манизера, среди которых можно назвать и такое монументальное произведение, как скульптурная композиция «Памяти жертв 9 января 1905 г.», над которой скульптор работал совместно с архитектором В.А.Витманом (1889–1861) с 1925 по 1931 год. Памятник установлен на кладбище «Памяти жертв 9 января», бывшем «Преображенском», в Ленинграде. Это архитектурно-скульптурная композиция, соединяющая надгробие и трибуну для митингов. Бронзовая аллегорическая полуобнаженная мужская фигура с траурной урной в руке установлена на высоком, сложенном из гранитных блоков, постаменте, под ногами — наковальня с молотом и разбитыми кандалами. Скульптор изобразил рабочего как борца, призывающего к борьбе и отмщению. Соединение функций надгробия и трибуны в памятнике вносит в образную ткань монументального произведения новое понимание революционности, героичности, исторической значимости события. В работах Манизера образ рабочего заключает в себе героический пафос революционной борьбы, символизирует весь рабочий класс, благодаря мужеству и героизму которого свершилась революция.

В скульптурах В.И.Мухиной, особенно в ранних, отчетливо видны черты экспрессионизма и кубизма. К раннему периоду ее творчества относится эскиз памятника Я.М.Свердлову, известный как «Пламя революции», выполненный в 1923 году. В эскизе представлен сильный молодой человек с яркой выраженной мышечной структурой. В его левой поднятой руке — факел, а правая указывает вперед, как будто на-

правляет народ на светлый путь к победе. Скорее всего, мифологическим предшественником этого замысла был образ Данко, осветившего людям путь к свету и свободе, персонажа одного из ранних рассказов М.Горького «Старуха Изергиль» (1895). В этом символическом памятнике воплощается жертвенное, героическое начало революции.

Эскиз «Пламя революции» является очевидным примером влияния разных тенденций модернизма на раннюю советскую скульптуру, говорит о стремлении художника использовать достижения современной европейской пластики для художественного воплощения революционных идеалов.

Памятник посвящен конкретному человеку, но в нем определенно чувствуется восприятие коллективного героизма, единения в революционной идее всех слоев тогдашнего общества.

Заметные результаты поиска Героя в советской скульптуре были представлены в 1927 году в Москве на юбилейной выставке в Центральном музее революции. Для выставки, посвященной десятилетию революции, скульптор А.Т.Матвеев (1878–1960) создал в гипсе скульптурную группу «Октябрь», состоящую из трех фигур — рабочего, крестьянина и красноармейца (через сорок лет, к пятидесятилетию Октябрьской революции, скульптура будет отлита в бронзе и установлена у входа в Большой Концертный зал «Октябрьский» в Ленинграде). На этой же выставке была представлена бронзовая скульптура В.И.Мухиной (1889–1953) «Крестьянка» (1927) и гипсовая скульптура И.Д.Шадра (1887–1941) «Булыжник — оружие пролетариата» (1927), впоследствии разошедшаяся по стране во множестве копий, в том числе — отлитых из бронзы. В скульптуре так же, как в живописи и графике того времени, воспеваются образы представителя рабочего класса, крестьянина, красноармейца, поднявшихся на борьбу за свои права, — эту грозную движущую силу, проявившуюся уже во время Первой русской революции.

В скульптуре Шадра «Булыжник — оружие пролетариата» фигура рабочего, поднимающего булыжник, выражает готовность к борьбе. И, хотя он еще не владеет настоящим оружием и обречен на поражение, но уже ясно, какая сила заложена в этом молодом, сильном, с идеальными пропорциями тела, человеке. Фигура напоминает об эстетических критериях античности, хотя принятая поза дана в динамичной пластике, характерной для XX века. Скульптура выполнена детализировано в манере, близкой реализму. Верхняя часть тела молодого рабочего обна-

жена, что дает скульптору возможность передать напряженность каждого мускула, внутреннюю собранность и готовность к борьбе. Тело рабочего изогнуто не от страдания или страха, а для того, чтобы в отчаянии поднять с земли булыжник — единственное оружие защиты и борьбы, пусть пока и не приносящей результата. Это не классический образец героизма, скульптура не несет внутренней убежденности хотя бы будущей победе. Пока это защита, а не движение к свободе.

Фигуры Матвеева в композиции «Октябрь» полны революционной романтики, это образы трех опор революции — рабочего, крестьянина и красноармейца. Три фигуры полностью обнажены, сильные тела имеют идеальные пропорции олимпийских героев. Центральной является фигура рабочего, он стоит, опираясь на левую ногу, его правая рука оперлась на рукоять молота, заменяющего копье греческого атлета. Справа от рабочего присел на колени красноармеец с винтовкой, у которого на голове вместо олимпийского лаврового венка надета буденовка. Слева от рабочего сидит крестьянин, могучий мудрый старик, его левая ладонь раскрыта, как будто он только что бросил в землю пшеничные зерна. В этой композиции изображены, несомненно, Герои, победители, защитники, созидатели. Именно в этой работе очевидно зарождение нового понимания героизма.

«Крестьянка» Веры Мухиной — олицетворение женщины, хозяйки земли, прочно стоящей на ногах. Присущее модерну намеренное нарушение пропорций человеческого тела, подчеркнутая массивность фигуры усиливают выразительность черт, которыми наделяется героиня. Приземистая фигура, крепкие ноги, сильные руки, скрещенные на груди. Это образ, близкий образу крестьянки в поэзии Н.А.Некрасова.

Такая образность оказывается более близкой чувству и пониманию неискушенного зрителя, хотя является отнюдь не упрощенной, а выраженной языком модернистского искусства. Фигура крестьянки менее реалистична, чем выполненные по античным канонам, отразившие красоту человеческого тела мужские фигуры Шадра и Матвеева. Современный язык скульптуры оказался созвучным идее и сделал произведение образно убедительным. Крепость, устойчивость фигуры, не идеализированный, а хорошо знакомый облик, убедительно выражавший готовность не сходить с выбранного пути ни при каких обстоятельствах, создавали героический образ, близкий и понятный всем и во внешнем выражении, и в содержании. Именно поэтому представленная на вы-

ставке, посвященной 10-летию Октября, скульптура «Крестьянка» (сразу же переведенная из гипса в бронзу) была удостоена первой премии.

Впервые словосочетание «социалистический реализм» появилось в передовице «Литературной газеты» от 23 мая 1932 года, а затем 26 декабря того же года прозвучало в обращении Сталина к писателям на встрече у М.Горького: «Художник должен правдиво показать жизнь. А если он будет правдиво показывать нашу жизнь, то в ней он не может ни заметить, ни показать того, что ведёт её к социализму. Это и будет социалистический реализм» [6].

Образ «Крестьянки» и образ, созданный в упомянутом ранее романтическом эскизе памятника «Пламя революции», трактовались скульптором совершенно по-разному. «Крестьянка» — несколько более позднее произведение, в большей степени удовлетворяет требованиям социалистического реализма, но одновременно несет в себе явные черты модернистского метода.

Разные подходы к трактовке образа нового героя в произведениях искусства, иногда в работах одного автора, как у В.И.Мухиной, свидетельствуют не только о многогранности таланта скульпторов, о свободном владении самыми разными выразительными средствами, но и о движении и переменах в развитии советского искусства и скульптуры в том числе.

К концу 1920-х годов главным ориентиром советских скульпторов стал классицизм в романтической революционной интерпретации выразителей разных тенденций. В этом компромиссном споре/взаимодействии авангарда и классики рождается искусство модернизма. В нем получают отражение энергетика кубизма (Б.Королев), экспрессия символизма (С.Коненков), динамика натуралистически трактованных форм (И.Чайков). Примером академической транскрипции революционной темы может служить «красная дорика» в архитектуре И.Фомина. Именно поэтому в конце XX века историки искусства в России и за рубежом пришли к выводу, что соцреализм и соцмодернизм синонимичны.

В конце 1920-х годов становится очевидным ослабление влияния принципов авангардного искусства, которые уступают место тенденциям классицизма и реализма. Из сочетания этих двух составляющих, находящихся в постоянном диалоге с авангардом (даже тогда, когда его влияние ослаблено), и зарождался соцреализм как особый стиль советского искусства, или соцмодернизм, если его рассматривать в координатах мирового всеобъемлющего пространства модернизма.

Исходя из рассмотренных работ первых советских мастеров, можно сделать вывод, что в двадцатые годы в советской скульптуре происходили творческие поиски, направленные на создание героического образа нового советского человека. Эти поиски происходили в процессе противостояния разных художественных тенденций, бытовавших в те годы.

Конечно, идеология больше всего интересуется предметом героизма, и само собой разумеется, что политическая власть — любая политическая власть — будет пытаться контролировать или хотя бы влиять на культурную жизнь. Но никак нельзя игнорировать роль художника и его личности. Художники чувствуют, что вся тяжелая работа на самом деле выполняется простым человеком, начиная с революционных побед и заканчивая строительством новой страны. Художник благодарен этому рабочему человеку и готов признать его героем современности и прогресса. Таким образом, консенсус мыслителей и «трудового народа» развивается. Искусство в этой ситуации честно выражает уважение к человеку — работнику, простому труженику. Советские художники 1920-х годов создали немало достойных произведений, отразив особенности времени и показав, что искусство первых послереволюционных лет обладало мощным творческим потенциалом. Но революционная волна схлынет к концу 1930-х годов. Под идеологическим прессингом установившегося режима сойдет на нет разнообразие художественных тенденций и направлений, которое уступит место феноменальному социалистическому реализму с его превратившимися в штампы вереницами социальных типажей рабочих, крестьян и красноармейцев, изготовляемых в станковых и декоративных формах пластики массового производства (так называемой «массовки»).

Когда иссякшему революционному пафосу приходит на смену тема трудового подвига и славы строителей социализма, скульптура развивается в контексте больших монументальных ансамблей архитектуры метрополитена, выставочных комплексов и экспозиций. Символизировавшие новую социалистическую цивилизацию, эти ансамбли создавались в стилистике ар деко, пришедшей на смену интернациональному стилю. Скульптурная версия советского ар деко, которая воплотилась в архитектуре павильонов ВСХВ и международных выставок 1937 и 1939 годов, в оформлении станций московского метрополитена, представляет собой яркое художественное явление, требующее глубокого, разностороннего изучения и современных комментариев.

Примечания:

1. *Толстой В.П.* Искусство плакатных форм. Советская Россия. 1918–1932 // Агитмассовое искусство Советской России: материалы и документы: в 2 т. / сост. И.М.Бибикова и др.; под ред. В.П.Толстого. Т. 1: Агитпоезда и агитпароходы. Передвижной театр. Политический плакат, 1918–1932 гг. М.: Искусство, 2002.

2. *Стригалев А.А.* 1918–1919: первые памятники в Петрограде. С. 1–6, 17, 18 // Декоративное искусство СССР. 1978. № 5.

3. *Валериус С.С.* Советская скульптура. 1917–1967. М.: Знание, 1967. 79 с.

4. Советская скульптура наших дней. 1960–1970 [Текст]: Сборник статей / сост. и отв. ред. С.С.Валериус; Союз художников СССР. М.: Советский художник, 1973. 391 с.

5. *Валериус С.* Советская скульптура 1917–1967. М., 1967. С. 13.

6. *Плукш П.И.* Формирование и развитие социалистического реализма. М.: Просвещение, 1973. С. 260.

Библиография:

1. Агитмассовое искусство Советской России: материалы и документы: в 2 т. / сост. И.М.Бибикова и др.; под ред. В.П. Толстого. Т. 1: Агитпоезда и агитпароходы. Передвижной театр. Политический плакат, 1918–1932 гг. М.: Искусство, 2002. 299 с.

2. *Стригалев А.А.* 1918–1919: первые памятники в Петрограде. С. 1–6, 17, 18 // Декоративное искусство СССР. 1978. № 5.

3. *Валериус С.С.* Советская скульптура. 1917–1967. М.: Знание, 1967. 79 с.

4. Советская скульптура наших дней. 1960–1970. Сборник статей / сост. и отв. ред. С.С.Валериус; Союз художников СССР. М.: Советский художник, 1973. 391 с.

5. *Ермонская В.В.* Матвей Генрихович Манизер. М.: Издательство Академии художеств СССР, 1961. 220с.

6. *Кривдина О. А. Тычинин Б. Б.* Скульптор М.Г.Манизер (1891–1966): монументально-декоративные работы, созданные для Ленинграда // Немцы в Санкт-Петербурге: биографический аспект. Материалы постояннодействующей конференции. Музей антропологии и этнографии им. Петра Великого (Кунсткамера) РАН. СПб.: МАЭ РАН, 2002. С. 475–486.

7. *Плукш П.П.* Формирование и развитие социалистического реализма. М.: Просвещение, 1973. 336 с.

О.А.КАРАСЕВ
Доцент кафедры «Реставрация художественного металла» МГХПА им.С.Г. Строганова
e-mail: karasevaok@yandex.ru

O.A.KARASEV
Assistant professor of the department «Restoration of art metal» of the Stroganov Academy (MGHPA)
e-mail: karasevaok@yandex.ru

РАЗНООБРАЗИЕ НАПРАВЛЕНИЙ ЛАКОВОЙ РОСПИСИ В XIX в.: ОТ ЛУКУТИНСКОГО ПРОИЗВОДСТВА ДО ФИРМЫ Р.Ф. ВЕЙДЕ

A VARIETY OF AREAS OF LACQUER PAINTING IN THE XIX CENTURY: FROM THE PRODUCTION OF LUKUTINTO TO THE FIRM OF R. F. WADE

В статье рассматриваются основные центры лаковой росписи в России в XIX в. Так же в статье приводятся исторические сведения о становлении этого вида искусства. Описывается уникальное направление ювелирного дела — лаковая роспись на серебре фирмы Р.Ф. Вейде.

The article examines the main centers of lacquer painting in Russia in the XIX century. The article also provides historical information about the development of this art form. Describes a unique area of jewelry lacquer painting on silver of the firm of R. F. Wade.

Ключевые слова: художественные лаки, ювелирное искусство, роспись, Лукутины, мастер, сюжет.
Keywords: art varnishes, jewelry, painting, Lukutins, master, plot.

В России постоянный интерес к лакам стал проявляться с петровских времен. Но еще при Алексее Михайловиче (1629–1676) в китайском стиле украшались отдельные покои коломенского дворца

под Москвой. Хорошо известно, что самобытная школа лаковой росписи по металлу появилась на Урале. Бесспорно, уральская лаковая живопись по металлу — уникальное явление русской культуры, жемчужина народных промыслов России. Искусство росписи по металлу на Урале возникло 260 лет назад в Нижнем Тагиле в середине XVIII века. Основано оно было на Демидовских заводах, где в специальных мастерских трудились лучшие художники того времени, крепостные живописцы — самородки и талантливые ученики школы Брюллова. Великолепными подносами-картинами прославился на века нижнетагильский лаковый промысел.

Важно заметить, что именно с развитием лакового искусства на Урале Уханова И. Н. связывает появление технологии покрытия лаками металла. Об этом она пишет в книге «Русские лаки в собрании Эрмитажа» [1].

Благодаря торговым контактам с Китаем появляются лакированные деревянные подносы, ширмы, веера. «В 1721 году один из кабинетов Петра I в петергофском дворце Монплезир был украшен 94-мя лаковыми панно, исполненными русскими мастерами Иваном Тихоновым и Перфилием Федоровым со товарищи в восточном стиле «под Китай» под руководством голландского художника Гендрика ван Брумкорста, работавшего в России до 1744 года» [2].

Ознакомившись с крупными европейскими мануфактурами, Петр I закупил партию мебели с лаковой живописью и пригласил иностранных мастеров «лакирного дела» на работу в Россию. В России в разное время работали такие известные мастера, как Ноель Мирeаль, Карл Андреас Трамблен, Франциск и Шварц Конрад, Торин и другие. Учеников посылали для обучения лаковому делу за рубеж, а после создания в 1757 году Академии художеств лаковому делу обучались в ее классах. В петровские времена существовал «Лакирный двор», который располагался в так называемом Итальянском доме Екатерины I на берегу Фонтанки. Там находились мастерские и склады. В 1761 году Федор Власов расписал дворец Петра III в Ораниенбауме, являющийся уникальным памятником искусства.

Ближе к середине XIX века в России возникло много лакирных производств: в Петербурге и его окрестностях. Это предприятия М. Бооля (пригласившего для налаживания производства французских мастеров), И.Кина, Фридриха и Иоанна Пец, Д.Орловской,

А.Эка, Воленшнейдера, Я.Лабутина, Тарева. Около Петербурга на фабрике К.Тьепона выпускались жестяные и бумажные лакированные изделия. В Москве и Подмосковье наиболее известны были фабрики Лукутиных и А.И.Аустена, Вишняковых, Н.Нажевщикова, братьев Сорокиных.

В 1830–1840-х годах декоративное начало становится ведущим во многих композициях, прежде всего, выполненных в художественной манере шинуазери. Московское предприятие А.И.Аустена стало широко известно в истории русских лаков. «Украшающая изделия этой фабрики миниатюрная живопись, с ее свободой композиционного решения, богатством колористических оттенков, притягательной живостью и одухотворенностью, «прозвучала» широко и многообразно, утвердившись как жанр изобразительного искусства» [3].

Существовало много мелких провинциальных мастерских: Шимера, Данилевича, в Бердичеве — Губарева (его наемный рабочий Христиан Флах позже открыл фабрику в Москве и выпускал по 1450 табакерок в год), О.Е.Бурбышева и других. Все они, как правило, были похожи на аналогичные европейские предприятия и вскоре закрылись, за исключением лукутинского и вишняковского.

Особая судьба сложилась у лукутинской мануфактуры, основанной в конце XVIII века купцом П.И.Коробовым в подмосковным селе Данилково (смежном с Федоскино и впоследствии слившимся с ним).

Первоначально П.И. Коробов выпускал лакированные козырьки для головных уборов русской армии. На его фабрике начинают выпускать и табакерки. На первом этапе развития этой фабрики предметы не расписывались, на них наклеивались гравюры и покрывались лаком. В 1818 году фабрика перешла к дочери Коробова, а в 1824 году — к его зятю П.В.Лукутину (1784–1863). Петр Лукутин сменил формы и сюжеты лаковой миниатюры, ориентируясь на вкус русского потребителя. Большое количество предметов с росписью было посвящено военным темам, и в частности Русско-турецкой войне 1828–1829 гг. На фабрике в то время развиваются новые технологии, связанные с росписью по перламутру, инкрустацией металлом, а также оригинальная техника цировки, создавшая возможность для многочисленных декоративных эффектов. «Мастера расписывают поверхность шкатулок, имитируя материалы «под черепаху», «под

слоновую кость», «под малахит», «под бересту». Создается особый прием украшения шкатулок «сканью» — узором, набранным из мельчайших золотых и серебряных пластинок» [4].

При Петре Лукутине и его сыне Александре лукутинские лаки завоевали широкое признание и известность. Появились так полюбившиеся публике русские тройки, сцены чаепития, историческая тема. Усовершенствовался процесс лаковарения. Лаки Лукутина были высокого качества, исключительной прозрачности и прекрасно полировались. Это достигалось тем, что лаки проходили долголетний, в течении 7–8 лет, «отзор» на солнце. Полуфабрикат делался из тряпичного картона, что придавало ему еще большую прочность. Шарниры на изделиях золотились. Складывается два приема письма: «по-сквозному» и «корпусное». «По-сквозному» — это лессировочное письмо прозрачными слоями по металлическим подкладкам, перламутру. «Корпусное» письмо исполнялось плотными мазками, тонкость письма и рисунка доводилась до виртуозности.

Значительная часть изображений на лукутинских лаковых изделиях имела в своей основе картины и гравюры западноевропейских художников, особенно голландских и французских мастеров. Огромное значение играла национальная школа живописи для выбора сюжетов для лаковой росписи на этом предприятии. Одним из популярных сюжетов был «Катальные горки у Адмиралтейства на Масленицу в Петербурге» с широко известной литографии, неоднократно воспроизводившийся в 30-х годах XIX в. Также распространен был сюжет «тройки». Над созданием композиции «троек» работали выдающиеся художники этого предприятия в разные годы: П.А.Лавров, С.И.Бородкин, Н.Е.Сверчков, К.К.Гампельна.

Также необычно выглядит направление в лаковой миниатюре, заключавшееся в подражании итальянской мозаике, при которой маленькие точечные мазки на поверхности лакового предмета имитируют кусочки смальты.

Следуя законам моды, искусство лаковой миниатюры в XIX веке не раз обращалось к китайским мотивам, так например, в конце 1840 – начале 1850-х годов на лукутинской фабрике снова обращаются к этим темам. В Указателе российских произведений на выставке 1851 года в Лондоне демонстрировались табакерки: «овальная с китайцем», «китайская свадьба», «дамская овальная с лепным китайцем» [5].

В 1840-е годы на изделиях фабрики Лукутиных появляются орнаментальные композиции, и аллегорические сцены XVIII века, отвечающие принципам нового художественного стиля — историзма.

Исторический портрет встречается в разных произведениях на лукутинских лаковых миниатюрах, как например, портрет великого полководца Александра Васильевича Суворова.

Важнейшей темой лукутинских лаков на протяжении всего существования фабрики были архитектурные пейзажи с видами Москвы и Санкт-Петербурга.

Специалисты отмечают, что именно в середине XIX века наступает расцвет жанровой живописи в лукутинских миниатюрах, повествующей о народной жизни и быте. Часто использовались сюжеты французского художника Поля-Мари Русселя, работавшего на фарфоровой мануфактуре в Севре. Побывав в России, он сделал серию альбомов с рисунками на русские темы, к которым впоследствии обращались многие русские художники.

Интересно, что при фабрике существовала рисовальная школа, лучших мастеров Лукутины посылали в московское Строгановское художественное училище.

Лукутинские и вишняковские лаки развивались в тесной связи с русской реалистической живописью. Мастера широко использовали сюжеты русских, впрочем, и западноевропейских художников, смело перерабатывая их. Выполнялось много заказных работ. Ассортимент изделий был неисчерпаем: от популярных спичечниц разных форм, солонок, чайниц — до бюваров, дорожных погребков и отдельных бытовых деталей, как, например, рукоятей для зонтов и тростей, папок для ресторанных меню, обложек для фотографических альбомов, ящиков для хранения сигар и шкатулок для документов и прочих изделий. Все они украшались живописью — от исполненной на самом высоком уровне ведущими мастерами до массовой продукции, предназначенной для широкой публики.

«Девятнадцатое столетие было временем широкого развития и расцвета лакового искусства» [6]. Мастера Москвы и Санкт-Петербурга применяли технологию лаковой росписи на серебре. Мастера живописцы, скорее всего, выполняли заказы, поступившие от ювелирных фирм, так как данная технология представлена единичными предметами. Мы не нашли мастерских, которые занимались

бы только росписью на красном лаке, чаще всего ювелирные фирмы работали в техниках: штампа, литья, скани, эмали и гравировки.

Можно привести пример фирмы Вейде Рудольфа Константиновича, которая имела широкий ассортимент произведений ювелирного искусства: от домашней утвари до колец и серёжек в технике лаковой росписи по серебру. Эта фирма владела секретом лаковой росписи на серебре.

Нужно отметить, что в традициях Русского стиля в конце XIX века в лаковой росписи художники использовали разные сюжеты на народные темы: «Угощение гостя», «Поцелуйный обряд» и т.д. Очень популярными были темы: «Тройка», «Чаепитие», «Игра на гуслях» и т.д.

Известны предметы, лаковая живопись на которых сделана по картинам К.Е. Маковского. Например, сахарница, где в технике лаковой росписи изображён сюжет картины К.Е.Маковского «Выбор невесты царём Алексеем Михайловичем». Большой популярностью пользовались лаковые предметы с изображением царствующих особ.

Своими экспериментами с художественными лаками в ювелирных произведениях хорошо известна фирма П.А.Овчинникова. Оригинальные предметы с росписью по серебру, отличительной особенностью которых являлся красный лак, хранятся в Государственном Историческом музее и других музейных собраниях.

Подводя итог, хочется отметить, что форма и художественный образ русских национальных произведений с лаковой росписью были тесно связаны с развитием общих художественных направлений XIX века в декоративно-прикладном искусстве России. Изучая деятельность ювелирных фирм второй половины XIX века можно определенно сказать, что одно из направлений производства предметов с лаковой росписью было тесно связано с ювелирным искусством.

Примечания:

1. *Уханова И.Н.* Русские художественные лаки XVIII-XX веков. Каталог коллекции. СПБ., 2009.

2. *Уханова И. Н.* Русские лаки в собрании Эрмитажа. Л.,1964. С. 12.

3. *Жижина С.Г.* Искусство лаковой миниатюры. Восток, Запад, Россия. М.: Интербук-бизнес, 2010. С.97.

4. Там же. С. 101.

5. Каталог российским произведениям, отправленным на выставку в Лондоне в 1851 году. СПБ., 1851. С. 73.№ 355.

6. *Жижина С.Г.* Искусство лаковой миниатюры. Восток, Запад, Россия. М.: Интербук-бизнес, 2010. С.75.

Библиография:

1. *Бакушинский А.С.* Русские художественные лаки. М., 1933.

2. *Боруцкий В.И.* Кустарное производство лакированных вещей из папье-маше // Кустарная промышленность России. Т. 2. СПб., 1913.

3. *Жижина С.Г., Ремизова И.В.* Русские художественные лаки XVIII–XIX вв. М., 1983.

4. *Костюк О.* Петербургские ювелиры XVIII–XIX века. СПБ.: Славия, 2000.

5. *Крапивина И.А.* Роспись по металлу. В сб.: «Русское декоративное искусство». Т.2. М.,1965.

6. *Орлов А.С.* Кустарная промышленность Московской губернии. М., 1913.

7. *Уханова И.Н.* Лаковая живопись в России. СПб., 1915.

Т.Л. МАКАРОВА

Доктор искусствоведения, профессор кафедры «Дизайн костюма» РГУ им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)
e-mail: 11suntm@gmail.com

T.L. MAKAROVA

Doctor of art, professor of the department of costume design of the Kosygin University
e-mail: 11suntm@gmail.com

С.Л. МАКАРОВ

Кандидат технических наук, доцент Департамента программной инженерии, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»
e-mail: sky29073@gmail.com

S.L. MAKAROV

Candidate of technical sciences, associate professor of the School of Software Engineering of the National Research University Higher School of Economics
e-mail: sky29073@gmail.com

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СОЗДАНИИ ОБРАЗА PR-МЕРОПРИЯТИЙ В ИНДУСТРИИ МОДЫ (2006–2009 гг.)

INFORMATION TECHNOLOGY IN CREATING THE IMAGE OF PR EVENTS IN THE FASHION INDUSTRY (2006–2009)

В статье рассмотрены информационные технологии, в т.ч. 3D-голограммы, в создании образа PR-мероприятий в индустрии моды: примеры данных мероприятий, виды технологий и образы (с 2006 по 2009 г.).

The article considers information technology, including 3D holograms, in creating the image of PR events in the fashion industry: examples of these events, types of technologies and images (from 2006 to 2009).

Ключевые слова: информационные технологии в дизайне, информационные технологии, индустрия моды, модное шоу, образ в дизайне, символика дизайна, PR-мероприятие, PR бренда, 3D-голограмма, wow-эффект.
Keywords: information technology in design, information technology, fashion industry, fashion show, image in design, design symbolism, PR event, brand PR, 3D hologram, wow-effect.

Актуальность темы статьи подтверждается большим разнообразием и высокой частотой применения информационных технологий в создании образа PR-мероприятий в индустрии моды. Каждое событие в индустрии моды имеет целью не только продажи, но более запоминаемость бренда, которая и окупится в дальнейшем положительным репутационным эффектом и экономическим успехом. В статье рассмотрены примеры таких PR-мероприятий в индустрии моды как оригинальные модные шоу за 2006–2009 гг. от ведущих брендов.

3D-голограмма в создании дымчатого образа девушки в Kate Moss Hologram Video from Alexander McQueen Fall/Winter 2006 Fashion Show. Дымчато-серое платье на черном фоне смотрится довольно грустно (рис. 1) [1]. Ассоциация с девушкой на ветру, как в фотосессиях 1980-х на фоне песка пустынь либо в фотостудии с вентилятором. Образ немного искусственный.

Проекции на экране разных образов на Colfe's School Fashion Show 2006. 19 век в показе на черном фоне. Презентация с проекцией на экран зеркально отраженного абстрактного рисунка то ли воды, то ли синего



Рисунок 1. Фрагмент голографического видео с Кейт Мосс из показа моделей Александра Маккуина. Зима 2006



Рисунок 2. Модный показ Colfe, 2006



Рисунок 3. Компьютеры, встроенные в модели одежды. Показ мод, 2006



Рисунок 4. Показ коллекции Victoria's Secret: экраны с изображениями колонок, с символикой человека, круга и прямоугольника. 2006

пламени, то ли фантазии на тему крыльев стрекоз. Для второго-третьего плана, т.е. фона, на котором показывают модели, рисунок слишком подробный, назойливый и механически повторяемый. Он отвлекает от спортивных моделей и даже не подходит по стилю (рис. 2) [2].

Шлем виртуальной реальности на At the 2006 Ubiquitous Fashionable Computer Fashion Show, gadgets are embedded and attached to clothing (рис. 3) [3]. Очки, или шлем виртуальной реальности, сейчас активно рекламируются в России и по всему миру. А на The 2006 Ubiquitous Fashionable Computer Fashion Show они уже были технологической изюминкой 10 лет назад, в 2006 году.

Презентация на экране разных образов в сочетании с настоящим фейерверком. Сначала показан образ огня: «салют», фейерверк стал атмосферой показа коллекции Victoria's Secret 2006 г. Затем весь интерьер мероприятия меняют только жидкокристаллические экраны с презентацией: изображениями колонок, с символикой человека, круга и прямоугольника (рис. 4) [4]. Так сочетаются реальные элементы оформления праздника из прошлого (фейерверки украшали еще дворцовые мероприятия Франции, например) и новые технологии.

Снова показаны манекенщицы с крыльями (традиция бренда), но в длинных, «античных» одеждах, мерцающих в полумраке, выходят на подиум. Создается образ ангела. (Образы ангелов как существ светлых, божественных, посланников Бога все же требуют деликатного и уважительного отношения.) Похожие функции в мифологии у сильфов и эльфов. Такие образы могут вдохновлять модельеров, но на показе неуместна для них откровенная одежда, иначе создаваемый ангельский образ



Рисунок 5. Голографиеский показ мод Diesel «Liquid Space». 2007



Рисунок 6. Анимация коллекции Prada. Весна-лето 2008

весь становится более «приземленным», пропадает его возвышенность, одухотворенность, «бестелесность», легкость, способность к полету.

3D-голограмма внутри специфического пространства. Diesel «Liquid Space» Holographic Fashion Show 2007. Модели ходят, словно в прямоугольнике, а он ассоциируется с подземным тоннелем из-за низкого потолка и одинакового цвета потолка, пола и стен. Зрителю неуютно и хочется вырваться из этой коробки, а профессиональный психолог сразу отметит «наличие комплексов» у создателя дизайна шоу (рис. 5) [5]. Такого рода оформление трудно считать хорошим дизайном: нахождение в этом пространстве не приносит радости, а ведь именно радость — основной критерий красоты. РАдость, ПрекРАсное, кРАски — все эти понятия содержат древний слог — РА = солнце, свет, огонь творчества и радости.

Анимационный показ. Первые модели-аниме. Prada animation for spring/summer 2008. Образ: белокожая девушка-кукла с черными глазами не имеет природного аналога — типа внешности человека: в природе у блондинов кожа имеет разнообразные оттенки, а глаза могут быть голубые, серые, зеленые, карие, но никак не черные. Дизайнеры пытались создать милый образ, но из-за своей неестественности и черных глаз он приобрел некоторые демонические черты. Если бы не эта семантическая ошибка, девушка была бы симпатичнее зрителю (рис. 6) [6].

«Атака клонов». Голографические клоны в дизайне интерьера модного показа. Механический образ, далекий от уникальности природы: цифровые клоны на подиуме в коллекции дома моды Valentino, весна-лето 2008 г. (рис. 7) [7]. Показ — пример модульной структуры в



Рисунок 7. Показ коллекции моделей дома моды Valentino, весна-лето 2008 г.



Рисунок 8. Роботизированный показ мод на демонстрации одежды. Япония

дизайне пространства и попытки создать метр и ритм из одинаковых элементов, но в природе нет клонов, то есть нет точных копий: ее многообразие — украшение универсума, и это следует помнить дизайнерам. Здесь девушка в красном платье, хотя и клонирована, но изображена в разных поворотах и с разными жестами, что на мгновение создает иллюзию разнообразия одного и того же платья. В этом есть философский смысл, так как в одном и том же платье виртуальная модель показывает разные грани образа. В конце дефиле, наоборот, все модели вышли в одинаковых платьях: одно платье — разные люди. «Одно и то же классическое красное платье от Валентино идет всем» — таково новое послание аудитории, посвященное дням юбилея дома моды.

Первый показ, где в роли манекенщицы выступил робот. «Robot takes to the runway at Japan fashion show». Робот-модель принимает участие в показе на неделе моды в Японии. Робот-модель как инновация интересен в момент появления, демонстрации… Но разве сравнится он с человеком! Ни в чем он не может заменить человека в создании многопланового и живого образа, только механически идти. Но для создания wow-эффекта от показа подходят роботы: ведь их появление на подиуме — тоже достижение науки и техники и именно это вызывает интерес зрителей (рис. 8) [8].

Проекция — «раскадровка на экране» вместо показа моделей на подиуме. Коллекция Temperley, осень 2009 г. Три рамы с одной и той же по-разному позирующей девушкой, фоном для которой изначально служит английский флаг. Это еще один вариант показа с размноженным



Рисунок 9. «Раскадровка»: коллекция Temperley. Осень 2009 г.

изображением одной и той же манекенщицы, но в разных позах: впечатление постепенно «раскручиваемого» в прямом смысле костюма на модели. Общий черный фон-рама напоминает раскадровку или пленку со слайдами (рис. 9) [9].

В целом, по представленным примерам можно сделать следующие выводы.:

1. Применение информационных технологий в оформлении PR-мероприятия в индустрии моды (на примере модного шоу) — неотъемлемая часть рекламы и PR современного бренда.

2. Некоторые модные PR-мероприятия из-за весьма среднего уровня режиссуры в сочетании технологий разных видов воспринимаются дробно, а не целой картиной.

3. Несмотря на необычность некоторых решений («раскадровка», модель-аниме, «клонирование» изображений одной и той же модели), некоторые из них выглядят и воспринимаются все же как «слишком искусственные». На сегодня единое целое в оформлении PR-мероприятия в индустрии моды достаточно трудно выстроить так, чтобы некоторые элементы не смотрелись искусственными: есть и технологические, и чисто экономические ограничения (высокая стоимость применения новинок в области информационных технологий для известных брендов и их PR-мероприятий в индустрии моды).

4. Полностью анимационный показ, а также применение робота-модели хороши более для молодежной аудитории [11, 12], т.к. она более ориентирована на новинки в области информационных технологий.

5. В результате анализа иконического материала по теме работы создается впечатление, что уже многие виды информационных

технологий применены в оформлении модных событий [10–14]. Именно поэтому в будущем важна концепция мероприятия и интересные сочетаний образов «натуральных» и образов «высокотехнологичных», а также интересные режиссерские и музыкальные решения. Интересными могут быть красивые и неожиданные трансформации образов.

6. Будущее оформления PR-мероприятий в индустрии моды — за поиском органичного сочетания образов, созданных с помощью информационных технологий и образов «реальных».

7. Для создания органичной картины PR-мероприятия в индустрии моды требуется художник высокого уровня и ИТ-специалисты с развитым эстетическим чувством, именно вместе они могут создать качественный продукт для оформления PR-мероприятия в индустрии моды.

Библиография:

1. Kate Moss Hologram Video from Alexander McQueen Fall / Winter 2006 Fashion Show. URL: https: //vimeo.com/130190632 (дата обращения: 24.10.2018)

2. Colfe's School Fashion Show 2006. URL: https: //www.youtube.com/watch?v=hV5PwW9AWcE (дата обращения: 24.10.2018)

3. Computer Fashion Show Held in South Korea. URL: https: //www.youtube.com/watch?v=S52JyRdA8ZE (дата обращения: 24.10.2018)

4. The Victorias' Secret Fashion Show 2006. URL: https: //www.youtube.com/watch?v=jBsXO9pVlSY (дата обращения 23.10.2018)

5. Diesel «Liquid Space» Holographic Fashion Show — Part 2. URL: https://www.youtube.com/watch?v=OawD-t3s0PQ (дата обращения: 23.10.2018)

6. Prada | Spring Summer 2008 Full Show | Exclusive. URL: https: //www.youtube.com/watch?v=thmX8kRNmXY (дата обращения: 24.10.2018)

7. VALENTINO Spring Summer 2008 Haute Couture — Fashion Channel. URL: https: //www.youtube.com/watch?v=M0eyeLU7u08 (дата обращения: 22.10.2018)

8. [UPDATE] The HRP-4C Robot takes to the runway at Japan fashion show. URL: https: //www.youtube.com/watch?v=c_j5sXaWn8k (дата обращения: 24.10.2018)

9. Temperley London: «Empress of the Orient». URL: https: //vimeo.com/3287541 (дата обращения: 21.10.2018)

10. *Макарова Т.Л., Макаров С.Л.* Выставки дизайна и рекламы: новые информационные технологии и креативные решения в дизайне, рекламе и сервисе. Монография. М.: РИО МГУДТ, 2016. 108 с.

11. *Макарова Т.Л., Макаров С.Л.* Промороботы: функции и опыт применения на выставках и других мероприятиях / Новое в технике и технологии в текстильной и лёгкой промышленности: материалы докладов Международной научно-технической конференции, 25–26 ноября 2015 г. Витебск: УО «ВГТУ», 2015. С. 234–236.

12. *Макарова Т.Л., Макаров С.Л.* Информационные технологии в выставочном дизайне: новый проект Fusion Emotion / Дизайн, технологии и инновации в текстильной и легкой промышленности (ИННОВАЦИИ-2015): сборник материалов Международной научно-технической конференции. Ч. 2. М.: ФГБОУ ВПО «МГУДТ», 2015. С. 320–323.

13. *Макарова Т.Л., Макаров С.Л.* Анализ символа «человек» в дизайне современного костюма и разработка базы данных и компьютерной программы // Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. 2015. № 4 (358). С. 117–120.

14. *Макарова Т.Л., Макаров С.Л.* Выставки литературы, дизайна и рекламы в 2014–2015 гг.: лучшее в дизайне, технологиях и маркетинговых коммуникациях // Маркетинговые коммуникации. 2015. № 4 (88). С. 244–256.

В.Н. ОДНОШИВКИН
Профессор кафедры «Художественное проектирование интерьеров» МГХПА им. С.Г. Строганова
e-mail: art.interior.department@gmail.com

V.N. ODNOSHIVKIN
Professor of the department of «Interior design» of the Stroganov Academy (MGHPA)
e-mail: art.interior.department@gmail.com

ПАРАДОКСЫ И ПРОТИВОРЕЧИЯ ПОНЯТИЯ ЦВЕТОВОЙ ГАРМОНИИ В ЦВЕТОВОМ КРУГЕ И. ИТТЕНА. ОПЫТ ПРАКТИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

THE PARADOXES AND CONTRADICTIONS OF THE COLOR HARMONY'S CONCEPT AT I. ITTEN'S COLOR WHEEL. PRACTICAL RESEARCH EXPERIENCE

В статье основной акцент ставится на современной проблематике противоречий между научными воззрениями на природу цвета и представлениями о гармонии цветовых отношений в художественном и дизайн образовании, получивших свое распространение благодаря книге И.Иттена «Искусство цвета».

This article is focused on contemporary controversies on visions of color between scientific points of view and colors' harmony perception in art and design education. This perception was wide spread thanks to a book «The Art of the Color» written by I.Itten.

Ключевые слова: цветовая гармония, оппонентные цвета, цветовой круг И.Иттена.
Keywords: color harmony, opponent colors, I.Itten's color wheel.

Побудительным мотивом для написания этой статьи явилось в последние несколько лет появление как в Интернет среде, так и в периодических изданиях невиданного ранее количества публикаций на темы, связанные с понятием цветовой гармонии в изобразительном искусстве

и дизайне. При этом качество излагаемой информации вызывает не только серьезные сомнения в ее достоверности, но и вызывает вообще сомнение относительно самого существования разработанного понятия цветовой гармонии, что связано, вероятно, с причиной туманности, неопределенности и противоречивости самой ее трактовки. Анализ этого материала показывает, что в областях искусства, связанных с художественными видами деятельности, в отличие от музыки, строгой научной теории цветовой гармонии прямого практического действия, способной охватить все ее аспекты проблематики в изобразительном, декоративно-прикладном искусстве, архитектуре и в дизайне, не существует.

Вместе с тем, несмотря на отсутствие теории цветовой гармонии, в профессиональных компьютерных графических редакторах это понятие все же реализуется при помощи специальных инструментальных средств. При этом примечательно, что данное понятие трактуется в них весьма вольно и относительно друг друга достаточно противоречиво. В этой связи здесь следует назвать популярные графические программы, например, такие как: Adobe Illustrator и CorelDraw, в которых базовые параметрические данные гармоничных цветовых сочетаний хоть и не столь значительно, но тем не менее друг от друга отличаются, что не может не заставить обратить внимание на причину таких расхождений. Кроме того следует назвать также многочисленные сетевые он-лайн программы, распространяющие самую противоречивую информацию о разработке при помощи компьютерных технологий приятных цветовых сочетаний во всех, без исключения, видах дизайна, изобразительного и декоративно-прикладного искусства, в том числе, включая разработку колористической гаммы для кулинарии, косметологии и аромотерапии.

«Гармо́ния (греч. ἁρμονία — “связь, порядок; строй, лад; слаженность, соразмерность, стройность”)» [1].

Издания, посвященные проблематике теории цвета в художественной практике, неизбежно ссылаются на понятие цветовой гармонии. История его возникновения насчитывает уже не одну тысячу лет, начиная еще с античности и заканчивая современностью. Основой такого представления, в котором неизменно подчеркивается практически одна и та же идея, является соображение о том, что существуют как приятные сочетания цветов, так и неприятные, т.е. болезненно раздражающие психику зрителя. По аналогии с музыкальной гармонией приятные цветовые сочетания принято называть гармоничными.

Такие понятия, как консонанс и диссонанс в музыкальной гармонии, наиболее всего востребованы с целью объяснения феноменологии приятных и неприятных звуковых сочетаний. И именно музыкальный исторический опыт дает основания для теоретиков и практиков современного изобразительного искусства и дизайна надеяться на то, что удастся наконец-то подойти к определению понятия цветовой гармонии и в художественном творчестве. Следует сказать, что не без оснований, ибо именно в теории и практике музыки удалось гармоничные и дисгармоничные звуковые сочетания определить численно. «В ладовых системах европейской многоголосной музыки спад напряжения при плавном переходе от диссонанса к консонансу (то есть при его разрешении) создаёт особого рода ощущение удовлетворения и тем самым превращается в важнейший эстетический фактор. Чередование диссонансов-напряжений и консонансов-разрядок образует своеобразное “гармоническое дыхание” музыки» [2].

Несмотря на явные отличия между изобразительным и музыкальным искусством, идея структурно-численного определения гармоничных сочетаний форм и их пропорций (например, золотое сечение), а также гармоничных цветовых сочетаний в изобразительном искусстве, в дизайне и архитектуре постоянно находит своих приверженцев, которые обосновывают свои теоретические изыскания, исходя из разработанного понятия музыкальной гармонии, поэтому на раскрытии понятия цветовой гармонии в теории и практике цвета, начиная с открытия И.Ньютоном разложения дневного света на спектральные цвета с помощью трехгранной стеклянной призмы, была сосредоточена художественно-творческая и научная мысль. Ему же по праву первооткрывателя принадлежит и сама идея замкнуть цветовой линейный спектр дневного света в правильный круг, разделив его на 7 неравных частей по количеству музыкальных нот и в соответствии с господствовавшей в то время идеей пропорциональных отношений между нотами в фортепианной музыке [3]. Вместе с тем, несмотря на то, что предложенный им механизм определения цветовой гармонии оказался неудобным для нужд реальной художественной и промышленной практики, сама идея определения ясных для понимания структурных закономерностей гармоничных цветовых отношений на основе цветового круга оказала значительное влияние на все последующие в науке и художественной практике изыскания в области феноменологии цвета.

Впервые на механистический подход науки, оторванный от психологии восприятия феномена гармоничных цветовых отношений, обратил внимание в начале 19 века Иоганн Вольфганг Фон Гёте, полагавший в своей книге «К учению о цвете (Хроматика)» (1810 г.), что исследовательский метод, примененный И.Ньютоном, чреват подгонкой данных науки под известный заранее результат. После того как в 1840 году книга была переведена Чарльзом Истлейком с немецкого на английский язык (Theory of color), положения этой книги в части цветовой гармонии стали широко применяться в мире изобразительного искусства. И в первую очередь здесь следует назвать среди живописцев имя английского художника Уильяма Тёрнера, для которого эта книга стала настольным учебно-практическим руководством. Этот труд И.В.Гёте вдохновил также и философа Людвига Витгенштейна для написания своих заметок по цвету и философа Шопенгауэра с его трактатом «О зрении и цвете» [4]. В отличие от И.Ньютона, И.В.Гёте экспериментально доказал [5], что дневной свет, пропущенный через стеклянную призму, разлагается не на семь цветов радуги, а только на три цвета (желтый, пурпурный и голубой). Эти три цвета при дальнейшем оптическом смешении и значительном удалении от стеклянной призмы как раз и рождают между собой все остальные цвета цветового спектра, в итоге образуя полный цветовой спектр дневного света. Однако И.В.Гете не остановился только лишь на этом явлении оптической природы цвета, а обратил внимание на проблему восприятия цветовых отношений, которые в дальнейшем во многом предвосхитили современные научные воззрения на восприятие цвета в физиологии. В результате многочисленных наблюдений ему удалось определить шесть основных цветов в 6-частном цветовом круге собственной конструкции, которые вызывают в ощущениях при их внезапном исчезновении свойства диаметрально противоположного цвета [6]. Отмеченный им феномен получил свою дальнейшую известность под именем последовательного цветового контраста, понятие которого почти на 80 лет позднее И.В.Гете ввел в научный обиход немецкий исследователь в области физиологии зрения Эвальд Геринг. В 1892 году он опубликовал свой научный труд «Очерки теории световой чувствительности», посвященный оппонентной природе восприятия цвета [7]. Э.Геринг распределил цвета в цветовом круге не по спектральным характеристикам, а по ощущению. При зрительном восприятии диаметрально противоположных цветов возникает одновременное ощущение

сходства и противоположности цветов. Эта теория получила название теории оппонентных процессов. Однако, несмотря на первооткрытие Иоганном Вольфгангом Гёте по своей сути феномена последовательного цветового контраста, несмотря на разработки художника Филиппа Отто Рунге, практически реализовавшего учение о цветовой гармонии И.Гёте, но уже в виде цветового шара [8], и несмотря на теорию оппонентных процессов Эвальда Геринга, научно обосновавшего феномен цветового восприятия, дальнейшая судьба понятия теории цветовой гармонии в изобразительном искусстве оказалась далеко не простой.

Спустя почти 110 лет после выхода в свет книги И.Гёте, в начале 20 века в Веймаре, во всемирно известной школе дизайна Bauhaus Баухаус Иоханнесом Иттеном была апробирована собственная модель цветового круга, отличавшегося от конструкции круга И.Гете, и, прежде всего, по характеристикам первичных цветов. В его модели цветовой гармонии три первичных цвета — чистый желтый, чистый красный (вместо пурпурного И.Гёте), чистый синий (вместо голубого И.Гёте), а также три вторичных цвета, плюс шесть производных от них третичных цветов — образуют 12-частный цветовой круг. Этот круг и сегодня повсеместно используется в качестве учебного пособия в художественном и дизайн-образовании. Большинство художественных, архитектурных и дизайнерских школ мира испытали на себе влияние книги И.Иттена «The Art of Color», опубликованной им в 1961 г. [9], которая ассоциируется с первой школой дизайна — Bauhaus Баухаус. В России эта книга неоднократно издавалась, и очередной (12) раз была переиздана в 2018 году в издательстве Д.Аронова под названием «Искусство цвета» [10]. В основе его конструкции цветового круга лежит простейшая геометрическая модель правильного 6-стороннего многоугольника, и, вероятно, поэтому основное правило цветовой гармонии, изложенное в книге И.Иттеном, легко запоминается. Тем не менее, несмотря на то, что модель цветового круга, предложенная им, легкодоступна для изучения и понимания, в реальной художественной и дизайнерской практике она не используется. Парадокс. В чем же причина?

«В то время меня интересовал не вопрос о том, «когда теория истинна?», и не вопрос, “когда теория приемлема?”. Я поставил перед собой другую проблему. Я хотел провести различие между наукой и псевдонаукой, прекрасно зная, что наука часто ошибается, и что псевдонаука может случайно натолкнуться на истину». К.Поппер [11].

Согласно книге И.Иттена «Искусство цвета», его цветовой круг обязан отвечать следующим обязательным требованиям с целью образования гармоничных цветовых сочетаний.

1. Диаметрально противоположные цвета должны быть дополнительными, т.е. дающими при смешивании серый цвет.

2. Диаметрально противоположные цвета взаимозаменяемы в цветовом круге на основании подтвержденного физиологией феномена последовательного цветового контраста. Практическая проверка этих требований серией практических экспериментов должна доказать правомочность положений И.Иттена или показать причину отмеченного ранее парадокса.

Опыт № 1. Смешение диаметрально противоположных цветов в цветовом круге И.Иттена. Опыт проводится как при помощи кроющих (гуашь, темпера, масло, акрил), так и прозрачных (акварельных) художественных красок, используемых в живописи на палитре, приближенной по своей собственной цветности к средне серому цвету в условиях естественной дневной освещенности. При неоднократном смешении в самых разных пропорциях на подобной палитре диаметрально противоположные цвета («оппонентные», по мнению И.Иттена) не приводят к образованию требуемого серого ахроматического цвета, который у автора книги «Искусство цвета» связывается с понятием психической уравновешенности, успокоенности и внутренней гармонии. Так, например, смешение красного с диаметрально противоположным ему зеленым в самом лучшем случае способно создать ощущение грязного умбристого цвета, явно отличающегося от ожидаемого ахроматического серого цвета. С подобным же отрицательным результатом заканчиваются опыты со всеми остальными цветами цветового круга И.Иттена. Для того чтобы снять неизбежно возникающие вопросы о вполне возможной (ошибочности) субъективной оценке восприятия цвета экспериментатором, о химическом несоответствии художественных красок времени И.Иттена современным краскам, а также с целью приближения к максимальной объективности опытной проверки, необходимо провести более корректные исследования, которые должны показать с математической точностью, соответствует ли заявленное И.Иттеном в его круге правило цветовой гармонии реальной действительности искомого ощущения серого цвета. (Опыты: № 2, № 3, № 4)

Опыт № 2 (1). Компьютерная проверка диаметрально противоположных цветов в цветовом круге И.Иттена на их способность образовывать в смесях искомое ощущение средне серого ахроматического цве-

та. В качестве исходной модели берется векторный файл цветового круга И.Иттена [12] Рис. № 1 (иллюстрации помещены на 2 и 3 сторонах обложки). Опыт отражает основное правило цветовой гармонии в изложении И.Иттена — образование серого цвета в смесях оппонентных цветов (рис. № 1-а). Опыт проводится в векторном редакторе Adobe Illustrator CS, имитирующим процесс постепенного многоступенчатого перехода от одного, по мнению И.Иттена, «оппонентного» цвета к другому «оппонентному» цвету при постепенном долевом их смешивании между собой с помощью инструмента Blend Tool, в котором реализована возможность установки необходимого количества промежуточных ступеней. Необходимым условием опыта принимается нечетное количество промежуточных (например, одиннадцать) смесевых ступеней с целью выявления потенциально узнаваемого средне серого ахроматического цвета, который является, в данном случае, шестым, т.е. центральным цветом. В результате этого опыта во всех шести парах 12-частного цветового круга И.Иттена искомый серый цвет не определяется не только визуально (по ощущениям), но и с помощью компьютерных параметрических данных всех полученных цветов и их оттенков (рис. № 2 [13]).

Опыт № 3 (1). Экспериментальная проверка способности диаметрально противоположных цветов взаимно дополнять друг друга, т.е. меняться местами в цветовом круге И.Иттена без потери своих первоначальных свойств, согласно феномену последовательного цветового контраста. Например, красный меняется на зеленый цвет и т.д. Эта экспериментальная проверка подобна фотографическому процессу печати с цветного негатива с целью получения цветного позитива. Эксперимент проводится при помощи компьютерных технологий, имитирующих обратимый процесс негатив — позитив, в растровом редакторе Adobe Photoshop CS способом инверсии изображения цветового круга И.Иттена. Результат опыта (рис. № 3 [14]) показывает, что при инверсии диаметрально противоположные цвета на противолежащий цвет не взаимозаменяются и искажаются, порой до полной неузнаваемости вопреки утверждениям автора книги «Искусство цвета». Таким образом, и в этом случае убедительно доказать существование гармоничных цветовых сочетаний в цветовом круге И.Иттена невозможно.

Опыт № 4 (1). Исходя из результатов всех предыдущих 3 опытов, нельзя не заметить, что условие цветовой гармонии, определенное И.Иттеном как обязательное, в конструкции его цветового круга отнюдь

не обусловлено способностями диаметрально противоположных цветов при взаимном смешении образовывать серый цвет, независимо от процесса зрительного восприятия в условиях дневного освещения. Хотя именно на этом утверждении строятся все его выводы и рекомендации. Поэтому 4 опыт направлен на выяснение соответствия конструкции цветового круга И.Иттена структуре реального цветового спектра дневного света в видимом диапазоне световых волн. В качестве образца в этом опыте используется векторный файл цветового спектра электромагнитного излучения дневного света [15], позволяющий провести точные параметрические исследования. Для достижения названной цели сначала реконструируется линейный цветовой спектр, используемый в качестве конструктивной основы 12-частного цветового круга И.Иттена, разворачиванием его в линейную последовательность цветов (рис. № 4 [16]). При визуальном и параметрическом сравнении полученного спектра с образцом электромагнитного спектра дневного света в реконструированной модели цветового спектра по И.Иттену выявляется значительно увеличенная часть желто-оранжевой области спектра за счет подавления его сине-зеленых и красных цветовых областей (рис. № 5 [17]).

Выводы из результатов проверки цветового круга И.Иттена на соответствие конструкции модели его цветового круга заявленным им требованиям цветовой гармонии. Исходя из всех вышеприведенных данных опытной проверки, необходимо констатировать следующее.

1. Конструктивная основа цветового круга И.Иттена не отражает реальной структуры линейного цветового спектра дневного света.

2. Основное правило цветовой гармонии, основанное на утверждении о свойствах диаметрально противоположных цветов образовывать в смесях серый ахроматический цвет, не соблюдается.

3. При инверсии дополнительных цветов не происходит их взаимной замены в соответствии с требованием последовательного цветового контраста в цветовой гармонии;

4. Независимо от своего химического состава, в реальных красочных смесях диаметрально противоположные цвета в цветовом круге И.Иттена не образуют ощущение искомого серого цвета.

Комплексный вывод на основе опытных данных экспериментальной проверки состоит в том, что данная конструкция 12-частного цветового круга И.Иттена не отвечает заявленным им целям и задачам по разработке и созданию схем цветовой гармонии. Констатацией его в рамках

данной статьи можно бы и ограничиться, но в этой связи возникает ряд вопросов, требующих дальнейшего дополнительного анализа и изучения:

— существуют ли иные конструкции цветовых кругов, в которых правило цветовой гармонии — образование средне серого ахроматического цвета при смешении диаметрально противоположных цветов — соблюдается;

— существуют ли иные конструкции цветовых кругов, в которых инверсия диаметрально противоположных цветов не приводит к полной замене и искажению их исходных параметрических свойств;

— существуют ли иные конструкции цветовых кругов, которые в максимальной степени приближены к структурным особенностям линейного цветового спектра дневного света в видимом диапазоне световых волн;

— является ли требование последовательного цветового контраста — образование средне серого ахроматического цвета при смешении диаметрально противоположных цветов в цветовом круге — обязательным и необходимым условием цветовой гармонии в произведениях изобразительного, декоративно-прикладного искусства, дизайна и архитектуры.

Ответы на эти и другие вопросы теории цвета составляют основу следующих исследований, посвященной проблематике цветовой гармонии в эпоху компьютерных технологий.

Примечания:

1. Данные исследования проводились студентами 1 курсов специальности «Искусство интерьера» на практических и семинарских занятиях по учебной дисциплине «Теория цвета», начиная с 2007 года и по 2013 год в компьютерном классе Красноярского государственного художественного института с неизменным результатом.

Библиография:

1. Гармония: Википедия — свободная энциклопедия [Электронный ресурс]. URL: http: //ru.wikipedia.org/wiki/Гармония (дата обращения: 8.09.2018).

2. Консонанс и диссонанс: Википедия — свободная энциклопедия [Электронный ресурс]. URL: http: //ru.wikipedia.org/wiki/Консонанс_и_диссонанс (дата обращения: 8.09.2018).

3. History: Visible spectrum: Wikipedia — the free encyclopedia [Электронный ресурс]. URL: http: //en.wikipedia.org/wiki/Visible_spectrum (дата обращения: 8.09.2018).

4. Influence on the Arts: Theory of Colours (book): Wikipedia — the free encyclopedia: [Электронный ресурс]. URL: http: //en.wikipedia.org/wiki/Theory_of_Colours_(book) (дата обращения: 8.09.2018).

5. Color harmony and color meaning: Color theory: Wikipedia — the free encyclopedia [Электронный ресурс]. URL: http: //en.wikipedia.org/wiki/Color_theory (дата обращения: 8.09.2018).

6. Гете И.-В. К учению о цвете (Хроматика) // Психология цвета: сб. / пер. с англ. М., 1996. С. 303–307.

7. History: Opponent process: Color theory: Wikipedia — the free encyclopedia [Электронный ресурс]. URL: http: //en.wikipedia.org/wiki/Opponent_process (дата обращения: 8.09.2018).

8. Opponent process: Wikipedia — the free encyclopedia [Электронный ресурс]. URL: http://en.wikipedia.org/wiki/Opponent_process (дата обращения: 8.09.2018).

9. Johannes Itten: Wikipedia — the free encyclopedia [Электронный ресурс]. URL: http://en.wikipedia.org/wiki/Johannes_Itten (дата обращения: 8.09.2018).

10. Иттен И. Искусство цвета. 12-е изд. М., 2018.

11. Сущность критерия: Фальсифицируемость: Википедия — свободная энциклопедия [Электронный ресурс]. URL: http: //ru.wikipedia.org/wiki/Критерий_Поппера (дата обращения: 8.09.2018).

12. File:Farbkreis Itten 1961.svg: Wikipedia — the free encyclopedia [Электронный ресурс]. URL: http: //commons.wikimedia.org/wiki/File:Farbkreis_Itten_1961.svg (дата обращения: 8.09.2018).

13. Анализ оппонентных цветов круга И.Иттена: Теория цвета: Изучение цвета: Фотоальбом: КОМПОЗИЦИОННЫЙ ГЕНЕРАТОР [Электронный ресурс]. URL: http: //color-tone2d.pp.net.ua/photo/12-0-508-3 (дата обращения: 8.09.2018).

14. Анализ цветового круга И.Иттена инверсией: Теория цвета: Изучение цвета: Фотоальбом: КОМПОЗИЦИОННЫЙ ГЕНЕРАТОР [Электронный ресурс]. URL: http://color-tone2d.pp.net.ua/photo/12-0-506-3 (дата обращения: 8.09.2018).

15. File: Linear visible spectrum.svg: Wikipedia — the free encyclopedia [Электронный ресурс]. URL: http: //en.wikipedia.org/wiki/File:Linear_visible_spectrum.svg (дата обращения: 8.09.2018).

16. Реконструкция цветового спектра круга И.Иттена: Теория цвета: Изучение цвета: Фотоальбом: КОМПОЗИЦИОННЫЙ ГЕНЕРАТОР [Электронный ресурс]. URL: http: //color-tone2d.pp.net.ua/photo/12-0-507-3 (дата обращения: 11.04.2010).

17. Сравнительный анализ цветовых спектров: Теория цвета: Изучение цвета: Фотоальбом: КОМПОЗИЦИОННЫЙ ГЕНЕРАТОР [Электронный ресурс]. URL: http://color-tone2d.pp.net.ua/photo/12-0-509-3 (дата обращения: 11.04.2010).



Рисунок 1

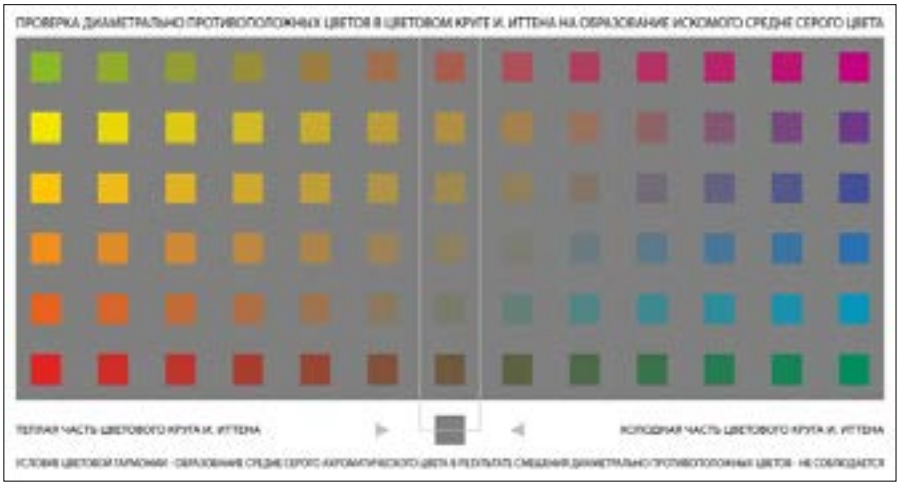


Рисунок 2

Иллюстрации к статье В.Н.Одношивкина «Парадоксы и противоречия понятия цветовой гармонии в цветовом круге И. Иттена. Опыт практического исследования», с. 322.



Рисунок 3



Рисунок 4



Рисунок 4

Иллюстрации к статье В.Н.Одношивкина «Парадоксы и противоречия понятия цветовой гармонии в цветовом круге И. Иттена. Опыт практического исследования», с. 322.

Декоративное искусство и предметно-пространственная среда Вестник МГХПА

1/2019
Часть 2

Научно-аналитический журнал по вопросам искусствоведения

Издание зарегистрировано в Роскомнадзоре

Свидетельство о регистрации средств массовой информации
ПИ №ТУ 50 - 02598
от 26.04.2018

Подписной индекс 81174
В каталоге Роспечати

Свободная цена

16+

Подписано в печать 12.03.2019
Формат 60x90/16; Усл.-изд. л. 20,62.
Бумага офсетная, гарнитура PT Serif
Тираж 500 экз.

Адрес редакции:
125080, Москва, Волоколамское ш., д. 9