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.

4/2017
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, 2017. – № 4. Часть 2 – 292 с.

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

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

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

Члены редакционной коллегии:

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

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

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

Подписной индекс 81174 в каталоге Роспечати

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

© Московская государственная художественно-промышленная академия имени С.Г. Строганова, 2017

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, 2017. – № 4. Part 2 – 292 p.

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

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

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

Editorial board:

Aronov V.R. – Full-member of Russian Academy of Arts, Doctor of Art Criticism, Professor
Burganov A.N. – Full-member of Russian Academy of Arts, Doctor of Art Criticism, Professor
Burganova M.A. – Full-member of Russian Academy of Arts, Doctor of Art Criticism, Professor
Gantseva N.N. – Candidate of Philosophy
Efimov A.V. – Doctor of Art Criticism, Professor
Zherdev E.V. – Doctor of Art Criticism, Professor
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: P.V. Shebarshin

© Moscow State Academy of Applied Art and Design named after Sergei Stroganov, 2017

Е.Е. Докучаева

«ПЕРВАЯ РУССКАЯ ШКОЛА ЗОЛОТОГО И СЕРЕБРЯНОГО ДЕЛА» А.В. ЛОБАНОВА. ПРОБЛЕМА ХУДОЖЕСТВЕННО-ПРОМЫШЛЕННОГО ОБРАЗОВАНИЯ В МОСКВЕ В КОНЦЕ XIX — НАЧАЛЕ XX В.

Статья посвящена проблеме взаимосвязи практической и теоретической подготовки художников ювелиров в конце XIX — начале XX в., которая рассматривается на примере школы, организованной при московской ювелирной фабрике А.В.Лобанова. Автор впервые вводит в научный обиход материалы о деятельности школы, обосновывает положение о том, что к началу XX века организация качественного художественно-промышленного образования уже была не под силу небольшой частной школе, а становится задачей государственного масштаба.

This paper is dedicated to the problem of the link between the practical and theoretical training of the jewellery artists in late XIX th — early XX th century, as discussed on the example of a school organised at the Moscow jewellery workshop of A.V.Lobanov. The author for the first time introduces into scholarship certain materials regarding the school operation and argues that, by the beginning of the XX th century, organisation of the high quality artistic and industrial education was not already feasible for a small private school, thus, becoming a task of national scale.

Ключевые слова: художественно-промышленное образование, ювелирное дело, школа золотого и серебряного дела, фабрика А.В.Лобанова, Строгановское Императорское училище.

Keywords: artistic and industrial education; jewellery craft; the school of the gold and silver craft, A.V.Lobanov's workshop; the Stroganov Imperial School.

Интерес к искусству России второй половины XIX — начала XX в. сегодня не случаен, он обусловлен сходными процессами, происходившими тогда в области декоративного искусства, с теми, которые в некоторой степени мы наблюдаем сейчас. Это касается как обращения к историческим стилям прошлого, так и обострившимися, в условиях реорганизации системы образования, проблемами взаимодействия теоретической и практической подготовки художников-дизайнеров различных областей художественной промышленности, поэтому изучение состояния художественно-промышленного образования на рубеже XIX–XX вв. является для нас актуальным. Однако следует отметить, что этот вопрос, так активно обсуждавшийся в периодической печати второй половины XIX — начале XX в. [1, 2, 8, 9, 12, 14, 16, 19], в современном искусствознании серьезного научного интереса пока не вызвал. Среди работ на эту тему следует указать статью Л.Я.Супрун, изданную в 1972 году, посвященную художественно-промышленным школам Москвы и Петербурга, которые он рассматривает в связи с деятельностью народных художественных промыслов [21]. К исследованиям на эту тему следует отнести статью В.С.Дедюхиной, Л.В.Шестопаловой и О.Л.Фирсовой о московских художественно-ремесленных мастерских в сборнике, опубликованном в 2001 году по итогам научных чтений в память В.М.Василенко [10]. В перечисленных работах дается некоторая информация о художественных школах, организованных при крупных московских ювелирных фабриках, однако нет сведений о школе золотого и серебряного дела А.В.Лобанова, не дается и научная оценка процессам, происходившим в области художественно-промышленного образования.

Цель данной статьи — выявить основные этапы в художественно-промышленном образовании Москвы, охарактеризовать их, выделить главные учебные заведения, занимавшиеся подготовкой художников-мастеров прикладного искусства, сосредоточив внимание на школах, организованных при московских фабриках золотого и серебряного дела. На основе источников, обнаруженных в архиве Москвы и статей в периодической печати конца XIX — начала XX в. и культурно-исторического метода исследования, показать историю «Первой

русской школы золотого и серебряного дела» А.В.Лобанова; на данном примере рассмотреть вопросы организации учебного процесса и подготовки художников-мастеров, которые на рубеже веков, в новых исторических условиях, с утверждением нового стиля модерн, требовали иного подхода и иных способов решения.

Начиная с середины XIX века, крупные ювелирные фабриканты — И.П.Сазиков, П.А.Овчинников, И.П.Хлебников, А.М.Постников — организуют собственные художественные школы. В связи с актуальностью проблемы воспитания грамотных, художественно образованных мастеров П.А.Овчинников издает брошюру, в которой делится собственным опытом в этой области. Важно отметить, что Овчинников пишет не только о теоретическом и практическом обучении, но говорит и о важности нравственного и физического воспитания, обязательными в учебной программе были занятия гимнастикой и хоровое пение [12]. Итогом успешной деятельности П.А.Овчинникова на этом поприще было награждение его школы на московской художественно промышленной выставке 1882 года дипломом II степени «…за выставленные предметы, относящиеся к лепке из глины и письму по эмали, а также за рисунки самих учеников» [6, д. 55, л. 48].

Однако и в 90-х годах XIX века проблема подготовки хороших рисовальщиков для художественной промышленности в России все еще не была решена. Для сравнения приведем статистику по данным, опубликованным в периодической печати. В Англии к началу 90-х годов на 22 млн. жителей было 887 специальных рисовальных школ, в каждой из которых обучалось 500 и более человек; в Бельгии на 5 млн. жителей — 45 рисовальных школ, в Вюртенбергском королевстве на 2 млн. жителей — 37 школ и знаменитая школа в Штутгарте. В Англии на 54 человека приходится один профессионально рисующий, во Франции — один на 45 человек. В России на 10 000 жителей — один, знающий рисование [16, с. 466].

К концу 90-х годов ситуация осложнялась и тем, что теоретическая подготовка художника-рисовальщика и освоение практического мастерства все более и более расходятся. В связи с требованиями времени: появлением новых технологий, интересу к функционально

удобным и высокохудожественным изделиям, выполненным в соответствии с новой эстетикой модерна, изменяются и требования к художнику, работающему в области декоративно-прикладного искусства. Он теперь не только должен был придумать идею будущего изделия, грамотно изобразить его, но и понимать, как этот замысел может быть исполнен в материале.

Как уже отмечалось, ювелирные школы при фабриках готовили для себя профессиональные кадры мастеров-рисовальщиков, наиболее способные из учеников создавали проекты изделий, но для решения новых, более сложных задач, основанных на широком профессиональном кругозоре, знании истории искусства, философии требовались художники со специальной подготовкой. Показательна в этом отношении история последней в ряду частных учебных заведений XIX века — школы при фабрике Личного Почетного Гражданина Александра Викторовича Лобанова. В периодической печати этого времени встречаются упоминания о школе Лобанова, но до настоящего времени о ней практически ничего не было известно. Архивные документы позволили получить некоторые сведения о деятельности этой школы и расширить наши знания о состоянии профессионального художественного образования в России в конце XIX — начале XX в.

В 1895 году Александр Викторович Лобанов подает прошение об организации ремесленной школы золотого и серебряного дела на базе собственной мастерской и частного учебного заведения коллежского асессора Михаила Ивановича Ионова. В докладной записке он пишет: «Имея в продолжение 16 лет ремесленное дело, я, Лобанов, имел возможность основательно изучить быт и положение ремесленных учеников. При существующих условиях и способах обучения мастерством, эти ученики в большинстве портятся и часто совсем пропадают от гибельно действующей на них среды, состоящей в большинстве случаев из пьяных, безнравственных и совершенно неразвитых мастеровых. На основании изложенного нельзя не прийти к заключению, что только правильно поставленное, специальное обучение мастерству при иных условиях, при поднятии умственного и нравственного уровня учеников, может дать промышленности хорошо развитых технически и неиспорченных нравственно

мастеровых, с которыми ей можно будет идти вперед по пути развития и совершенства» [5, д. 157, л. 11]. В 1895 году школа не была открыта, так как А.В.Лобанов в это время находился под следствием по делу о нарушении Пробирного устава. Он отзывает своё ходатайство об открытии школы [4, д. 92, л. 1–7].

В этом же 1895 году в «Ремесленной газете» была опубликована статья, в которой обсуждались принципы организации и финансирования подобного рода учебных заведений. В ней, в частности, говорилось, что подготовка опытных, воспитанных на духовно-нравственных началах мастеров, хорошо знающих свое дело практически, с развитым художественным вкусом, имеющих некоторые общеобразовательные и научные познания, а также сознательно относящиеся к своему делу и к своему общественному положению, — задача нужная и весьма благородная. Но необходимо решать и практические вопросы содержания школы и мастерских. Для этого учредители школы предложили ввести пятилетний курс обучения, в процессе которого учащиеся, в течение трех лет осваивали мастерство, а последние два года отрабатывали свое образование, принося доход мастерской и школе: «…чтобы этот доход не обременял учащихся и их родителей, он будет взиматься не деньгами, а трудом, то есть школа будет представлять не что иное, как усовершенствованное ученичество у мастеров» [13, с. 86].

Школа была открыта в 1897 году, о чем сам А.В.Лобанов сообщает в письме, адресованном на имя генерал-губернатора Москвы, Великого Князя Сергея Александровича, и просит взять школу под свое покровительство с возможностью называться «Сергиевской первой русской школой серебряного и золотого дела» [3, д. 217, л. 198–198 об.].

Главной целью, которую А.В.Лобанов поставил перед собой, было обучение правильному практическому и теоретическому мастерству по всем отраслям ювелирного производства и подготовка мастеров, хорошо технически подготовленных и художественно образованных. К прошению прилагались «Правила для учеников «Первой русской школы серебряного и золотого дела», на основании которых можно составить представление об организации учебного процесса.

Все специальные предметы были разделены на 4 группы. К первой группе относились ювелирные украшения, «золото-галантерейное»

и «цепочное» производства. Ко второй группе — все, связанные с изготовлением церковной утвари и посуды из драгоценных металлов. К третьей группе относились граверные и чеканные работы, к пятой — филигранно-эмальерные и живопись по эмали. При поступлении, по согласию с учеником, его определяли в одну из вышеуказанных групп. После шести месяцев обучения в своей группе ученик выбирал более узкую специализацию, например, занимаясь в третьей группе, он определял, будет ли в дальнейшем чеканщиком или гравировщиком. Однако при слабой успеваемости или недостаточных способностях ученика могли перевести в отдел более легкий или больше соответствовавший его способностям. Но образование не было узконаправленным, так как учащиеся получали весь объем знаний по всем специальностям данной группы. Кроме того, по достижении 15 лет ученики дополнительно могли посещать гальванопластический класс. Среди необходимых дисциплин были теория и практика каждого вида ювелирного ремесла, рисунок, черчение с элементарными сведениями из геометрии, акварель, лепка, «орнаменталистика», перспектива. Необходимые сведения по технике и технологии — плавка и лигировка серебра и золота, очищение от примесей, ознакомление с драгоценными камнями их свойствами и отличительными признаками, необходимые сведения по химии, касающиеся области гальванопластики и гальваностегии. Обязательным для всех групп было хоровое пение [3, д. 217, л. 204 об.]. В представленном проекте ремесленной школы производства золотых и серебряных изделий говорилось, что в нее принимаются мальчики всех сословий от 12 до 15 лет, окончившие, по крайней мере, городское приходское училище, умеющие читать и писать. Ученики принимаются сначала на месячный испытательный срок бесплатно, чтобы определить, есть ли у них необходимые способности. Учащиеся могли жить при школе или быть «приходящими». Плата за обучение взималась только за первый год обучения: с приходящих — 80 рублей, а с живущих — 180 рублей серебром в год. В последующие годы обучения все ученики «…пользуются учением, помещением и столом бесплатно». Срок обучения составлял 5 лет. Тем из учеников, которым при поступлении было более 15 лет, представившим свидетельство об

окончании курса учебного заведения с объемом преподавания не ниже четырехклассного городского училища и умеющим хорошо рисовать, срок обучения сокращался до 1 года. После полугода после начала занятий школа делала вывод о способностях ученика и его поведении. Если они были удовлетворительными, то с родителями заключается договор, утверждаемый затем Ремесленной управой.

Общеобразовательные предметы преподавались в течение первых трех лет, остальные два года были посвящены исключительно профессиональной подготовке мастера-ювелира [3, д. 217, л. 14]. Время занятий по техническим предметам — 8 часов в сутки, по «научным» — от 2-х до 3-х часов.

Общеобразовательные предметы: русский язык, русская и всеобщая история, арифметика, география, краткие курсы физики и химии, геометрия, черчение, рисование, чистописание, «лепление», живопись по эмали, пение, гимнастика; к техническим дисциплинам относились «…ювелирное и золотое, серебряное, посудное, токарное, гравёрное, филигранное, чеканное фигурно-орнаментальное и ризное, галантерейное, ложечное, золотарно-полировальное и все роды производства церковной утвари». [3, д. 217, л. 14 об.].

Важно отметить, что, по сравнению с уставом 1895 года, перечень общеобразовательных дисциплин расширился, а такие предметы, как черчение, рисование, лепка, теперь также отходили в разряд общеобразовательных, то есть стали общими для всех групп. Профессиональная же подготовка основывалась на освоении разнообразных технологических операций и типологии изготавливаемых вещей. При школе существовала практика продажи изделий учеников и обучающих их мастеров, принимались заказы по всем отделам ювелирного мастерства. После окончания обучения учащиеся получали свидетельства на звание подмастерья, с обозначением их успехов по ремеслу, художественно-научным предметам и поведению.

В одном из пунктов проекта содержалось важное указание: «… ученики, показавшие особые успехи, помещаются за счёт школы вольнослушателями в Строгановское училище технического рисования» [3, д. 217, л. 14 об.].

В год открытия школы было принято 22 ученика, из которых к 1899 году осталось 16. К этому времени единственным преподавателем, мастером остался руководитель школы А.В.Лобанов. В отчете об обследовании школы фабричный инспектор И.Тимофеев пишет: «История этого учреждения тем более печальна, что, насколько мне известно, это единственная попытка создать нечто другое, чем существующее в ремесленных заведениях ученичество, где бы мог быть при благоприятных условиях создан контингент хорошо знающих дело мастеров; но в виду отказа разных ведомств и учреждений взять в свои руки это дело и дать ему организацию ремесленной школы, а также в виду отсутствия, какого либо надзора и руководительства со стороны надлежащего компетентного правительственного органа, оно, насколько можно судить, при настоящих условиях обречено на гибель» [3, д. 217, л. 209 об.]. И действительно, судя по архивным документам, история школы А.В.Лобанова достаточно печальна. Собственных денег и средств, вносимых учениками, явно не хватало. В рапорте московского обер-полицмейстера говорится, что Лобанов обратился в Министерство Народного просвещения с просьбой взять школу на баланс, но в этом ему было отказано. А.В.Лобанову предложили обратиться к ведущим фабрикантам золотого и серебряного дела. Для разработки этого вопроса была создана комиссия, которая пришла к заключению, что целесообразнее было бы школу Лобанова преобразовать в учебную мастерскую, а для ее содержания учредить паевое Товарищество с предполагаемым капиталом в размере 50 000 рублей (стоимость пая — 100 рублей).

24 сентября 1900 года состоялось открытие Товарищества под именем «А.В.Лобанов и К». Собрание постановило открыть занятия на первое время обучения для 30 учеников [15, с. 389]. Последнее упоминание о школе А.В.Лобанова встречается в каталоге выставки «Сокровища в Москве», проходившей в 1901 году в залах Строгановского училища, где были показаны произведения прикладного искусства из личных коллекций московских фабрикантов. Во вступительной статье говорилось о том, что цель выставки — «…доставить учащийся молодёжи различных учебных заведений Москвы, преследующих художественные цели, как-то: Училища живописи, ваяния и зодчества;

Технического училища, Императорского театрального училища, Первой русской школы серебряного и золотого дела, женской ремесленной школы Общества распространения технических знаний — возможность осматривать все выставленные художественные вещи, причём им был предоставлен бесплатный вход на выставку…» [20, с. 3]. Из архивных документов видно, что содержать школу при фабрике становилось все труднее. Мы не располагаем точными сведениями о дальнейшей судьбе «Первой русской школы золотого и серебряного дела», но, по всей вероятности, в начале XX века она прекратила свое существование.

Следует заметить, что практика организации частных школ при крупных мастерских и фабриках, таких как П.А.Овчинникова, А.М.Постникова, в золотосеребряном и ювелирном деле к концу XIX века практически исчерпала себя.

Н.Роот, преподаватель керамики в мастерских «Общества поощрения художеств», который серьезно занимался изучением состояния художественно-промышленного образования, сообщает, что уже в 60-х годах XIX века во многих странах Западной Европы поняли, что «…общехудожественное развитие отстаёт не потому, что прогресс его не совпадает с личными выгодами предпринимателей, но потому, что задача эта просто не по силам частной инициативе» [19, с. 2].

В качестве подтверждения этого следует указать на то, что на рубеже XIX–XX вв. владельцы промышленных предприятий предпочитали отдавать своих детей в государственные учебные заведения. Например, в Строгановском училище учился Павел Овчинников — сын Павла Акимовича Овчинникова — известного ювелира и владельца фабрики. Здесь проходил обучение Иосиф Молчанов — сын Иосифа и Марии Молчановых — владельцев ювелирной мастерской в Москве; их изделия, выполненные в русском стиле, не раз получали награды на международных выставках. Павел Фёдорович Рюкерт — сын известного ювелира Фёдора Рюкерта, исполнявшего заказы К.Фаберже, О.Курлюкова, И.Маршака, также посещал занятия в Строгановском училище.

Таким образом, практика показала, что на рубеже XIX–XX вв.

содержание частных художественно-промышленных школ уже не оправдывало себя. Кроме того, оно было связано со значительными материальными затратами, которые могли себе позволить только очень крупные и богатые фирмы.

Но развитие художественной промышленности в это время требовало от художественно-промышленного образования глубокого профессионального подхода к процессу обучения: выработки методики преподавания теоретических и практических дисциплин; подбора штата преподавателей и мастеров высокого профессионального и образовательного уровня; оснащения передовым техническим оборудованием мастерских; комплектованием библиотеки и музея первоклассными образцами декоративно-прикладного искусства прошлых эпох, а также высокохудожественных современных произведений. Такой объем работ могли осуществлять только государственные учебные заведения, которые должны были выпускать художников по отдельным отраслям прикладного искусства. В Москве подобные задачи были возложены на Строгановское Императорское художественно-промышленное училище. Обосновывая необходимость объединения теоретической подготовки и практического обучения, директор Строгановского училища Николай Васильевич Глоба писал: «Как ни важно положение художественного замысла в прикладном искусстве, одного его далеко недостаточно. Необходимо проведение этого замысла в жизнь, необходимо воплощение его в конкретные формы, иначе отличнейшие рисунки, остающиеся в папках магазинных контор, никакой пользы принести не могут, ни на йоту не улучшат положение художественной промышленности» [18, д. 188, л. 14 об.].

Библиография:

1. *Васнецов В.М.* Мнение В.М.Васнецова о проекте положения о художественно-промышленном образовании // Мир искусства. — 1901. — № 9. — С. 157–159.

2. *Гартвиг А.Ф.* Школа рисования в отношении к искусствам и ремёслам, учреждённая в 1825 г. графом С.Г.Строгановым: её возникновение и развитие до 1860 г. — М., 1901.

3. Государственный исторический архив Москвы (ГИА Москвы). Ф. 16. Оп. 190. Т. 1. Ч. 5.

4. Государственный исторический архив Москвы (ГИА Москвы). Ф. 16. Оп. 129.

5. Государственный исторический архив Москвы (ГИА Москвы). Ф. 179. Оп. 56.

6. Государственный исторический архив Москвы (ГИА Москвы). Ф. 179. Оп. 56.

7. Государственный исторический архив Москвы (ГИА Москвы). Ф. 418. Оп. 81, 73.

8. *Григорович Д.В.* Художественное образование в приложении к промышленности на Всемирной Парижской выставке. — СПб., 1867.

9. *Григорович Д.В.* Художество и художественная промышленность // Зодчий. 1898. — № 1. — С. 4; № 2. — С. 9; № 3. — С. 17; № 4. — С. 25; № 5. — С. 33.

10. *Дедюхина В.С., Шестопалова Л.В., Фирсова О.Л.* Московские художественно-ремесленные мастерские в контексте отечественной культуры XIX века // Научные чтения памяти В.М.Василенко. — М., 2001. —Вып. 3. — С. 124–143.

11. *Докучаева Е.Е., Исаев П.Н.* К вопросу о художественно-промышленном образовании в России (вторая половина XIX — начало XX вв.) // Материалы межвузовской научно-практической конференции «Строгановские чтения». — М., 2009. — С. 27–34.

12. Некоторые данные по вопросу об устройстве быта рабочих и учеников на фабриках и ремесленных заведениях П.А.Овчинникова — Мануфактур Советника. — М., 1881.

13. Новая ремесленная школа // Ремесленная газета. — 1895. — № 11. — С. 86.

14. Новейшие статистические данные и другие справочные сведения, касающиеся фабрично-заводской деятельности // Адресная и справочная книга о фабрично-заводских, главных ремесленных и торгово-промышленных предприятиях Москвы и её пригородов. — М., 1904. — С. 118–120.

15. О первой русской школе серебряного и золотого дела А.В.Лобанова в Москве // Ремесленная газета. — 1900. — № 42. — С. 389.

16. О художественно-промышленном образовании // Неделя строителя. — 1891. — № 15. — С. 466.

17. *Пронина И.А*. Декоративное искусство в Академии Художеств. — М., 1983.

18. Российский Государственный Архив Литературы и Искусства (РГАЛИ). Ф. 677. Оп. 2.

19. *Роот Н.* Художественно-промышленное образование в России и за границей. К предстоящему съезду кустарной промышленности в феврале 1910 года. — СПб., 1910.

20. Сокровища в Москве (в залах Строгановского училища). — М., 1901.

21. *Супрун Л.Я.* Художественно-промышленные школы Москвы и Петербурга и народное искусство второй половины XIX — начала XX вв. // Сборник трудов НИИХП. — М., 1972. — С. 107–136.

И.И. Глазунов

К ПОСТАНОВКЕ ПРОБЛЕМЫ ПЛАСТИЧЕСКОГО МЕТОДА В РУССКОЙ НАРОДНОЙ ЖИВОПИСИ

В статье рассматривается вопрос художественных закономерностей в русском народном искусстве, обусловленных проблемой иконичности в методах построения, что раскрывает новое прочтение художественной структуры как изобразительной.

The article deals with the issues of artistic patterns in Russian folk art, conditioned by the iconicity problem and construction methods; reveals a new reading of the artistic structure as a pictorial one.

Ключевые слова: русская народная живопись, декоративность, иконичность, стиль, пластический метод.

Keywords: Russian folk painting, decorativeness, iconicity, style, plastic method.

В общем виде понятие пластическое связано с искусствами, которые принято именовать пространственными, и к ним, без сомнения, относится искусство народное, в предметах которого сохраняется незримая ткань духовности нашей цивилизации, ее историческая память и художественный опыт. Немые свидетельства жизни наших предков могут нам открыть потаенные уголки их души, они соединяют разорванную глобальными потрясениями сакральную нить распавшихся времен. И естественно будет оценить художественные средства, которыми достигалась великая цель русского искусства семнадцатого столетия — одна из вершин позднего Средневековья.

Для каждого из искусств значение термина «пластический»

имеет специфику и общая структура пластических систем в истории искусства — декоративная, изобразительная, формально-ассоциативная [1] — в применении к оценке художественно-исторических феноменов располагает уникальными проявлениями, и народное искусство — не исключение.

Коробья XVII века по разным причинам, несмотря на то, что привлекали внимание исследователей, тем не менее, остаются недооцененными феноменами искусства, хотя и представляют социально-значимые и информативно-насыщенные культурно-исторические и художественные «полотна». Изделия, имевшиеся в каждом доме, — русские северные коробья, стационарные и дорожные лари и сундуки — позволяют воссоздать картину бытования этих типичных для России предметов, от которых веет стариной и без которых нельзя представить себе интерьера русского дома крестьянского и городского, купеческого и боярского и т.д. У цариц в коробьях хранилось белье, у царевичей — книги, у князя — казна, у крестьянина — то, что подороже и получше. Коробья — это уникальные великорусские изделия, которые удовлетворяли бытовые потребности и являлись носителями культурной, художественно-эстетической и сакральной информации, пронесенной русским народом через века. Изучение происхождения и особенностей этого художественного промысла в различных областях Русского Севера дает новое понимание в вопросе о древнерусских традициях, помогает воссоздать историческую реальность XVII века.

Вместе с тем, до настоящего времени коробья, лари, сундуки, а также и сюжеты росписей на них, рассматриваются, в основном, как феномены народной росписи, как декор, но не живопись, несмотря на то, что и стилистически, и образно они могут быть отнесены к искусству изобразительному. Для рассмотрения таких художественных объектов важна междисциплинарная точка зрения, но соответствующей научной основы, которая бы позволяла это сделать, нет. Для ее установления требуются соответствующие основания и, прежде всего, разбор соотношения символического и иконического планов художественной интерпретации. Этот аспект, в свою очередь, предполагает создание средств оценки анализа

сразу двух пластических систем: декоративной и изобразительной (иконической), и соответственно важными оказываются вопросы синтеза символического и иконического плана образа, знака и изображения как своего рода «образообмена», «знакообмена» в художественной системе русского искусства.

Существует два вопроса искусствоведения в связи с отмеченным. Первый — это то, что северные расписные коробьи, лари и сундуки XVII в. недостаточно хорошо изучены специалистами, и особенно большой пробел — в «расшифровке» образов и символов, раскрывающих мировоззрение и духовный мир наших предков того беспокойного времени. Многие историки культуры считают, что изобразительное искусство допетровской эпохи было представлено, в основном, иконописными образцами и парсуной, однако заметим, что именно росписи коробьев наглядно демонстрируют наличие большего объема культуры как пласта бытовой живописи в этот период. Помимо бытовых и декоративных функций, они несли в себе определенное сообщение, в том числе нравоучительное и даже сакральное. Второй вопрос — это тема самого метода изображения, которое должно быть понято не только в его декоративном характере, но характере изобразительном, живописном и графическом. Только в этом случае историко-художественное наследие может быть понято как сложное культурно-цивилизационное явление. Такое комплексное изучение требует развития источниковедческой базы, постоянно расширяющейся за счет информационной составляющей, основой которой являются коллекции уникальных образцов декоративно-прикладного искусства в музеях и частных собраниях, а также нового ракурса в оценке их художественных достоинств. Соответственно символ и образ в русском народном искусстве предполагают создание понятия программы росписей в народном искусстве и рассмотрение связи иконичности и символичности, что фактически не фиксируется в искусствоведческой интерпретации. Рассмотрение этого вопроса важно и для установления нового понимания явления народного искусства, его места в истории искусства и формирования соответствующих средств его оценки.

Второй вопрос искусствоведения — проблема разработанности и

собственно самих источников исследования в отношении приемов оформления изделия и связь декоративного и изобразительного в коробьях как самой программы искусства.

Изучение широкого круга материалов древнерусского прикладного искусства, иконописи, центров народных промыслов Севера XVII–XVIII веков с привлечением не только отечественного, но и зарубежного материала велось на основе музейного материала народного искусства, а также произведений из личной коллекции автора. К художественной характеристике привлечены архивные источники и поэтические тексты фольклора. Важно по-новому осмыслить исследования по этому вопросу И.Е.Забелина, С.В.Бахрушина, Н.Н.Соболева и других ученых. Так И.Е.Забелина как историка и археолога интересовала эпоха Киевской Руси и Русского государства, а как этнографа — вопросы жизни русского народа; в широко известном альбоме графа А.А.Бобринского «Народные русские деревянные изделия» (1911–1914 гг.) приведены изображения с нескольких коробьев, но содержание текста сводится к типу констатации: «Коробьи по своим расписным сюжетам и орнаментам представляют одну из интереснейших серий предметов народного творчества. В старину в них обыкновенно хранили деньги, документы и всякую более или менее ценную домашнюю рухлядь». Собственно сам пластический тип в связи декоративной и изобразительной интерпретации не имеет оценки в искусствоведении [2].

В западноевропейских материалах — внимание к традиционным изделиям ДПИ, проблемы иконичности и символичности практически не затронуты.

Среди многочисленных обследованных материалов нами были отобраны наиболее яркие, демонстрирующие саму тенденцию превращения декоративной программы в изобразительную. При анализе росписей были проанализированы крупные художественные центры Новгорода, Холмогор, Великого Устюга на Северной Двине.

Источниками сюжетов северных росписей на коробьях и сундуках служили былины, исторические события или исторические персонажи, религиозные сакральные образы и символы, определяемые религиозным мировоззрением, этническими, историческими и социальными факторами.

Таким образом, аспект пластического содержания как условие сложного образного синтеза в творческом методе мастеров и коробья во всей их разновидности, в различии конструктивных особенностей и связанного с ними декора, характеризуются как яркое художественное явление в культуре русского быта и должны быть рассмотрены на основании школ основных центров Русского Севера. В этом случае северные коробья, лари, сундуки и шкатулки оцениваются в их художественно-образном строе, обусловленном уникальной темой образно-символического прочтения, отвечающего целям раскрытия глубины и полноты эстетического понимания искусства.

Именно на Русском Севере — в Новгородской, Вологодской и Архангельской губерниях — дольше всего сохранялись традиции народной культуры и быта, выражавшиеся в богатейшем народном колорите и творчестве, начиная от устного народного эпоса и заканчивая изготовлением различных бытовых предметов, в частности, коробьев, сундуков и шкатулок, которые удовлетворяли не только хозяйственные потребности, но отражали художественные традиции, взаимопроникновение различных культур, особенности религиозного мировоззрения и народной жизни Русского Севера.

Таким образом, представляется крайне важным изучение образно-символического потенциала росписей и техники изготовления северорусских коробьев, сундуков, подголовников и шкатулок XVII в., выявление их места и роли в контексте русской народной художественной культуры, эстетической, бытовой и духовной жизни; анализ динамики изменения этой роли в контексте социальной модернизации и реформации XVII в.; анализ сакрального содержания художественных образов на древних коробьях и сундуках. Внутренняя структура такого исследования предполагает рассмотрение нескольких важных тем.

1. Актуально охарактеризовать народные художественные промыслы как важнейшее культурно-историческое явление в России, а вводимые в научный оборот памятники изучаемого круга — как условие осознания духовно-культурной доминанты в формировании мироощущения русских людей на фоне эсхатологических настроений середины XVII в.

2. Важно увидеть весь объем самих источников в коллекциях музейных и частных собраний, верифицировать типы северных расписных коробьев, ларей и сундуков XVII в. и систематизировать их в соответствии с северорусскими центрами сундучных росписей с целью систематизации изучаемых изделий по типологическим и морфологическим признакам, разновидностями и конструктивными особенностям русских коробей, способов и приемов их декорирования.

3. Это дает основания для проведения анализа изобразительных мотивов живописи и достоверного определения сюжетной типологизации, тематической и орнаментальной структуры, их генезиса в контексте развития семантики и иконографии, выявления связи и соотношения сундучных росписей с иными видами искусства XVII в.

4. Рассмотрение самих аспектов темы как условия преобразования сакрально-религиозных образов в закономерности символико-магических «канонов», а мифологических тем в типах зооморфного, антропоморфного состава и их трансформация в мифопоэтические образы «изобразительного фольклора» дает возможность определить степень образной глубины самой художественной системы.

5. И, наконец, важно определение специфики приемов и средств изображения в характеристике различных школ (холмогорской, новгородской, велико-устюжской, вологодской), где очевидно присутствие иконописных приемов росписи в декорируемых объемах, также связь с сюжетикой и иконографией лубочного искусства, что позволяет рассматривать широко распространенные подобные памятники ДПИ в разных слоях русского общества как особый изобразительный жанр живописи.

XVII век — время наивысшего расцвета в истории росписей коробьев и одновременно постепенного угасания техники изготовления этих изделий, обусловленной изменениями в бытовом укладе русского общества, переориентацией на стилевой интерьер в XVIII в. и развитие промышленного производства, что привело к снижению спроса на подобные изделия и изменению их географии. Коробьи и сундуки постепенно выходят из употребления, а их

декоративное оформление упрощается. К XIX в. коробьи и сундуки как предметы интерьера используются, в основном, лишь в крестьянской среде.

Примечания:

1. «Понятие художественной традиции целесообразно соотнести с понятием “традиция пластических систем”: изобразительная декоративно-прикладная, формально-ассоциативная … Эти системы возникают в глубокой древности, и в ряде случаев они вполне самостоятельны, но также взаимодействуют между собой и с успехом используются в новых ситуациях творчества». См.: *Кошаев В.Б.* Основы глоссария художественного образования // Материалы Международной научной конференции «Революция в искусстве и новации в художественном образовании». — М., 2017. — С. 236, 237.

2. Важно отметить, что и в крестьянской избе, и в теремах, и в домах аристократов изделия эти были совершенно одинаковы и являлись традиционным предметом обстановки русского дома. Однако отечественными историографами пока еще не были рассмотрены в полном объеме вопросы классификации и типологии коробьев, ларей и сундуков, детализации их назначения и использования в интерьерах позднего средневековья. Это во многом обусловлено небольшим количеством публикаций, сохранившихся изделий ДПИ в музеях и частных коллекциях, а также архивных материалов, также тем, что исследователей, как правило, интересовали общие темы систематизации без углубления в существо самих художественных методов исполнения. В книге Г.Л.Малицкого «Бытовые мотивы и сюжеты народного искусства (в росписи и резьбе)» (1923) освещался, в основном, вопрос иконографии. В работах С.К.Жегаловой «Сокровища русского народного искусства. Резьба и роспись по дереву» (1967), «Русская народная живопись» (1975) и др., исследуя искусство росписи по дереву XVII–XX вв., автор показывает характерные особенности искусства крупных художественных центров и творческих «школ» народных росписей. С.Б.Рождественская обращалась к вопросам художественных промыслов. В.Барадуллин исследовал феномен урало-

сибирской росписи в его специфических кистевых и иконографических особенностях и рассматривал урало-сибирскую роспись в границах значительных территорий. В.Кошаев проследил типологические закономерности в системе русской росписи и резьбы по дереву в их иконографическом составе. Исследования Н.В.Тарановской (росписи прялок), В.С.Воронова (характеристика крестьянского искусства), В.М.Вишневской (росписи Карелии, хохломы), С.К.Жегаловой (русская народная живопись), А.С.Канцедикаса (народное искусство в его утилитарном, эстетическом, антропологическом значениях), Н.Каплан (народное искусство Алтая), О.В.Кругловой (русская народная резьба и роспись по дереву), Ф.Г.Кучина (сундучный промысел Вятской губернии), В.И.Папиной (технология отделки полуфабрикатов и изделий из дерева), Д.В.Прокопьева (художественные промыслы Горьковской области), С.К.Просвиркиной (русская деревянная посуда) и других исследователей раскрывают важные аспекты искусствоведения и очерчивают фактические и технологические критерии, аспекты систематизации декоративного строя, что создает категориальные условия для оценки феномена народного искусства в его существующих границах. Особенное значение имеет наследие М.А.Некрасовой, которая устанавливает несколько фундаментальных положений науки о народном искусстве: «Народное искусство, как мир целостности» (Некрасова М.А. Народное искусство России: народное творчество как мир целостности. М., 1982. Ее же ранняя работа: «Искусство Палеха». М., 1966), «Народное искусство как тип культуры и тип художественного творчества» (в книге: Некрасова М.А. Народное искусство как часть культуры. Теория и практика. М., 1983), «Народное искусство как образная система» (в книге «Искусство ансамбля. Предмет, интерьер, архитектура, среда. М., 1989), «Народное искусство — духовная культура. Его место в современном мире» («Народное искусство России в современной культуре». М., 2003). Следует отметить, что в материалах проведенной исследователями работы, несмотря на появление понятия «русская народная живопись» (см.: С.К.Жегалова), феномен иконичности, специфическая образность в изобразительных тенденциях не имеют установленных характеристик и остаются в рамках оценок не живописи, а росписи.

Библиография:

1. *Оксенов А.В.* Народная поэзия. Былины, песни, сказки, пословицы, духовные стихи, повести. — СПб., 1908. — С. 304–311.

2. *Бобринский А.А.* Народные русские деревянные изделия: предметы домашнего, хозяйственного и отчасти церковного обихода. — М., 2011.

3. *Глазунов И. , Глазунова Ю.* И на крыле святилища не будет мерзости запустения // Наше наследие. — 2011. — № 99. — С. 118–125.

4. Древний Новгород: прикладное искусство и археология. — М., 1985. — С. 142.

5. Латухинская степенная книга. 1676 год. — М., 2012. — С. 75–80.

6. *Orbini Mauro.* Ilregnodegli Slavi, hoggi corrottamentedet ti schiavoni. — Pesaro, 1601.

В.В. Микитина

КОЛЛЕКЦИЯ СТЕКЛА С.А. БАХРУШИНА

В статье рассматривается история поступления в Государственный музей керамики и «Усадьба Кусково XVIII века» национализированной частной коллекции Сергея Александровича Бахрушина. Анализируется ее состав и значение для последующей политики комплектования музея. В статье использованы архивные материалы, которые позволили выявить конкретные произведения стекла из фондов музея, происходящие из собрания С.А.Бахрушина.

The article deals with the history of the receipt of the nationalized private collection of Sergei Alexandrovich Bakhrushin in the State Museum of Ceramics and the Kuskovo 18th Century. Its composition and significance for the subsequent policy of manning the museum are analyzed. The article uses archival materials, which made it possible to identify specific pieces of glass from the museum's collections, originating from the collection of S.A.Bakhrushin.

Ключевые слова: частная коллекция, Сергей Александрович Бахрушин, русское стекло, венецианское стекло, Государственный музей керамики.

Keywords: private collection, Sergei Alexandrovich Bakhrushin, Russian glass, Venetian glass, State Museum of Ceramics.

Особую роль в формировании фондов музеев в 1920-х годах сыграли поступления из национализированных частных коллекций. Эти собрания могли поступать в музеи напрямую от их владельцев, а также через разные учреждения, например, через хранилища музейного фонда. Архивные документы позволяют выявить как их имена, так и произведения, им принадлежавшие.

Коллекции Государственного музея керамики и «Усадьба Кусково XVIII века» не стали исключением в общем процессе перераспределения музейных фондов и их пополнения в указанное время. Первой частной коллекцией, пополнившей собрание стекла музея, стала коллекция Сергея Александровича Бахрушина.

Биографических сведений о Сергее Александровиче сохранилось немного. Родился он в 1863 году в семье московского купца, потомственного почетного гражданина, совладельца «Товарищества кожевенной и суконной мануфактур Алексея Бахрушина сыновей» [1], Александра Алексеевича Бахрушина и Елены Михайловны Постниковой — из семьи фабрикантов церковной утвари Постниковых. Третье московское поколение Бахрушиных добавило к славе своей династии репутацию меценатов и коллекционеров. Так, двоюродный брат С.Бахрушина Алексей Петрович [2] был собирателем фарфора, картин и документов по истории Москвы, автором книги о московских коллекционерах «Из записной книжки. Кто что собирает»; один из родных братьев Владимир [3] был почетным членом Московского художественно-фотографического общества, а второй — Алексей Александрович [4] — основателем театрального музея Москвы.

По воспоминаниям Юрия Бахрушина [5], «…дядя Сергей Александрович был одним из тех московских чудаков, которыми всегда славилась древняя столица. Его оригинальность была подлинная, без малейшей рисовки и отнюдь не ради привлечения к себе интереса. Всегда скромно, немного старомодно, но исключительно изящно одетый, в длинном сюртуке с тщательно расчесанной холеной ассирийской бородой кудряшками и с аккуратно подстриженной курчавой же седой головой и надушенный тяжелыми английскими духами, он появлялся у нас дома неожиданно и редко… К нам в дом он обычно приезжал посмотреть, что у отца нового в его коллекциях. Лишь впоследствии отец стороной узнавал, что Сергей Александрович такую-то вещь видел у Алексея Александровича и очень ее одобрил. А получить одобрение дяди значило очень много для всякого коллекционера. Сергей Александрович коллекционировал немногие картины и рисунки русских художников, женские серьги, драгоценные табакерки и случайно плениший его старинный фарфор и хрусталь. Но в его коллекциях не было ни одной плохой вещи…» [6].

Жил С.А.Бахрушин на углу Большой Дмитровки и Петровского (Богословского) переулка в доме № 30/1, три этажа которого были построены в 1893 году по проекту архитектора Л.Н.Кекушева, а два последних надстроены в 1937 году. Делами своей фабрики он практически не занимался, жил на ренте. Являлся попечителем Петровско-Пятницкого городского начального мужского училища.

Свои коллекции он никому не показывал, только в качестве исключения, если ему была нужна консультация по определенному произведению. А вообще, гости не допускались далее передней и столовой. Собирая свои коллекции, Сергей Александрович действовал по своему плану, «продуманному и проверенному» [7]. Он точно устанавливал для посещения московских антикваров определенные дни и начинал методично обходить их магазины. У антикваров он отбирал понравившиеся предметы, при этом не интересовался ценой и просил прислать их на дом. Сомнительные вещи отсылались обратно, а некоторые оставались в его доме продолжительное время. Если эти предметы все же заинтересовывали Бахрушина, то он приходил в магазин, спрашивал цену и платил, не торгуясь [8].

«…в каждую хорошую вещь, которую создавал настоящий художник, он вкладывал свою душу, своё “я”, — вот если это “я” начинает мне говорить, то, значит, вещь хорошая и её надо брать. Неважно, кто был художник — придворный или крепостной, ювелир, мастер по фарфору или кустарь, всё равно в них сущность одна и душа в них одна — человеческая. Вот почему и картина Кипренского говорит мне не громче, а порой даже тише, чем какая-либо поповская или гарднеровская чашка, которую делал и расписывал какой-нибудь крестьянин. А вот фабричная чашка, как она ни будь сделана, - ничего мне не говорит — она молчит…», — говорил С.А.Бахрушин [9].

После октябрьской революции Бахрушин стал беспокоиться о судьбе своих коллекций. Его брат, Алексей Александрович, предложил ему получить охранную грамоту, поставив свое собрание на учет в Комитет по охране памятников искусства и старины. Но Сергей Александрович предпочел этому просто раздавать предметы коллекции на хранение людям, которым доверял. По свидетельству Юрия Бахрушина, после смерти С.А.Бахрушина к нему в руки попала записная книжка дяди, где были зафиксированы списки

некоторых произведений и шифры, кому отдано на хранение. После смерти Сергея Александровича никто не вернул полученных от него на хранение предметов [10]. Однако и в его доме оставалась большая часть коллекции. С.А.Бахрушин умер в 1922 году от воспаления легких. После его смерти А.А.Бахрушин заявил об оставшихся после него коллекциях Музейного отделу. Была создана приемочная комиссия во главе с И.Э.Грабарем, которому получили разбор коллекции. Ее живописные произведения пополнили фонды Государственной Третьяковской галереи [11] и провинциальных музеев.

Однако еще в 1920 году коллекция фарфора и стекла С.А.Бахрушина была передана в Государственный музей керамики, тогда еще музей русской художественной старины. При отсутствии архивных документов, сейчас трудно сказать, кто являлся инициатором этой передачи: сам ли С.А.Бахрушин, А.В.Морозов или директор музея С.З.Мограчёв [12]. В архиве музея керамики сохранился единственный документ, касающийся этого дела, это «Опись фарфора из собрания С.А.Бахрушина», датированная 19 марта 1920 года и включающая в себя 185 порядковых номеров. В этой описи зафиксированы произведения из русского и зарубежного фарфора, керамики и стекла. Для полноты картины приведем примеры предметов из фарфора и керамики, входящие в эту коллекцию. Зарубежный фарфор был представлен немногочисленными предметами Севрской и Копенгагенской королевских мануфактур, посудными формами саксонского фарфора; среди керамики можно выделить произведения завода Ауэрбаха. Русский фарфор был представлен более полно: скульптура и посудные формы частных заводов — Гарднера, Миклашевского, Попова, заводов Гжели. В коллекцию входили несколько фигур из серии «Народы России», в частности «Малоросс» и «Коряцкая женщина», созданные на Императорском фарфоровом заводе к 300-летнему юбилею Дома Романовых по моделям скульптора П.П.Каменского.

Кроме того, в описи значились тридцать предметов русского и зарубежного стекла, дополнившие фонд, который на тот момент включал лишь коллекцию стекла основателя музея А.В.Морозова, состоящую из сорока трех предметов.

Собрание музея керамики дополнилось предметами так называемого «народного» стекла второй половины XVIII века. Наиболее популярными формами такого стекла, кроме штофов и бутылей, были фигурные сосуды в виде медведей, тесно связанные с продукцией украинских гут [13]. Выдутые гутным способом [14], эти сосуды получили широкое распространение на Украине. Ими пользовались в особенно торжественные дни, подавая в них на праздничный стол дорогие вина, наливки и настойки. «Потешных» медведей привозили в Россию вместе с другой продукцией «черкасских городов» [15]. Возможно, их создавали и на русских заводах мастера-украинцы, но документальных сведений об этом виде изделий в России пока не найдено [16]. В коллекции С.А.Бахрушина были два сосуда — «ведмедика». Первый из них [17] выполнен из прозрачного стекла и декорирован налепами [18]. Медведь стоит на задних лапах — это две точки опоры. Третья точка опоры — длинный хвост, не характерный для анатомического строения этого вида животных, однако он необходим для устойчивости сосуда. Поза медведя динамична: он закрывает лапами морду, как будто прячется от пчел. Второй сосуд [19] выполнен из фиолетового стекла. Этот оттенок стекла характерен для последних десятилетий XVIII века. Произведение отличается более простой формой и чистотой стеклянной массы, отсутствием пластического декора. Эти примеры стекла частных фабрик, обладающие традиционной пластичностью гутных форм, органически сочетали в себе утилитарные и декоративные функции.

Бокал с крышкой [20], относящийся к 1790-м годам, являлся произведением Императорского стеклянного завода [21]. Его конусовидное тулово декорировано росписью золотом. Эта техника занимала лидирующее место в последнем десятилетии XVIII и первом десятилетии XIX века для декорирования предметов из стекла. Тулово бокала украшено гирляндами цветов, включающими крупную розу и скрепленными бантами. Орнамент выполнен настолько тонко и изысканно, что позволяет предположить использование мастером не только кисточки, но и пера [22]. Ножка бокала декорирована филигранью. Этот способ заключался в использовании тонких





Рисунок 1. Рюмка из «Бахметевского сервиза» Россия, ИСЗ или Бахметевский завод, XIX в.
Рисунок 2. Бутылка в виде бюста А.С.Пушкина Россия, 1890-е гг.

стержней молочного (или цветного) стекла, которые, будучи вплавленными в массу, образовывали рисунок как по всему сосуду, так и в его частях. Эта техника имеет второе название — «венецианская нить», так как была изобретена в Венеции и получила там широкое распространение. Традиция использовать филигрань, украшая причудливыми спиралевидными узорами ножки рюмок, появилась в России в конце XVIII века и использовалась на двух заводах — Императорском и заводе Орлова [23].

Среди произведений русского стеклоделия XIX века из коллекции С.А.Бахрушина следует выделить небольшую рюмку и стакан [24], входившие в состав знаменитого «Бахметевского сервиза» (рис. 1). Его первый вариант был выполнен в 1807 году на заводе Н.А.Бахметева [25] по заказу гофмаршала Н.А.Толстого. Владелец завода «…употребил всё возможное старание, дабы отечественное произведение ни в чем не уступало в сем роде искусства иностранному и сочетало в себе простоту с прозрачностью и красотою английского хрусталя…» [26]. По мере надобности, предметы сервиза впоследствии доделывались на Императорском стеклянном заводе, иногда с частичными изменениями. Определить, какие из них выполнены в Пензенской губернии, а какие — в Петербурге, было невозможно еще в XIX веке. Изделия обоих заводов поступали в сервизную кладовую ИСЗ, а оттуда — в Зимний, Царскосельский, Кремлёвский и другие дворцы. Со второй половины

XIX века «Бахметевский сервиз» предположительно стал главным парадным сервизом, использовавшимся на коронационных торжествах в Москве и был рассчитан на 700 персон [27]. Его посудные формы украшены гранью из трех рядов призм. Между призмами среднего ряда расположены резные стилизованные цветы, напоминающие орнаментику резьбы по дереву. Предметы этого сервиза стали вторым примером сервизных форм в коллекции музея. До поступления коллекции С.А.Бахрушина Государственный музей керамики обладал лишь единственным бокалом из Собственного сервиза для дворца Коттедж в Петергофе из собрания основателя музея А.В.Морозова.

К 1890-м годам относится водочная бутылка в виде бюста А.С.Пушкина [28] (рис. 2). На основании бутылки рельефное клеймо «АЛТ». До сих пор у специалистов нет единого мнения по поводу расшифровки этой марки. Некоторые относят предметы с этим знаком к изделиям «Товарищества Александра Луковникова». Однако это предприятие производило чернила, сапожные кремы, клеи. Для них была необходима тара, которую Товарищество могло заказывать у других производителей. Другие относят предметы с этой маркой к производству «Общества стекольных заводов Ликфельдта А.Р.» в деревне Торковичи [29] Петербургской губернии, расшифровывая ее как «А.Ликфельдт Торковичи» (АЛТ). Точная принадлежность к производству, несомненно, важна. Но в данном случае большой интерес представляет использование образа поэта для подобных предметов. В 1890 году выщла в свет книга Сигизмунда Либровича [30] «Пушкин в портретах», в которой этот вопрос рассматривался в разделе «Портреты Пушкина на водочных бутылках, на коробках конфет, на шоколадных плитках, на ящиках от папирос»: «…думал ли Пушкин когда-либо, что его изображение будет служить рекламою для… сбыта особого рода водки? Едва ли. Убеждённый вполне, что своими творениями он создал себе “нерукотворный памятник”, к которому “не зарастёт народная толпа”, поэт, наверное, не мечтал о такой своеобразной популярности. Между тем, оказывается, что священным, для всякого образованного русского человека, именем Пушкина окрещена одним из петербургских водочных заводов изготовляемая им водка, и существуют особого рода стеклянные

бутылки, наружный вид которых представляет собою… ни более, ни менее, как довольно верное изображение головы Пушкина с его типичными “африканскими чертами”, выдающимися скулами и курчавыми волосами. До такой странной популярности не дошёл ни Шекспир, ни Гёте, ни Мицкевич. И “пушкинская” бутылка является, по истине, оригинальным изобретением. Итак, те любители водки, которые вместе с тем являются любителями… поэзии имеют теперь возможность в одно и то же время пить живительную влагу и созерцать голову поэта…» [31].

Далее автор размышляет, уместно ли изображение поэта на подобного рода изделиях, цитируя высказывания о том, что «… реклама не знает границ, ни уважения, ни почитания ни близких, ни родственников и пользуется для своих целей всем и всяким без разбора…» [32], и признает, что странное «изобретение» оказалось удачным, так как примеру петербургского водочного завода последовали и многие другие заводчики в Петербурге, Москве и Риге [33]. Несомненно, принадлежность этого предмета к коллекции С.А.Бахрушина, вызывала бы сомнения, особенно в контексте приведённой выше цитаты о произведениях, которые выделял сам собиратель: имеющих свое «я», часть души, которую вкладывал в них настоящий художник. И это фабричное произведение, говоря словами Бахрушина, должно было «молчать» для него. Однако история комплектования музеев и национализации частных коллекций, знает примеры, когда комиссии, занимающиеся передачей предметов от коллекционера в музей, описывали и передавали даже предметы, не представляющие на тот момент исторической и художественной ценности, а попросту являлись бытовыми вещами. Подобным «курьёзом» можно назвать графин с рельефным изображением женских фигур из коллекции Морозова. Не обладающий явными художественными качествами, он с трудом встраивается в общий ряд других произведений из коллекции, зачастую редких, отличающихся мастерством исполнения или связью с различными историческими событиями. Но Морозов посчитал правильным передать его музею, даже оставив конкретное письменное упоминание о персоне, подарившей ему этот графин [34]. Вероятно, бутылка в виде

бюста Пушкина тоже являлась неким дополнительным предметом к коллекции Бахрушина. Но в связи с этим, нужно отметить, что, несмотря на производство этих бутылок в конце XIX — начале XX века в большом количестве, до наших дней их сохранилось немного.

Не менее ценным приобретением для музея стали шесть предметов венецианского стекла. Их появление стало началом формирования коллекции произведений венецианских мастеров, насчитывающей в настоящее время около 80 предметов XVI–XX веков [35]. Вероятно, они были куплены Бахрушиным в заграничных поездках. «…пополняя свои коллекции, дядя вдруг, столь же неожиданно, как появлялся у нас, уезжал в Петербург, а лет за десять до своей смерти вдруг столь же неожиданно уехал за границу, хотя ранее никогда туда не ездил и ни на каком языке, кроме русского и то своеобразно, объясняться не мог. Родные были встревожены этой эскападой, но он благополучно вернулся обратно и стал бывать после этого за границей ежегодно…», — вспоминал Ю.Бахрушин [36].

Время создания этих произведений — 1860–80-е годы, период возрождения искусства венецианских стеклоделов, который начался в середине XIX века после почти полувекового забвения. Отличительной особенностью этого периода стало копирование мастерами образцов XV–XVII веков.

Кубок [37] на высокой фигурной ножке в виде двух морских коньков соединял в себе по форме образец XVI века, по технологии — тип стекла, которое использовалось на Мурано в начале XVIII века. Речь идет об особом типе стекла, чаще опалового, матового цвета, чем прозрачного — «джирасоле», что в переводе означает «гуляющее солнце». Его особенностью являлось присутствие в стеклянной массе определенной смеси кристаллов свинца, которые придавали стеклу необычную расцветку. Она кажется голубоватой, когда стекло рассматривается в отраженном свете, и светло-коричневой при прямом освещении [38]. В данном предмете эффект при отраженном свете дополнялся разводами синего стекла. Фигурная ножка представляет один из самых распространенных вариантов пластического декорирования этого типа сосудов. Волнообразно соединенные, более широкие в нижней части ножки, стилизованные тела морских







Рисунок 3. Кубок с крышкой Венеция, 2-ая половина XIX века
Рисунок 4. Чаша с крышкой Венеция, 2-ая половина XIX века
Рисунок 5. Сосуд в виде кораблика Венеция, 2-ая половина XIX века(?)

обитателей дополнялись особыми элементами — «защипами» [39], фактурная поверхность которых получается при непосредственной обработке специальными инструментами у печи.

Остальные предметы были созданы из стекла дымчатого оттенка. Кубок [40] цилиндрической формы на высокой фигурной ножке был выполнен по мотивам венецианских образцов XVII века (рис. 3). Навершие его крышки венчало изображение дельфина. Однако в инвентарных книгах музея есть упоминание о том, что эта крышка не являлась оригинальной, а была подобрана позднее [41]. Следующие два произведения иллюстрируют еще одну из характерных черт венецианских мастеров XIX века, а именно — экспериментирование и создание моделей, повторяющих керамическую форму. Чаша с крышкой [42], фризообразно декорированная налепами в виде ягод малины, являлась стилизацией древнегреческого сосуда — канфара (рис. 4). В форме тулова и ручек небольшой овоидной вазы [43] заметно определенное сходство со знаменитыми произведениями испано-мавританской майолики — «крылатыми» вазами XV века, получившими свое название по характерной форме ручек.

Особое место в коллекции занимал фигурный сосуд в форме кораблика [44] (рис. 5). В век географических открытий они были невероятно популярны, стоили дорого и служили подарками для

царственных особ. В музейных документах этот кораблик датирован XVII веком, и в среде московских специалистов до последнего времени эта датировка не вызывала сомнений. Однако в марте 2016 года автор статьи была приглашена на конференцию «Stady Days on Venetian Glass», проходившую в Венеции, где выступала с докладом о коллекции венецианского стекла Государственного музея керамики. Во время консультации с сотрудниками музея стекла в Мурано были озвучены сомнения в атрибуции этого сосуда. Сравнив подобные предметы из муранского музея с корабликом из музея керамики, стороны пришли к выводу, что это произведение, возможно, более позднее по происхождению и может быть датировано 1860–70-ми годами, являясь подражанием более раним предметам. Этот вопрос еще предстоит изучить более подробно.

В настоящее время в собрании музея хранится двадцать три произведения из коллекции С.А.Бахрушина из тридцати предметов, полученных первоначально. Не сохранились следующие произведения:

«…21–22. Два бокала из белого стекла. С золотым ободком и мушками

25. Флакон-синяя птица. Стекло с серебряным орнаментом

133. Большой кубок розоватого стекла с золотом. Подставка — крылатый дракон

137. Ваза с ручками

144. Голубой флакон с надписью “Симеиз”

160. Стеклянный сосуд» [45].

Они могли быть как утрачены, так и выданы в другие музеи. Данных об этом нет. Однако известна судьба двух бокалов «с золотым ободком и мушками». Их описание фигурирует в «Ведомости на вещи, утраченные из коллекции музея по книге стекла за время с 1941 по 1945 гг.» под 15–16 порядковыми номерами [46]. В годы Великой Отечественной войны коллекции ГМК и «Усадьба Кусково XVIII века» были эвакуированы в г. Соликамск. В процессе их перемещения были неизбежные утраты.

Несмотря на то, что опись предметов из коллекции С.А.Бахрушина хранилась в архиве музея и была доступна для сотрудников, в процессе

послевоенной инвентаризации был допущен ряд досадных ошибок при составлении инвентарных книг. Предметы из бахрушинского собрания были ошибочно записаны, как предметы «из собрания А.А.Бахрушина». Вероятно, имелся в виду Алексей Александрович как один из самых известных представителей этой фамилии, к тому же имеющий непосредственное отношение к созданию одного из музеев Москвы. Эта ошибка перешла и в некоторые издания о коллекции музея [47], где традиционно упоминались имена частных собирателей, чьи предметы составляли музейную коллекцию. Имени С.А.Бахрушина среди них не было. Однако теперь мы с точностью можем не только восстановить общую картину этого собрания, но и вернуть ему настоящее имя владельца.

Примечания:

1. Учреждено в 1875 году.
2. Бахрушин Алексей Петрович (1853–1904).
3. Бахрушин Владимир Александрович (1853–1910).
4. Бахрушин Алексей Александрович (1865–1929).
5. Бахрушин Юрий Алексеевич (1896–1973) — советский балетовед, театральный критик, историк балета, педагог. Сын основателя театрального музея А.А.Бахрушина.
6. Бахрушин Ю.А. Воспоминания. — М.: ГЦТМ им. А.А.Бахрушина, 2012. — С. 72.
7. Там же. — С. 73.
8. Там же. — С. 73.
9. Там же. — С. 73.
10. Там же. — С. 75.
11. В частности такие произведения, как И.Левитан. Разлив. 1895 г. пастель; К.Сомов. Деревья. Эскиз к картине «Радуга». 1897 г.; А.П.Антропов. Портрет императрицы Екатерины II, 1766 г. С последней связан случай, описанный в «Воспоминаниях» Ю.А.Бахрушина: «… после его смерти, когда в его (С.А.Бахрушин, авт.) квартиру вошел И.Э.Грабарь, то он сразу бросился к одной картине. — Вот она! — воскликнул он. — Мы знали, что она должна существовать на свете.

Петр III висит у нас в Третьяковке, а Екатерины мы нигде найти не могли. — Это был портрет царицы работы знаменитого Антропова. Теперь она украшает стены нашей лучшей государственной сокровищницы живописи…» (Ю.А.Бахрушин. Воспоминания. С. 75).

12. Мограчёв Сергей Захарович (1887–1960) — скульптор-медальер, педагог. Уроженец г. Екатеринбург. Учился на естественном факультете Парижского университета (1907–1912) и одновременно занимался скульптурой в свободных академиях Парижа, Флоренции, Рима, в мастерских О.Родена и Э.-А.Бурделя. С 1917 года жил в Москве, работал в станковой, монументальной и мемориальной скульптуре. Член Ассоциации художников революционной России и общества «Жарцвет». Преподавал в МИПиДИ (Московский институт прикладного и декоративного искусства) (1944–1952), доцент.

13. Гута (возможно, от нем. Der Hutte — хижина, шалаш, горный завод или от лат. gutta — капля) — небольшое стекольное производство; часть стекловаренного предприятия, где находятся стекловаренные печи и происходит выработка стеклянных изделий.

14. Гутный способ, гутная техника формование и декорирование стеклянных изделий вручную непосредственно у стекловаренной печи

15. В России украинское стекло называли «черкасским».

16. *Долгих Е.В.* Русское стекло XVIII века. Собрание Государственного музея керамики и «Усадьба Кусково XVIII века». — М., 1985. — С. 23.

17. СТ-126, Украина (?), вторая половина XVIII века, высота 19,5 см.

18. Налеп — пластический декор в форме скульптурных деталей, созданный в процессе гутной работы

19. СТ-1828, Украина (?), Россия (?), последняя четверть XVIII века. Разбит на несколько частей.

20. СТ-894/1–2.

21. Построен Виллимом Эльмзелем около 1735 г. на реке Фонтанке. Туда же были переведены мастера и оборудование Ямбургского завода. После смерти Эльмзеля в 1738 г. отписан в казну и находился в управлении Дворцовой конторы. В 1774 г. переведен в с. Назью Шлиссельбургского уезда. (Назьинский завод). В 1777 г. передан князю Г.А.Потёмкину в «вечное и потомственное владение» В 1783 г. переведен в с. Озерки, в четырех верстах от Петербурга. В 1792 г. после

смерти Потёмкина перешел в казенное управление и стал именоваться Императорским. В 1890 г. прекратил самостоятельное существование и вошел в состав Императорского фарфорового завода.

22. Для нанесения орнамента на готовое изделие использовали кисточку (обычно беличью) и перо для более тонких линий и элементов декора (*Ашарина Н.А.* Русское стекло XVII — начала XX вв. — М., 1998. — С. 218).

23. Милятинский завод. Калужская область, Мосальский уезд. В 1793 году принадлежал графу Фёдору Григорьевичу Орлову. В 1798 году сгорел. С 1814 года принадлежал Михаилу Фёдоровичу Орлову. Экспонент Всероссийской выставки в Петербурге (1829 г.), Всемирной выставки в Лондоне (1851 г.). В 1843 году куплен Александрой Заливской. Закрыт после 1851 года (*Ашарина Н.А.* Русское стекло XVII — начала XX вв. — М., 1998. — С. 184.

24. СТ-435, 480.

25. Никольско-Пестровский завод Бахметевых построен в 1764 г. секунд-майором Алексеем Ивановичем Бахметевым близ сел Никольское и Пестровка. С 1779 г. находился в управлении его вдовы, а затем — сына Николая Алексеевича, с 1836 по 1861 г. заводом владел Алексей Николаевич Бахметев, с 1861 по 1884 г. — его вдова Анна Петровна, с 1884 г. — князь Александр Дмитриевич Оболенский. Впоследствии — завод «Красный гигант».

26. 150 лет Никольско-бахметевского завода князя А.Д.Оболенского. Исторический очерк. — СПб., 1914. — С. 27.

27. *Малинина Т.А.* Императорский стеклянный завод. XVIII — начало XX века. — СПб., 2004. — С. 264.

28. СТ-779/1–2.

29. Согласно подворной описи 1882 года, деревня Торковичи Бутковского общества Бутковской волости состояла из трех частей: 1) бывшее имение Мясоедова, 2) бывшее имение Галлера, 3) бывшее имение Семенского. По данным «Памятных книжек Санкт-Петербургской губернии» за 1900 и 1905 годы, в имении Торковичи находился стекольный завод «Товарищества Ликфельдт». На заводе были заняты 963 рабочих. Всего «Обществу стекольных производителей А.Р.Линфельдт» в Торковичах принадлежало 1811 десятин земли (https://

ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%BE%D1%80%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%87%D0%B8. Дата обращения: 18.03.2016).

30. Либрович Сигизмунд Феликсович (1855–1918) — русский писатель, историк, журналист, просветитель польского происхождения. Автор статей и заметок на русском, польском и немецком языках о театре, истории литературы, польском вопросе, русско-польских связей, а также книг по истории книги и ряда исторических произведений, в том числе для детей.

31. *Либрович С.Ф.* Пушкин в портретах. — СПб., 1890. — С. 242–244.

32. Там же. — С. 244.

33. Там же. — С. 244.

34. В письменном заявлении А.В.Морозова о передаче предметов в дар музею указано: «…прилагаемый при сем флакон белого стекла с четырьмя рельефными изображениями женских фигур (времена года), подаренный мне 28 сего ноября Анной Владимировной Ильиной, приношу в дар Музею фарфора. 29.11.1926 г.» (Архив отдела учета ГМК, папка «Акты за 1925–1927 гг.», д. 15/10, л. 4).

35. Последующие поступления венецианского стекла происходили из собрания Л.К.Зубалова (1924 г.) и Политехнического музея (1936 г.).

36. Бахрушин Ю.А. Воспоминания. — М.: ГЦТМ им. А.А.Бахрушина, 2012. — С. 75.

37. СТ-1256.

38. http://www.murano-club.biz/page_28.html (дата обращения: 15.03.2016).

39. Для получения «защипов» или «фестонов» на поверхность выдутого изделия накладывают стеклянные нити, обработанные металлическим инструментом, снабженными острыми концами, называемым «гребень» и принявшие вид волн, перьев или фестонов.

40. СТ-1433/1–2.

41. Инвентарная книга «Стекло», № 6.

42. СТ-1504/1–2.

43. СТ-1485.

44. СТ-1434.

45. Архив отдела учета ГМК. Папка «Акты за 1919–1924 гг.», д. 1, л. 29.

46. Архив ГМК. Папка «Акты инвентаризации», приложение № 2, с. 358.

47. В частности, в каталоге Долгих Е.В. «Русское стекло XVIII века из собрания Государственного музея керамики и «Усадьба Кусково XVIII века» опубликованы несколько предметов из коллекции С.А.Бахрушина как предметы из собрания А.А.Бахрушина.

Библиография:

1. *Ашарина Н.А.* Русское стекло XVII — начала XX вв. — М., 1998. — С. 218.

2. *Бахрушин Ю.А.* Воспоминания. — М.: ГЦТМ им. А.А.Бахрушина, 2012. — С. 72.

3. *Долгих Е.В.* Русское стекло XVIII века. Собрание Государственного музея керамики и «Усадьба Кусково XVIII века». — М., 1985. — С. 23.

4. *Либрович С.Ф.* Пушкин в портретах. — СПб., 1890. — С. 242–244.

5. *Малинина Т.А.* Императорский стеклянный завод. XVIII — начало XX века. — СПб., 2004. — С. 264.

6. 150 лет Никольско-бахметевского завода князя А.Д.Оболенского. Исторический очерк. — СПб., 1914. — С. 27.

Ю.И. Быкова

«ШТАТНЫЕ» ЗОЛОТЫХ И СЕРЕБРЯНЫХ ДЕЛ МАСТЕРА ПРИ РОССИЙСКОМ ИМПЕРАТОРСКОМ ДВОРЕ ПЕРВОЙ ПОЛОВИНЫ XVIII ВЕКА

Работа выполнена при поддержке гранта РФФИ № 17–34–01066

В статье публикуются новые сведения о «штатных» золотых и серебряных дел мастерах, работающих при русском дворе в конце XVII — первой половине XVIII в. Благодаря архивным документам, удалось установить, что функционирование «придворной» ювелирной мастерской при царском дворе никогда не прерывалось и система работы «жалованных» золотых и серебряных дел мастеров по царскому заказу XVII в. плавно перешла в новый век, обосновавшись там до конца XVIII столетия.

The new information about the «staff» goldsmiths and silversmiths, working at the Russian court in the late XVII — first half of the XVIII centuries is given in the article. The study of archival documents made it possible to establish that the jewelery workshop at the court had never stopped functioning. It also revealed that the work system of goldsmiths and silversmiths (which was paid salary) created by the royal order in the XVII century gradually moved into the new century. The system existed until the end of the XVIII century.

Ключевые слова: ювелиры, золотых дел мастер, серебряных дел мастер, русский двор, придворный штат, Оружейная палата, короны, регалии, русские цари, российские императрицы.

Keywords: jewelers, goldsmith, silversmith, Russian court, court staff, Armory chamber, crowns, regalia, Russian tsars, Russian empresses.

Основным местом создания различных вещей для нужд русского царя, его семьи и двора в XVI–XVII вв. были Мастерских Московского Кремля, где работали жалованные мастера. В научной литературе сложилось мнение, что, в связи с реформами Петра I и ликвидацией дворцовых мастерских, Золотой и Серебряной палаты в 1700 г., перестают и существовать «штатные» ювелирные мастера. В данной статье автор, опираясь на архивные документы, попытался проследить историю работы ювелирной мастерской при императорском дворе в XVIII в.: имена «штатных» серебряных, золотых и алмазных дел мастеров, их оклады, подчиненность, место мастерской в структуре царского двора.

В 1691 г. число жалованных мастеров Серебряной и Золотой палат резко сокращается — с 41 до 25 человек [1]. С 1691 г. по начала 1700 г. в Золотой палате числятся четыре иностранных *золотых дел мастера*: Юрий Вилимов Фробос (Georg Jurgen Frobüsch) и Александр Клерк (Alexander Clerk) с очень большим окладом в 146 рублей, Тимофей Левкин (Dirich Leifken) — 116 рублей, Иван Бейр — 60 рублей и шесть русских: Агей Иванов — 60 рублей, Федор Степанов — 40 рублей, Дмитрий Алмазов — 30 рублей, Петр Федоров — 25 рублей, Сидор Иванов — 20 рублей и Михаил Матвеев — 20 рублей [2]. В Серебряной палате в это время значатся *чеканных дел мастера*: «иноземец» Иван Болдвинов (Johan Podvin) — 80 рублей, русские — Пантелей Афанасьев — 38 рублей, Андрей Юрьев — 26 рублей, Иван Иванов — 17 рублей, Семен Юрьев — 17 рублей; *черневых дел мастера* — Василий Кононов, Матвей Агеев, Петр Иванов, Никита Кострыкин; *сканных дел мастера* — Лука Семенов, Филат Фом ин, Семен Федоров; *золотари*: Алексей Ларионов, Афанасий Андреев, Лазарь Кузмин [3].

Однако общая тенденция сокращения числа государевых мастеров и уменьшения их оклада продолжается. В 1700 г. мастерские Золотая и Серебряная палаты перестают существовать, и их дела передаются в Оружейную палату. Поступает приказ 5 марта 1700 г. «в Оружейной палате быть в указанное число иноземцам у золотых дел: Александру Клерку, Тимофею Левкину, из русских Михаилу Матвееву» [4]. В 1701 г. подается челобитная: «Золотаго дела мастер Михайло Матвеев





Рисунок 1. Знак нагрудный капитана Преображенского и Семеновского полков. Россия, Москва. 1701 г. Музеи Московского Кремля. Инв. № Ор–1190
Рисунок 2. Стакан. Россия, Москва. 1705 г. Мастер Иван Якимов Лан (?). Музеи Московского Кремля. Инв. № МР–4403

работает всякие дела непрестанно самым добрым мастерством против иноземцев в ровень… а жалованием перед иноземцами оскужен, а в Оружейной палате у былого окладу свеянина золотых дел мастеру Александра Клерка 124 рублев, золотых дел мастеру иноземцу Тимофею Левкину денежного жалования по окладу 116 рублев» [5]. От сокращенного по штату золотых дел мастера Агея Иванова тоже поступает челобитная: «Работал я в Золотой палате в мастерах лет с двадцать всякую верностью и всяким радением бесхитростно и делал всякие золотые дела самым добрым мастерством против иноземцев, а ныне мне от Золотой палаты отказано. Вели, государь, мне быть по прежнему в мастеровых людях» [6]. В связи с этим, принимается решение уволить Александра Клерка (как самого высокооплачиваемого мастера), повысить жалование М.Матвееву и принять назад (с предыдущим жалованием) Агея Иванова.

Так, по документам в 1703 г. в Оружейной палате оклады получают четыре *золотых дел мастера*: Тимофей Левкин — 116 рублей, Крестьян Болдан (Christian Boldan) — 80 рублей, Агей Иванов — 60 рублей, Михайло Матвеев — 50 рублей [7] и четыре *серебряных дел мастера*:

«иноземцы» Иван Болдвинов (Johan Podvin) 80 рублей, Иван Рудольф (Johan Rudolf) — 80 рублей, Иван Лан (Johan Ludwig Lang) [8] 38 рублей и Пантелей Афанасьев — 38 рублей [9]. Серебряники Иван Рудольф и Иван Лан работали в царских мастерских и раньше, однако до 1700 г. проходят по «внеокладному списку Серебряной палаты».

Жалованные серебряных дел мастера в этот время выполняют работу по изготовлению и починке царской посуды, а также удовлетворяют военные потребности, связанные, в первую очередь, с началом Северной войны (1700–1721). Помимо изготовления и украшения личного холодного оружия (гард для шпаг и палашей, оправ ножен к ним и т.д.), мастера делают и серебряные дротики к знаменам для Преображенского полка, багинеты (штыки к ружьям), чеканные медные гербы к шапкам и сумкам, серебряные нагрудные офицерские знаки и многое другое. Создаются и церковные вещи. Так, например, Пантелей Афанасьев в 1701 г. делает в хоромы царевича Петра Алексеевича «против образца» серебряный киот для двенадцати минейных икон [10].

Золотых дел мастера изготавливают награды: оправы для жалованных портретов (например, в августе 1712 г. «делано в палате оружейной две персоны царского величества живописных на финифти, которые оправливал в золотые запаны с алмазами иноземец Кристиан Болдан» [11]), ордена (так, А.Клерк в 1700 г. изготовил крест ордена Св. апостола Андрея Первозванного для гетмана И.С.Мазепы [12]), ювелирные украшения.

Одним из главных царских заказчиков ювелирных произведений начала XVIII в. была родная сестра Петра I царевна Наталия Алексеевна. В ее «хоромах» работала группа мастеров во главе с жалованным мастером Михайло Матвеевым. Первые сведения о нем относятся к 27 марта 1691 г., когда он числится мастером в штате Золотой палаты с окладом в 20 рублей [13]. Как уже упоминалось выше, ему повышают годовой оклад, сначала (с 1701 г.) до 50 рублей, а затем (с 1706 г.) — 80 рублей. В 1706–1710 гг. вместе с ним «в хоромах царевны Наталии Алексеевны» работает золотых дел мастер Самсон Ларионов, с жалованием в 30 рублей [14]. Оба они выполняют «всякие верховые золотые дела непрестанно» [15]. В помощь им привлекаются

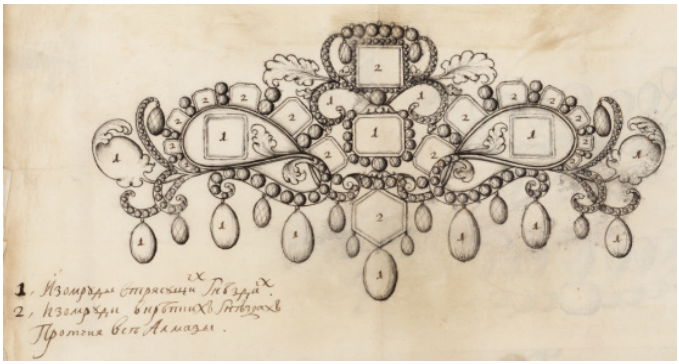


Рисунок 3. Эскиз «грудной запоны». Россия. 1710–1720-е гг. РГИА

и «свободные» «кормовые» мастера, которые выполняют заказы царевны «на дворе золотых дел мастера Михаила Матвеева». Так, с 28 февраля по 2 апреля 1707 г. золотых дел мастера Иван Иванов и Яким Федоров делают «в золоте и серебре складень алмазной петерной да два пера одно алмазное а другое алмазное с яхонты, две пряжки алмазные сердцами в серебре, восемь птиц алмазных» [16]. А в 1710 г. золотых дел мастера Михаил Юрьевич Бельский [17], Иван Иванов, Яким Федоров и Семен Федоров изготавливают «запану алмазную в серебре да вензель алмазной в серебре, ветку алмазную в золоте, орел алмазной в серебре» [18].

С 1708 г. царевна Наталья Алексеевна начинает приезжать в Петербург, где живет на Крестовском острове. Постепенно в новую столицу она переводит и свой двор. В сентябре 1710 г. выходит указ выдать М.Матвееву и С.Ларионову годовое жалование за этот год, а также деньги на хлеб и дорогу для «посылке» этих мастеров в Санкт-Петербург. На дорогу Матвееву выдали 30 рублей, а Ларионову — 20 рублей [19].

Дальнейшая судьба М.Матвеева пока не известна. Самсон Ларионов же, по некоторым косвенным данным, скорее всего вплоть до смерти родной сестры Петра I в 1716 г., работает на нее, т.к. в документах 1719 г. он упоминается как «золотых дел мастер который был у блаженной памяти царевны Наталии Алексеевны» [20], также он сам заявил, что служил «в доме… государыни царевны» и получал у нее жалование в 50 рублей [21].

Начиная с 1718 г. основные «придворные» золотых дел мастера работают на царицу Екатерину Алексеевну и получают жалование из ее Кабинета. Главным мастером (до конца своей смерти в 1742 г.) будет Самсон Ларионов. Вначале он получает те же 50 рублей годовых [22], а с 1720 г. — 80 рублей [23]. Архивные документы [24] за 1719 г. фиксируют выплаты кормовых денег (по 2 алтына в день) четырем мастерам: Самсону Ларионову, Никите Михайловичу Милюкову [25], Михаилу Юрьевичу Бельскому и Григорию Осипову. В начале следующего года им по именному указу царицы «за непрестанные работы» выдаются сто рублей [26]. Помимо этих четырех мастеров в «штате» Кабинета Екатерины I числятся и три ученика: русский Петр Яковлев и два брата, шведские поданные Яков и Андрей Ягановы («Яков да Индрик Ягановы») [27].

В 1719 г. Ларионов делает два золотых кольца «большому человеку французу Николаю Буржуа» (знаменитому Великану Буржуа) [28]. Добавив четыре золотых червонных к оставшемуся от колец золоту (всего на кольца дали восемь червонных), Ларионов делает «цитернатель» [29] и «фигурные запаны» [30]. В этом же году вместе Григорием Осиповым и Михаилом Бельским он выполнил для царицы «большую запону яхантовую с алмазами» [31]. К ней «алмазник» Константин Васильев гранил «44 искры яхантовые да один лал» [32].

В следующем 1720 г. также вместе с Григорием Осиповым, Никитой Милюков и Михаилом Бельским Ларионов изготовил для царицы еще одну «большую запону», за которую они вчетвером получили 100 рублей [33]. С 19 по 27 мая 1720 г. С. арионов и Н.Милюков сделали «шесть цытернателей алмазных два патрета руску» и выполнили «прочие мелкие починки» [34].

Летом 1723 г. они создают первую российскую императорскую корону для коронации Екатерины I под руководством С.Ларионова [35]. В феврале 1724 г. им выдают «премию» за «труд короны»: С.Ларионову — 80 рублей, Н.Милюкову и Г.Осипову по 50 рублей каждому, М.Бельскому — 40 рублей [36]. Также в создании короны принимали участия «вольные» мастера: «золотарь» Афанасий Федоров (золотил венец), серебряник Андрей Житков (делал

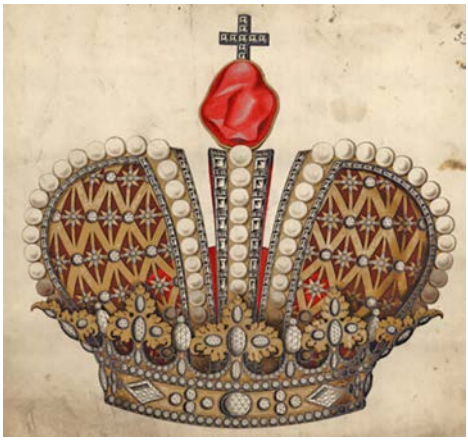




Рисунок 4. Корона Екатерины I. Рисунок. 1724 г. РГАДА
Рисунок 5. Большая корона императрицы Анны Иоанновны. Россия, Москва. 1730 г. Мастера: Самсон Ларионов, Никита Милюков, Калина Афанасьев, Петр Семенов, Лука Федоров. Музеи Московского Кремля. Инв. № Р–11

решетки каркаса короны) [37], золотых дел мастера Степан Александров, Иван Индрик, Петр Самсонов и Андрей Григорьев (вставляли алмазы).

С 1 по 22 января 1724 г. жалованные мастера, помимо короны, выполняют для Екатерины I «перо алмазное», «перо бралиантовое» с подвесками, бриллиантовые серьги «с красными яхонтами к которым приделаны винетки», цитернатель с крупным бриллиантом, а для цесаревен — «большую запону починевали да двои серьги навили» [38].

Среди документов 1723–1724 гг. пропадают сведения об учениках Петре Яковлеве и братьях Ягановых, зато появляется «золотого дела ученик» Петр Богомолов. Он же фигурирует в штате 1728 г. [39].

Из многочленного обилия драгоценных вещей, выполненных по царскому заказу, до наших дней дошли лишь единицы. Как они выглядели, можно увидеть на портретах того времени. Ценным изобразительным материалам оказались найденные в Российском государственном историческом архиве рисунки (предположительно эскизы) ювелирных украшений Екатерины I [40]. К сожалению, само архивное дело не содержит документов начала XVIII в., о которых идет

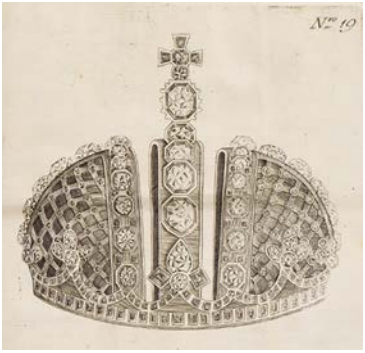


Рисунок 6. Малая императорская корона. Из книги «Описание коронации ее величества императрицы и самодержицы всероссийской Анны Иоанновны, торжественно отправленной в царствующем граде Москве, в апреле 1730 г.»

речь в переписке, однако оно хранит эти самые 13 рисунков ювелирных украшений. Среди них чертежи трех «запан», вензель с портретом Петра I, эскиз булавки «Ручка», две монограммы (предположительно Анны Иоанновны), шесть «веточек» с жемчугом и драгоценными камнями (запоны, броши или «цытернатели») и один эскиз плакетки. Также сохранилось письмо Якова Вилимовича Брюса Екатерине I от 13 мая 1716 г., в котором хорошо виден процесс заказа ювелирного украшения для августейшей особы. Брюс посылает царице чертеж изумрудной «грудной запоны» и пишет, что полученные от гоф-интенданта П.И.Мошкова изумруды были переданы им ювелиру, которой в основном их забраковал «понеже те каменья негораздо чисты», отобрав лишь 32 камня. Мастер, по словам Брюса, предлагает добавить в «запону» бриллианты, а часть изумрудов огранить «чтоб паристы были» (т.е. парными по размеру) [41]. Среди упоминаемых уже выше рисунков из РГИА есть и чертеж «грудной запоны» с изумрудами и алмазами [42]. Есть основания предполагать, что этим мастером был Самсон Ларионов.

Судя по документам, в период правления Екатерины I Ларионов продолжает работать (и, по-видимому, возглавлять) «Мастерскую Ея величества». Он принимает ювелирные изделия от других мастеров, подает прошения на закупку свечей для мастерской и ее ремонта [43]. В 1725 г. при дворе возникает гоф-интенданская служба [44]. Самсон Ларионов официально находится в подчинении Петра Ивановича Мошкова, который возглавляет «контору интенданстких дел». 30 мая 1727 г. Ларионов подписывает челобитную, чтобы, как и всем «придворным служителям» ему, его коллеге Никите Милюкову и ученику Петру Богомолову выдали деньги на шитье траурного

мундира «и на пукли», по случаю кончины государыни. Им выдали 3 рубля — по рублю каждому [45]. Помимо этих трех ювелиров, в «Команду надворного интенданта господина Мошкова» в это время входили еще два серебряника: Иван Андреев и «иноземец» Еган Степнев [46].

В придворной мастерской под руководством С.Ларионова осенью 1728 г. изготовляется императорская корона для юного царя [47]. В работе над ней, помимо «жалованных» мастеров, принимают участие и ювелиры по найму. Модель к короне делал фонарного дела десятник Василий Братищев с двумя товарищами. Сам каркас короны выполнил известный ювелир, с 1721 г. староста (алдерман) иностранного цеха петербургских серебряников Готфрид Гильдебранд. Мастера «чеканной работы» Никита Васильев и Илья Григорьев изготавливают «две ленты чеканной работы сквозною» и «подзор серебреной чеканной работы» для короны. Золотил венец «золотарь» Афанасий Федоров. Камни к короне обрабатывал французский «гранильщик» Бенуа Граверо [48], а вставляли их в «пукли» «золотых дел мастера» Степан Александров, Иван Индрик (которые ранее участвовали в создании короны Екатерины I), «золотари» Семен Ульянов и Василий Иванов.

Вместе с императорским двором мастера во главе с Ларионовым переезжают в Москву. Здесь в марте 1730 г. они выполняют следующий ответственный царский заказ — два венца для нового правителя императрице Анны Иоанновны к ее коронации [49]. Самсон Ларионов снова руководит работой: получает инструменты и материал — серебро, драгоценные камни. Помимо него, участвуют такие мастера, как алмазных дел мастер Иван Шмит (Johann Schmint(y)), «штатные» золотых дел мастера Никита Милюков и Калина Афанасьев [50], серебряных дел мастер Петр Семенов, золотарь Лука Федоров и переплетчики Иван Матфеев и Вадим Алексеев. Футляр к короне за вознаграждение в 5 рублей выполнил футлярный мастер Федор Савельев. В работе были задействованы и московские мастера. Сохранились записки солдат, которые дважды запросили 25 копеек за собственные издержанные деньги на извозчиков «как собирали к делу короны ея императорскаго величества золотых дел мастеров серебреников и чеканчиков» [51].

В следующем году, 14 апреля 1731 г., императрица утверждает новый «Штат всем придворным чинам и служителям», в котором значатся четыре «золотых дел мастера»: Самсон Ларионов с окладом в 120 рублей, Никита Михайлович Милюков — 100 рублей, Михаил Юрьевич Бельский и Калян Афанасьев с окладом в 62 рубля каждый [52].

Перед жалованными мастерами периодически встает вопрос о жилье. Так, в феврале 1731 г. Н.М.Милюков подает челобитную на имя Анны Иоанновны, в которой он просит царицу пожаловать ему в Москве двор с деревянными строениями в Земляном городе и 10 лавок с 4 каменными погребами в Мыльном ряду, конфискованные у Меншикова. Однако Анна Иоанновна распорядилась «отдать одни лавки посмерть ево и погреба» [53]. Следующий документ, от 24 декабря 1731 г., свидетельствует о том, что Милюков к этому времени уже умер — это резолюция на прошении «вдовы придворного золотых дел мастера Никиты Милюкова, Прасковьи Павловой, об оставлении в пожизненное ее пользование лавок и погреба в Москве, пожалованных мужу ее» [54]. В 1732 г. двор снова переезжает в Петербург. Известно, что в ноябре 1736 г. императрица Анна Иоанновны пожаловала М.Ю.Бельскому дом на Большой Морской улице вместо сгоревшего на Малой Морской [55]. В сентябре 1737 г. императрица повелевает «…выдать двора нашего золотых дел мастерам Самсону Ларионову, Михаилу Бельскому на строение дворов. По сто рублев каждому» [56].

Вместо умершего Н.М.Милюкова в штат зачисляют Григория Осипова с окладом 44 рубля, который в свое время работ в этой мастерской еще при Екатерине I. Новая «штатная сетка» теперь выглядит так: Самсон Ларионов с тем же окладом в 120 рублей, а Михаил Юрьевич Бельский (100 рублей) и Калина Афанасьев (80 рублей) с повышением жалования [57]. Дальнейшая судьба мастера Калины Афанасьева пока не известна.

По сведениям Л.К.Кузнецовой, «придворная золотарная мастерская» Самсона Ларионова в 1740 г. располагалась в старом Зимнем дворце, «в нижнем апартаменте», занимая покои с печью. Она же пишет, что в это время Самсон Ларионов выполнил

погремушку-свисток (которая сейчас хранится в Алмазном фонде) для наследника престола Ивана VI Антоновича, по заказу его матери Анны Леопольдовны [58]. Однако документального подтверждения этого пока не найдено. Также, по словам Л.К.Кузнецовой к празднованию дня святых мучеников Фотия и Аникиты, небесных покровителей маленького императора, когда Иоанну Антоновичу должен был исполниться год, Самсону Ларионову и «его товарищу Бельскому» поручили сделать бриллиантовые кресты и венцы на их икону. Вскоре обоим мастерам доверили украсить алмазами венчик на образе Владимирской Богоматери, а также сделать крест «из червонного золота» для великой княжны Екатерины Антоновны, новорожденной сестры Ивана VI [59].

23 января 1741 г. правительница Анна Леопольдовна утвердила штат Камер-цалмейстерской конторы, в который входили пять золотых дел мастеров и один ученик (прибавился мастер Василий Иванов и ученик Алексей Никитин) [60]. Среди них первым снова числится Самсон Ларионов [61].

Весной 1742 г. «придворные мастера» [62] вместе с «вольными» ювелирами изготавливают два венца для коронации царицы Елизаветы Петровны [63]. Главным мастером Большой императорской короны в документе значится Иоганн Царт (всего мастеров 21 человек), Малой — Якоб Дублон (11 человек). За участие в изготовлении Большой короны царица повелела наградить Самсона Ларионова традиционной «премией» в 100 рублей. Однако поскольку 18 мая 1742 г. мастер скончался, эти деньги получила его вдова Матрена Васильевна [64].

На свою коронацию в Москву императрица Елизавета Петровна переезжает всем двором. Среди придворных мастеров — художники, часовых дел мастера, ювелиры и многие др. Из документов известно, что в списке мастеров, едущих в старую столицу, — «золотых дел мастер Алексей Никитин (в других документах он значится как ученик. — *Ю.Б.*), гранильный мастер Алексей Белопольский, Василий Будаев» [65]. Для возвращения в Петербург в декабре 1742 г. (уже после отъезда царицы) мастерам выделяются подводы: «Мастеру Царту одна пара, при нем подмастерьев русских штатных

7 человек — три пары, ученикам двум человекам одна подвода, мастеру Дуплону одна пара, при нем подмастерьев 4 человека 2 подводы, учеников 2 человека — 1 подвода. Лейбгвардии салдатам четырем человекам и под инструменты три пары. Итого 20 подвод» [66].

После смерти С.Ларионова должность главного мастера придворной мастерской пустует. Во вновь утвержденном штате 1743 г. в разделе «золотых дел мастера» значатся — Михаил Бельский (100 руб.), Григорий Осипов, Василий Иванов и Григорий Иванов (по 45 руб. каждый) и 20 р. отводится ученику (по-видимому, Алексею Никитину) [67].

В 1743 г. мастерскую возглавил Якоб Ханниас Дублон (Jacob Hannias von Dublon) [68]. С ним заключили контракт на три года (позже он был продлен) с жалованием в 2000 рублей, которое он получал из Кабинета ЕИВ. В его обязанности входило: дважды в неделю пересматривать все драгоценные «уборы» императрицы, чистить их и ремонтировать, изготовлять новые драгоценности «с наилучшим тщением и ревностью без отрицания на повеленные сроки своимя подмастерьями и учениками иноземцами и с данными мне четырьмя подмастерьями и учениками русскими, своими инструментами кроме золота, серебра и фоли (фольги. — Ю.Б.) которые давано мне будет из казны» [69]. Помимо этого, он обязался обучить этих четырех русских мастеров.

С восшествием на престол Елизаветы Петровны «мастерская золотых дел», входящая в состав Камер-цалмейстерской конторы, подчиняется лично камер-юнкеру Никите Андриановичу Возжинскому (а не камер-целмейстеру). Ему же отчитывается и Я.Дублон. Летом 1745 г. Н.А.Возжинский подает в Кабинет ЕИВ доношение о работающих в мастерской ювелирах. Он пишет, что в штате находится ученик Алексей Никитин (из купечества) «с 1740 году до него Дублона и при нем обучается», а также с 1741 г. внештатно работают три ученика: Федор Поздеев (сын придворного серебреных дел мастера) [70], Егор Синицын (из купечества) и Василий Никитин (родной брат Алексея Никитина). В своем обращении в Камер-цалмейстерскую контору Я.Дублон пишет, что

все эти мастера работают постоянно и «исправно», однако в «стате еще и по ныне не написаны и жалования никакого не получают». В это время в должности числится Григорий Осипов, который «за старости и за глазною болезнию не работает при мастерской золотых дел». Также неофициально при этой мастерской работает мастер Савелий Калабухов (из однодворцев), «который оному мастерству обучился на воле». Всего в штате мастерской записано 3 человека [71].

Мнение царского камер-юнкера было услышано, и в штатном расписание (датируемым между 1750 и 1754 гг.) в «ведомстве камергера и кавалера господина Возжинского» числятся уже 10 ювелиров. Это золотых дел мастера Григорий Иванов (60 рублей), Василий Иванов и Иван Золотарев (по 27 рублей 50 копеек каждый), подмастерья Савелий Колобухов (50 рублей), Федор Поздеев и Василий Никитин (по 42 рубля 50 копеек), ученики Алексей Никитин (40 рублей), Иван Поздеев, Иван Будников и Василий Тихонов (по 25 рублей каждый) [72]. Судя по архивным документам, Иван Золотарев и Иван Поздеев прибыли из Москвы и были зачислены на службу в Придворную контору 15 июня 1743 г.

Однако и увеличенный штат «Мастерской золотых дел» не всегда справлялся с обилием царских заказов. Для выполнения крупного заказа периодически привлекаются ювелиры, например, из Москвы или с Петергофской шлифовальной фабрики.

Во время правления Елизаветы Петровны возрастает запрос на работу по огранки как драгоценных, так и поделочных камней. Расцвет Петергофской шлифовальной мельницы, основанной по указу Петра I в 1721 г., связан в это время с именем английского мастера Иосифа Боттона (1711–1778), с которым в 1748 г. заключают контракт [73]. Тремя годами ранее фабрика перешла из Академии наук в подчинение Строительной комиссии, находящейся при Кабинете Ея императорского величества [74]. Помимо мастеров-камнерезов, на мельнице находилась и группа ювелиров, возглавляемая золотых дел мастером Яковом Мартино (Jacob Martino, 1716–1793) [75]. Так, в 1756 г. императрица приказала «к Празднику Святые Пасхи зделать бралиантовый палестин» (по-видимому, дарохранительницу). Для

скорейшей работы в Петербург было затребовано десять «самых лучших золотарных мастеров» с Петергофской шлифовальной мельницы и столько же из Москвы [76].

Та же ситуация повторяется и весной 1759 г., когда от императрицы приходит приказ «к празднику Святые Пасхи зделать бралиантовую работу». Для этого «дабы в работе Ея императорскаго величества в остановки быть не могло» (как пишет Н.Возжинский), с Петергофской шлифовальной мельнице приказано прислать 8 золотых дел подмастерьев. Это Иван Зеллер, Николай Пешей, Иван Никифоров, Алексей Христофор, Иван Николаев, Афанасий Казаков, Григорий Подусцов, Дмитрий Алексеев [77].

На самой шлифовальной мельнице в то время изготавливали вещи с использованием поделочных камней, обрамленных в золото и серебро. Это посуда, подсвечники, чернильницы и табакерки, галантерейные предметы (башмачные пряжки, пуговицы и т.д.), оружие (шпаги, кортики, охотничье ножи и др.), ордена и др. Так, в Музеях Московского Кремля хранится роскошный комплект конской сбруи, украшенный лазуритом и марказитом [78]. Он был изготовлен на Петергофской шлифовальной фабрике и внесен в Кабинет ЕИВ «при рапорте механика Ботона» 21 августа 1754 г. [79] Также с работой мастеров Петергофской мельницы середине XVIII в. можно связать, по нашему мнению, несколько шпаг и один кинжал, находящихся в Музеях Московского Кремля и происходящих из Кабинета ЕИВ и императорской Рюст-камеры. Это, например, шпага с агатовой рукоятью, украшенной марказитом [80], шпага с сердоликовой рукоятью [81], кинжал с нефритовой рукоятью, украшенной золотыми фигурными рокальными накладными с рубинами [82] и др.

В правление Екатерины II «Мастерская ЕИВ алмазных дел» подчиняется действительному тайному советнику Ивану Ивановичу Бецкому (одновременно он является начальником Канцелярии от строения и президентом Академии художеств). Главным мастером с 1764 г. становится приехавший из Вены Леопольд Пфистерер.

Таким образом, исследование показало, что работа «придворной» ювелирной мастерской никогда не прерывалась. Система работы «жалованных» золотых дел мастеров по царскому заказу XVII в. плавно

перешла в новый век, обосновавшись там до конца XVIII столетия. Мастерская золотых и алмазных дел, состоящая всегда из небольшого количества русских мастеров, возглавлялась главным ювелиром и подчинялась одному «чиновнику». В первой половине XVIII в. это Самсон Ларионов и гоф-интендант П.И.Мошков, при императрице Елизавете Петровне Якоб Дублон и камер-юнкер Н.А.Возжинский. И если Самсон Ларионов, руководящий мастерской более 30 лет, получал оклад не намного выше своих подчиненных (на 20 р. в год больше), то иностранные ювелиры, получая жалования по контракту из Кабинета ЕИВ, имели доход, значительно превышающий зарплату их русских подчиненных. Из этой мастерской за все время работы вышло немало шедевров русского ювелирного искусства, включая императорские регалии.

Примечания:

1. *Селезнева И.А.* Золотая и Серебряная палаты. Кремлевские дворцовые мастерские XVII века. Организация и формы производства, творческие процессы, обучение мастеров. — М., 2001. — С. 147.
2. ГИМ ОПИ. Д. 440. Оп. 1. Д. 544. Л. 193.
3. Там же. Л. 193–194.
4. Там же. Л. 194 об.
5. Там же. Л. 179 об. РГАДА. Ф. 396. Оп. 1. Ч. 22. Д. 35669. Л. 1–2.
6. *Троицкий В.И.* Словарь московских мастеров золотого, серебряного и алмазного дела XVII века. — Л., 1928. Вып. 1. — С. 42; РГАДА. Ф. 396. Оп. 1. Ч. 22. Д. 35669. Л. 4–5.
7. РГАДА. Ф. 396. Оп. 2. Ч. 2. Д. 987. Л. 410–414 об.
8. В документах писался как Лан, Ланк, Ланг и Ланд.
9. ГИМ ОПИ. Д. 440. Оп. 1. Д. 544. Л. 194 об.
10. *Троицкий В.И.* Словарь московских мастеров золотого, серебряного и алмазного дела XVII века. — Л., 1930. Вып. 2. — С. 17.
11. РГАДА. Ф. 396. Оп. 2. Ч. 2. Д. 1009. Л. 144.
12. *Троицкий В.И.* Словарь московских мастеров золотого, серебряного и алмазного дела XVII века. — Л., 1928. Вып. 1. — С. 58; РГАДА. Ф. 396. Оп. 1. Ч. 22. Д. 34395. Л. 1.

13. *Троицкий В.И.* Словарь московских мастеров золотого, серебряного и алмазного дела XVII века. — Л., 1930. Вып. 2. — С. 76–77.

14. РГАДА. Ф. 396. Оп. 2. Ч. 2. Д. 1003. Л. 303–303 об. В 1709 г. «золотых дел кормовые мастеров по Оружейной палате по окладной книги»: Тимофей Левкин — 116 рублей; Ефти Михаил Клатфан — 80 рублей; Крестьян Болдан — 80 рублей; Самсон Ларионов — 30 рублей (РГАДА. Ф. 396. Оп. 2. Ч. 2. Д. 1006. Л. 44).

15. РГАДА. Ф. 396. Оп. 2. Ч. 2. Д. 1006. Л. 419.

16. Там же. Л. 393.

17. Михаил (Михайло) Юрьевич Бельский (Бельской) — золотого дела жалованный мастер Оружейной палаты. Вначале имел годовой доход 40 рублей. В 1710-х гг. переезжает в Санкт-Петербурге. Числится в штате 1718–1724 гг., 1731 с окладом 62 рубля, 1733 — 100 рублей, в 1743 — 100 рублей. Судя по документам, он был еще жив в октябре 1743 г. (РГАДА. Ф. 14. Оп. 1. Д. 70. Л. 4).

18. РГАДА. Ф. 396. Оп. 2. Ч. 2. Д. 1008. Л. 269.

19. Там же. Л. 402.

20. Архив СПб ИИ РАН. Ф. 115. Оп. 1. Д. 604. Л. 14.

21. РГИА. Ф. 468. Оп. 45. Д. 565. Л. 24 об.

22. Архив СПб ИИ РАН. Ф. 115. Оп. 1. Д. 604. Л. 14.

23. РГИА. Ф. 468. Оп. 45. Д. 571. Л. 4. Архив СПб ИИ РАН. Ф. 115. Оп. 1. Д. 605. Л. 15.

24. РГИА. Ф. 467. Оп. 1. Д. 6 а. Л. 157–158 об.

25. Из челобитной Никиты Михайловича Милюкова становится известно, что он служил «мастером золотых и алмазных вещей» с 1718 г. (РГАДА. Ф. 16. Оп. 1. Д. 3. Ч. 2. Л. 43 об. 44). Также в документах петровского времени он встречается и как Никита Михайлов и как Никита Милюков. Впервые объединить эти два имени помогла вышеназванная челобитная, где мастер подписывается полным именем.

26. РГИА. Ф. 467. Оп. 1. Д. 6 а. Л. 28.

27. В документах они называются Яков Иванов и Андрей Иванов (Индрик), «шведенки Яков и Андрей Ягановы», «Яков да Индрик Ягановы». В челобитной от марта 1720 г. один из братьев расписался — Andres Mŭnfter (РГИА. Ф. 467. Оп. 1. Д. 6 а. Л. 206.).

28. Архив СПб ИИ РАН. Ф. 115. Оп. 1. Д. 604. Л. 14 об., 34 об.

29. Цитернатель («цытернатели»). Название этой шпильки происходит от двух немецких слов: «*zittern*» — дрожать, трясти и «*nadel*» — булавка, шпилька. Подробнее об этом типе женского ювелирного украшения см.: *Быкова Ю.И.* Работа золотых и алмазных дел мастеров по царскому заказу в первой четверти XVIII века. Проблемы типологии и терминологии ювелирных украшений // Петровское время в лицах — 2016. Труды Государственного Эрмитажа. Т. 83. — СПб., 2016. — С. 73–86.

30. Архив СПб ИИ РАН. Ф. 115. Оп. 1. Д. 604. Л. 34 об.

31. Там же. Л. 90 об., 98 об. 99.

32. Там же. Л. 105 об.

33. Там же. Д. 605. Л. 15.

34. РГИА. Ф. 467. Оп. 1. Д. 6 б. Л. 352.

35. См.: *Быкова Ю.И.* Коронационные венцы Екатерины I и Петра II. Сходство и различия // Петровское время в лицах — 2014. Труды Государственного Эрмитажа. Т. LXXIII. — СПб., 2014. — С. 91–104; *Быкова Ю.И.* Новые сведения об авторстве короны императора Петра II // Петровское время в лицах — 2015. Труды Государственного Эрмитажа. Т. 78. — СПб., 2015. — С. 99–108; *Быкова Ю.И.* Придворный ювелир Самсон Ларионов и императорские короны первой половины XVIII века // Материалы и исследования / ФГБУК «Гос. ист.-культ. музей “Московский Кремль”». Вып. 27. — М., 2016. — С. 195–221.

36. РГАДА. Ф. 248. Оп. 5. Д. 233. Ч. II. Л. 126 об. РГИА. Ф. 467. Оп. 2. Д. 46. Л. 93–93 об.

37. РГИА. Ф. 467. Оп. 2. Д. 46. Л. 218.

38. Там же. Л. 39.

39. РГАДА. Ф. 16. Оп. 1. Д. 22. Л. 155.

40. См.: *Зимин И., Соколов А.* Ювелирные сокровища Российского императорского двора. — М., 2013. РГИА. Ф. 472. Оп. 13. Д. 415. О разных бумагах, найденных в Сенатском Архиве 31 декабря 1832 — 3 марта 1833 г.

41. РГАДА. Ф. 9. Оп. 5. Д. 1. Ч. 5. Л. 19–19 об.

42. РГИА. Ф. 472. Оп. 13. Д. 415. Л. 13.

43. Там же. Ф. 468. Оп. 45. Д. 598. Л. 356, 492, 616–616 об., 617.

44. *Агеева О.Г.* Императорский двор России. 1700–1796 гг. — М., 2008. — С. 316.

45. РГИА. Ф. 468. Оп. 45. Д. 598. Л. 492.

46. РГАДА. Ф. 16. Оп. 1. Д. 22. Л. 155. По документам «придворного штата» 1726–1730 гг.

47. Подробнее о короне Петра II см.: *Быкова Ю.И.* Коронационные венцы Екатерины I и Петра II. Сходство и различия // Петровское время в лицах — 2014. Труды Государственного Эрмитажа. Т. 73. — СПб., 2014. — С. 91–104; *Быкова Ю.И.* Новые сведения об авторстве короны императора Петра II // Петровское время в лицах — 2015. Труды Государственного Эрмитажа. Т. 78. — СПб., 2015. — С. 99–108; *Быкова Ю.И.* Придворный ювелир Самсон Ларионов и императорские короны первой половины XVIII века // Материалы и исследования / ФГБУК «Гос. ист.-культ. музей “Московский Кремль”». Вып. 27. — М., 2016. — С. 195–221.

48. В иностранной литературе он известен как Бенуа. Подробнее о нем см.: *Быкова Ю.И.* Новые сведения об авторстве короны императора Петра II // Петровское время в лицах — 2015. Труды Государственного Эрмитажа. Т. 78. — СПб., 2015. — С. 99–108.

49. Подробнее об этом см.: Быкова Ю.И. К вопросу об авторстве коронационных регалий императрицы Анны Иоанновны // Петровское время в лицах — 2013. К 400-летию Дома Романовых (1613–2013). Труды Государственного Эрмитажа. Т. LXX. — СПб., 2013. — С. 102–114; *Быкова Ю.И.* Коронационные регалии императрицы Анны Иоанновны. К вопросу об авторстве и обстоятельствах создания // Материалы и исследования / ФГБУК «Гос. ист.-культ. музей “Московский Кремль”». Вып. 23. — М., 2015. — С. 118–141.

50. В утвержденном императрицей Анной Иоанновной 14 апреля 1731 г. «Штате всем придворным чинам и служителям», последним из четырех золотых дел мастеров числился Калян Афанасьев с окладом 62 рубля в год (таким же, как и у М. Ю.Бельского) (РГАДА. Ф. 14. Оп. 1 Д. 29. Л. 20 об.).

51. РГАДА. Ф. 156. Д. 68. Кн. 5. Л. 53.

52. Там же. Ф. 14. Оп. 1 Д. 29. Л. 20 об.

53. Там же. Ф. 16. Оп. 1. Д. 3. Ч. 2. Л. 43 об.–44.

54. *Лопато М.Н.* Ювелиры старого Петербурга. — СПб., 2006. — С. 4.

55. Описи Высочайшим Указам и Повелениям, хранящимся в С. Петербургском Сенатском Архиве за XVIII веке. Составил П.Баранов. Т. II. 1725–1740. — СПб., 1875. — № 5735. — С. 444.

56. РГИА. Ф. 468. Оп. 1. Д. 3860. Л. 31. 16 сентября 1737 г.

57. Там же. Д. 21.

58. *Кузнецова Л.К.* Петербургские ювелиры. Век восемнадцатый, бриллиантовый… — СПб., 2009. — С. 94.

59. Там же.

60. Самсон Ларионов — 120 рублей, Михаил Бельский — 100 рублей, Григорий Осипов — 45 рублей, Григорий Иванов — 45 рублей, Василий Иванов — 45 рублей и ученик Алексей Никитин — 20 рублей.

61. См.: *Кузнецова Л.К.* Петербургские ювелиры. Век восемнадцатый, бриллиантовый… — СПб., 2009. — С. 94. Точно такой же список «Золотых дел мастерам обретающимся в ведомстве камор цалмейстерской каморе Ея императорскаго величества» с этими шестью именами был нами найден в архивном деле среди бумаг датируемыми 1748–1752 гг. Однако даты именно на этом документе нет. (РГАДА. Ф. 1239. Оп. 3. Ч. 114. Д. 61244. Л. 229).

62. В документе, посвященном созданию Большой короны, упоминаются следующие «придворные мастера»: Самсон Ларионов, Иван Ильин, Григорий Осипов, Василий Иванов, Григорий Иванов, ученик Алексей Никитин. (РГИА. Ф. 468. Оп. 36. Д. 183. Л. 3 об.).

63. РГИА. Ф. 468. Оп. 36. Д. 183. Л. 1–4 об.

64. Там же. Д. 122. Л. 191.

65. РГАДА. Ф. 14. Оп. 1. Д. 63. Л. 40 об.

66. Там же. Л. 206. 15 декабря 1742 г.

67. РГИА. Ф. 466. Оп. 1. Д. 63. Л. 42.

68. В научной литературе петербургские исследователи используют написание имени мастера на французский манер — Жак Аннания Дюбюлон (См.: *Кузнецова Л.К.* Петербургские ювелиры. Век восемнадцатый, бриллиантовый… — М., 2009) или Якоб Аннаний Дюбюлон (*Лопато М.Н.* Ювелиры Старого Петербурга. — СПб., 2006.). В архивных документах, в частности на контракте с подписью мастера значится — Яков Ганниус Дублон и его подпись — Jacob Hannias von

Dublon (РГАДА. Ф. 14. Оп. 1. Д. 70. Л. 5–6 об., 16–17).

69. РГАДА. Ф. 14. Оп. 1. Д. 70. Л. 5–6 об.

70. Его имя есть в списке мастеров 1742 г., которые участвовали в изготовлении Большой императорской короны для Елизаветы Петровны. Числится там учеником. (РГИА. Ф. 468. Оп. 36. Д. 183. Л. 3 об.).

71. РГАДА. Ф. 14. Оп. 1. Д. 70. Л. 9 об.

72. Там же. Д. 56. Л. 98. Написание имен дается по архивному документу.

73. Именной указ императрицы Елизаветы Петровны от 14 октября 1748 г. (РГИА. Ф. 468. Оп. 1. Д. 3868. Л. 234.) В документах он чаще всего фигурирует как «механик» Иосиф Боттон или Ботон. Подписывается как Jocun Bommon или Jocun Боттон. Петербургские исследователи пишут его имя как Боттом (см.: *Лопато М.Н.* Ювелиры Старого Петербурга. — СПб., 2006; *Мавродина Н.М.* Искусство русских камнерезов XVIII–XIX веков. Каталог коллекции Гос. Эрмитажа. — СПб., 2007).

74. *Мавродина Н.М.* Искусство русских камнерезов XVIII–XIX веков. Каталог коллекции Гос. Эрмитажа. — СПб., 2007. — С. 27.

75. В документах того времени он именовался и как Мартин, Мартинсон, Мартынов, Мартинов, подписывался Jacob Martini и Jacob Martino. Его годовое жалование составляло 450 рублей. (РГАДА. Ф. 1239. Оп. 3. Ч. 114. Д. 61598. Л. 55 об.).

76. РГИА. Ф. 468. Оп. 36. Д. 222. Л. 1.

77. РГАДА. Ф. 1239. Оп. 3. Ч. 114. Д. 61598. Л. 50. Реестр 8 золотых дел подмастерьев: Иван Никифоров (17 р. 50 к. в месяц), Иван Зеллер (17 р. 50 к.), Иван Николаев (15 р. 50 к.), Алексей Брант (15 р. 50 к.), Дмитрий Алексеев (14 р. 50 к.), Григорий Подусцов (14 р. 50 к.), Афанасий Казаков (14 р. 50 к.), Александр Пешей (13 р. 50 к.). Список подан 25 марта 1759 г. за подписью Jocun Bommon. РГАДА. Ф. 1239. Оп. 3. Ч. 114. Д. 61598. Л. 53.

78. Комплект конской сбруи: оголовь, паперсть, пахви, решма. Санкт-Петербург, середина XVIII в. Музеи Московского Кремля. Инв. № К–593, К–594, К–595, К–596. (См.: Российские императоры и Оружейная палата. Каталог выставки. — М., 2006. — С. 128–129).

79. См.: Российские императоры и Оружейная палата. Каталог

выставки. — М., 2006. — С. 129; *Мавродина Н.М.* Искусство русских камнерезов XVIII–XIX веков. Каталог коллекции Гос. Эрмитажа. — СПб., 2007. — С. 401.

80. Шпага в ножнах. Россия, XVIII в. Музеи Московского Кремля. Инв. Ор-3999/ 1–2.

81. Шпага в ножнах. Россия, середина XVIII в. Клинок — Сестрорецк, 1752 г. Музеи Московского Кремля. Инв. № Ор–4000/1 и Ор–4000/2.

82. Кинжал. Рукоять — Россия, середина XVIII в. Клинок — Москва, XVII в. Музеи Московского Кремля. Инв. № Ор–3889/1–2. См.: Искусство сохранять искусство. Реставрация в Музеях Московского Кремля. Каталог выставки. — М., 2013. — С. 62–63. В каталоге рукоять кинжала атрибутируется как Индия, XVII– XVIII вв. Однако, по нашему мнению, это работа мастеров Петергофской шлифовальной мастерской середины XVIII в. В XVIII в. кинжал находился в Алмазной мастерской при Кабинете императрицы Екатерины II.

Библиография:

1. *Агеева О.Г.* Императорский двор России. 1700–1796 гг.: Организация ведомства и придворные чины. — М., 2008.

2. *Быкова Ю.И.* К вопросу об авторстве коронационных регалий императрицы Анны Иоанновны // Петровское время в лицах — 2013. К 400-летию Дома Романовых (1613–2013). Труды Государственного Эрмитажа. Т. LXX. — СПб., 2013. — С. 102–114.

3. *Быкова Ю.И.* Коронационные венцы Екатерины I и Петра II. Сходство и различия // Петровское время в лицах — 2014. Труды Государственного Эрмитажа. Т. LXXIII. — СПб., 2014. — С. 91–104.

4. *Быкова Ю.И.* Коронационные регалии императрицы Анны Иоанновны. К вопросу об авторстве и обстоятельствах создания // Материалы и исследования / ФГБУК «Гос. ист.-культ. музей “Московский Кремль”». Вып. 23. — М., 2015. — С. 118–141.

5. *Быкова Ю.И.* Новые сведения об авторстве короны императора Петра II // Петровское время в лицах — 2015. Труды Государственного Эрмитажа. Т. 78. — СПб., 2015. — С. 99–108.

6. *Быкова Ю.И.* Придворный ювелир Самсон Ларионов и

императорские короны первой половины XVIII века // Материалы и исследования / ФГБУК «Гос. ист.-культ. музей “Московский Кремль”». Вып. 27. — М., 2016. — С. 195–221.

7. *Быкова Ю.И.* Работа золотых и алмазных дел мастеров по царскому заказу в первой четверти XVIII века. Проблемы типологии и терминологии ювелирных украшений // Петровское время в лицах — 2016. Труды Государственного Эрмитажа. Т. 83. — СПб., 2016. — С. 73–86.

8. *Зимин И., Соколов А.* Ювелирные сокровища Российского императорского двора. — М., 2013.

9. Искусство сохранять искусство. Реставрация в Музеях Московского Кремля. Каталог выставки. — М., 2013.

10. *Кузнецова Л.К.* Петербургские ювелиры. Век восемнадцатый, бриллиантовый… — СПб., 2009.

11. *Лопато М.Н.* Ювелиры старого Петербурга. — СПб., 2006.

12. *Мавродина Н.М.* Искусство русских камнерезов XVIII–XIX веков. Каталог коллекции Гос. Эрмитажа. — СПб., 2007.

13. Описи Высочайшим Указам и Повелениям, хранящимся в С. Петербургском Сенатском Архиве за XVIII веке. Составил П.Баранов. Том II. 1725–1740. — СПб., 1875.

14. Российские императоры и Оружейная палата. Каталог выставки. — М., 2006.

15. *Селезнева И.А.* Золотая и Серебряная палаты. Кремлевские дворцовые мастерские XVII века. Организация и формы производства, творческие процессы, обучение мастеров. — М., 2001.

16. *Троицкий В.И.* Словарь московских мастеров золотого, серебряного и алмазного дела XVII века. — Л., 1928–1930. Вып. 1–2.

17. Архив Санкт-Петербургского института истории Российской академии наук (Архив СПб ИИ РАН).

18. Отдел письменных источников Государственного исторического музея, Москва (ОПИ ГИМ).

19. Российский государственный архив древних актов, Москва (РГАДА).

20. Российский государственный исторический архив, Санкт-Петербург (РГИА).

А.Н. Гуменюк, Л.В. Чуйко

ЗАПАДНОСИБИРСКАЯ ДОМОВАЯ РЕЗЬБА: РЕДКИЕ МОТИВЫ. КОНЕЦ XIX — ВТОРАЯ ТРЕТЬ XX ВЕКА

В статье рассматриваются содержательные аспекты резного декора деревянной архитектуры Западной Сибири на примерах редких мотивов домовой резьбы. Затрагивается проблема исторической обусловленности тематики декоративных композиций, созданных в различные периоды российского и советского государства.

The article deals with the content aspects of the carved decor of the wooden architecture of Western Siberia on examples of rare motifs of house carving. The problem of the historical conditionality of the themes of decorative compositions created in different periods of the Russian and Soviet state is touched upon.

Ключевые слова: резной декор, редкий мотив, декоративная композиция.

Keywords: carved decor, rare motif, decorative composition.

Домовая резьба, являясь частью национального художественного процесса, отразила все особенности его развития, связанные с историческими изменениями в обществе. Дореволюционный резной декор конца XIX — начала XX века отмечен особым богатством декоративных композиций на основе традиционного сочетания древнерусского национального орнамента и стилевой архитектурной декорации (здесь особой популярностью среди народных мастеров пользовались стили «большой архитектуры» — барокко, классицизм, модерн и «русский стиль»). Традиция была очень устойчивой, поскольку существовала, прежде всего,



Рисунок 1. Омск, ул. Тарская, № 20. Подоконная доска с антропоморфными изображениями. 1900-е (?). Фото Л.Чуйко. 2000

на бытовом уровне и в границах народного художественного промысла. Этим объяснялось значительное сходство форм и мотивов резного убранства деревянной архитектуры, при всем его разнообразии. Однако на рубеже столетий в области прикладного искусства происходит сближение профессионального и народного художественного творчества (наиболее заметное в сфере городской культуры), широкое применение метода эклектики и распространение специальной информации через книгоиздательскую продукцию. Такие обстоятельства способствовали появлению на фоне традиционных вариантов домовой резьбы оригинальных решений, свидетельствующих о желании заказчиков выделить свой дом как особенный, уникальный, опосредованно заявляя таким образом и о своей собственной значимости.

Резной декор деревянной архитектуры западносибирских городов в полной мере соответствует общим тенденциям, проявляющимся в обозначенном временно́м периоде. В Омске одним из сохранившихся примеров такого рода является оформление подоконной доски наличника дома № 20 по ул. Тарской (рис. 1).

Здесь воспроизведены в технике пропильной резьбы антропоморфные изображения, напоминающие как ангелочков, играющих на арфах, так и амуров, держащих натянутые луки Символика фигурок определяется только приблизительно, так как толщина доски составляет 50 мм — выполнить в таких условиях мелкие опознавательные детали было невозможно даже очень искусному



Рисунок 2. Мотив дракона в домовой резьбе Томска: а — Томск, ул. Красноармейская, 68. Особняк А.Быстржицкого. 1915. Арх. В.Ф.Оржешко; б — Норвегия. Церковь в Боргунде. XII век. По И.С.Китнеру

резчику. В исследованных материалах Омска и близлежащих городов мотив уникален и позволяет предположить, что его происхождение связано с художественными предпочтениями заказчика Якова Довженко, представителя казачьего рода (сведения получены от инженера-исследователя Ж.М.Хахаевой).

Запросы хозяина дома, особенно располагающего достаточными средствами для того, чтобы заказать дорогостоящее резное оформление, играли весьма существенную роль. Богатая домовая резьба с оригинальными мотивами декора не только демонстрировала материальное положение владельца, она создавала о нем представление как об успешном, приобщенном к достижениям современной культуры человеке. Неординарные, редкие художественные решения резных декоративных композиций имели значение не только для облика конкретного строения, они являлись визуальными доминантами окружающей среды и влияли на характер городского «портрета» в целом.

В западносибирской домовой резьбе одним из таких редких мотивов является образ дракона, почерпнутый из арсенала европейского искусства, где, в русле национального романтизма, поднялась волна интереса к мифологии и древнему искусству



Рисунок 3. Мотив дракона в домовой резьбе Омска и Омской области: а — Омск. «Дом с драконами», 1904, резные работы: не ранее 1914. Строитель, резчик по дереву К.В.Загуменко

скандинавских стран. Так в Томске, где жили и работали крупнейшие зодчие Западной Сибири, появился знаменитый «Дом с драконами», деревянный особняк А.Быстржицкого, построенный в 1915 году по проекту архитектора В.Ф.Оржешко (рис. 2а). Резные головы драконов, украшающие крышу, почти буквально воспроизводят декор деревянной столбовой церкви в Боргунде (Норвегия, XII век), памятника деревянного зодчества мирового значения. Гравюра с ее изображением иллюстрировала статью И.С.Китнера в журнале «Зодчий» о его путешествии по Норвегии в 1861 году (рис. 2б) [1].

Следует особо подчеркнуть, что на рубеже XIX–XX веков огромное значение для развития зодчества в западносибирском регионе имело распространение архитектурной информации через книгоиздательскую продукцию — книги, журналы, альбомы образцов. Благодаря совершенствованию транспортного сообщения между центральными территориями России и провинцией (выдающимся событием в этой области была постройка Транссибирской железнодорожной магистрали), архитекторы Западной Сибири были хорошо осведомлены о современных тенденциях в архитектуре и архитектурной декорации.

Одним из таких многочисленных альбомов с образцами оформления элементов деревянной архитектуры в технике пропильной резьбы воспользовался строитель небольшого особняка в Омске Кузьма Васильевич Загуменко, мастер резьбы по дереву, работавший в плотницкой артели. Особняк впоследствии получил название «Дом с драконами» (ул. Кирпичная, совр. ул. Мичурина, 48) (рис. 3 а).

Сравнительный анализ дает возможность предположить, что в качестве образца был взят увражный альбом В. Минетти, выпущенный в издательстве М.Г.Стракуна (без датировки, но не ранее 1914 года, так





Рисунок 3. Мотив дракона в домовой резьбе Омска и Омской области: а — Омск. «Дом с драконами», 1904, резные работы: не ранее 1914. Строитель, резчик по дереву К.В.Загуменко; б — Омская область. Полтавский район. Ворота хозяйственной постройки. Начало XX века (?); в — Омск. Жилой дом. Начало XX века (?)

как указано место издания — Петроград) [2, с. 3]. Альбом предлагал заинтересованным читателям немало примеров для практического применения в строительстве. Как повествуется в семейной хронике Загуменко, дом на Кирпичной возвели в 1904 году [3], возможно, декорирование было выполнено позднее.

В декоре омского «Дома с драконами» готовый мотив был использован в соответствии с национальными традициями деревянной архитектуры и занял место под навесом входа и на очельях наличников. Тем не менее, резчик сохранил всю выразительность образа дракона, отмеченного эмоциональной напряженностью и напоминающего не скандинавских мифологических змеев, а грозных геральдических зверей западноевропейского дворянства.

Драконы еще будут встречаться в резном декоре деревянных строений Омской области, но все-таки останутся для этой большой территории редким мотивом. На сегодняшний день выявлено два примера: резной декор (нач. XX в.?), перенесенный на ворота современной хозяйственной постройки по ул. Ленина, 44, в п.г.т. Полтавка Омской области и жилой дом в г. Омске (нач. XX в.?).

Драконы, охраняющие ворота в Полтавке (рис. 3б), несут в себе традицию скандинавской культуры: это образ «мирового змея» Ёрмунганда. В средневековой литературе Западной Европы он встречается под именем Уроборос, то есть змей, кусающий





Рисунок 4. Омск, ул. Красных Зорь, № 38. «Дом с совами» (дом Елунина). Лобовая доска наличника. Начало XX века. Фото В.Косякова. 1992
Рисунок 5. Пейзажный мотив в домовой резьбе Томска

свой хвост. Задумывались ли резчики в сибирской глубинке о символическом смысле этого образа и знали ли они, что в норвежской и древнекитайской культуре этот змей-дракон не только повелевает морем, приносит в дом удачу и богатство, но и защищает деревянную постройку от пожара и сглаза? Возможно, подкупала «диковинность» образа. Возможно, «просачивались» и некоторые знания. Ведь недаром дракон в подоконной доске жилого дома в Омске (рис. 3в) имеет сходство с петухом. А именно резные петухи и коньки несли охранительные функции в деревянном зодчестве Древней Руси.

Революция 1917 года надолго отменила обращение к подобной тематике. Система атеистического воспитания и образования, формировавшая сознание советского человека, должна была привести его к отказу от всякой мистики — как религиозной, так и «буржуазной» мифологической. Активная борьба с религией и «пережитками старого быта» затронула также различные «суеверия», к которым были отнесены и древние славянские традиции украшения жилища. В 1920–30-е годы в домовой резьбе очевидны утраты целостности и смысловой основы декоративных композиций, однако добиться полного исчезновения древней памяти было невозможно. Потребность в красоте, в позитивном эмоциональном переживании явлений окружающего мира прочно держалась у «простого советского труженика» на бытовом уровне. В частности, при переносе в 1930-е годы жилого дома в г. Омск из села Пушкино (Омский район, Омская область) и возведении его на территории бывшего Казачьего форштадта вместе с бревнами сруба были привезены и смонтированы наличники окон с уникальным, не




Рисунок 6. Изображения птиц и зверей в домовой резьбе городов Западной Сибири второй трети XX века: а — Омская область, г. Тара. Очелье наличника. Фото Н.Тарасовой; б — Омская область, г. Тара. Очелье наличника. Фото Л.Петровой

встречавшимся в городе, резным декором [4, с. 54, 64, 146]. Изображения сов, выполненные в технике пропильной резьбы и проработанные рельефом, дали название и самому дому владельца Елунина (рис. 4).

«Дом с совами», построенный, по легенде, в начале XX века, получил новую жизнь во дворе усадебного участка на ул. Красных Зорь, № 38. Мотив наличников резко отличался от разнообразных, но характерных растительных и геометрических мотивов резьбы деревянных домов бывшего Никольского проспекта и всего Казачьего форштадта. Добрые и даже наивные совы вместе с грубоватым орнаментом лобовой доски выдают руку народного умельца из сибирской глубинки.

Иногда в домовой резьбе появлялись пейзажные мотивы. В Томске существует уникальный вариант очелья наличника начала XX века, в декор которого включено изображение леса на берегу реки [5, с. 114]. Мастер-резчик уделил большое внимание достоверности облика сибирского ландшафта: хвойные, хорошо узнаваемые деревья стоят над водой, которая показана волнообразными линиями. По обе стороны килевидного очелья поставлены крупные «шишки», завершающие композицию и придающие ей символический характер (рис. 5).

В советском резном декоре второй трети XX века появляются жизнерадостные и бесхитростные образы представителей мира природы, наиболее близких человеку, — уточек, голубков, белочек и зайчиков.

Так, пара «влюбленных голубей», выполненных в технике пропильной накладной резьбы, и белочка с шишкой «из народной сказки», демонстрирующая сквозную пропильную резьбу с рельефом, обрели свое место в очелье наличников жилых домов г. Тары Омской



Рисунок 7. Тюменская область, г. Сургут. Очелье наличника. Вторая треть XX века

области (рис. 6 а, б). Все эти орнито- и зооморфные изображения достаточно условны и хорошо сочетаются с другими элементами, но в то же время заметно, что мастера стараются сделать их похожими на настоящих птичек и зверюшек. Это стремление показывает, что творческий потенциал городской культуры еще высок, но исчезновение связи с древней традицией придает произведениям резчиков заметный оттенок самодеятельности. При этом иногда проявлялось простейшее сюжетное начало. Примером тому полный романтики декоративный мотив на лобовой доске наличника жилого дома в г. Сургуте: полет чайки над волнами (рис. 7).

Широкий размах крыльев озерной (или речной) чайки спорит с крохотными волнами, сообщая мотиву одновременно приподнятое и наивное звучание. Исполненный в технике пропильной накладной резьбы, декор обнаруживает характерную тенденцию временно́го периода к упрощению в искусстве оформления жилого дома.

Таким образом, в указанных хронологических границах на момент изученности малочисленного, но интересного натурного материала можно отметить, что во второй трети XX века как в дореволюционный, так и советский периоды, в городах Западной Сибири, в частности в деревянном домостроении Омска, Тары, Сургута, на ряду с традиционными мотивами резного декора, появляются редкие, иногда и уникальные образцы. На наш взгляд, требуется выделение подобных образцов в особую группу для более предметного исследования своеобразных новаций или архаизмов в резном декоре Западной Сибири в тот или иной временной период.

Библиография:

1. *Китнер И.С.* Древние деревянные церкви Норвегии. Путевые заметки / И.С.Китнер // Зодчий. — 1872. — № 3. — С. 25–27.

2. *Минетти В.* Деревянная архитектура. Фасады и детали внешней архитектуры / В.Минетти. — Пг.: Изд-во М.Г.Стракуна. — Б/г. — 36 с.

3. *Трубицина Л.* Дом, который построил дед // Вечерний Омск. — 1988. — 5 ноября.

4. *Гуменюк А.Н.* Эклектика в архитектуре Омска второй половины XIX — начала XX веков: монография / А.Н.Гуменюк. — Омск: ОмГТУ, 2011. — 148 с.

5. Деревянная архитектура Томска (альбом). Томск. — Издательский дом «Д-Принт». — 2010. — 364 с.

6. *Burganova M.A*. Morshansk history and culture // Art and Literature Scientific and Analytical Journal TEXTS. — 2016. — № 1. — P. 23–53.

С.М. Царёва

НОВЫЕ СВЕДЕНИЯ О СКУЛЬПТУРНОЙ МАСТЕРСКОЙ КАМПИОНИ В МОСКВЕ

Статья посвящена уточнению фактов биографии и творческой деятельности одной из ведущих скульптурных мастерских в Москве конца XVIII — первой половины XIX века. Доказано, что наиболее известный ее представитель Сантино Кампиони родился в Варенне, а не в Варезе. По архивным источникам удалось атрибутировать его мастерской барельефы в зале дома генерал-губернаторов на Тверской ул. (ныне д. 13). Найдены новые сведения о брате Сантина Николае, имевшем в первой трети XIX века свою небольшую мастерскую, и сыне Александре, продолжившем дело отца и владевшим мастерской Сантина после его смерти.

The Article is devoted to specification of the facts of the biography and creative activity of one of the leading sculptural workshops in Moscow of the end by XVIII — the first half of the 19th century. It is proved that Santino Campioni (the most famous representative of this workshop) was born in Varenne, but not in Varese. On archival sources his workshop managed to attribute bas-reliefs in the hall of the house of General Governors (nowadays Tverskaya street, 13). There is found a new information about Santino's relatives: brother Nicolao who had the small workshop in the first third of the 19th century, and the son Alexander who has continued business of his father and owning Santino's workshop after his death.

Ключевые слова: Кампиони, скульптурная мастерская, барельефы, дом генерал-губернаторов на Тверской, Москва, конец XVIII — XIX век.

Keywords: Campioni, sculptural workshop, bas-reliefs, the house of General Governors on Tverskaya, 13, Moscow, the end of XVIII — the 19th century.

В создании облика московской архитектуры конца XVIII — первой половины XIX века принимали участие не только архитекторы, но и скульпторы, мраморщики — декораторы, производившие в своих мастерских детали и предметы внешнего и внутреннего убранства частных и общественных зданий. Владельцами одной из ведущих московских мастерских подобного рода были три поколения семьи Кампиони.

Основал мастерскую приехавший из Италии Пьетро Кампиони, дело продолжил его сын — наиболее известный представитель рода — Сантино Кампиони. После смерти Сантина мастерская перешла наследникам. В этой мастерской изготавливались алебастровые барельефы; алебастровые, мраморные, бронзовые статуи и надгробия; пьедесталы и столешницы из натурального и искусственного мрамора; мраморные камины, нередко с бронзовыми накладками; также проводились работы по облицовке искусственным мрамором стен и колонн. Работы мастерской Кампиони украсили дворец Н.П.Шереметева в Останкине, усадьбы Архангельское Н.Б.Юсупова и Кузьминки С.М. и М.М.Голицыных, церковь Странноприимного дома Н.П.Шереметева, интерьеры Большого Кремлёвского дворца.

Между тем, многие обстоятельства, связанные с деятельностью мастерской и ее представителей, до последнего времени оставались не до конца выясненными. Это относится к широкому кругу вопросов, начиная с отдельных фактов биографии и кончая спектром выполняемых работ. Так, до последнего времени не была известна дата и неправильно указывалось место рождения главного представителя семейства первой половины XIX века — Сантино Кампиони. В его некрологе было сказано, что он родился в итальянском городе Варезе. С тех пор название этого города повторяется практически во всех упоминаниях о нем [14, с. 179, прим. 11]. Косвенно свидетельствовали в пользу Варенны надписи на надгробиях родственников Сантино, устные утверждения потомков



Рисунок 1. Бенуа Н.Л. (?) Вид Варенны. Сер. XIX в. Калька, тушь, перо, акварель. Рисунок из альбома Кампиони. Собрание Н.Я.Колли. Публикуется впервые

Кампиони — Н.Я.Колли и Н.А.Добрыниной, а также хранящийся в семье Н.Я.Колли альбом Кампиони XIX века. В этом альбоме один из рисунков тушью на кальке с подцветкой акварелью (по устному преданию, приписывается Н.Бенуа, рисунок подписан «NB») назван: «Очерк Варены с Веччя *(ит. vecchio — старый, древний, так могла называться древняя часть города — С.Ц.)* взятый», и на нём условным знаком отмечена «большая крыша вашего дома», т.е. дома семьи Кампиони (рис. 1).

Все же, косвенных доказательств было недостаточно, т.к. можно было утверждать, что Сантино хотя и провел детство в Варенне, но родиться мог в Варезе, куда его мать теоретически могла отправиться на богомолье на расположенную там Святую гору. Однако в 1980–1990-е гг. в Италии были изданы записи о крещении, бракосочетании и отпевании жителей Варенны — итальянские метрические книги прихода церкви Сан Джорджо в Варенне в 9 томах. В седьмом томе, охватывающем период с 1700 по 1799 год, приведена запись о том, что Сантино Валентино Израэлло Кампиони родился в семье Пьетро Антонио Кампиони и его супруги Венеранды 13 февраля 1774 года в 23 часа и крещен в церкви Сан-Джорджо 14 февраля [15, p. 148–149]. Таким образом, стали известны даты

рождения и крещения, а также его полное имя. Примечательно, что Santino Valentino — уменьшительное от Святого Валентина, память которого празднуется католиками как раз 14 февраля.

Кроме того, тот факт, что он был крещен в Варенне на следующий день после рождения, свидетельствует о том, что и родился он в том же городе. Ведь добраться с новорожденным за один день из Варезе в Варенну (расстояние по прямой без учета рельефа местности — около 50 км, современными дорогами в объезд озера Комо — около 100 км) в XVIII веке было просто невозможно.

В 1780-х гг. Пьетро Кампиони с семьей приехал в Россию. Российского подданства ни сам Пьетро, ни его сыновья не имели. В документах конца XVIII — первой трети XIX века представители этой фамилии записаны чаще всего как «иностранец» или «итальянец», хотя встречается упоминание «подданный Франции» [1, л. 19 об.], а также «австрийский подданный» [1, л. 19] и даже «уроженец города Милана» [1, л. 39]. В последнем случае найти убедительное объяснение не удалось, хотя известно, что города по берегам озера Комо, в том числе Варенна, подчинялись Милану. Что же касается подданства Франции и Австрии, то здесь никакого недоразумения нет. Варенна относится к Северной Италии, которая в результате наполеоновских завоеваний с 1801 по 1814 г. была под властью Франции, а затем, по решению Венского конгресса с 1815 по 1848 г. принадлежала Австрии. Так что, в тех случаях, когда Сантино Кампиони назван французом или австрийцем, это указывает на подданство той страны, на чьей территории в тот момент находилась Варенна.

Наблюдаются разночтения также в определении даты основания мастерской Кампиони в Москве и ее перехода от Пьетро к Сантино. На данный момент первое упоминание этой фамилии в Москве относится к 1789 году, когда Пьетро Кампиони нанял жилые и хозяйственные постройки (в т.ч. сараи, где, вероятно, и разместилась мастерская) между Ильинскими и Варварскими воротами на Новой площади [12, с. 99]. Со следующего года в «Московских ведомостях» стали появляться объявления о том, что по этому адресу у Петра Кампиони продаются и изготавливаются по заказу мраморные, алебастровые и бронзовые вещи [14, с. 169].

Судя по объявлениям в «Московских ведомостях», Пьетро Кампиони в 1792 и в 1793 годах выезжал в Италию, привозил оттуда мрамор и изделия из него и продавал их в Москве. В 1793 году Пьетро уведомил в «Московских ведомостях», что «вместо его Кампиони остаются дети его, которые будут продолжать мраморную работу» в его отсутствие [14, с. 169]. В том же 1793 году Сантино Кампиони отделывал искусственным мрамором колонны в Египетском павильоне усадьбы Останкино Н.П.Шереметева [14, с. 169] и в зале дома С.С.Апраксина на Знаменке [6, л. 3–7] (ныне Знаменка, 19–21, здание сильно перестроено, отделка не сохранилась). Возможно, это первые работы Сантина, выполненные не под наблюдением в мастерской отца, а при выезде на объекты, особенно если учесть, что искусственный мрамор на колоннах в доме Апраксина не понравился владельцу. Возможно, «проба пера» оказалась не вполне удачной. Однако, несмотря на то, что, по словам архитектора Кампорези, освидетельствовавшего колонны, они «на мрамор фальшивый не похожи» [6, л. 3], Сантино «отозвался против того в своей справедливости письменно объявлением» [6, л. 7], отстаивая свою правоту. В дальнейшем он стал лучшим московским мастером в производстве искусственного мрамора.

До начала XIX века мастерская, по всей видимости, принадлежала Петру Кампиони, хотя у Сантина были уже свои заказы. В то время как Пьетро в 1798 году подписал договор на изготовление у вновь надстроенного мезонина Кремлёвского дворца «из собственного каррарского мрамора тумб с плинтом, карнизом и поручнями за 275 р.» [1, л. 43], его сын в 1796–1797 году работал в Останкине [14, с. 169], а в 1799 году изготовил две печи фальшивого мрамора для «Тверского казённого дома» (также дом Генерал-Губернаторов, ныне Тверская, 13) [1, л. 19].

К казенному дому на Тверской Сантин Петрович возвращался еще не раз. В ноябре 1803 года он получил деньги за выполнение в этом доме «в кабинет мраморного камина с приделанием из фальшивого мрамора 160 р.; полированных 5-ти мраморных столовых досок 25 р.; на сделание двух круглых пьедесталов из собственного мрамора — 35 р., а всего 240 р.» [1, л. 19]. Из этого следует, что Сантино уже с конца

XVIII века работал и с искусственным, и с натуральным мрамором, и работал, как видно, неплохо, иначе в такое важное общественное здание пригласили бы не его, а, к примеру, его отца Пьетро или другого мраморщика.

С 1804 года мастерская уже принадлежала Сантину и располагалась на Кузнецком Мосту под № 449 (в других источниках № 447) на арендованной земле Тверского архиерейского подворья (ныне Кузнецкий Мост, вл. 17, все здания мастерской перестроены или утрачены). В 1805 году владелец собирался сломать ветхие строения и выстроить жилой дом, конюшни и сарай, на что и было дано разрешение от Управы Благочиния [7, л. 1–5].

Между тем, Пьетро Антонио продолжал работать наряду с Сантином. Так, в июне 1806 года «итальянцем Петром Кампиони зделано и на место поставлено в с. Царицыно гипсовые египетские две сфинксы за 35 руб.; в храм, состоящий в Слободском саду Петра Великого мраморные доски с надписью за 50 руб.» [1, л. 43]. В 1807 году Пьетро скончался, и мастерская на Кузнецком Мосту окончательно перешла в руки его сына.

Упоминания о том, что Сантино Кампиони живет у Кузнецкого Моста на Тверском подворье, встречаются в 1800, 1804, 1809, 1812, 1813, 1814, 1815, 1822, 1826 годах. Лишь в 1834 году появилось объявление о переезде на Большую Дмитровку, в дом господ Пушкиных, где мастерская функционировала впоследствии [14, с. 173].

О деятельности Сантина Петровича известно довольно много, но, в основном, сведения касаются его работ, связанных с искусственным и натуральным мрамором, а также с бронзой. Об изготовлении барельефов в его мастерской документальных сведений до настоящего времени практически не было найдено, все приписываемые ему работы основывались на аналогиях и архивном счете 1814 г., где указано, что для фасада дома В.Г.Орлова на Б.Никитской ул., д. 5, у «мраморщика Кампионе» куплены три барельефа за 200 рублей и камин за 600 рублей [14, с. 172]. Имени Кампиони в счете не упомянуто, но есть все основания предполагать, что им был Сантин Петрович, т.к. левый и правый барельефы между пилястрами центрального ризалита дома





Рисунок 2. Дом В.Г.Орлова на Большой Никитской ул., 5. Фото С.М.Царёвой, 2017 г.
Рисунок 3. Белый зал дома Генерал-Губернаторов на Тверской улице, 13. Общий вид. Фото С.М.Царёвой, 2012 г.

В.Г.Орлова («Прощание с воином» и «Возвращение Одиссея») (рис. 2) повторяются в сохранившемся белом (бывшем танцевальном) зале Дома московских Генерал-губернаторов на Тверской улице (рис. 3). Как сказано выше, Сантино ранее уже выполнял мраморные работы в этом доме. После 1812 года дом был наскоро отремонтирован, и уже в январе 1815 г. в нем, по свидетельству современников, генерал-губернатором Тормасовым был устроен роскошный бал. Однако отделка продолжалась и в последующие годы. В журналах Экспедиции Кремлёвского строения удалось обнаружить договоры «разного звания людей», которые «объявили желание исправить *(выполнить — С.Ц.)* … нижеозначенные работы» в большом зале Тверского казённого дома в 1817 году. Среди них был “иностранец Сантин Кампиони”, обязавшийся «вылепить из глины и отлить из алебастра на двери *(имеется в виду — над дверьми — С.Ц.)* четыре баральева фигурныя по рисункам и поставить оныя на места с должным укреплением и расчисткою» за 500 рублей [2, л. 321 об.].

Таким образом, нашлось подтверждение выполнения барельефов на Тверской, 13 и на Большой Никитской, 5 в мастерской С.П.Кампиони. Кроме того, помимо этих двух зданий, подобные барельефы повторяются еще в четырех московских постройках (дом Шепелёвых на Яузской, 11; дом Л.К.Разумовского на Тверской, 21; дом Хрущёвых

на Пречистенке; здание Опекунского Совета на Солянке). Все эти городские усадьбы и общественные здания заново отстроены или переделаны после пожара 1812 г., восстановлением многих из них предположительно руководил архитектор Д.И.Жилярди. Учитывая, что рельефы повторные, отлиты из одной формы, можно предположить, что все они могли быть изготовлены в мастерской С.П.Кампиони приблизительно в 1813–1817 гг. и позднее.

Через несколько лет, в 1820 году, был заключен контракт с С.Кампиони на отделку искусственным мрамором официантской комнаты дома Генерал-Губернаторов: «…по стенам, тож в откосах оконных и дверных, равно на печах и каминах, где и какого цвета приказано было, … с чистою отделкою, полировкою под глянец, без пятин и цапин» [1, л. 20]. Кроме того, Кампиони обязался выполировать в большой гостиной «фальшивого мрамора старых панелей» и установить камин с полировкой. За это все, а также «за приделание к гербу на камине вновь орла и двух крестов», он получил по выполнении 1670 рублей [1, л. 20].

То, что при обустройстве дома Генерал-Губернаторов на протяжении длительного времени для отделки неоднократно приглашался Сантино Кампиони, свидетельствует о высоком качестве выполняемых в его мастерской работ и подтверждает известность и добросовестность мастера.

Одновременно с мастерской Сантина Петровича в Москве работала также мастерская его старшего брата Николая. Дату его рождения — 12.08.1768, как и полное имя — Николао Франческо Антонио, можно также узнать из метрик прихода Сан Джорджо в Варенне [15, p. 137]. В Москве Николай Петрович уже в 1796 году имел отдельную мастерскую в Яузской части в приходе церкви Воскресения в Барашах [14, с. 168]. В 1804 году он задумал в своем владении (точный адрес на тот момент: «Яузской части 2 квартала под № 221 в приходе церкви Воскресения Христова в Барашах») сломать ветхое строение и надстроить каменные одноэтажные палаты каменным и деревянным этажом, а также выстроить каменную конюшню, три сарая (каменный, деревянный и каретный без обозначения материала) и погреб [7, л. 3 об. –5].

К началу 1812 года Николай тяжело болел, его жена Маргарита к тому времени умерла, а дочь Мария вышла замуж, что можно узнать из прошения на выдачу билета для проживания в Москве, необходимого каждому иностранцу [1, л. 39]. В этом билете (на первую половину 1812 года) указан род его деятельности: «упражнением — мраморщик». В билете 1817 года Николай уже записан как «бронзовый мастер» [1, л. 39]. Возможно, после французского нашествия ему пришлось переквалифицироваться и изменить специализацию производства. Однако известно, что с металлом он работал и до этого. По крайней мере, из книги, содержащей публикации архивных документов 1812 года, можно узнать, что во время пребывания наполеоновской армии в Москве осенью 1812 года французы принесли Николаю Кампиони награбленную церковную утварь из серебра для переплавки. Поломанные вещи он переплавил, а целые оставил. Французы вскоре покинули Москву, а Николай передал оставшиеся у него вещи и сплавленное серебро в слитках священнику Вознесенской церкви Варсонофьевского монастыря, что близ Сретенки (ныне монастырь уничтожен, осталось лишь название переулка между Рождественкой и Большой Лубянкой, бывшей Сретенкой — Варсонофьевский). Впоследствии серебряная утварь и слитки были переданы в Чудов монастырь [11, с. 161–163]. Правда, в примечании к этой интересной архивной публикации Николай почему-то ассоциирован с самим Сантином [11, с. 162, прим. 1]. Однако это были два разных человека, два брата, о чем свидетельствует подпись в конце прошения на аренду Тверского подворья: «…по брате моем родном Сантине Петрове сыне Кампиони порукою подписался иностранец италианской нации Николай Петров сын Кампиони» [7, л. 1. об. – 2].

В 1813 г. братья Кампиони не могли заплатить государственных податей, т.к. «претерпели совершенное разорение» [5, л. 12–14]. В «Ведомости, учинённой в Московской ремесленной управе о иностранных ремесленниках, … с коих следует взыскать государственных податей» в Мясницкой части на Тверском подворье в «гранильном цехе» числятся два Кампиони — Сантино и Николай [5, л. 14]. В Яузской части этой фамилии нет. Видимо, дом Николая Кампиони в приходе церкви Введения в Барашах сгорел, и он

перебрался к своему брату на Тверское подворье. До нашествия неприятеля мастерская Николая существенно уступала мастерской Сантина, так как с первого следовало взыскать подать в размере 50 рублей, а с последнего — в пять раз больше: 250 рублей.

Источники, найденные М.В.Дьяконовым, дополняют сведения о месте жительства Николая Кампиони в последующее время. В 1814 году в Яузской части, видимо, после пожара, был отделан его каменный дом и деревянные жилые покои. В 1823–1824 гг. у Николая Петровича в Яузской части 2 квартала под № 222/198 вновь выстроен каменный дом и деревянный сарай. В том же 1824 году его дом оценен в 630 000 р., видимо, для продажи, т.к. сам Николай Кампиони «жительство имеет в Мясницкой части в Тверском Подворье у брата своего» [1, л. 39 об.]. Последнее упоминание о Николае встречается в 1838 году, когда он прибыл на торги в бывший дом Разумовских, где продавались камины, мраморные доски и подоконники [8, л. 7].

Сантин Петрович умер в 1847 году. Существует версия, что его дело продолжил сын Николай Сантинович (1830–1900) [9, с. 209]. Возможно, такое предположение связано с тем, что он был вольноприходящим учеником в Академии Художеств. В разных публикациях то ему, то одному из его братьев — Петру [13, с. 145] или Александру [12, с. 100] — приписывался обелиск Петру I у входа в музей-усадьбу «Ботик» в Переславле-Залесском, однако документальных подтверждений относительно авторства до сих пор не обнаружено.

Недавно, однако, был найден архивный документ, который свидетельствует, что следующим владельцем мастерской Кампиони на Большой Дмитровке после смерти в 1847 году Сантина Петровича был не Николай, а Александр. В 1849 году Александр Сантинович подал прошение московскому Обер-Полицмейстеру с просьбой позволить «принадлежащее мне мраморное заведение, состоящее в доме матери моей Московской 1й гильдии купчихи Марьи Антоновой Кампиони Тверской части 5 квартала под № 473 на Большой Дмитровке осветить газом» и поставить газометр — «снаряд для добывания газа» [4, л. 1]. К 8 февраля 1850 года газометр был «устройством совершенно окончен» [4, л. 9].

Возможно, переход мастерской в руки Александра может



Рисунок 4. Надгробный памятник А.С. и М.А.Кампиони на Введенском кладбище в Москве. Вид с востока. Фото С.А.Афонцева, 2017 (а). Вид с севера. Фото С.М.Царёвой, 2017 г. (б).

объясняться тем, что именно он был старшим сыном Сантина. В опубликованной коротенькой биографии Александра указан год рождения 1832 [12, с. 100], однако эти сведения вызывают сомнения. Дело в том, что впервые по отношению к Александру Кампиони этот год указан в изданном в1908 году «Московском некрополе», но если осмотреть надгробие Александра Сантиновича на участке Кампиони на Введенском кладбище, становится ясно, откуда могла взяться ошибка. Памятник представляет собой четырехгранный обелиск со следующими надписями на каждой грани:

Сторона 1: «АЛЕКСАНДР САНТИНОВИЧ / КАМПІОНИ»

Сторона 2: «сконч. 4го января 1878 г. / 56ти летъ»

Сторона 3: «МАРИЯ АНДРЕЕВНА / КАМПІОНИ»

Сторона 4: «сконч. 17го іюля 1888 года / 56ти летъ»

Таким образом, получается, что если смотреть на обелиск, имея перед собой надпись с именем погребенного, то годы жизни оказываются и с правой и с левой стороны (рис. 4 а, б). Составители «Московского некрополя» взяли даты с левой стороны, хотя логичнее было бы предположить, что памятник читается слева направо и годы жизни написаны с правой стороны от имени усопшего. Кроме того, если принять версию «Московского некрополя» и остальных более

поздних публикаций, то получается, что Александр родился в 1832 году, а его жена — в 1822 году, т.е. она старше мужа на 10 лет, а это было совершенно нехарактерно для того времени. Скорее, наоборот, в XIX веке очень распространены браки, когда муж значительно старше жены, в том числе среди иностранцев. Так, Сантино Кампиони был старше своей супруги Марии Антоновны на 26 лет [14, с. 172].

Помимо указанных соображений, нашлись также прямые подтверждения более ранней даты рождения Александра. В 1838–1842 гг. бывший дом графа А.К.Разумовского на Гороховом Поле перестраивался и приспосабливался под малолетнее отделение института обер-офицерских сирот Московского воспитательного дома. Для получения денег на ремонт здания распродавалась часть имущества. В 1838 году были проданы обои, зеркала и «резное золочение» [8, л. 49 об.]. За паркеты, шпингалеты, мраморные камины и живописный плафон давали слишком низкую цену, и они были оставлены на своих местах [8, л. 39]. В 1842 году к этому вопросу вернулись, было устроено несколько торгов, в результате которых «временно московский купец Сантин Петров сын Кампиони» купил 4 камина, 2 мраморных доски и к одному камину 8 бронзовых накладок, плафон же “работы итальянского живописца Виги, состоящий из пяти живописных картин и четырёх трофеев”, в конце концов, остался “за купеческим сыном Александром Сантиновичем Кампиони”» [8, л. 60 об., 62 об.]. В 1838 году из представителей семьи Кампиони в торгах принимали участие Сантин и его брат Николай, имени Александра Кампиони не упоминается. В 1842 году, напротив, не упоминается имени Николая, зато Александр Сантинович уже совершил покупку. Если бы Александр родился в 1832 году, то к моменту покупки ему было бы всего 10 лет. В таком возрасте его не могли допустить к торгам.

Кроме того, в 1848 году, через год после смерти отца он был избран оценщиком в Оружейную Палату, т.к. имел «хорошие познания по искусственной части как то: в мраморных, бронзовых и тому подобных вещах» [10, с. 151]. Об этом в «Материалах для истории московского купечества» есть подробная выписка, где прямо указывается, что «вышеозначенный же купеческий сын Александр Сантинович

Кампиони на сей 1848 год состоит при капитале матери его — 1-й гильдии купчихи вдовы Марии Антоновой Кампиони, объявленном ею после мужа ея, доставшемся ей по духовному завещанию; а ему А.Кампиони от роду 27 лет» [10, с. 151–152]. Если в 1848 году ему было 27 лет, то родился он в 1821 году. Дата смерти на памятнике обозначена следующим образом: «сконч: 4 января 1878 г / 56 ти лет». Неизвестно, в каком месяце он родился, но в начале января ему просто не успело исполниться 57 лет. Поэтому годом рождения Александра Кампиони следует считать 1821 год, и тогда получается, что это старший сын Сантина Петровича (не считая его первенца Пьетро, умершего в 1 год от роду в 1819 году, что известно по надписи на надгробном памятнике).

Унаследовав семейное дело, Александр успешно его продолжил. По архивным сведениям известно, что в 1863 году он занимался устройством каминов из белого каррарского мрамора в Большом Кремлёвском дворце в покоях Императрицы Марии Александровны, супруги Александра II [14, с. 180, прим. 43], а в 1866 году ему было даровано звание поставщика и исполнителя работ Императорского двора [3, л. 106–109]. Эти данные свидетельствуют о том, что мастерская Кампиони была известна и во второй половине XIX века. Следует признать, что Александр Кампиони был незаслуженно забыт в XX веке, и его деятельность нуждается в дальнейших изысканиях.

После смерти Александра в архивных документах пока не обнаружено упоминания о следующих владельцах мастерской, хотя встречаются отрывочные сведения о продолжении ее деятельности. Это может означать, что традиции одной из ведущих мастерских декоративного профиля не погибли после смерти ее последнего известного владельца. Таким образом, на пути дальнейших изысканий в архивах могут ждать новые важные открытия.

Библиография:

1. ГИМ ОПИ. Ф. 526. Оп. 1. Д. 137.
2. РГАДА. Ф. 1239. Оп. 3. Д. 46935.
3. РГИА. Ф. 472. Оп. 31. Д. 4/8.

4. ЦГА Москвы. Ф. 46. Оп. 2. Д. 818.
5. ЦГА Москвы. Ф. 46. Оп. 8. Д. 697.
6. ЦГА Москвы. Ф. 105. Оп. 7. Д. 3209.
7. ЦГА Москвы. Ф. 105. Оп. 9. Д. 2410.
8. ЦГА Москвы. Ф. 108. Оп. 1. Д. 96.
9. *Кузнецова Е.Г.* Зодчие и скульпторы усадьбы Кузьминки // Три века усадьбы Кузьминки / в 2-х т. Т. 2. — М., 2006.
10. Материалы для истории московского купечества. Общественные приговоры. Т. 5. — М., 1895.
11. Москва и Отечественная война 1812 г. В 2 кн. Кн. 2. — М., 2012.
12. Московская энциклопедия / гл. ред. С.О.Шмидт. Т. 1: Лица Москвы. Кн. 2 (И — М). — М.: Фонд «Московские энциклопедии», 2008.
13. Художники народов СССР: Биобиблиографический словарь / отв. ред. Т.Н.Горина. Т. 4, кн. 2. — СПб., 1995.
14. *Царёва С.М.* Итальянец Сантино Кампиони и его скульптурная мастерская в Москве // Архитектурное наследство. Вып. 56. / отв. ред. И.А.Бондаренко. — М.: КРАСАНД, 2012. — С. 168–182.
15. Varena seu Insula Nova: Miscellanea varennese. Tomo 7. — Mandello del Lario: Panizza, 1991.

С.В. Королева

ТВОРЧЕСКОЕ НАСЛЕДИЕ ВЛАДИМИРА КОРОЛЕВА. СКУЛЬПТУРА. ЭСКИЗНАЯ ГРАФИКА. ПАМЯТИ ОТЦА ПОСВЯЩАЕТСЯ

Статья посвящена творческому наследию тульского скульптора и резчика по дереву Владимира Королева. Рассматриваются его осуществленные работы: скульптурные композиции, декоративно-прикладная пластика, станковые портреты, а также изучается его поисковый и эскизный материал.

The article is dedicated to the creative heritage of Tula sculptor and woodcarver Vladimir Korolev. We consider it carried out the work: sculptures, decorative plastic easel portraits. Also studied his search and conceptual material.

Ключевые слова: творческое наследие, тульский мастер Владимир Королев.

Keywords: creative heritage, Tula master Vladimir Korolev.

Владимир Королев — многогранный тульский мастер, создававший художественные работы в разнообразных жанрах скульптуры; занимался декоративно-прикладной пластикой, а также выполнял станковые портреты. Причина его разностороннего интереса связана, в первую очередь, с обучением в пензенском художественном училище на скульптурном отделении и дальнейшей работой в качестве резчика по дереву в ЦКИБ СОО (Центральном конструкторско-исследовательском бюро спортивного и охотничьего оружия), поэтому во всем его творчестве прослеживается увлечение скульптурой, причем различными ее видами: декоративно-



Рисунок 1. Скульптурная композиция «Кони». Материал — дерево. Черный лак. В.Королев

прикладной пластикой, сувенирными изделиями, объемными тематическими композициями, рельефами и станковыми портретами. Основной вид деятельности Владимира Королева — художественная отделка ружей: ему приходилось заниматься обронной и плоской резьбой, контурной всечкой, инкрустацией и канфарением (матуаром). В своей работе В.Королев не ограничивался при выборе материала. Несмотря на то, что, в основном, ему приходилось иметь дело с деревом, он в своих работах часто использовал пластилин и глину. Что касается скульптуры, его привлекали различные темы: анималистические, изображения известных литературных персонажей, писателей, прославивших Тулу, а также фольклорные сюжеты. И, конечно же, он часто выполнял портреты близких ему людей.

Как известно, работа скульптора над любой тематической композицией или станковыми портретами представляет собой творческий процесс, сопровождающийся многочисленными поисками и эскизными набросками, поэтому В.Королев большое значение придавал карандашным и акварельным штудиям, благодаря которым фиксировал свои мысли и идеи. Его многочисленные карандашные эскизы можно классифицировать и разделить на определенные темы: портреты родных, эскизы для декоративных панно, сюжеты, связанные с фольклором и историей Тульского края и России (например, изображения богатырей, героев русских






Рисунок 2. Старец. Дерево. В.Королев
Рисунок 3. Портрет матери Королевой А.Ф. Материал — пластилин. В.Королев
Рисунок 4 Скульптура женской головы. Материал — глина. В.Королев
Рисунок 5. Детский портрет. Материал — пластилин. В.Королев

легенд и сказаний). Также среди набросков отца можно выделить темы материнства, эскизы композиций, прославляющих подвиги русских солдат во время Великой Отечественной войны, и темы, пропагандирующие мирное существование на Земле. Очень много в эскизных работах отца зарисовок детей и взрослых, городских и деревенских окрестностей — всего того, что окружало его на протяжении всей жизни.

Традиционно творческий человек перед созданием собственных произведений изучает опыт великих русских и европейских мастеров, перенимая их опыт. Так и В.Королев в своей подготовительной работе исследовал выдающиеся образцы скульптуры. К примеру, создавая свою скульптурную группу «Кони» (рис. 1), он подробно изучал историю искусств и ориентировался на классических мастеров. В этот раз он вдохновился скульптурой П.К.Клодта «Укрощение коней», входящей в ансамбль Аничкова моста в Санкт-Петербурге. Если П.К.Клодт в своей композиции передал идею покорения человеком стихийной природы, покорения стихии разумом, то В.Королев, заимствовав у выдающего скульптора идею стихийного движения одного из самых красивых животных, передал в своей работе, в первую очередь, красоту его тела, подчеркнув пластику вздыбленных коней. Несмотря на то, что деревянная композиция





Рисунок 6. Младенец. Материал — глина. В.Королев
Рисунок 7. Сувенирная композиция к памятной дате: 150-летию со дня рождения Л.Н.Толстого. Материал — дерево. 1978 г. В.Королев

отца намного скромнее грандиозного монумента П.К.Клодта по масштабу и по исполнению, она также впечатляет динамикой и проработанностью формы прекрасных животных.

На протяжении всей жизни, работая с деревом, В.Королев искал собственный пластический язык. На выработку его стилистической манеры повлияли самобытные произведения русского скульптора XX века С.Т.Коненкова, особенно его работы мифологического цикла, фантастические герои народных сказок и старцы. Следуя опыту русского мастера, отец также проявлял интерес к русскому фольклору и старался следовать в своем творчестве аналогичным задачам, что и известный скульптор. Во-первых, он стремился вписать силуэт персонажа в цельную деревянную форму. Так же, как и у С.Т.Коненкова, сказочные старички были слиты воедино со стволом дерева — отец искал такую форму своим старцам, чтобы они полностью вписывались в деревянную заготовку. Во-вторых, благодаря особенностям резьбы по дереву, у него вырабатывался собственный пластический язык, выражавшийся в общей монументальности образа и декоративности (рис. 2).

Большой интерес В.Королев в своем творчестве проявлял к станковой скульптуре (рис. 3, 4, 5, 6), запечатлевая различные образы: детей и взрослых, близких и родных. Работая с небольшими масштабами, так называемой станковой пластикой, он учитывал ее особенности. Одно из основных отличий монументального






Рисунок 8. Эскиз портрета супруги. 1982 г. В.Королев
Рисунок 9. Портрет племянницы. Карандаш. В.Королев
Рисунок10. Наброски детей и взрослых
Рисунок 11. Наброски людей

искусства от станкового заключается в передаче нюансировки, индивидуальности портретируемого, конкретики образа, не отказываясь, конечно, при этом от целостного восприятия формы. В станковых портретах отца, особенно в изображении его матери А.Ф.Королевой (рис. 3), просматривается реализм и стремление передать индивидуальные черты женщины. Не стараясь приукрасить ее, он показал человека с истинными переживаниями и чувствами. Раскрывая образ своей матери в портрете, В.Королев постарался передать ее непростую судьбу, правдиво показал портрет русской женщины — одну из многих в нашей стране, переживших все тяготы Великой Отечественной войны.

Отец создавал сувенирную продукцию, посвященную известным тулякам. Одна их таких знаменательных скульптур была выполнена в 1978 г. и приурочена к памятной дате — 150-летию со Дня рождения Л.Н.Толстого (рис. 7). Декоративная скульптура была изготовлена В.Королевым на основе установленного в Туле пятью годами раньше (в 1973 г.) монументального памятника выдающемуся писателю (его авторы: скульптор В.И.Буякин и архитектор А.Н.Колчин). Деревянная скульптура в целом повторяет бронзовый оригинал. Также изображен идущий писатель, с привычно заложенной за пояс левой рукой и дорожным пледом в правой, каким его часто видели по пути в Ясную Поляну. Но есть и отличия. В бронзовом монументе фигура Л.Н.Толстого





Рисунок 12. Эскиз декоративного панно «Березка». Карандаш. В.Королев
Рисунок 13. Эскизы к сюжетам русского фольклора. Карандаш. В.Королев

помещена на низкий гранитный постамент, символизирующий близость писателя к народу. Но так как отец работал с небольшими масштабами, то были свои особенности, отличавшие декоративную пластику от монументального памятника. В отличие от монумента, одним из главных условий, которого является цельность образа и вписывание его в городской ансамбль, сувенирная композиция преследует иные цели. Во-первых, декоративно-прикладная пластика требует длительного разглядывания на близком расстоянии, поэтому большое значение уделяется нюансировке, появляется необходимость в дополнительной декоративности. В связи с этим, в своей композиции В.Королев дополнил существующую скульптуру писателя символическими элементами, что позволило обогатить художественное впечатление от работы. К примеру, чтобы увековечить памятную дату — 150-летний юбилей писателя, были добавлены объемные цифры: его год рождения — 1828 г. и 1978 г. — год юбилея. Также отец поместил на постамент несколько символичных предметов: книги (произведения писателя), лавровую ветвь и перо. Традиционно со времен Древней Греции лавровыми венками награждали личностей, демонстрирующих выдающиеся способности. Л.Н.Толстой — гордость не только Тулы. Он, вне сомнения, входит в число великих русских писателей, получивших всемирное признание. Книги и гусиное перо же — традиционные символы художественного слова.

Большое значение в своей творческой деятельности отец уделял эскизам, причем выполнял как кратковременные зарисовки прохожих на улице (рис. 10, 11), так и длительные рисунки близких (рис. 8, 9), стараясь запечатлеть их индивидуальный характер и настроение (к таким относятся эскизные портреты супруги и племянницы).





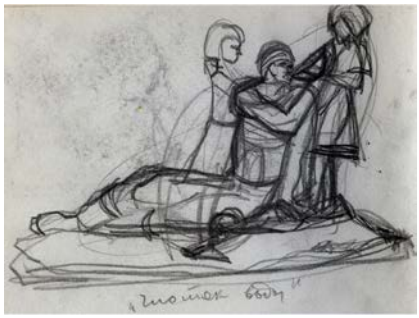


Рисунок 14. Эскизные композиции на тему «Материнство». В.Королев
Рисунок 15. Эскиз композиции на патриотическую тему памяти героев Великой Отечественной войны: «Глоток воды». Карандаш. В.Королев

В изображении прохожих он старался схватить сиюминутное впечатление от человека. Отец ограничивал себя во времени, выполняя эскизы в течение нескольких мгновений, одним росчерком карандаша, одной линией передавая характер человека. В быстрых натурных набросках выделяются зарисовки детей (гуляющих, играющих, читающих и т.д.) и взрослых (за работой и на отдыхе) (рис. 10, 11).

В.Королев создавал многочисленные деревянные панно и объемные скульптурные композиции на разнообразные сюжеты: литературные произведения по мотивам русского фольклора, памятные события, посвященные русским солдатам, героям Великой Отечественной войны, а также раскрывал в своих произведениях темы материнства и идеи мира на Земле (рис. 13, 14, 15, 16).

Темы русского фольклора всегда привлекали отца. Часто героями его композиций становятся гусляры, богатыри и другие литературные персонажи известных сказаний и легенд. Композиция «Березка» (рис. 12) создана по мотивам пьесы-сказки А.Н.Островского «Снегурочка». Среди фигур, изображенных на декоративном панно, можно с легкостью узнать пастушка Леля, играющего на свирели, а образы девушек напоминают известных персонажей пьесы: Снегурочку и Купаву. Композиционный строй построен на симметрии: три женские фигуры расположены в центре, чередуясь с изображениями берез, а мужские персонажи располагаются по бокам декоративного панно.

В.Королева можно отнести к мастерам классической русской

художественной и скульптурной школы. Создавая свои авторские работы, он, в основном, обращался к наследию русского искусства, скульптуры и литературы, вдохновлялся работами П.К.Клодта, С.Т.Коненкова и других выдающихся скульпторов и живописцев; придумывая сюжеты к своими декоративными композициями, зачастую обращался к литературным произведениям А.Н.Островского и Н.С.Лескова. В.Королев был патриотом своей страны и с уважением относился к ее истории, что напрямую отразилось в его творческом наследии.

Библиография:

1. *Елатомцева И.М.* Станковая скульптура. Понятие о жанрах / под ред. Г.И.Муромцева и Н.И.Крюковского. — Минск: Высшая школа, 1975. — 200 с.

2. *Калугина О.В.* Русская скульптура Серебряного века. Путешествие из Петербурга в Москву/ Ольга Вениаминовна Калугина. — М.: БуксМАрт, НИИ теории и истории изобразительных искусств Российской академии художеств, 2013. —336 с.: ил.

3. *Соколова Н.Д.* Искусство скульптуры: образовательная программа «Путь в изобразительное искусство»: учеб. пособие / Н.Д.Соколова; Мин-во образования и науки РФ, РГПУ им. А.И.Герцена, Мин-во культуры РФ, ФГУК «Государственный Русский музей», РЦМПиДТ. — СПб.: ГРМ, 2009. — 128 с.: ил.

Е.С. Графова

ФОРМИРОВАНИЕ СРЕДЫ СТУДЕНЧЕСКОГО КАМПУСА: ИСТОРИЯ И ТЕНДЕНЦИИ

В статье рассматривается современный опыт России и западноевропейских стран, где прилегающие к учебным заведениям территории представлены как рекреационная зона, место общественного досуга и предмет высокохудожественных дизайнерских и архитектурных решений.

This article examines the up-to-date experience of Russia and the West-European countries, where to the educational institutions adjoined areas are considered as a recreation area, social leisure time form and highly artistic designer and architectural treatment subject.

Ключевые слова: дизайн, дизайн городской среды, образовательная среда, народные художественные промыслы, Гжель, студент, вуз.

Keywords: design, design of the built environment, educational environment, folk arts and crafts, Gzhel, student; university.

В последнее время в России отмечена тенденция роста популярности ландшафтной архитектуры. Озеленение и благоустройство участка, прилегающего к архитектурному объекту, выступает важнейшим средством создания новой среды человека, на научном подходе учитываются проблемы экологии, эстетики, функциональности, целесообразности организации территории. Университетский кампус — это территория знаний, развития и совершенствования личности и, следовательно, стремление облагородить и сделать ее эстетически привлекательной, которое направлено на создание комфортного и эргономичного пространства, чистота и уют станут первым воспитателем растущей и развивающейся личности.

Студенты ежедневно испытывают нагрузки физического и интеллектуального характера, а потому им необходимость иметь комфортное, уютное, эстетически приятное и благоустроенное место для отдыха и снятия физического и эмоционального напряжения.

Современная университетская территория — сложный многосоставной механизм, складывающийся десятилетиями и даже веками. Часто это закрытый самостоятельно существующий организм, практически не нуждающийся в вовлечении во внешнюю среду. Многие ведущие университеты мира, доказавшие свою роль в образовательной сфере, имеют многовековую историю, которая так или иначе повлияла на внешний облик кампуса и его внутреннее устройство.

Старейший вуз Европы, Болонский университет был основан в 1088 году. Среди его известных выпускников три папы римских, Николай Коперник, Франческо Петрарка и многие другие. Помимо главного исторического здания в Болонье, университет имеет представительства в различных городах Италии и мира. В его структуру входят четырнадцать крупных музеев различной направленности. Это и музеи искусств, и зоологический музей, геологический и минералогический музеи, ботанический сад и анатомический музей восковых фигур. Но самым ценным достоянием не только самого университета, но и мира является библиотека Болонского университета, основанная в 1605 году. Фонды библиотеки содержат чуть менее полутора миллиона томов, оригинальные произведения изобразительного искусства и древние манускрипты.

Именно университет определил во многом организацию инфраструктуры города. Среди достопримечательностей Болоньи — крытые галереи. Они появились, когда жители города, сдававшие жилье студентам, в погоне за прибылью стали расширять площадь своих домов, подпирая излишки колоннами. Университет долгое время не мог найти постоянного пристанища, и какое-то время образовательный процесс шел на площадях, улицах, кафе и храмах или попросту дома у преподавателей. С 1563 до 1805 г. университет располагался в Палаццо Аркиджиназио, сейчас здесь располагается библиотека, но в его амфитеатре до сих пор проводятся торжественные церемонии. На сегодня университет располагается в десяти различных зданиях, а еще одним явлением в жизни города стал студенческий квартал,

благоустройство которого подчас серьезно заботит местных жителей, всерьез обеспокоенных распространившимся в историческом центре такого молодежного явления, как граффити.

Оксфордский университет (University of Oxford) считается старейшим в Великобритании. Его историческое здание является красивейшим памятником архитектуры, выполненном в характерном для Великобритании готическом стиле. Колледжи университета, а их около сорока, давно стали объектами посещения для туристов. Еще один достойный внимания зрителя объект на территории Оксфорда — Ботанический сад, основанный еще в 1621 году. Здесь находится огромная коллекция растений со всего мира.

Массачусетский технологический институт (Massachusetts Institute of Technology) расположен в пригороде Бостона. Занимает лидирующие позиции в области информационных технологий и научно-исследовательской деятельности различных сфер науки. Один из интереснейших объектов комплекса зданий института — Центр компьютерных, информационных и интеллектуальных наук (Stata Center), построенный по проекту Фрэнка Гери — одного из крупнейших архитекторов современности, стоявшего у истоков архитектурного деконструктивизма, и является главной достопримечательностью института. Его причудливая форма концентрирует на себе внимание, изломы фасада и сочетания различных материалов отделки создают яркий и запоминающийся образ.

Не последнюю роль в организации и планировке территории университетских кампусов играет дизайн ландшафтной среды. Грамотный подход к озеленению территории обеспечивает не только визуальную привлекательность, но и отвечает за положительное психофизическое состояние человека.

В мировой исторической практике сложилось понятие «университетского сада». Еще в культурной традиции Древней Греции встречались сады гимнасиев, предназначенные изначально для физических упражнений, а позже ставшие местом для размышлений и ведения философских бесед.

В традиции Китая были распространены «сады ученых» или «литературные сады», создававшихся для отдыха, размышлений и интеллектуальной работы [4].

В России возникновение и развитие университетских садов восходит к так называемым аптекарским огородам, которые стали появляться в русском паркостроении в XVI–XVII столетиях. Некоторые из них были разбиты садоводами Западной Европы и, вероятно, планировкой и организацией парковых посадок походили на европейские ботанические сады.

Позже в Москве и Санкт-Петербурге стали устраиваться ботанические сады при университетах [2].

В уже упомянутом Оксфордском и других средневековых университетах Европы также сформировалась традиция организации университетских садов. По причине их расположения во внутренних двориках зданий они были достаточно небольшими и отличались регулярностью планировки.

С развитием ботаники и садоводства изменялись и расширялись функции ботанических садов при учебных заведениях. Они использовались и как территория для научных экспериментов и образовательных процессов, несли на себе эстетическую нагрузку, были фактически музеем под открытым небом, давали простор для проектировщиков парковых ансамблей и могли использоваться в качестве экспозиционных площадей. В современном образовании университетские сады продолжают выполнять большинство этих функций с учетом существующей динамики и тенденций.

Один из трендов последних десятилетий — организация вузов творческой направленности в типичных зданиях городской застройки, бывших промышленных помещениях: закрытых заводов, фабрик, на территории бывших складов, гаражей и производственных помещений. Заброшенные, потерявшие свою основную функцию постройки получают новую жизнь, примеряя на себя роль так называемой креативной недвижимости.

Так кампус легендарной школы моды Института Марангони (Istituto Marangoni London) расположился в здании бывшей текстильной фабрики в районе Лондона Шордич, ранее крупном промышленном районе, а ныне ставшем английским Монмартром.

Британская высшая школа дизайна в Москве расположена на территории популярного и модного в творческой среде Центра

дизайна ARTPLAY, который является местом притяжения креативной и развивающейся современной молодежи, архитекторов, дизайнеров и художников. Он занимает часть территории бывшей фабрики «Красная роза» — это типичное промышленное краснокирпичное сооружение начала XX века. Несмотря на отсутствие собственной прилегающей территории, местоположение знаменитой Британки характеризует и точно передает атмосферу творчества. Погружает в ритм и настроение современного искусства. ARTPLAY, как и другие популярные арт-кластеры Москвы, все чаще задает тон, оживляет и восстанавливает городское пространство.

Схожий подход в освоении новых территорий показал и вуз с почти двухсотлетней историей — Московская государственная художественно-промышленная академия имени С.Г.Строганова. Один из выставочных залов академии расположился в подвале нового корпуса. В соответствии с архитектурными особенностями нового пространства, сложилось и его название STROGANOV GALLERY (ТОННЕЛЬ). Эта площадка предназначена, в основном, для экспонирования объектов современного искусства.

Старейший и ведущий университет России Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова основан в 1755 году. Университетский комплекс насчитывает более шестисот различных сооружений, а общая площадь составляет 1 млн. квадратных метров. Долгое время главный корпус университета являлся самым высоким зданием Москвы. В структуру МГУ входят библиотеки, медицинские центры, школа-интернат, несколько музеев. Здание МГУ давно стало одним из символов столицы.

Нельзя не отметить и уникальность Гжельского государственного университета. В 2015 годы по результатам мониторинга деятельности государственных образовательных учреждений высшего профессионального образования Гжельский государственный университет признан эффективным вузом. Он занял первое место среди вузов Московской области.

Гжельский государственный университет имел все предпосылки для своего появления и развития. Появление образовательного учреждения в месте исторического бытования народного художественного

промысла — путь естественный и даже традиционный для России. Благодаря системе государственной поддержки, на протяжении XX века в промысловых центрах возникали ремесленные училища. Это была естественная потребность для развития промысла — непрерывное формирование профессионально подготовленных кадров. Сложившаяся система госзаказа обеспечивала будущее мастерам, которые покидали стены училищ. Вербилки, Федоскино, Гжель, Богородское… — эти названия стали брендом и знаком качества, они плотно ассоциируются с традиционными промыслами, все эти местности представляли собой слаженную и добротную систему, механизм, в котором все элементы соподчинялись и напрямую зависели друг от друга. Однако далеко не все промысловые центры и учебные заведения смогли пережить исторические и экономические изменения конца XX века [3]. Вербилковское училище фактически прекратило свое существование, училища в Федоскино и Богородском не смогли сохранить свою самостоятельность и были преобразованы в структуры, подчиненные Высшей школе народных искусств. Гжельский государственный университет прошел путь от рисовального класса Строгановского художественно-промышленного училища, открытого в 1898 году, до образовательного учреждения высшей ступени образования. В структуру университета включен колледж, дающий возможность получения среднего профессионального образования. Налажено активное международное сотрудничество.

Сейчас университет имеет мощную производственную базу для изготовления различных видов керамических изделий, богатый экспонатами музей декоративно-прикладного искусства. На прилегающей территории расположены общежития и столовая.

Следует отметить и уникальность местонахождения Гжельского государственного университета — это не бурно и динамично развивающаяся городская среда, а исторически сложившаяся сельская местность, имеющая свои индивидуальные особенности и специфику, которые, несомненно, влияют на общую проектную культуру ландшафтного формообразования. При разработке дизайн-проектов по дальнейшей организации территории университета необходимо учитывать характер местности, ее архитектурную традицию. Студенческий городок, несомненно, будет и дальше

развиваться, и благоустройство его ландшафтно-архитектурной среды должно способствовать формированию положительного имиджа учебного заведения, привлечению абитуриентов, а, главное, созданию максимально благоприятных и комфортных условий для образовательной деятельности.

Рассмотрев несколько совершенно противоположных по своим характеристикам университетов, можно сделать вывод, что студенческий кампус является сложноорганизованной структурой. Независимо от того, насчитывает ли история университета несколько столетий или несколько лет, проектировал его здание зодчий эпохи Ренессанса или креативный архитектор современности, цель любого вуза одна — высокий уровень образования.

При грамотно благоустроенной, функциональной территории университетского кампуса, организации экспериментальных площадок, выставочных павильонов, создании комфортной среды развивается творческая и научная деятельность студентов университета, повышается общий культурный и профессиональный уровень обучающихся, формируется позитивный, привлекательный облик образовательного учреждения.

Библиография:

1. *Бунина О.А., Тяско И.Ю., Борисова М.В., Гейнц О.Л.* Специфика организации ландшафтно-архитектурной среды территории Ставропольского госуниверситета вокруг нового корпуса // Современные проблемы науки и образования. — 2012. — № 3. — С. 365.

2. *Коляда Е.М.* Университетские сады в европейской культуре: история и перспективы развития // Труды СПбГУКИ. Т. 192. — 2012. — Вып. 4. — С. 77–84.

3. *Лужков Ю.М., Линович С.М.* Искусство, которое нельзя потерять. Народные художественные промыслы России: расцвет, упадок, перспективы возрождения. — М.: ОАО «Московские учебники и Картолитография»; ЗАО «Народные промыслы России», 2009. — 176 с.: ил.

4. *Сокольская О.Б.* История садово-паркового искусства. — М.: ИНФРА-М, 2004. — 350 с.

Стор И.Н., Коржуева А.Р.

ИСТОКИ ЗНАКОВЫХ ГРАФИЧЕСКИХ СИСТЕМ НА ОДЕЖДЕ И ПРЕДМЕТАХ БЫТА

В статье проанализированы истоки знаковых графических систем на одежде и предметах быта. Древние знаки и символы в одних случаях имели строго определенное место на одежде и предметах быта, другие знаки были в значительной степени автономны от носителей и могли переходить с предмета на предмет, превращая их в охранно-защитные обереговые комплексы; подобные знаки можно назвать универсальными. К таким универсальным знакам можно отнести архетипические знаки-символы, возникшие в эпоху палеолита – ромб (квадрат), круг, треугольник, которые отражали представления первобытных людей о мироздании и являются сложными понятийными комплексами, несущими укорененный в первобытной культуре сакрально-мифологический смысл. Древнерусские языческие знаки-символы являются «памятью» истории народа; раннесредневековые знаки и символы служат основой современной национально-государственной символики, поскольку они отражают историю государственного строительства, включая государственный герб России.

In article sources of sign graphic systems on clothes and household items are analysed. Ancient signs and symbols in one cases took strictly certain place on clothes and household items, other signs were substantially autonomous from carriers and could pass from a subject regarding, turning them into security and protective charms complexes; it is possible to call similar signs universal. It is possible to carry the archetypic signs symbols which have arisen during paleolith era to such universal signs – a rhombus (square), a circle, a triangle which reflected ideas of primitive people of the universe and are the difficult conceptual complexes bearing

the sacral and mythological sense implanted in primitive culture. Old Russian pagan signs symbols are “memory” of history of the people; early medieval signs and symbols form a basis of modern national and state symbolics as they reflect history of the state construction, including the State Emblem of Russia.

Ключевые слова: символ, знак, орнамент, культовые символические знаковые изображения, амулеты, обереги, славянская языческая культура, ромб, круг, треугольник, квадрат, солярные символы, ВХУТЕМАС, БАУХАУЗ.

Keywords: symbol, sign, ornament, cult symbolic images, amulets, talisman, slavonic pagan culture, rhombus, circle, triangle, square, solar symbols, VKHUTEMAS, Bauhaus.

Символические знаковые изображения, повторяемые на протяжении тысячелетий на памятниках материальной культуры - постройках, надгробиях, утвари, одежде и переходящие от одного поколения к другому, проявляют поразительную устойчивость изобразительных форм. Эти символические знаковые изображения, силуэты которых были тщательно “отточены” многократными тысячелетними повторениями, применяемые в народном декоративно-прикладном искусстве вплоть до XX века, изначально имели совершенно определенное смысловое значение и являлись “дописьменным” способом фиксации различных понятий и представлений.

Посредством символических изображений люди стремились передать потомкам жизненно важную по их представлениям информацию, в результате чего эти символы приобретали значение “родовой памяти” и служили связью для членов человеческого сообщества.

В истории культуры условные графические знаки - символы имели различное значение: знаки самоидентификации личности и первобытных сообществ, культово-сакральное значение, знаки собственности, знаки авторства и т.д.

Однако, устойчиво бытовавшими, получившими широкое

распространение, переходившими из тысячелетия в тысячелетие, и в ряде случаев из одной этнической общности в другую, были культовые знаки, передававшие систему религиозных воззрений первобытных сообществ. С течением времени смысл этих знаковых изображений оказался забыт, и они стали восприниматься как орнамент [1, с.7].

Графическая символика древности, включающая в себя архаичные знаки-символы - графемы, идеограммы и руны, геометрические, зоо- и антропоморфные символы представляет собой в совокупности целостную знаковую систему, передающую мифологические и религиозные представления наших далеких предков. Посредством расшифровки семантики изобразительных символов ряду исследователей удалось сформулировать систему культовых представлений людей далекого прошлого.

Сущность работ А. Голана [1] и Б.А. Рыбакова [2, с. 90] - в расшифровке древней знаковой символики и реконструкции религиозных мировоззренческих систем, понятия которых выражались системой изобразительных знаков-символов. А. Голан доказал, что в эпоху неолита существовала общая религия для всего ареала раннеземледельческих культур Передней Азии и Юго-Восточной Европы, основными божествами которой были "... богиня неба и бог Земли, а также их дети: бог произрастания, бог-благодетель, братья-близнецы и их сестра - богиня Солнца. Образы этих божеств, многогранные и яркие, были в той или иной степени восприняты последующими мифологиями и религиями" [1, с.12].

Исследования Б.А. Рыбакова позволили реконструировать дохристианскую языческую религию древних славян как систему религиозно-мифологических представлений благодаря тому, что элементы языческих мировоззрений глубочайшей древности сохранились в крестьянской среде России вплоть до XIX века, а кое в чем - и до начала XX века [2, с.3].

Условные знаки-символы в первобытных религиях "... играли роль магических формул, являлись графически зафиксированными молениями, обращенными к высшим силам. С течением времени их значение переосмысливалось в связи с изменениями культовых представлений. ...Изучение древних символов помогает раскрытию

“доисторической истории” народов, т.е. истории той отдаленной эпохи, о которой нет письменных данных и о которой мы можем судить лишь по дошедшим до нас вещественным остаткам ,по обрывкам легенд, по данным языка и антропологии. Дело в том, что культовая символика - весьма стойкий элемент культуры. Изменяются обычаи, одежда и другие формы материальной культуры, но символы сохраняются тысячелетиями, претерпевая лишь некоторую трансформацию, а иногда и вовсе без изменений. В условиях большой устойчивости бытового уклада во времена, предшествовавшие становлению цивилизации, эти мотивы традиционно передавались и тщательно воспроизводились из поколения в поколение” [1, с.8].

О “родовой” связи орнамента с культовыми символическими знаковыми изображениями, несущими сакральный смысл, говорят многие исследователи. “Когда первоначальный смысл древних графем был забыт, эти изображения продолжали применяться как необходимые, хотя и не отдавая себе отчет, в чем, собственно, состоит их необходимость. Служа сигналами ,вызывающими положительный рефлекс эстетического чувства, они стали восприниматься и применяться как украшение”, - говорит А. Голан [1, с.7].

Наделение орнаментальных форм магическим смыслом было обусловлено спецификой первобытного мышления, для которого магические обряды считались необходимым компонентом жизни и средством воздействия на действительность, и культовые обряды считались столь же необходимыми, как и сам труд [1, с.7].

В эпоху палеолита, которая донесла до нас следы развитой орудийной деятельности, остатки кострищ, захоронений и росписи пещер в местах расселения, сложился набор коммуникативных приемов, существенным компонентом которого были изображения, именуемые сегодня “знаковыми комплексами” или “знаком”, которые первоначально служили средством связи между членами человеческого сообщества, обмена информацией между ними [3, с.17].

Первобытное общество формировало специфику знаковых форм - как зрительные, звуковые, тактильные, обонятельные, вкусовые и т.д. средства коммуникации - общения людей между собой.

Важнейшей функцией первобытных знаков была сигнальная

функция, выполнявшая оперативную функцию оповещения соплеменников о грозящей опасности. Позже знаки стали выполнять функцию закрепления, хранения и трансляции информации, т.е. передачи ее от человека к человеку, от племени к племени, от поколения к поколению.

“Демонстративная функция” знаковых форм способствовала формированию максимально наглядного и броского обозначения социальных ролей различных индивидуумов в первобытном сообществе, она предполагала “максимально оперативную и наглядную передачу от субъекта к субъекту, от субъекта к общности, от общности к субъекту или от общности к общности содержательного информационного массива данных. Демонстративность представляет собой развертку исходной сигнальной функции знаковых средств. Воздействие сигнала “точечно”, мгновенно. Оно требует немедленной поведенческой реакции” [3, с.19].

Известный социопсихолог К. Юнг называет инстинктивный процесс использования разнообразных знаковых средств для выделения индивидуума из среды ему подобных - “самоидентификацией” [4, с.207].

Параллельно с самоидентификацией в первобытном обществе формируется процесс “самопрезентации”, что выражается в демонстративном предъявлении сообществу своего отличия от других посредством особенностей раскраски тела, прически, одежды и украшений.

С развитием культуры “самоидентификационная” и “самопрезентативная” функции знаков обретают тенденцию к символизации.

В эпоху палеолита явление символизации означает наделение знаков или предметов дополнительными смыслами, в первую очередь сакральными (т.е. священными), как результат ментального постижения окружающего мира - реального и “сверхъестественного”, под которым понималось влияние “высших” грозных сил природы, помощь в борьбе за жизнь с особями животного мира и т.д.

Целям индивидуальной защиты первобытных людей от невидимых грозных сил служили “амулеты” и “обереги”, которые прикреплялись

на тело, одежду, включались в головной убор или прическу. Мистическая вера в амулеты и обереги как силу, оберегающую от различных напастей - дурного глаза, неудач на охоте и рыбной ловле и т.д., побуждала первобытных людей демонстрировать их перед сообществом.

Индейцы племени черноногих изображали на своей одежде символы духов, которых они считали “тайными помощниками” и на помощь которых они надеялись в жизни [5, с.218].

Сущность символа, его генезис проявляется с особой силой в первобытных ритуалах - коллективных демонстративных акциях, призванных свидетельствовать о верности определенного сообщества традициям и заветам предков, искреннем служении невидимым высшим силам с применением различных символических сакральных предметов - фетишей, чурингов, различных культовых изображений.

Некоторые ритуалы производились узким кругом избранных - жрецами, другие ритуалы – были публичными, для всех членов первобытного сообщества.

По мнению известного исследователя В.Н. Топорова, ритуал - это “своего рода парад всех знаковых систем (естественный язык, язык жестов, мимика, пантомима, хореография, пение, музыка, цвет, запах и т.п.), никогда и нигде более не образующих такого всеобъемлющего единства” [6, с.18].

Ритуал - это “...самопрезентация первобытного коллектива перед сакральностью мироздания. В то же время это укоренение в культуре процессов символизации” [3, с.21].

Именно в ритуалах можно увидеть истоки синтетического воздействия разнообразных знаковых средств, позже развивающиеся в различных массовых обрядах и акциях - карнавалах, шествиях, демонстрациях, а также разнообразных видах искусства - театре, кино, телевидении, дизайне рекламы - в рекламных акциях, фестивалях, презентациях.

В России в различных губерниях - Архангельской, Вологодской, Смоленской, Рязанской, Курской, Тамбовской и т.д. праздничные одежды крестьянок отличались как конструкцией элементов костюма, так и характером орнамента.

Существенную роль в консолидации архаичных сообществ играли родовые и племенные “тотемы”. “Тотем” - слово из языка индейцев “аджибве”, означающее буквально “его род”.

Тотемы являются основой глубинного, укорененного в первобытной культуре исторического происхождения множества изобразительных символов - изображений различных животных, растений и птиц, вошедших в “золотой фонд” западно-европейской, а позже российской геральдики, являющихся элементами ремесленнических эмблем, купеческих меток, других видов маркирования изделий и товаров; современного товарного знака.

В первобытном обществе были заложены основы атрибуции власти, посредством применения сакральных символов, позднее нашедших отражение в смысловых компонентах воинской, княжеско-боярской и дворянской символики, в государственной геральдике.

В социальной иерархии первобытного общества знаки как сакральные символы применялись для выделения правителей и их приближенных из среды “простых смертных”, которые постепенно превращались в устоявшиеся знаково-символические комплексы, приобретавшие статус “незыблемой традиции”. Важнейшим носителем знаково-символического комплекса, выделяющим правителей и их приближенных из среды “подобных” стал костюм и его аксессуары.

Костюм в истории культуры помимо чисто утилитарных и эстетических функций стал выполнять функции знаково-семантического комплекса идентификации индивидуумов в социальной иерархии. Причем в развитии культуры отмечается “...параллелизм процессов, опирающийся на социально-психологическую глубинную общность ответвлений рода человеческого, будь то аборигены Северной или Южной Америки, Африки, Австралии, Азии или ранней поры становления европейской цивилизации” [3, с.24].

Знаково-репрезентативная символика выделения правителей и “властных структур” в первобытном обществе в процессе перехода родоплеменных сообществ к государственному типу объединений сформировалась в комплексы атрибуции власти, включающие: корону, бармы (оплечья, украшенные драгоценностями), скипетр, державу, печати, гербы, флаги, гимны.

Современные парламенты оперируют также комплексами государственной символики - гербами, флагами, гимнами.

Знаковой символикой оформляются современные национальные праздники и шествия, церемониалы передачи властных полномочий; встречи и проводы почетных гостей; международные спортивные состязания, Олимпийские игры.

В ряде случаев символами государственной власти являются комплексы правительственных зданий и улиц. Например, Кремль, Белый дом, Капитолий, Пентагон, Елисейский дворец, Вестминстер, Букингемский дворец, Даунинг-стрит, Уолл-стрит и т.д.

Политики в XX-XXI веках стали активно использовать атрибуты государственной символики в имиджевых целях во время предвыборных кампаний. Например, Р. Рейган заворачивался в национальный американский флаг на манер римской тоги. То есть флаг трансформировался в политический рекламный костюм - плакат.

Орнамент Б.А. Рыбаков называет “овеществленным заговором”. “Когда человек покидал свой дом-крепость, то овеществленные заговоры, как можно назвать орнамент, должны были быть перенесены на одежду” [2, с.766]. Одежда, особенно женская, была насыщена орнаментальной символикой, отражающей языческое миропонимание.

Верхняя часть одежды - головной убор - олицетворяла небо и включала изображения солнца и птиц. Названия славянских головных уборов связаны с названиями птиц: “сорока”, “кокошник” (от “кокоши” - курицы), “кичка” (утка). Рясны - декоративные ленты, спускающиеся от головного убора к груди - олицетворяли дождь.

Вышивки на рубахах и поневах являлись символами засеянного поля. Изображения ящеров на концах поясов было символом “нижнего мира”. Специальные амулеты-обереги в виде женских украшений, на которых встречаются изображения хищных зверей, по представлению древних славян были охраной от упырей и навий, охраной от зла.

Орнаментальная символика, олицетворяющая микрокосм человеческого быта - дом, одежда, украшения, отражала макрокосм

мира в его нераздельном целом, в языческом понимании. Однако, орнаментальная символика древнего славянского язычества не была направлена только на охрану от разлитого в мире зла.

Основная обрядность и связанная с ней орнаментальная символика были направлены на то, чтобы воздействовать на силы неба, земли и воды, воспринимавшиеся как благожелательные, с целью обеспечения урожая.

Структура макрокосма по представлению древних славян делится на три части: небо, землю и подземный мир. Основные божества славянского язычества - Мокошь - богиня земного плодородия, Волос - бог земли предков и богатства, Лада - богиня весны и свадеб, Дажьбог - бог "белого света" и солнца, Перун - бог грозы и покровитель воинов. Архаичный Род - божество, олицетворявшее слитность всех божеств Вселенной. Стрибог - "бог-отец", он же Сварог, то есть "Небесный".

Культ Рода и рожениц в славянской языческой культуре означал идею плодородия. Этот культ был многозначным и отражал как культ божеств, помогающих роженицам; культ божеств, способствующих урожаю, культ божеств, способствующих плодовитости промысловых зверей и домашнего скота.

С термином "роженицы" связаны мифы охотничьих народов о "двух небесных хозяйках" - полуженщинах-полулосихах, рождающих всех лосей и оленей на потребу людей и лесных зверей.

Аграрно-магический аспект уподобления женщины, рождающей нового человека, земле, рождающей новый урожай, отражен в культуре земледельческого неолита и энеолита.

Трипольские женские статуэтки украшены символическим орнаментом - "плодородия" - квадратом с точками - знаком засеянного поля.

Ромбический орнамент, возникший в эпоху верхнего палеолита, наделялся первобытной культурой магическим смыслом - пожеланиями удачи и различных благ, успешной охоты ,сытости, обилия и плодородия.

Ромбо-меандровый орнамент, возникший в эпоху верхнего палеолита, применяемый первоначально в татуировках, сохранился

в процессе перехода к производящему земледельческому хозяйству и в период от неолита до бронзового века - период энеолита, покрывал женские глиняные статуэтки и различные предметы утвари.

Мотивы ромбо-меандрового орнамента, наделяемого первоначально магическим смыслом, “лосей и оленей”, рожениц, рождающих “оленцов малых”, позже, в XVII-XIX веках применяются в русской народной вышивке ,ткачестве, резьбе и росписи по дереву.

Древние символы, знаки и орнамент в одних случаях имели строго определенное место на одежде человека и предметах быта, другие знаки и символы были в значительной степени автономны от носителей и могли переходить с предмета на предмет, превращая их в охранно-защитные обереговые комплексы, которые можно назвать «универсальными».

К таким универсальным знакам можно отнести архетипические знаки – символы, возникшие в эпоху палеолита – ромб, круг, треугольник и т.д., которые отражают представления первобытных людей о мироздании и являются сложными понятийными комплексами, несущими укорененный в различных культурах сакрально-мифологический смысл.

Синкретизм и мифологичность первобытного сознания наделили эти знаки сложнейшими мировоззренческими понятиями, что превратило их в универсальный язык символов, доживший до наших дней.

Ромб, квадрат, круг, треугольник применяются на одежде и объектах всей сферы окружения человека. Примечательно, что треугольник встречается как часть круга, ромба и квадрата, а иногда применяется отдельно, как самостоятельная форма.

Самым древним каноничным знаком является ромб – квадрат, возникший в эпоху палеолита – более 20 тысяч лет до нашей эры.

Ромбовидные или ромбо-меандровые орнаменты встречаются у народов на всех континентах Земли.

О символике ромба – квадрата как знака плодородия и плодовитости и ромбо-меандрового орнамента писали многие исследователи (А. Голан [1], А.Б. Рыбаков [2, 7, 8, 9, 10], А.К. Амброз [11, 12], В.И. Бибикова [13] и др.).

В.И. Бибикова убедительно доказала, что ромбы, ромбо-меандровый орнамент и серии параллельно идущих зигзаговых линий являются сознательным воспроизведением первобытными людьми естественного «облика» мамонтовой кости, ее природного «коврового» узора на костяных изделиях из Мезинской позднепалеолитической стоянки на Черниговщине. В.И. Бибикова трактует ромбический орнамент как выражение «представлений о мощи, силе, благоденствии», связанных с мамонтом – символом силы, источником пищи и благоденствия [13, с.3-8].

Характерно, что ромбическими изображениями были покрыты главные священные предметы палеолитических ритуальных обрядов – знаменитые «венеры» из бивня мамонта, печатки для татуировки тела в эпоху неолита, трипольские глиняные статуэтки, вышитая одежда древних народов Европы.

В земледельческой культуре ромб оброс отростками по углам (ромб с крючками) и стал выражать идею растительного плодородия. Варианты «ромба земледельческого» достаточно полно описаны А.К. Амброзом [10].

«Но древний ромбический символ палеолитических охотников про-должал жить не только в земледельческой среде; он известен нам и у древних охотников и скотоводов. Здесь он превратился не в ромб с отростками, а в некоторое подобие мальтийского креста: ромб или поставленный косо квадрат, к углам которого извне примыкают своими вершинами четыре треугольника. Ромб крестовидный встречается географически от Испании до Кавказа, а хронологически – от бронзового века и скифов до этнографических материалов (в скотоводческих горных районах) XIX века» [7, с.93].

Четыре сомкнутых квадрата с точками внутри каждого означал первоначально «засеянное поле». Хронологически этот знак, являющийся узором – идеограммой, встречается в культуре энеолита, трипольской земледельческой культуре.

Образцы ромбовидного и ромбо-меандрового орнамента на предметах религиозного культа и бытовых предметах представлены на илл.1-3.

Смысловое содержание ромба, ромбо-меандрового узора, ромба-

квадрата прошло сквозь тысячелетия и осталось тем же, чем оно являлось в эпоху палеолита. Ромб, ромб-квадрат, ромбо-меандровый узор являются символом удачи, блага, успешной охоты и сытости, обилия и плодовитости.

Круг в эпоху палеолита был символом Великой богини – хозяйки неба – подательницы дождя и плодородия, и в результате неурожая – источником болезней и смерти.

Антропоморфные сосуды эпохи неолита, украшенные линиями – вертикальными прямыми, зигзаговыми или волнистыми – символизируют образ Великой Богини неба, которая ведает дождем [14, с.112-123]. Имя Великой Богини неба – Кали – до сих пор в Индии считается мифической владычицей мира, а в грузинском языке обозначает «женщину». С именем Великой Богини Кали, очевидно, связаны славянские слова: колос, колесо (Kolo), калач, кулич – пасхальный кекс круглой формы. Хлеб считался детищем Великой Богини неба и Бога Земли – супруга Богини неба, Бога преисподней, покровителя земных водных источников. Локализуясь в небе, Великая Богиня представлялась вместилищем для влаги, в связи с чем сосуды для воды ассоциировались с ее образом. в Индии и в настоящее время сосуд ассоциируется с женским началом, в Библии по отношению к женщинам употребляется выражение «немощный сосуд». В эпохи неолита и бронзы сосуды делались в виде уподобления женской фигуре; отверстия сосудов были круглой формы, а круг был с эпохи палеолита символом Великой Богини неба.

С именем Великой Богини неба Кали связано ностратическое «Kolâ», что означает «круглый». Великая Богиня неба была покровительницей брака, отсюда, очевидно, происходит выражение «браки заключаются на небесах» и семантика обручального кольца, имеющего круглую форму.

К числу предметных аксессуаров Великой Богини неба относились венец и корона, также круглой формы [1, с.13-14].

М. Кениг в статье, посвященной семантике некоторых палеолитических символов, показал, что в эпоху верхнего палеолита символ в виде круга с точкой в центре обозначал небо, где точка мыслилась «пупом» или «глазом» неба [15, с.146-154].

Изображение символа неба в виде концентрических окружностей привело к пониманию того, что небо имеет несколько кругов или ярусов [1, с.18]. В связи с тем, что круг был священным символом Великой Богини неба, место, на котором совершалось богослужение, очерчивалось кругом. У восточных славян языческие святилища представляли собой круглые в плане открытые площадки.

Слова церковь, Kirche, church происходят от греческого Kirkos, латинского слова circus, что означает «круг».

Поскольку Великая Богиня неба считалась властительницей жизни и смерти, ее образ и основной символ – круг играли большую роль в погребальных ритуалах: круг-кольцо являлось часто основной формой погребальных сооружений.

Каменные круги, выложенные на поверхности Земли над погребениями 3-2 тыс. лет до новой эры, известны на Кавказе и в Сибири. «Круглую форму в плане имеет грандиозное погребальное сооружение кургана Арсхана в Туве диаметром 120 м, относящееся к 8 в. до н.э.» [1, с.20].

А. Голан считает, что диск с лучами или без лучей начинает служить символом солнца только с эпохи энеолита и бронзы, а в эпоху палеолита и неолита круг является символом Великой Богини неба. В те же времена, когда круг или колесо стали символом солнца, в представлении первобытных людей Великая Богиня неба была заменена на Бога неба, который по своему происхождению являлся ипостасью Бога преисподней, который, поднимаясь в небо, совершал грозу. Поэтому колесо воспринималось символом Бога-громовержца.

У славян шестилепестковая розетка называется «громовым знаком», у древних римлян знак в виде окружности с шестью радиусами – «колесом Юпитера» [1, с.24].

Существуют древние изображения оленя или лося, несущих на спине эмблему солнца – диск на шесте - которая считается солярной, так как в мифах говорилось, что олень или лось переносит Солнце в его вечном круговороте.

К солярным символам относятся: диск на шесте; диск на шесте, окруженный точками; кольцо из точек, «завихренные» розетки как по часовой стрелке, так и в противоположную сторону. Иногда солнце

изображалось посредством спирали, как круг с точкой – «глаз-светило». Изображения солнца было связано с почитанием солнца как божественной сущности. С.А. Токарев пишет: «Совершенно несомненно, что это был именно народный земледельческий культ, что солнце почиталось как оплодотворитель земли и податель урожая» [16, с.112].

В литературе принято соотносить числа 12 или 6 – количество элементов внутри солярных знаков – с числом месяцев в году или полугодии. «Очень часто количество повторяющихся элементов в орнаменте солярного культа равно 12. Священное число 12 постоянно фигурирует в мифологических сказаниях, связанных с солнцем. Число 12 выступает в обрядовых действиях. Связанных с почитанием солнца. Во всех этих преданиях и обрядах нашло отражение деление года на 12 месяцев» [17, с.62].

В славянской культуре, начиная с эпохи энеолита, символика круга связана с почитанием солнца как источника живительного тепла.

Солнце в трипольском спиральном орнаменте было признаком неба, наряду с которым изображалась и луна. Солнце и луна в трипольском орнаменте использовались как показатели времени: день за днем, месяц за месяцем. Орнаментика трипольского сосуда отражала полный годовой цикл, а четыре солнца могли «говорить» о четырех солнечных фазах в году.

«Главной идеей энеолитического спирально-солнечного орнамента с его ритмичным многократным повторением бега нескольких солнц, с его мастерским показом непрерывности этого бега я считаю идею Времени», - писал Б.А. Рыбаков [7, с.199].

В славянской языческой культуре символами солнца были следующие изображения: круг, крест, крест в круге, круг с восьмилепестковой или шестилепестковой розеткой. Круг с шестилепестковой розеткой, аналогично «колесу Юпитера» – кругу с шестью спицами, был полисемантичным. Он являлся «громовым знаком», выражал также идею солнца и идею «белого света», всей Вселенной – идентичные понятию Рода – божества, господствующего, по представлению древних славян, над всей Вселенной.

«В славянской деревянной резьбе верховенство Рода подчеркнуто помещением его символа на высоких местах: на щипце кровли, над стенами, а внутри домов – на потолочной матице – сволоке. Иногда на деревянных «полотенцах», спускающихся от верха кровли, помещалась, как на прялках, сложная композиция из нескольких солнц, как бы бегущих по небосводу, а центральное место занимало «колесо Юпитера», символизирующее белый свет», - пишет Б.А. Рыбаков [7, с.456].

В истории изобразительного искусства круг является символом совершенства, вечности, законченности, заключает в себе одновременно идеи постоянства и динамизма, статики и динамики.

Для неоплатоников круг является воплощением Бога и неограниченным центром Космоса, так как круг и иногда сфера – геометрические фигуры без четкого начала и конца, они являются универсальными формами, а также объектами, изначально заключающими в себе гармонию.

Динамизм изображению круга иногда придавали рисунки лучей, крыльев, языков пламени. Что особенно видно в шумерской, древнеегипетской и мексиканской иконографии. Концентрические круги обозначают Небеса и небесные иерархии, например, ангельские хоры в искусстве Возрождения.

Китайский символ «инь-янь» представляет собой круг, разделенный S-образной линией на два цвета, в центре каждого из которых – маленький кружок противоположного цвета, символизирующий взаимосвязь мужского и женского начал в природе.

В буддийской традиции – в мандале – круг вписан в квадрат, что символизирует переход из материального мира в духовный. В христианской традиции квадрат, вписанный в круг, означает небо, объемлющее землю. В христианских храмах, имеющих в плане квадрат, крест или прямоугольник, круглые своды и купола несут небесную символику [18, с.176-178].

Треугольные формы являются составляющими многих символических каноничных композиций. Треугольник является графическим выражением священного числа три – «средоточия целостности». Число три – одно из самых часто встречающихся

чисел-эмблем не только в символике, но и в различных религиях, мифологии, сказках, где приметы-поговорки: «Бог троицу любит», «Третий раз – удачный» имеют очень древние корни.

Христианская доктрина Троицы соединяет в едином Боге – Отца, Сына и Святого Духа. Тот же принцип мы видим в других культурах: индуистской Тримурти (Брахма – творец, Вишну – хранитель и Шива – разрушитель); египетских Триадах: мемфисской (Птах – Сехмет – Нефертум), Осириса (Осирис – Изида – Гор), фиванской (Амон – Мут – Хонсу), персидской (дух Ормузд Мудрый – добрая мысль Ваху Мано – совершенная справедливость Аша Вахиста). В греческой культуре – три древнегреческих правителя Мира – братья Зевс, Посейдон и Гадес, чьими атрибутами были тройная молния, трезубец и трехголовый пес Цербер. Известны три великих Бога инков – солнце, луна и ветер. В Китае число три – символ святости, законности, почета и утонченности. В Японии почитают три «священных сокровища» – зеркало, меч и драгоценный камень.

Пифагор считал число три числом гармонии, а Аристотель – числом законченности, так как оно имеет начало, середину и конец [18, с.375].

Известно, какое значение придавалось идее троичности в школе пифагорейцев. Закон всеобщей троичности, сформулированный Пифагором, заложил прочную основу для классификации наук. «Подобно тому, как мировая троичность сосредотачивается в единстве бога, так и человеческая троичность сосредотачивается в самопознании и воле, в которых все способности тела, души и духа сливаются в едином живом существе. Человеческая и божественная троичность, заключенная в Монаде, образует священную Тетраду» [19, с.259].

Треугольник является одним из наиболее мощных и универсальных символов в истории культуры. Равносторонний треугольник является мужским и солнечным знаком, олицетворяющим «божество, огонь, жизнь, сердце, гору и восхождение, благополучие и королевскую власть. Перевернутый треугольник – возможно, более древний знак, - женский и лунный символ, представляющий Великую Мать, воду, плодовитость, дождь, божественную милость» [18, с.373-374].

Для изображения Троицы в истории культуры применялись различные символы, в том числе и треугольные: треугольник, композиции из трех треугольников, из трех кругов, в пересечении которых образовывается треугольник, трехдужник, трилистник и фигура, образующая Y-образную форму.

Идею триединства Троицы выражали также композиции из трех рыб и трех зайцев, формирующих в целом треугольную форму, а также пентаграмма, известная под названиями «пентакль», «пентагль» и «пентальфа», последняя так названа потому, что содержит пять букв «альфа», имеющих треугольную форму [20, с.160].

Пересекающиеся треугольники, образующие гексаграмму, символизируют союз противоположностей.

Квадрат, связанный с символикой числа «четыре», воплощает идеи равновесия и упорядоченности Космоса, идею Совершенства. Число четыре – это число организации, число «порядка». Число четыре явилось первым средством ориентации человека во времени (утро, день, вечер, ночь; весна, лето, осень, зима) и в пространстве (юг, север, восток, запад).

Символика солнечного культа отражала четыре фазы солнцестояния и равноденствия.

Число четыре является священные в буддистском учении: четыре главные истины, четыре основные Заботы, четыре духовных Пути. Четыре Жилища Будды, связанных со сторонами света.

В индуизме священные письмена Шастры делятся на четыре класса.

В христианской религии число четыре играет также ведущую роль: имя Бога состоит из четырех букв (YHVH), крест имеет четыре конца, существуют четыре евангелиста – Марк, Иоанн, Лука и Матфей. Четырьмя небесами правят четыре ангела – Михаил, Рафаил, Гавриил и Уриил.

Квадрат, являясь совершенной фигурой, символизирующей постоянство, закладывается в основание христианских церквей как воплощение стабильности. Квадрат является древним знаком земли.

Если в эпоху палеолита и мезолита символом Великой Богини неба был круг, то символом неолитического Бога земли был прямоугольник [1, с.32].

Квадрат является наиболее «стабильной» формой, применяемой в качестве символа по сравнению с «динамичными знаками» – кругом, спиралью, крестом, треугольником.

Все перечисленные универсальные архетипические знаки-символы – ромб, круг, треугольник, квадрат – в какой-то степени взаимосвязаны между собой. Два треугольника можно получить, разделив квадрат по диагонали, круг можно вписать в квадрат, кругом можно описать квадрат, о чем было сказано выше. Ромб состоит из двух треугольников, квадрат тоже можно получить из сложения двух треугольников.

По Пифагору, числа три и четыре взаимосвязаны. При сложении чисел три и четыре получается число семь, которое означает «соединение человека с божеством» [19, с.26].

Пифагорейцы считали число четыре священным. Если сложить четыре с заключающимися в нем числами, то получается священное число десять (4+3+2+1=10) или тетраксис.

Можно привести множество других примеров эзотерического обоснования различных сочетаний чисел и выражаемых этими числами геометрических форм, но в любых вариантах мы будем встречать числа три и четыре и формы в виде треугольника и четырехугольника.

В сочетании с кругом они образуют множество вариантов графического выражения религиозных и научных доктрин, не потерявших своего значения и успешно применяющихся в современном мире.

Круг, треугольник, квадрат – это универсальные архетипические знаки, хорошо «читаемые» на расстоянии, легко запоминающиеся, являющиеся основой всех современных знаковых систем.

Понимание генезиса современных символов – ключ к осознанию основ рекламного графического дизайна, в том числе в сфере текстильной и легкой промышленности.

Не случайно, при зарождении методики преподавания современного европейского графического дизайна, графические упражнения с кругом, треугольником и квадратом легли в основу специальной художественной пропедевтики в целом ряде европейских стран на рубеже XIX-XX вв. и в начале XX века (Художественно-промышленные школы, ВХУТЕМАС, БАУХАУЗ и др.).

Именно в первобытной культуре следует искать истоки знаковости костюма в целом и истоки применения знаков на костюме, столь активно «эксплуатируемые» современной рекламой в условиях массового промышленного производства изделий текстильной и легкой промышленности с последней трети XX века во всем мире.

Библиография:

1. *Голан А.* Миф и символ. – М.: Русслит, 1993. – 375 с.
2. *Рыбаков Б.А.* Язычество Древней Руси. – М.: Наука, 1988. – 784 с.
3. *Рыбаков Б.А.* Знаки собственности в княжеском хозяйстве Киевской Руси X-XII веков.// Советская археология. – М.-Л., 1940, №6.
4. *Юнг К.Г.* Психология бессознательного. – М., 1994. - 317 с.
5. *Шульц Дж.* Ловец орлов. – М., 1991. – 91 с.
6. *Топоров В.Н.* О ритуале. Введение в проблематику. Архаический ритуал в фольклорных и ранне-литературных памятниках. – М., 1988. – С.7-60.
7. *Рыбаков Б.А.* Язычество древних славян. – М.: Наука, 1994. – 608 с
8. *Рыбаков Б.А.* Космогония и мифология земледельцев энеолита.// Советская археология, 1965, №1. – С.35-36.
9. *Рыбаков Б.А.* Макрокосм в микрокосме народного искусства.// Декоративное искусство СССР, 1975, №1. – С.30-33, 53.
10. *Рыбаков Б.А.* Происхождение и семантика ромбического орнамента.// В кн.: Сб. трудов Научно-исследовательского института художественной промышленности. Вып.5. – М., 1972. –С.127-134.
11. *Амброз А.К.* О символике русской крестьянской вышивки архаического типа.// Советская археология, 1966, №1.
12. *Амброз А.К.* Раннеземледельческий культовый символ («ромб с крючками»).// Советская археология, 1965, №3.
13. *Бибикова В.И.* О происхождении мезинского палеолитического орнамента.// Советская археология, 1965. №1. – С.3-8
14. *Gimbutas M.* The gods and goddesses of Old Europe. – Los Angeles, 1974.
15. *König M.E.P.* Die Symbolik der urgeschichlichen Menschen. – Symbolon, B.d. 5. Basel, 1996.

16. *Токарев С.А.* Религиозные верования восточно-славянских народов XIX- начала XX веков. – М.-Л., 1957. – 164 с.

17. *Даркевич В.П.* Символы небесных светил в орнаментике Древней Руси.// Советская археология, 1960, № 4.

18. *Тресиддер Д.* Словарь символов. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 1999. – 448 с.

19. *Шюре Э.* Великие посвященные. Очерк эзотеризма религий. – Калуга, 1914. – 419 с.

20. *Бесчастнов Н.П.* Агиттекстиль. // Декоративное искусство СССР, 1986, №2, с.48-49.

С.В. Мкртчян

ПОЗНАВАТЕЛЬНО-ПРЕОБРАЗУЮЩЕЕ ЗНАЧЕНИЕ АССОЦИАТИВНОЙ ИДЕНТИФИКАЦИИ ПРОЕКТНОЙ ИДЕИ В ДИЗАЙНЕ

В статье рассматривается вопрос ассоциативной идентификации проектной идеи как воображаемой модели предмета с целью оценки ее жизнеспособности в реальных социально-культурных ситуациях. Рассматривается роль ассоциативной идентификации, имеющей в дизайнерском творчестве глубокий профессиональный смысл, связанный со специфическим пониманием места творчества дизайнера в общественной практике и с творческим переживанием как его собственных, так и социокультурных особенностей и черт, характеризующих данное общество. Ассоциативная идентификация характеризуется как отношение, связывающее одновременно творческие ассоциации дизайнера с предметом деятельности и проектную идею как результат этой деятельности — с реальной потребительской ситуацией и средовыми условиями.

In the article the issue of associative identification of the project idea as an imaginary model of an object with the purpose of assessing its viability in real socio-cultural situations is considered. The role of associative identification in design creativity has a profound professional meaning associated with a specific understanding of the creator's creativity in public practice and the creative experience of both his own and socio-cultural characteristics and the features that characterize this society. Associative identification is characterized as an attitude that links creative associations of the designer with the subject of activity and the project idea, as a result of this activity, with the real consumer situation and environmental conditions.

Ключевые слова: дизайн, идентификация, идентичность, ассоциации, ассоциативная идентификация, проектная идея.

Keywords: design, identification, identity, association, associative identification, project idea.

Актуальность рассмотрения проблем идентификации и идентичности в дизайне обусловлена выходом дизайна за рамки традиционного формотворчества и проникновением в самые разные, порой неожиданные и до настоящего времени не являвшиеся объектами дизайнерского воздействия сферы. Проникновение дизайна в разные сферы общественной практики сопровождается переплетением дизайнерской методики с методиками других дисциплин. Расширение поля профессионального воздействия дизайна не влечет за собой размывание его сущности как универсального вида проектно-художественного творчества, активно внедряющего в различные области жизни эстетически и функционально эффективные формы — материальные, ментальные, духовные.

Однако интенсивное внедрение дизайна практически во все сферы общественной жизни актуализирует и вновь ставит перед дизайнером ряд жизненно важных задач. Все чаще дизайнеры задаются вопросами: кто они и какое значение имеет их профессия в разных сферах общественной жизни; где границы, определяющие поле деятельности дизайна; как определиться в разных сферах общественной практики, не растворяясь и сохраняя свое профессиональное, творческое лицо. Особо важным представляется вопрос о субъективности проектного творчества и внедрении результата творчества дизайнера в установившиеся социальные и общественные ситуации. Все эти вопросы можно свести к теме идентификации дизайнерского творчества и профессиональной идентичности самого дизайнера.

«Идентификация» и «идентичность» — понятия, широко изучаемые в социологии, психологии, в социальной психологии, математике, химии и в других науках, в которых даются содержательные характеристики этих понятий, адаптируется их понятийный смысл в зависимости от сферы применения [1, с. 49–53]. Рассмотрение этих

понятий в дизайне представляется очень важным в силу его специфики как области одновременно научно-практической и художественно-творческой деятельности. Проблема места и роли идентификации и идентичности в становлении дизайнера как субъекта профессиональной деятельности требует широкого и глубокого рассмотрения. Однако формат данной статьи не позволяет коснуться всех сторон вопроса, поэтому в статье затрагивается лишь одна частная сторона вопроса, а именно — ассоциативная идентификация воображаемой модели — проектной идеи с целью оценки ее жизнеспособности в реальных социально-культурных и средовых ситуациях.

Во избежание возникновения путаницы, необходимо отметить, что термином «ассоциативная идентификация» пользуются в разных областях, в том числе в области сетевых и компьютерных технологий, т.е. и как способом поиска и обнаружения информации по какому-либо признаку, и как способом представления мультимедийной информации в компьютере 2], поэтому в дизайне термин «ассоциативная идентификация» необходимо рассматривать не с позиции строгой фиксации общепринятого смысла, а с точки зрения сферы его функционирования — в данном случае, сферы дизайна, где он выступает как содержательно-смысловое двухкомпонентное образование, построенное по принципу синергической связи разных понятий («ассоциации» и «идентификации»), «…при препарировании которых эффект от совместного действия больше, чем сумма эффектов этих понятий при их независимом функционировании» [3].

В дизайне понятие «ассоциативная идентификация» используется для обозначения отождествления предмета или предметной среды в целом с реальными или представляемыми предпочтениями человека, связанными с его этнической принадлежностью, культурными взглядами, социальным уровнем, а также с политическими, экономическими и идеологическими характеристиками общества. Ассоциативно воспринимая, интерпретируя и идентифицируя предметное окружение, человек отождествляет социально-культурные, функциональные, эстетические и др. параметры предметной среды со своими представлениями о культурной и эстетической ценности предмета или предметной среды. В дизайне

понятие «ассоциативная идентификация» употребляется для описания целостности и разносторонности восприятия человеком предметного окружения. Ассоциативная идентификация реализуется в процессе идентифицирующего поведения человека посредством эмоционально окрашенного переживания своей тождественности с диктуемыми предметной средой культурными, эстетическими ценностями и поведенческими потребительскими требованиями.

Ассоциативную идентификацию в дизайнерском творчестве можно характеризовать как идеализированное отождествление дизайнером результата своего творчества с актуальными требованиями реальной действительности. В стремлении к идентификации результата своего творчества отражается, как дизайнер воспринимает, характеризует и переживает самого себя в роли творца, преобразующего окружающий мир. Ассоциативная идентификация — это средство осмысления ассоциативного значения, которое дизайнер присваивает предмету и которое потребитель идентифицирует как результат его творчества. В дизайнерском творчестве ассоциативная идентификация рефлексивна, служит источником мотивации и выступает как знание, опосредованное опытом дизайнера.

Ассоциативная идентификация поддерживает некоторые процессы, необходимые в дизайнерском проектировании [4]. Это, во-первых, процесс сопоставления разработанного дизайнером предмета, его функционального, композиционного, образного значений с существующими социально-культурными условиями. Во-вторых, процесс нахождения места и установления значимости предмета в коммуникационной системе «предметная среда — потребитель» и, в-третьих, процесс определения логичности формального решения предмета в соответствии с его функциональным значением в существующем предметном окружении. Ассоциативная идентификация происходит на основе ассоциативного сходства или различия ассоциативного значения предмета со сходным, дополнительным или противоположным значением другого предмета. Она определяет, что есть этот предмет и какое место занимает его ассоциативное значение в содержательной структуре предметной среды. Если предмет ассоциативно идентифицирован, то его

ассоциативное значение (проектная идея) гармонично вписывается в содержательную структуру предметной среды. Ассоциативная идентификация установлена, если потребитель локализует его как функционально целесообразный и содержательно оправданный элемент предметной среды посредством присвоения ему тех же признаков идентичности, которые вложены в предмет в качестве ассоциативного значения (проектной идеи) и которые он признает для себя или объявляет сам.

Ассоциативное значение (проектная идея) предмета становится актуальным, когда в результате ассоциативной идентификации проектная идея как новая трактовка, новое формальное, композиционное, образное решение известного предмета и объявленное потребителем ассоциативное значение совпадают. Следовательно, ассоциативная идентификация — это одновременная реализация двух процессов. Внедрить новую дизайнерскую разработку в установившуюся предметную среду — значит вписать ее в функциональную, стилистическую, образную структуру предметной среды и одновременно локализовать ее, демонстрируя новизну и оригинальность разработки. Идентифицировать разработанный предмет для дизайнера подразумевает одновременный процесс внедрения предмета в средовую ситуацию и выделение (иногда противопоставление) его отличающих черт.

Ассоциативную идентификацию предмета можно рассматривать с трех структурно связанных позиций, каждая из которых выступает как составляющий элемент этой структуры.

Познавательная составляющая ассоциативной идентификации основана на обнаружении актуального значения предмета, его функционального назначения и эстетической ценности и включает в себя взгляды и принципы, которых придерживается дизайнер относительно того или иного элемента предметной среды. Эмоциональная составляющая проявляется в процессе отождествления или различения эстетических качеств предмета с этнокультурными представлениями и социальными убеждениями человека. Поведенческая составляющая отражает специфику зависимости деятельности дизайнера от предметного окружения. В дизайнерской

деятельности структурные элементы ассоциативной идентификации вычленяются по-разному — это и ассоциативное восприятие дизайнером предметного окружения, т.е. то, как он ассоциативно соотносит предмет с социально-культурным состоянием общества; и ассоциативная интерпретация, т.е. как он ассоциативно осваивает и подстраивает смысл разрабатываемого предмета под социально-культурные параметры общества; и, наконец, это оценка дизайнером того, как потребители воспринимают и оценивают специфику его деятельности — идентифицируют результаты его творчества [5].

Параллельно процессу ассоциативной идентификации предмета дизайнеру приходиться идентифицировать саму предметную среду, куда должен вписаться этот предмет. Значение ассоциативной идентификации отчетливо проявляется в процессе функционирования предмета в разных средовых условиях, где предмет, как правило, приобретает разные ассоциативные значения, количество которых ограничивается разнообразием предметно-содержательных ситуаций и контекстов среды, в которые вовлечен предмет. Множественность ассоциативных значений, требующих идентификации и со стороны дизайнера, и со стороны потребителя, придает процессу ассоциативной идентификации методическое значение, и поскольку ассоциативное значение может быть связано с разными характеристиками предмета (формой, функцией, материалом, конструкцией, стилем, образом), то и ассоциативная идентификация как метод познания и освоения предмета происходит на основе этих характеристик, проявляющихся в качестве ассоциативных значений.

Благодаря ассоциативному восприятию, интерпретации и идентификации дизайнер получает возможность ориентироваться на образы предметов, которых в данный момент нет в реальности и которые существуют лишь в его воображении. Учитывая всевозможные социальные позиции и ситуации, контексты и отношения в среде, он выходит за рамки данной реальности, перемещается во времени и в пространстве в воображаемое будущее, ассоциативно моделирует возможные ситуации и ассоциативно идентифицирует свои проектные идеи соответственно этим ситуациям. В этом процессе проявляется внутренняя структура

дизайнерского творчества. Прежде чем стать достоянием общества в форме материализованного объекта, проектная идея должна быть ассоциативно идентифицирована в воображении дизайнера и демонстрировать значение этой идеи и ожидания, ассоциирующиеся с поведенческой ролью потребителя относительно будущего предмета. Но ассоциативная идентификация не ограничена ожиданиями, ассоциируемыми с поведенческой ролью человека из отдельно взятой потребительской аудитории, а складывается под влиянием более широкой социальной структуры и на основе индивидуальных личностных особенностей самого дизайнера. Ассоциативная идентификация, во-первых, — процесс и, средство, в которых выработано и закодировано содержание проектной идеи, во-вторых, — способ апробации на проектном уровне ценности проектной идеи, в-третьих, — содержательная информация, обеспечивающая коммуникативную связь с существующим предметным окружением и потребителем.

Ассоциативная идентификация основана на системе представлений дизайнера о средовых ситуациях и контекстах, о структуре и особенностях потребительской аудитории и социальных групп. Эту систему можно представить как состоящую из трех уровней структуру. Первый уровень — имплицитный, предполагающий неявно выраженные, интуитивные представления о функциональной и эстетической ценности предмета; второй — неоспоримые, основанные на профессиональном опыте предположения и гипотезы, вытекающие из реальности и реагирующие на реальность; третий — эвристический уровень, основанный на совокупном знании методологических правил для решения поставленной задачи и достижения проектной цели. Эти структурные уровни тесно связаны.

Идентифицируя предмет, дизайнер обеспечивает устойчивое восприятие его образа в изменчивых социальных и средовых ситуациях. Если мы рассмотрим значение предмета как совокупность идеализированного (проектная идея), объективного и актуального значений [6], проявляющуюся в различных социальных ситуациях и контекстах среды по-разному, то сразу становится заметным значение ассоциативной идентификации как средства,

способствующего внедрению разработанного предмета в ту или иную средовую ситуацию и при этом ориентированного на ту или иную составляющую совокупного значения предмета.

Сущность ассоциативной идентификации заключается в том, что она, основываясь на точке зрения дизайнера на результат своего творчества как на предполагаемый необходимый элемент, занимающий определенную позицию в социальных ситуациях и контекстах среды, корректирует процесс формирования проектной идеи, при этом подсказывая соответствующие данной ситуации оценочные позиции, коммуникативные условия и актуальное значение предмета. Для идентификации проектной идеи дизайнер всегда оперирует множеством признаков объекта (формой, конструкцией, материалом, образом, стилем), из которых один или несколько становятся исходной позицией формирования проектной идеи. Индивидуальный, авторский набор признаков организовывается в систему, наиболее характерным аспектом которой является иерархическая упорядоченность с точки зрения субъективных, индивидуальных предпочтений дизайнера для ассоциативной идентификации предмета. Однако эта иерархия субъективных предпочтений дизайнера не всегда является определяющей доминантой в ассоциативной идентификации проектной идеи. Ведь если бы это было так, то дизайнеры пользовались бы субъективно сформированным, стандартным набором признаков для идентификации проектной идеи для всех случаев жизни. В действительности же социальные ситуации и контексты среды часто принуждают дизайнера к выбору таких признаков предмета, которые не являются значимыми в его понимании ассоциативной идентификации. Нередко факторы, связанные с определенной кратковременной социальной ситуацией или контекстом среды (например, событийный контекст), способствуют тому, что менее важные признаки и значения предмета становятся доминирующими для идентификации. Поэтому возможны два аспекта ассоциативной идентификации, основанные на двух позициях восприятия и интерпретации социальной ситуации и контекста среды — когнитивной и нормативной. В первом случае для ассоциативной идентификации дизайнер оперирует субъективными представлениями и понятиями, которые формируются

в процессе творческого переживания и постижения поставленной проектной проблемы и способствуют приобретению знаний для дальнейших действий. Во втором случае дизайнер основывается на уже сформированных, соответствующих профессиональным традициям стандартах и нормах. Легитимация этих аспектов осуществляется главным образом через позицию дизайнера в социальном и особенно в профессиональном пространстве. Как и все представители художественно-творческих профессий, дизайнер нуждается в признании и поддержке своей творческой позиции. Признание и поддержка предполагают определенные процессы социально-коммуникативного обмена, определенные социальные отношения и взаимодействия, которые подтверждали бы ценность творческой позиции и персонифицировали эту позицию. Однако в процессе ассоциативной идентификации творческая позиция дизайнера часто вступает в противоречие с реальностью, в результате чего дизайнеры сталкиваются с проблемами выработки стратегии, необходимой для поддержки своих творческих взглядов и легитимации своих проектных действии. Проектной идее всегда нужно легитимироваться как со стороны дизайнера (автора идеи), так и со стороны потребительской аудитории, и важнейшим способом здесь является ассоциативная идентификация этой идеи. Дизайнер, связывающий себя с определенной творческой позицией, строит на этом проектную стратегию, которую он стремится ассоциативно идентифицировать с существующей социальной и потребительской ситуацией. Идентифицируя проектную стратегию, он определяет, как соотносятся в этой стратегии внешние (требования общества) и внутренние (творческая позиция) факторы и какую степень социальной ответственности он готов взять на себя, внедряя свои проектные идеи в жизнь. Формируется уровень самооценки как результат позитивной идентификации в доминирующей социальной ситуации и контексте среды.

В связи с этим ассоциативная идентификация предполагает разные поведенческие схемы дизайнера, выражающихся в форме когнитивно-персонифицированных стратегий для выработки проектной идеи, ее внедрения и адаптации, преобразования, приспособления или

отчуждения в случае не позитивной идентификации. Если проектная идея не идентифицируется и не адаптируется, возникает состояние диссонанса, требующее изменения и пересмотра этой идеи. Однако это редко случается, поскольку дизайнерская мысль всегда опережает действительность и устремлена в будущее. Поэтому, если в результате ассоциативной идентификации проектной идеи дизайнер целенаправленно стремится изменить социальную ситуацию или переосмыслить контекст среды, то он опирается на основные базовые элементы ассоциативной идентификации — на творческие ассоциативные образы и когнитивные выводы и предложения, которыми он обосновывает свои преобразующие действия. Тем самым он не только интегрирует и адаптирует проектную идею в существующую социально-культурную ситуацию, но и выступает как движущая сила, способная в определенных случаях своими действиями оказывать влияние на общественные процессы и на сознание людей.

В дизайнерской деятельности ассоциативная идентификация является идеальным отождествлением проектной идеи дизайнера и в результате, продукта его творчества с характеристиками среды и социальными и потребительскими параметрами общества. При этом она ориентирована на предполагаемое идентифицирующее поведение представителей этого общества и выступает одним из механизмов творческого освоения социальной и средовой реальности, лежащего в основе творческих изысканий дизайнера, сопровождающихся осознанием самого себя, определением своих отношений с предметным миром и соотнесением своих профессиональных принципов со структурой этих отношений в противовес импульсивным, сиюминутным проектным действиям.

Таким образом, ассоциативная идентификация — это отношение, связывающее одновременно творческие ассоциации дизайнера с предметом деятельности и проектную идею как результат этой деятельности с реальной потребительской ситуацией и средовыми условиями. Ассоциативная идентификация для дизайнера имеет глубокий профессиональный смысл, связанный со специфическим пониманием места его творчества в общественной практике

и творческим переживанием как своих собственных, так и социокультурных особенностей и черт, которые характеризуют данное общество.

Значение ассоциативной идентификации в дизайнерском творчестве проявляется, во-первых, в процессе формирования проектной идеи, когда идентифицируются творческие позиции дизайнера и требования к проектной проблеме, определяются предполагаемые пути достижения проектной цели, соотносятся известные параметры и представления применительно к проектной проблеме и формируется концептуальная модель; во-вторых, когда вырабатываются воображаемые модели объекта, идентичные проектной идее, направленной или на непосредственное композиционное, образное, стилистическое преобразование среды, или на адекватную интеграцию предмета в средовую ситуацию.

Библиография:

1. *Аринушкина Н.С*. Об определении и типах идентичности // Мир психологии. — 2004. — № 2.

2. *Райбман Н.С*. Что такое идентификация? — М.: Наука, 1970.

3. *Мкртчян С.В*. О термине «бренд-дизайн»: понятийная структура и коммуникативный потенциал // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. — 2016. — № 2.

4. *Матусевич Е.В*. Культурная идентификация как процесс: теоретические и методологические аспекты современных исследований: диссертация ... кандидата культурологии: 24.00.01 / Моск. пед. гос. ун-т. — М., 2011.

5. *Кулахмедова Е.М*. Феномен массового искусства: идентификация в современной художественной культуре: диссертация ... кандидата философских наук: 09.00.04 / Моск. гос. ун-т культуры и искусств. — М., 2008.

6. *Мкртчян С.В*. Категория значения в современном дизайне // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА им. С.Г. Строганова. — 2016. — № 3.

Э.М. Глинтерник, Д.С. Иванченко

АКТУАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В АЙДЕНТИКЕ ОЛИМПИЙСКИХ ИГР XXI ВЕКА

В статье проводится анализ развития тенденций в айдентике Олимпийских игр начала XXI в. Развитие печатных технологий, расширение информационного пространства приводит к необходимости создания новой визуально-графической среды Олимпийских игр. На основе наблюдения за технологическими инновациями выявлены современные актуальные тенденции развития и совершенствования олимпийской айдентики, проанализированы принципы их появления.

The article analyzes the development of trends in the identity of the Olympic Games of the early 21st century. The development of printed technologies, the expansion of the information space leads to the need to create a new visual-graphic environment of the Olympic Games. Based on observation of technological innovations, the current trends in the development and improvement of Olympic identities are revealed, and the principles of their emergence are analyzed.

Ключевые слова: история дизайна, графический дизайн, этнодизайн, Олимпийские игры, динамичная айдентика.

Keywords: history of design, graphic design, ethnodesign, Olympic games, dynamic identity.

За последние сто с лишним лет проведения Олимпийских игр образовался внушительный корпус сопроводительных графических материалов. Начиная с конца XX века, человечество сделало огромный шаг в способах и формах передачи информации. Развитие

Интернета, мобильной связи, спутникового телевидения, социальных сетей упростило общение и получение информации. Вместе с тем, значительно увеличилась интенсивность информационного потока, возросла потребность в визуальной идентификации любого крупного международного события, в том числе и такого, как Олимпийские игры.

Современное изменение коммуникационного поля, появление новых медианосителей, изменение способов и, главное, изменение форм общения с потребителем, изменило и подходы к созданию единой корпоративной идентификации крупнейшего спортивного события. Айдентика является основой коммуникации любого бренда, и современные Олимпийские игры не исключение. В обширном комплексе графических форм и принципов построения визуальной коммуникации, объединенных общей художественной идеей, начиная от официальной эмблемы игр и заканчивая талисманами, используется многообразный круг средств: визуальные образы, слоганы, графические пиктограммы, дизайн среды, униформа сотрудников, волонтеров и пр.

В связи с этим, просматривается проблема эстетического анализа особенностей визуализации Олимпийской символики, ее становление как продукта деятельности дизайнера-графика. В настоящей статье мы рассмотрим основные и актуальные тенденции в айдентике Олимпийских игр XXI века, взяв за основу ее главные элементы: эмблему, спортивные пиктограммы, общее цветовое решение. Объектом исследования стала визуальная идентификация летних и зимних Олимпийских игр в период с 2000 по 2016 г. Это формирует следующий круг вопросов, подлежащих изучению и систематизации: проведение сравнительного анализа Олимпийской айдентики различных лет; описание основных художественно-графических характеристик, используемых в айдентике Олимпийских игр; выявление устоявшихся принципов формирования Олимпийской символики.

Олимпийские игры в XXI веке начались в Сиднее в 2000 г. Начиная с них и заканчивая 2016 годом — в Рио-де-Жанейро, прошло девять (пять летних и четыре зимних) Олимпиад. Айдентика всех прошедших игр отображает те или иные тенденции в современной практике графического дизайна.

Одной из главных тенденций в айдентике Олимпийских игр XXI



Рисунок 1.
Официальная эмблема XXVII летних Олимпийских игр (SOOC'00, 2000 г.)



Рисунок 2.
Официальная эмблема XIX зимних Олимпийских игр (SLOOC'02, 2002 г.)

века является обращение к этнокультурным мотивам. Подобное можно было наблюдать в дизайне игр еще с середины XX века, но самые яркие, характерные, а главное — цельные, были созданы в начале нынешнего столетия. Не в последнюю очередь эта тенденция обусловлена необходимостью создания положительного имиджа страны-организатора Игр во всем мире. Такую тенденцию в айдентике можно обозначить термином «этнодизайн». Как отмечает в своей работе Д.Г.Черных, «под этнодизайном мы подразумеваем дизайн-продукт, выполненный при помощи стилизации этнокультурных мотивов. Необходимое условие его создания — наличие такого объема знаний о традиционной культуре, которое позволяет проектировщику, во-первых, идентифицировать исторические артефакты в их социокультурном контексте, во-вторых, используя профессиональные навыки, специальное образование, творческий потенциал, техническое оснащение, создавать новый визуальный образ, осознавая свою социальную ответственность перед обществом» [1].

За четыре года до открытия Сиднейских игр миру была продемонстрирована официальная эмблема, получившая название «Атлет тысячелетия» [2, с. 67]. Эмблема состоит из нескольких элементов. Это стилизованная фигура атлета, изображенная в традиционных для этого континента красках и содержащая такие легко узнаваемые элементы австралийской культуры и истории, как бумеранг и силуэт Оперного театра Сиднея (рис. 1). Цвета эмблемы символизируют землю, воду и воздух. Создатель эмблемы

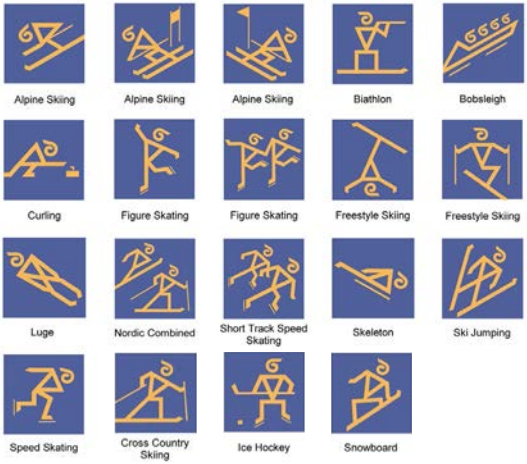


Рисунок 3. Спортивные пиктограммы XIX зимних Олимпийских игр (SLOOC'02, 2002 г.)

художник Майкл Брюс подчеркивал, что эмблема должна выражать всю страну и быть неотъемлемой частью Игр. Олимпийские игры в Сиднее совпали с рубежом тысячелетий, и символ Олимпиады явился образцом современного австралийского дизайна, объединившего в себе культуру прошлого и будущего [3, с. 215]. Фигуры спортсменов на пиктограммах, разработанные компанией «Saunders Design», также состоят из трех элементов, но нижний элемент у всех фигур имеет форму бумеранга. Стиль пиктограмм был напрямую связан с официальным символом Игр.

Эмблема зимних игр в Солт-Лейк Сити 2002 г. представляла собой снежинку, в которой сочетались три цветных части, каждая из которых обладала собственным значением. В верхней изображался Олимпийский огонь, представляющий храбрость спортсменов. Дизайн средней части был основан на изображении плетеной ткани покрывал американских индейцев, что, по замыслу, отражало культуру западного региона. В нижней использовалось изображение заснеженного горного хребта, что вызывало ассоциации с контрастным пустынно- гористым ландшафтом штата Юта (рис. 2).

Пиктограммы, использовавшиеся во время Игр в Солт-Лейк Сити, были созданы на основе различных вариантов железного клейма, характерных для коренного населения американского Запада (рис. 3).

Они обозначали для зрителей виды спорта, площадки и различные предоставляемые услуги. Дизайн пиктограмм был основан на эмблеме Игр, хоть и не напрямую. Толщина линий и углы наклона в 30 градусов повторяли расположение и толщину линий в хрустальной эмблеме. Для этих зимних Игр использовалась характерная цветовая палитра, вдохновленная уникальным ярким ландшафтом штата Юта. Разнообразие его форм, от льдистых заснеженных горных вершин на севере до грубых каньонов красного камня на юге, вызвало страстный интерес к этой земле со стороны жителей и гостей.

Оригинальный подбор цветов нашел воплощение в доминирующем в Солт-Лейк Сити сюжете «Зажги огонь внутри себя». Вся печатная продукция, включая путеводители и программки, начиналась и оканчивалась ледяными оттенками на обложке, в глубине содержания окрашиваясь в огненные цвета. Площадки для состязаний были окружены баннерами, цвет которых менялся от прохладного к горячему по мере ускорения движения спортсменов. На подходе к площадкам зрители наблюдали изменения в цветографическом оформлении декораций — ближе к месту проведения соревнований цвета теплели, символизируя, тем самым достижение «Внутреннего огня» [4, с. 207].

Эмблема летних Олимпийских игр 2004 г. в Афинах была выбрана по результатам проведения международного конкурса, и ею стал венок из оливы. Этот символ оказался напрямую связан с четырьмя основными ценностями, заявленными на играх, — наследие, участие, торжество, человечность — в характерном греческом воплощении. Идея наследия связана с венком из оливы, поскольку тот вручался в качестве приза победителю Олимпийских игр в античности. Также оливковое дерево является священным растением и символом древнего города-государства Афины. Наконец, оливковая ветвь представляет классический Олимпийский идеал миролюбия. Венок имел форму открытого круга, призывая человечество присоединиться к общему делу, к Олимпийскому образу жизни, через участие в крупнейшем на планете мирном состязании.

Такая открытая, динамичная форма соотносится с идеей мирового фестиваля, преодолевающего ограничения и различия. Рисунок был выполнен от руки в свободной манере, подчеркивающей





Рисунок 4. Официальная эмблема XXVIII летних Олимпийских игр (АООС'04, 2004 г.)
Рисунок 5. Спортивные пиктограммы XXVIII летних Олимпийских игр (АООС'04, 2004 г.)

роль человеческого фактора (рис. 4). Бело-голубая палитра символизировала греческие море и небо, намекая на текучесть и прозрачность воды и ясность Эгейского неба. Общая цветовая палитра всех элементов состояла из двадцати различных цветов. Выбор цветов был, в частности, обусловлен функциональными потребностями. Цвета должны были хорошо смотреться в телеэфире, поскольку им предстояло быть задействованными в элементах айдентики Игр.

Создатели спортивных пиктограмм для афинских игр вдохновлялись мотивами древнегреческой цивилизации. Простота человеческой формы связана со стилем статуэток с Кикладского архипелага. Художественная выразительность пиктограмм основана на стиле чернофигурной керамики (рис. 5). Фигуры, составляющие пиктограмму, отличались цельностью и отчетливо прорисованы на фоне, напоминающем фрагмент античной вазы [5, с. 319]. Еще один набор пиктограмм был создан с целью удовлетворения потребностей, связанных с навигацией и ориентированием во время афинских Игр. Хотя художественное их исполнение схоже со спортивными пиктограммами, тут оно более «официальное» и строгое.

В айдентике всех трех летних Олимпиад прослеживается влияние характерных этнокультурных мотивов регионов стран-организаторов.



Рисунок 6. Официальная эмблема XX зимних Олимпийских игр (Benincasa-Husmann, 2006 г.)

Во всех используется этнодизайн, но в различном стилевом решении. Так дизайн пиктограмм в играх в Сиднее и Солт-Лейк Сити полностью или частично опирается на дизайн эмблемы и общей цветовой палитры, в то время как в афинских Играх наблюдается отличие дизайна пиктограмм и эмблемы.

В айдентике следующих зимних Олимпийских игр в Турине в 2006 г. можно заметить некоторый отход от тенденции использования этнодизайна. На эмблеме изображен силуэт здания «Моле Антонеллина», символа Турина, который плавно переходит в изображение горы, окруженной кристаллами льда, на которой снег сливается с небом. Кристаллы переплетаются между собой, образовывая мозаичный рисунок в виде сети: сети новых технологий и вечного Олимпийского единства (рис. 6). Созданная дизайнерской фирмой «Benincasa-Husmann» в Милане, эмблема выражает ценности, лежащие в основе игр в Турине: город / культура и отношения между городом и природой, прозрачность (горы не являются препятствием, а являются воротами между Турином и остальным миром), драйв, дизайн, технологии и молодежь. Ключевой концепцией образа Турина 2006 г. была «Пьяцца» [«piazza», площадь], метафора, отражающая идеал смешения и общительности, характерный как для идеи Олимпийских игр, так и для итальянского стиля жизни. На площади традиция сосуществует с современностью, современное искусство смешивается с экономикой и т.д. Пьяцца — это место встречи олимпийских ценностей и итальянских черт: культура, стиль, инновации, еда и вино, спорт и окружающая среда. Спортивные пиктограммы Турина были первыми в олимпийской истории, которые не казались плоскими художественными символами, а были живыми и динамичными представлениями спортивных движений зимних Олимпийских видов спорта [6, с. 267].

Так, этнокультурные мотивы в дизайне этих Игр практически отсутствуют, хотя и выполнены все элементы в едином стиле.





Рисунок 7. Официальная эмблема XXIX летних Олимпийских игр (Мин Ванг, 2008 г.)
Рисунок 8. Декоративный баннер для украшения города в период XXI зимних Олимпийских и Паралимпийских игр (VOOC, 2010 г.)

Вместе с тем, мы наблюдаем иную форму реализации айдентики. Это преобладание цифрового, векторного дизайна, разнообразие визуальных решений, которые позволили значительно усилить коммуникационные возможности за счет создания «эмоционального отклика» у потребителя. Человек запоминает, прежде всего, что-то новое, необычное, то, что вызвало у него положительные эмоции или удивление.

В идеале, эмблема Олимпийских игр — это комбинация Олимпийского духа и культуры страны, проводящей Олимпиаду. Во многих эмблемах спортивных событий мирового уровня связь с культурой страны-организатора теряется. В дизайне преобладает большое нагромождение различных символов и главенство современных технологических возможностей, за которыми полностью теряется исторический и культурный образ города и страны проведения.

Можно сказать, что в наивысшей мере этнодизайн проявил себя в айдентике XXIX Олимпиады в Пекине 2008 года. Символом стал т.н. «бегущий человек», который собственно является и составной частью наименования города — «Пекин» (рис. 7). В олимпийский символ также включены Олимпийские кольца и надпись «Пекин-2008». Эмблема пекинской Олимпиады — это удачный пример интеграции древних искусств и традиций Китая: каллиграфии, резьбы печатей и

современной графики. Главный графический — красный — оттиск печати с силуэтом человека, смысловой узел, открывающий целый поток информации. Дизайнер при разработке знака обратился к современному китайскому словарю, так в основу «Танцующий Бейджин» был заложен иероглиф, обозначающий столицу, — «jing». В образе «бегущего человека» на эмблеме несколько значений — это и бегущий спортсмен, олицетворяющий спортивный настрой участников соревнований, и радушие хозяев Олимпиады. В эмблеме основной цвет — красный, как известно, для Китая это национальный символ.

При создании спортивных пиктограмм дизайнеры обратились к истокам китайской письменности. МОК представил пиктограммы мировой общественности в 2006 г. Идея создания пиктограмм в том виде, в котором их увидел мир, принадлежит 27-летнему студенту Вангу Джи [Wang Jie]. В дальнейшем она использовалась в дизайне систем навигационной коммуникации, в средовом дизайне, телевизионном вещании, сувенирной продукции [7, с. 265].

Помимо грамотного использования этнокультурных мотивов, в айдентике пекинских Игр можно заметить сильное влияние типографики [8, с. 317]. Тут свою роль сыграла особенность китайского письма. Можно увидеть, что корни графического образа иероглифа ведут к конкретному изображению предмета, объекта или природного явления. Если посмотреть на письмена на малых печатях, можно найти сходство между всадником и иероглифом «человек», между мчащейся лошадью и иероглифом «лошадь».

В айдентике зимних Олимпийских игр 2010 г. в Ванкувере мы видим сочетание этнодизайна и цифровых технологий. Предварительная версия эмблемы разрабатывалась в стенах местной студии «Karacters Design». Затем было собрано специальное дизайн-подразделение при Олимпийском оргкомитете, которое отвечало за разработку всей официальной графики Игр. Ядром проекта, собравшим весь имеющийся визуальный материал в единое целое, стал, как ни странно, фон. Один и тот же пейзаж украшает все информационно-спортивные материалы, включается в макеты билетов и проходит сквозь рекламные баннеры (рис. 8). Оформление предыдущих зимних





Рисунок 9. Официальная эмблема XXI зимних Олимпийских игр (Лео Обстбаум, 2010 г.)
Рисунок 10. Официальная эмблема XXX летних Олимпийских игр (Wolff Olins, 2007 г.)

Олимпийских игр, проходивших в Турине, было достаточно простым. Ванкувер же удивил мир сложносочиненным дизайном и невиданным многообразием графических элементов.

Олимпийская эмблема была представлена в 2005 г. На ней изображена статуя-инуксук по имени Иланаак, что в переводе с языка инуктитут означает «друг» (рис. 9). Изображение было взято со статуи, стоящей на берегу Английского залива в Ванкувере. Зеленый, синий и голубой цвета символизируют леса, горы и океан, красный означает цвет кленового листа, расположенного на флаге Канады, а желтый — цвет восходящего солнца. Статуя инуксук (англ. Inuksuk; мн. ч. — инуксуит; также распространен вариант инукшук, англ. Inukshuk) — это каменная фигура в культуре инуитов (эскимосов).

В качестве общей палитры были задействованы оттенки серебристого, голубого и холодного зеленого как попытка уйти от привычного для Олимпийских игр дизайна, «палитры пяти колец». Нужно было выбрать гамму, которая хорошо смотрелась бы и в солнечно-морозные дни, и в облачные канадские снегопады. Ванкуверовские пиктограммы — это яркие детализированные картинки в шесть цветов. Изображения, насыщенные цветом и динамикой, передают вкус и азарт современного восприятия каждого вида спорта. Силуэты точно повторяют положение соответствующих пиктографических фигур [9, с. 10]. Такое визуальное разнообразие в дизайне имеет в определенном смысле отрицательный эффект. В эмблеме наблюдается использование элементов этнодизайна, в то

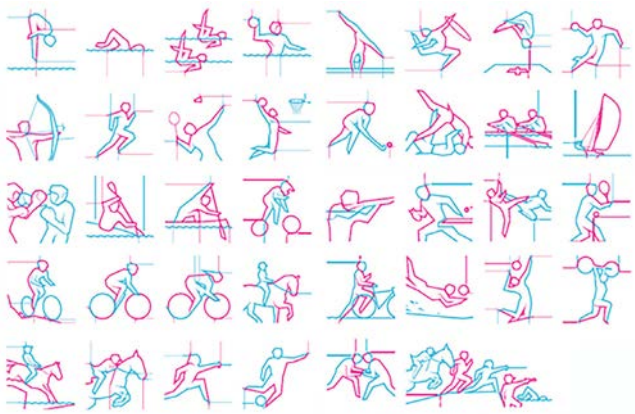


Рисунок 11.
Спортивные
пиктограммы XXX
летних Олимпийских
игр (Wolff Olins, 2007 г.)

время как в айдентике всей остальной олимпийской продукции его нет, что нарушает образную целостность в художественном восприятии всего комплекса.

Начиная с XXX летних Олимпийских игр 2012 г. в Лондоне можно заметить изменения в концепции формирования олимпийской айдентики и появление новой тенденции. Выражено это в появлении интерактивных (изменяющихся, движущихся, реагирующих) элементов, связанных с изменениями коммуникационной среды. Олимпийская айдентика становятся все менее «академичной». Эмблема Олимпийских игр 2012 г. уходит от стандартной цветовой гаммы, особенно если сравнить его с предыдущими стилями. Она представляет собой стилизацию цифр «2012» в виде неправильных многоугольников, в которые вписан логотип «Лондон» и пять Олимпийских колец (рис. 10). Впервые данный знак был ориентирован не только на обычные статичные носители, но изначально создан с прицелом на интерактивную среду, где непосредственно и раскрывался [10, с. 69].

Эмблему разрабатывало агентство Wolff Olins, впервые она была представлена в 2007 г. Авторы поясняли позитивный характер знака, способствующий тому, чтобы все гости чувствовали себя, как дома [11]. Председатель Оргкомитета так описывал свое видение этой эмблемы: «Новая эмблема динамичная, современная и гибкая. Она будет работать с новыми технологиями, а также с традиционными и





Рисунок 12. Официальная эмблема XXII зимних Олимпийских игр (Interbrand., 2009 г.)
Рисунок 13. «Лоскутное одеяло» единого образа XXII зимних Олимпийских игр (Interbrand., 2009 г.)

новыми медийными сетями» [12]. Эмблема значительно отличается от предыдущих, в ней нет рисунка. Для каждого вида спорта разработаны две версии пиктограмм — однотонные (белые силуэты атлетов на фоне черных квадратов) и двухцветные, выполненные из голубых и розовых пересекающихся линий. Цвета и стилистика второго набора пиктограмм были навеяны схемой Лондонского метрополитена (рис. 11). Вторая версия более динамично пыталась передать скорость, энергию и азарт игры, использовалась на сувенирной продукции, плакатах, информационных стендах и указателях.

Такое отхождение от этнодизайна с преобладанием ориентации на новые медийные пространства отразилось и в дизайне общего визуального стиля и эмблемы XXII зимних Олимпийских игр в Сочи. Эмблема Сочи-2014 идейно схожа с эмблемой игр в Лондоне. Лишь скромный шрифт без заглавных букв, пять Олимпийских колец и веб-адрес. Эмблема «Сочи-2014» была разработана в сотрудничестве с крупнейшим международным брендинговым агентством «Interbrand» и Экспертным советом по созданию бренда «Сочи-2014», основанным Оргкомитетом. Она представляет собой надпись «Sochi 2014.ru», дополненную олимпийскими кольцам (рис. 12). Слово «Sochi» расположено над цифрой 2014 таким образом, что надписи дублируют друг друга. Визуально на эмблеме зеркально отражены слова «Сочи» и год «2014». Эта идея была призвана подчеркнуть климатическую полярность города, где заснеженные горы отражаются на поверхности теплого Черного моря. Зеркало также символизировало контрасты российской природы, разнообразие народов и культур. В официальном отчете Игр так описывается видение эмблемы: «Сочи — один из

самых популярных курортов России. Однако за границей он не был широко известен. Чтобы популяризировать Сочи и создать прочные ассоциации с Россией и Зимними играми, логотип отражает название города и его принадлежность к стране». Простым, но умным решением было использование слова «Сочи» и элемента «.ru», которые вместе характеризуют Сочи как часть России. Также впервые в истории Игр эмблема и бренд ссылались на национальную доменную зону. Таким образом, зимние игры 2014 года были представлены не только своим присутствием в физическом пространстве Сочи, но и виртуально, в Интернете [13, с. 6]. Эмблема «Сочи 2014» является ключевым компонентом бренда. Концепция предполагала новое понимание культур, традиций и людей, создающих единое целое, идея была взята у фирмы BOSCO, которая передала его в дар Оргкомитету «Сочи 2014».

Формообразование было основано на принципе «лоскутного одеяла», сочетающего в себе 16 орнаментальных фрагментов из наиболее известных искусств и ремесел, от Гжели до Хохломы. «Лоскутное одеяло» связывало традиции и современность: вековые мотивы русских народов были представлены в современной графической интерпретации (рис. 13). Такой подход позволил использовать орнамент в разных контекстах и в любых объектах. При разработке концепции было учтено, что этот образ должен запомнится зрителям, наблюдающим за играми в Сочи из разных точек планеты. Таким образом, визуальная концепция единого дизайна стадионов и городского пространства позволила встроить спортивные объекты и инфраструктуру в городской экстерьер. В 2012 г. Оргкомитет представил комплект пиктограмм из 22 стилизованных изображений видов спорта для максимально наглядного визуального представления, они были выполнены в едином образе игр, но сильно проигрывали в визуальном плане по сравнению с пиктограммами предыдущих игр.

Последние, в настоящий момент, XXXI летние Олимпийские игры прошли в августе 2016 г. в Рио-де-Жанейро (Бразилия). Эмблема разрабатывалась бразильской дизайнерской студией «Tatíl Design» и представлена в 2010 г. В основе — стилизованный Рио, горы, солнце и море в виде извилистых линий, силуэтов взявшихся



Рисунок 14. Официальный шрифт XXXI летних Олимпийских игр (Tatíl Design, 2010 г.)
Рисунок 15. Спортивные пиктограммы XXXI летних Олимпийских игр (Dalton Maag, 2010 г.)

за руки, танцующих людей. Эмблема была выполнена в цветах национального флага Бразилии — синем, желтом и зеленом — и призвана символизировать взаимодействие и энергию, гармонию в разнообразии, буйство природы и олимпийский дух. Помимо нее, студия «Tatíl Design» разработала и визуальный образ игр, при создании художники использовали пейзажи Рио-де-Жанейро, в том числе, в работе были представлены горы «Сахарная голова» [Pão de Açúcar] и Корковадо.

Образ использовался при нанесении на все спортивные объекты, а также на плакаты, билеты и всю лицензионную продукцию. На основе образа был разработан и уникальный шрифт. Концепция шрифта, разработанная компанией «Далтон Мааг» [Dalton Maag], была вдохновлена письмами и числами эмблемы Рио-2016. Шрифт представляет элементы, такие как променад Копакабаны [calçadão de Copacabana], который прослеживается в буквах «m» и «n» и «Pedra da Gávea» (гора в Рио-де-Жанейро), которая изображена в букве «r». Буквы изображены единым, непрерывным штрихом, таким же проворным и изящным движением, как и движения спортсменов (рис. 14).

Конструкция пиктограмм была разработана после тщательного изучения каждого вида спорта. Первые эскизы были сделаны вручную и затем смоделированы на компьютере. Были выбраны



Рисунок 16. 3-D эмблема XXXI летних Олимпийских игр (Фред Гели, 2016 г.)

формы морской гальки, которые изменяют свою конфигурацию в зависимости от различных движений спортсменов. Тела спортсменов и их спортивный инвентарь, изображенные на пиктограммах, состоят из различных вариаций линий, с тем чтобы создать впечатление глубины. Округлые формы являются типичными для всех пиктограмм Рио-2016, а визуальный язык меняет свою форму в зависимости от форм движения атлетов, сами же пиктограммы могут быть представлены в различных цветах (рис. 15). Помимо этого, был создана и первая в истории Олимпийских игр 3D-эмблема (рис. 16). Будучи созданной на компьютере в виде трехмерной модели для анимации и просмотра на экране, она также была воплощена и в реальности [14].

В дизайне игр в Лондоне, Сочи и Рио-де-Жанейро прослеживается новая тенденция — внедрение динамической айдентики. Это выражается во всех элементах, существующих на различных платформах, которая трансформируется, при этом везде сохраняя идентичность. Необходимость визуальной адаптации для высокотехнологичных платформ при разработке айдентики — дань современной эпохе. Потребитель все чаще видит продукты дизайнерской деятельности на экранах, а не на бумажном носителе. Благодаря своей адаптивности, динамическая айдентика может быть использована на различных носителях, а значит, может охватывать все большую аудиторию.

Проведенный анализ показал, что в развитии айдентики Олимпийских игр XXI века можно выделить несколько характерных тенденций: в айдентике первых игр XXI века явно преобладает тенденция использования этнокультурных мотивов; с применением новых технологий в области графического дизайна проявляются новые тенденции формообразования, основанные на цифровом дизайне; по мере использования и популяризации новых

графических технологий, традиционная типографика не теряет своей актуальности; в дизайне последних Игр отмечается внедрение динамичной айдентики.

На основе рассмотренного материала можно сделать вывод о преобладании комплексного подхода в айдентике Олимпийских игр. Необходимость в охвате все большей аудитории требует использования новых медиапространств, что отражается на общем стилевом решении олимпийской айдентики. Наиболее удачный дизайн Олимпийской символики определяется этнокультурными особенностями и традициями места проведения игр. Эстетическое восприятие дизайна Олимпийской символики напрямую зависит от ее соответствия сложившемуся этнокультурному региональному контексту.

Выявляя актуальные тенденции в формообразовании айдентики современных игр, нужно отметить, что основополагающим принципом является новый интерактивный подход в дизайне, который преобладает над национальными, этнокультурными подходами к проектированию.

Библиография:

1. *Черных Д.Г.* Русский графический этнодизайн в XX–XXI веке [Электронный ресурс] / Д.Г.Черных // Архитектон: известия вузов. — 2014. — № 45. — URL: http://archvuz.ru/2014_1/19 (дата обращения: 01.11.2017).

2. *Трескин А., Штейнбах В.* История Олимпийских игр. Медали. Знаки. Плакаты. — М.: АСТ, Русь-Олимп, 2008. — 208 с.: ил.

3. The Official Report of the XXVII Olympiad, Sydney 2000. — Vol. 1. — Fyshwick: SOOC' 00, 2001. — 406 p.: illustrated.

4. The Official Report of the XIX Olympic Winter Games Salt Lake, 2002 / ed. By Sarah J.M.Tuff. — Salt Lake City: SLOOC' 02, 2002. — 504 p.: illustrated.

5. The Official Report of the XXVIII Olympiad 2004 at Athens. — Vol. 1: Homecoming of the Games — Organisation and Operations / ed. Efharis Skarveli, Isabel Zervos. — Athens: AOOC' 04, 2004. — 544 p.: illustrated.

6. The Official Report of the XX Olympic Winter Games Torino 2006. —

Vol. 3. — Torino: TOOC' 06, 2008. — 353 p.: illustrated.

7. The Official Report of the Beijing 2008 Olympic Games. — Vol. 3: Preparations for the Games — New Beijing Great Olympics / Beijing Organising Committee for the Games of the XXIX Olympiad. — Beijing: BOOC' 08, 2010. — 326 p.: illustrated.

8. *Кумова М.* Шрифт в айдентике, рекламе, многостраничниках, упаковке, навигации и вебе. — М.: Как проект, Grey Matter, 2013. — 396 с.: ил.

9. The Official Report of the XXI Olympiad 2010 at Vancouver. — Vol. 2. — Vancouver: VOOC' 10, 2010. — 87 p.: illustrated.

10. *Кумова М.* Британский дизайн: контекст, школы, студии, среда: [монография]. — М.: КАК проект, Grey Matter, 2014. — 497 с.: ил.

11. *Bryan Bedell.* London Broil [Электронный ресурс] // coudal.com. — 2016. — URL: http://coudal.com/olympics.php (дата обращения: 05.09.2017).

12. BBC home. New 2012 logo revealed [Электронный ресурс] // bbc.co.uk. — 2016. — URL:http://www.bbc.co.uk/london/content/articles/2007/06/04/2012_new_logo_feature.shtml (дата обращения: 10.11.2016).

13. The Official Report of the XXII Olympic Winter Games in Sochi 2014. Vol. 3: Preparation of the Olympic Games and Paralympic Games / Project director: Alexander Bryantsev, PhD. — Moscow: SOOC' 14, 2016. — 150 p.: illustrated.

14. *Dan Howarth.* Rio 2016 motif is «first» 3D logo in the history of the Olympics says designer [Электронный ресурс] // dezeen.com. — 2016. — URL: https://www.dezeen.com/2016/08/11/rio-2016-motif-first-3d-logo-history-olympics-fred-gelli-designer/ (дата обращения: 12.03.2017).

П.Е. Родькин

ПЛАГИАТ КАК ФОРМАЛЬНАЯ И КОММУНИКАТИВНАЯ ПРОБЛЕМА ДИЗАЙНА В БРЕНДИНГЕ ТЕРРИТОРИЙ

Статья посвящена проблеме заимствований, воспроизводства схожих конструктивных и визуально-графических решений, а также плагиату в сфере территориального брендинга, возникающих благодаря ряду факторов и условий современной визуальной коммуникации, отраженных в работе. Данная проблема является актуальной для восприятия визуальной идентификации целевой аудиторией и оказывает непосредственное влияние на существование визуальной бренд-идентификации территории в публичном пространстве и маркетинговых коммуникациях бренда территории.

The article is devoted to the problem of borrowing, reproduction of similar constructive and visual-graphical solutions, as well as plagiarism in the field of territorial branding, arising due to a number of factors and conditions of contemporary visual communication, as reflected in the work. This problem is relevant for the perception of visual identification of the target audience and has a direct impact on the existence of a visual brand-identification of the territory in a public space and marketing communications of the brand territory.

Ключевые слова: вторичность, брендинг территорий, бренд-идентификация, плагиат, плагиат в дизайне.

Keywords: secondary, branding of territories, brand identification, plagiarism, plagiarism in design.

Профессиональной и коммуникативной проблемой для современных бренд-коммуникаций является наличие и

функционирование множества схожих и однотипных продуктовых и дизайн решений, что значительно обостряет конкуренцию между системами идентификации за создание уникального и неповторимого образа территории. Коммуникация брендов может быть описана в рамках понятия «конкурентной идентичности» [6], которая возникает между массой единообразных товаров, услуг и корпоративных коммуникативных систем, рекламных и маркетинговых продуктов. В предметной сфере визуальной идентификации бренда территории — бренд-идентификации [3] — как части интегрированных маркетинговых коммуникаций территориального субъекта конкурентная идентичность *бренда территории* может быть определена в понятийных рамках уникальности, новизны, оригинальности. В условиях «дефицита» новых форм, которые не были бы так или иначе уже использованы и растиражированы, создание систем идентификации с высокой степенью новизны является нетривиальной задачей для разработчиков в области территориального брендинга, маркетинга и графического дизайна в целом, тем более что решения, получившие профессиональное и общественное признание, превращаются в «икону», так что со временем перестают восприниматься в качестве оригинальных, а значит, требуют новой очереди обновления.

Проблема современной территориальной бренд-идентификации (как часть общей проблемы корпоративных и потребительских коммуникаций) заключается в том, что недостаточная эксклюзивность визуальной айдентики, подозрения в схожести или во вторичности дизайн решений, а также в плагиате, исходящие со стороны ее «потребителей», вызывают негативное восприятие и отношение ко всему бренду. Скандалы, связанные с подозрением на плагиат в территориальном брендинге, которые разворачиваются в СМИ и социальных сетях, создают вокруг него негативный информационный фон, что может плохо повлиять на коммуникацию с целевой аудиторией. Даже если данные подозрения носят надуманный и не вполне очевидный характер, как, например, в попытке увидеть плагиат в логотипе Флоренции (2014 г.) на логотип Праги (2002 г.), эффект общественного «осуждения» бренда

все равно накладывает определенный отпечаток на репутацию его разработчиков, заказчиков, которые вынуждены занимать позицию «оправдывающейся» стороны. В Российской практике территориального брендинга и маркетинга подобные обвинения сопровождали проекты брендов Калужской области (2009 г.), за воспроизведение элемента логотипа ОАО «Карболит», Пермь (2011 г.), за повторение логотипа культурного фонда Мексики, Ярославль (2012 г.) за схожесть с логотипом американского бренда товаров для дома Up&Up. Критика бренда Рязани, разработанного в 2017 году группой студентов, выпускников и спикеров Британской Высшей Школы Дизайна в Москве, была обрушена на работу не только за излишнюю, с точки зрения критиков, «простоту» решения, но и за сходство с логотипами брендов испанской косметики Atopic piel, норвежского телеканала NRK, а также айдентики Риджент-стрит в Лондоне 2016 года, которую нашли пользователи социальных сетей. Возникший таким образом негативный информационный фон и общественный резонанс в значительной степени помешали продвижению проекта и привлечению на его сторону лояльной аудитории.

Скандалы вокруг плагиата в дизайне в сфере территориальной бренд-идентификации выходят далеко за рамки профессиональных сообществ. Они влияют на общественное мнение, а также на жизненный цикл того или иного дизайн проекта. Так, например, в 2015 году оргкомитет Олимпиады-2020 в Токио отказался от уже утвержденной айдентики после сомнений в оригинальности эмблемы, так как принятый логотип дизайнера Кэндзиро Сано оказался похожим на логотип театра в Льеже дизайнера Оливье Дэби 2011 года, поэтому ее дальнейшее использование стало невозможным [4], а в 2016 году было представлено принципиально новое решение. Заказчики не хотят утверждать и работать с проектами с негативным медийным имиджем.

Схожие проблемы испытывают разные сферы интеллектуальных услуг и потребительской экономики. Актуальность проблемы плагиата в дизайне, таким образом, сегодня заключается в том, что новизна и оригинальность становятся одним из важных

критериев конкурентной идентичности. Проблема маркетинговых коммуникаций при этом совпадает с формальной проблемой дизайна на уровне разработки систем визуальной идентификации, она касается не только уровня подготовленности и профессионализма разработчиков, но затрагивает сам «язык коммуникации», выраженный в визуально-графических формах.

ПЛАГИАТ КАК ФОРМАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМА ДИЗАЙНА

Проблема плагиата в дизайне и брендинге состоит из двух частей:

1. прямой плагиат в самом вульгарном его значении, т.е.: *умышленное присвоение авторства чужого произведения, выдача чужого результата интеллектуальной деятельности за свой собственный* [1, с. 109], который однозначно опознается, квалифицируется и связан с непрофессионализмом и мошенничеством отдельных разработчиков;

2. стилистически, пластически и конструктивно схожие решения, использование распространенных актуальных трендов (например, логотипы 2.0, плоский дизайн и т.д.), а также универсальных (например, геометрических) форм, не подпадающих под ограничения авторского права, так как не могут быть «присвоены» каким-то одним автором или творческим коллективом, которые нельзя однозначно идентифицировать как плагиат и которые используются и тиражируются разработчиками с безупречной профессиональной репутацией.

Случаи умышленного плагиата и недобросовестности разработчика очевидны и являются предметом этической и юридической ответственности недобросовестных авторов. К подобным случаям можно отнести плагиат на логотип города Мельбурна (2009 г.), который был прямо скопирован в айдентике торгового центра Fantasia Mic International Plaza в городе Шэньчжэнь в Китае (2011 г.), бренде города Матаморос в Мексике («Матаморос — территория прогресса», 2011 г.), айдентике образовательной кампании Muligheter («Возможности») в Норвегии (2011 г.) (рис. 1). Впрочем, доказательство наличия плагиата, как только заимствование становится не столь очевидным, является предметом судебных разбирательств (например, спор компаний Apple и Samsung о плагиате дизайна iPhone) и серьезной дискуссии, что



Рисунок 1. Логотипы городов — Мельбурн, Австралия (2009 г.), и Матаморос, Мексика (2011 г.)

порождает определенную двойственность по отношению к данному явлению. Определенные трудности с защитой интеллектуальной собственности отмечались CEO Мельбурна Кэти Александр, так как, чтобы обеспечить защиту, бренд должен быть зарегистрирован в каждой стране, имеющий законы по защите товарных знаков [8].

Следует отметить, что, с точки зрения коммуникаций бренда, «юридическая чистота» дизайн решения, когда формально нарушения нет и «степень смешения» соответствует всем легализующим юридическим нормам, не является исчерпывающим «аргументом» для их легитимации. Заимствования и вторичность все равно расцениваются массовой аудиторией как плагиат, т.е. нечто предосудительное. Профессиональная аргументация разработчиков в защиту возникших «повторений» или пресечений с другими решениями, как это объясняет в ответ на критику проекта, в том числе, во вторичности и «плагиате» группа разработчиков бренда Рязани, выглядит следующим образом: наличие логотипов-близнецов объективно оправдано тем, что набор базовых визуальных форм и решений тоже ограничен: «Так и появляются независимо друг от друга логотипы-кружочки, квадратики, буквы — и при этом остаются узнаваемыми». По-настоящему оригинальным, с точки зрения разработчиков, являются идея, смысл, сообщение, существующие и привязанные к определенному контексту, что и обеспечивает в итоге различие внешне схожих решений. А поскольку айдентика существует в рамках определенной товарной категории, то контекст использования еще больше сегментируется и разделяется по смыслу. «Поэтому если что-то похоже на что-то — еще не значит, что

это украдено или это нельзя использовать. Смыслом знак наполняет сам объект, его действия, история, контекст», — резюмируют авторы бренда Рязани [2]. Однако такая аргументация не встречает понимания на уровне массового восприятия логотипа целевой аудиторий, если информация о уже существующем решении доходит до нее с помощью СМИ и активно обсуждается в среде новых медиа.

Поднятая проблема для профессионального сообщества и современных визуальных коммуникаций является наиболее существенной и выходит за рамки чисто юридических споров. Создание оригинальной визуальной айдентики связано с целым рядом стилистических, пластических и конструктивных проблем, которые могут быть преодолены в рамках поиска принципиально новых визуально-графических решений и расширения операционного пространства современного графического дизайна. В качестве условий возникновения вторичности бренд-идентификации можно выделить:

- на стилистическом уровне — единый (общеупотребительный для всех разработчиков) визуальный язык, существующий в данный период времени и не имеющий массовой альтернативы;
- на репрезентативном (пластическом и визуально-графическом) уровне — сообщение может быть адекватно передано только через определенный и при этом ограниченный, уже использованный для этих же самых целей ранее, набор визуальных образов и форм;
- на конструктивном уровне — однотипность структуры сообщения, выраженная в нормативной последовательности организации сообщения на смысловом и визуально-пластическом уровнях и отношении смысла и формы сообщения.

Действительно, в рамках маркетинга, брендинга и рекламы дизайнерам приходится решать повторяющиеся, фактически, однотипные задачи. Накопившийся материал вызывает пересечения, даже когда их пытаются избежать (именно на таком принципе подачи построен альбом М.Илича и С.Хеллера, посвященный иконам графического дизайна XX века [7]). Дизайн мышление оперирует общими для всех разработчиков паттернами, сложившимися на основе интернациональных подходов и дизайн методов, правил и концепций в дизайн образовании и одинаковых задач в дизайн практике. В этой связи наиболее остро и актуально

для сферы деятельности современного дизайнера стоит вопрос о том, являются ли выразительное средство, прием, решение, как таковые, плагиатом? Примеры в области территориального брендинга разной степени резонансности, иллюстрируют различные стороны данной проблемы.

ПРИМЕРЫ ЗАИМСТВОВАНИЯ ВИЗУАЛЬНО-ГРАФИЧЕСКИХ И КОНСТРУКТИВНЫХ РЕШЕНИЙ В ТЕРРИТОРИАЛЬНОМ БРЕНДИНГЕ

Болгария. Заказчик: Министерство туризма Болгарии. Разработчик: Publicis MARC Group, 2013 г.

Новый бренд Болгарии «Болгария — открытие, которым стоит поделиться» («Bulgaria. A Discovery to share»), представленная в рамках национальной программы туристического ребрендинга, вызвал резко негативную реакцию и неприятие как со стороны общественности, так и ряда официальных органов (например, подверглась критики со стороны Министерства Культуры). Ситуация усугубилась обвинениями в копировании туристического логотипа Киргизии (дизайн: Талгат Нурдинов, 2013 г.), с которыми выступила киргизская сторона, обвинившая Болгарию в плагиате своего туристического бренда на основании схожего визуально-графического и конструктивного решения [5]. Последние претензии были не вполне очевидны, но внесли свой «решающий» вклад в отказ от нового бренда и фактическую заморозку всей программы ребрендинга. В итоге властями Болгарии было принято решение использовать старый, существовавший до этого, логотип, который до сих пор используется на официальном туристическом портале (bulgariatravel.org), а в 2016 году получил русифицированную версию. Визуально-графический характер бренд-идентификации Болгарии и Киргизии различен, схожим является лишь конструктивное решение в виде сборки в единый знак семантически разнородных образов. Именно эта конструктивная схожесть, причем в одной и той же сфере применения знаковой системы, образует ассоциативные связи, позволяющие утверждать, что есть плагиат. Следует, однако, отметить, что ни болгарские, ни киргизские маркетологи и эксперты



Рисунок 2. Логотипы Болгарии (2013 г.), Киргизии (2013 г.) и компании Unilever (2007 г.)

не вспомнили в этом случае о логотипе компании Unilever (2007 г.), который фактически открыл целую серию подражательной «сложносочиненной» айдентики (рис. 2).

Мальдивы. Заказчик: Мальдивская корпорация по маркетингу и связям с общественностью (MMPRC). Разработчик: агентство Quo Keen, 2011 г.

Разработчиков бренда Мальдив обвинили в плагиате вследствие схожести их решения с айдентикой, используемой компанией «The Ocean Conservancy» (также критики отметили неуникальность фирменного шрифта и сомнительность слогана). Оба логотипа изображают «водоворот» представителей морской фауны, а отличаются плотностью и насыщенностью изобразительного «пятна» и колористическим решением. Данный пример является достаточно очевидным с точки зрения похожести, когда конструктивное решение «совпадает» еще и с визуально-графической формой. Разработчики руководствовались одной логикой, продиктованной целью коммуникации: акцент на рыбном промысле.

Миссиссога (Канада). Заказчик: Муниципальная администрация Миссиссоги. Разработчик: City's Creative Services, 2014.

Новая айдентика города Миссиссога строится на трех треугольниках, которые образуют букву «М», а несколько цветовых граней и оттенков отражают многогранность общин и динамизм города и символизируют открытость, смелость и современность. Следует отметить, что в целом бренд был воспринят положительно, даже несмотря на неизбежно возникающее сравнение с логотипом Мельбурна (2009 г.), который так же представлен составленной из направляющих линий и граней буквой «М». Схожесть как отдельных элементов айдентики Миссиссоги, так и решения в целом с брендом



Рисунок 3.
Логотипы Праги (2001 г.) и Флоренции (2014 г.)

Мельбурна является крайне опосредованной, фактически может быть выведена на использовании одной и той же буквы, но в таком качестве не является критической для восприятия целевой аудитории и не вызывает критического и негативного резонанса.

Флоренция. Заказчик: Администрация города Флоренции. Разработчик: Fabio Chiantini (победитель конкурса на логотип города), 2014 г.

Сразу же после презентации логотип Флоренции вызвал оживленную дискуссию среди жителей города в связи с его схожестью с брендом Праги (2002 г.). В социальных сетях жители Флоренции выразили протест, обвинив логотип в плагиате. Фактически, подобные негативные ассоциации и претензии основаны на одном пластическом элементе: красном квадрате, на котором размещено текстовое сообщение. Семантически оба решения, действительно, схожи: они содержат написание названия города на четырех языках, но конструктивно они различны: в логотипе Флоренции в каждой строчке выделяются жирным определенные буквы, соответствующие названию города, а в логотипе Праги представлены разные окончания названий с одним корнем, отбитые разделительной чертой. Визуально-графический и конструктивный характер этих решений, их внутренняя логика отличаются еще больше, чем в случае с айдентикой Болгарии и Киргизии, однако для целевой аудитории для недовольства работой оказалось достаточно всего лишь формальной ассоциации (рис. 3).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Общая нерешенность проблемы плагиата в дизайне и визуальной айдентике распространяется фактически на все сферы производства коммуникативного продукта. Так, например, телевизионная реклама территорий точно также использует повторяемый и ограниченный набор образов и способов репрезентации территории для целевой аудитории. Попытка обосновать и фактически легитимировать возникающую схожесть дизайн решений в области территориальной бренд-идентификации через контекст ее использования наталкивается на известную инерционность восприятия визуальной информации аудиторией. Новизна, оригинальность и неповторимость остаются одними из важнейших требований к бренд-идентификации со стороны получателя такого сообщения. Бренды продолжают сравниваться, степень их схожести (смешения) влияет на формирование общественного мнения, отношения, восприимчивости, лояльности к визуальному сообщению.

Таким образом, обобщая практику скандалов вокруг плагиата в сфере территориального брендинга, а также ограничения операционного пространства разработчика, следует отметить, что:

- фактическая уникальность продолжает оставаться критерием оценки бренда в массовом сознании;
- обвинения (квалификация) в плагиате автоматически переносятся на негативную оценку всего бренда и его восприятие, в этом случае поведение целевой аудитории становится коммуникативно деструктивным, бренд подвергается негативной интерпретации;
- вторичность в массовом сознании служит негативным маркером, который не поддается достоверному объяснению и обоснованию с помощью профессиональной и экспертной аргументации;
- проблема стереотипизации визуальной формы связана с проблемой стереотипизации репрезентации территории (как объекта визуальной коммуникации);
- условием возникновения вторичности в определенной мере является «давление» моды и так называемых дизайн-трендов.

Преодоление проблемы «бедности», смысловой и визуально-графической «ограниченности» языка коммуникации, которая

мешает продвижению бренда в массовом сознании, может произойти как через визуально-графическую новизну и отличительный характер графики бренд-идентификации, так и путем создания новых выразительных средств, формотворчества в рамках новых инструментов или сред использования визуальной информации. Определенное влияние на проблему может оказать и изменение самого массового сознания и восприятия визуального сообщения и критериев его оценки целевой аудиторией.

Библиография:

1. *Мозолин В.П.* О концепции интеллектуальных прав // Журнал российского права. — 2007. — № 12 (132). — С. 100–109.

2. Разработчики бренда Рязани ответили на обвинения в плагиате. — URL: https://www.rzn.info/news/2017/7/31/razrabotchiki-brenda-ryazani-otvetili-na-obvineniya-v-plagiate.html (дата обращения: 06.09.2017).

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

4. Токио меняет эмблему Олимпиады из-за скандала с плагиатом. — URL: http://www.bbc.com/russian/sport/2015/09/150901_tokyo_games_logo_scrapped (дата обращения: 07.09.2017).

5. Логото на бранд «България» — уникално, но не съвсем. — URL: http://www.investor.bg/ikonomika-i-politika/332/a/logoto-na-brand-bylgariia-unikalno-no-ne-syvsem-146757/ (дата обращения: 15.09.2017).

6. *Anholt S.* Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions / S.Anholt. — 1-st edition. — Palgrave Macmillan, 2007. — 160 p.

7. *Ilic M., Heller S.* Icons of Graphic Design. — London: Thames&Hudson, 2001. — 208 p.

8. Melbourne City may sue companies over distinctive symbol. — URL: http://www.heraldsun.com.au/news/victoria/melbourne-city-may-sue-companies-over-distinctive-symbol/news-story/53fb2a2b92e20d247149643e-feed58a7?sv=599dbbd8e216e0aeeee5111fd595ace8 (дата обращения: 17.09.2017).

Д.Б. Погорелов

КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ ОБРАЗА ДИЗАЙН-ПРОДУКТА НА ОСНОВАНИИ ИДЕНТИЧНОСТИ

Предметом исследования является концептуализация образа дизайн-продукта на основании идентичности. В статье рассматривается процесс концептуализации образа дизайн-продукта на основании идентичности человека, призванного подкреплять его социальные и персональные установки. Основными методами исследования являются анализ структуры идентичности человека, проведение аналогии со знаковой структурой вещи и синтез образа идентичности в концепции дизайн-продукта. Изложенный материал является базовым в понимании структуры продукта как отражения структуры идентичности и представляется основой метода проектирования, обращенного к поиску его функционально-образной составляющей, носящей утилитарную и знаково-коммуникативную функцию.

The object of the study is conceptualization of a design-product image based on identity. The task of the article is conceptualization process of a design-product image based on a human identity that has to sustain its social and personal orientation. The basic methods of study are analysis of human identity structure, analogy with the sing structure of thing and synthesis of identity image in a design product concept. The material of the article is a base in understanding of product structure as a reflection of identity structure and represents the kernel of a design method directed to the search of an image and function aspects that has utilitarian and sign-oriented communicative function.

Ключевые слова: образ, дизайн-продукт, идентичность, личность, знак, утилитарная функция, эстетическая функция, архетип, стиль, семиотический анализ, референт, бренд, потребление.

Keywords: image, design product, identity, personality, sign, utilitarian function, aesthetic function, archetype, style, semiotic analysis, referent, brand, consumption.

Существует социокультурная проблема, порожденная экономической системой, о которой говорил еще немецкий психолог Эрих Фромм: с приходом индустриальной революции человек стал играть множество социальных ролей, и как следствие ему становится сложно ответить на вопрос «кто я», что ведет к кризису идентичности. Идентичность — осознание личностью своей принадлежности к той или иной социально-личностной позиции в рамках социальных ролей и эго состояний [19]. Необходимо отметить исследование О.А.Ковтун, описывающее вещь как предметное основание идентичности. Она раскрывает вещь как аккумулятор социокультурных факторов, как средство самоотождествления, самовыражения, выстраивания границ и способов коммуникации с миром, «вещь как культурное средство удовлетворения экзистенциальной потребности человека в обретении чувства персональной идентичности в современном мире» [8, с. 18]. В эпоху большого разнообразия продуктов массового потребления, усложнения социальных ролей, человеку становится все труднее осуществить выбор, а кастомизация и появление отдельных линеек дизайн-продуктов не всегда помогает удовлетворить желания потребителей. Как результат — человек окружает себя дизайн-продуктами, зачастую не совместимыми по стилистике, но, с другой стороны, это отражает сложную психологическую картину мира индивида.

Речь будет идти о формировании образа дизайн-продукта, призванного соответствовать определенной идентичности. В личности мы выделяем концепт идентичности, так как именно идентичность является статичным срезом определенного набора характеристик личности, что позволяет перевести их в конкретный объект проектирования. В проводимом исследовании мы косвенно обращаемся к динамическим факторам, которые характеризуют личность, такие как процесс становления личности, развитие сознания, познания мира, так как они представляются ситуационными

и имманентно заложенными в статические характеристики объекта проектирования. В процессе жизни и деятельности человека осуществляется взаимодействие с объектами дизайн-проектирования, его последующее развитие и становление посредством этих продуктов. Как результат взаимодействия со средой, человек формирует собственное мировоззрение и смысл жизни. И задача дизайна состоит в том, чтобы опредмечивать и прогнозировать эти смыслы: наиболее емко отражать их, структуры мироощущения и способы коммуникации человека в форме проектируемого объекта. Как упоминает К.М.Кантор, «непосредственно дизайнер проектирует вещь, товар, а опосредованно — человека и общество, человека, живущего в обществе. И именно проектирование человека, его облика, образа жизни является его действительной (осознанной или неосознанной) целью» [7, с. 60].

Вещь в качестве объекта дизайн-проектирования можно охарактеризовать как интегральный комплекс экзистенциальной информации, призванный соответствовать образу потребителя. Так, В.Л.Глазычев пишет, что дизайн-проектирование «является созданием, реализацией вовне потенциально существующего в момент проектирования типа человека-потребителя, обозначаемого через его типические характеристики» [4, с. 262]. Дизайнер проектирует не просто объект потребления, а овеществляет ценности потребителя в форме дизайн-продукта, которые помогают индивиду осуществить ту или иную его цель. Если цель — это зримый и ощутимый в ближайшем будущем результат, который можно получить благодаря средствам его достижения, то ценность — это идейный или идеологический смысл, который движет к достижению этой цели. Цели и ценности являются не только формирующим фактором личности, но и формообразующим фактором образа дизайн-продукта. «Ценность возникает лишь тогда, когда объект потребления реально влечёт к себе индивида и определяет его цели» [5, с. 262], — пишет И.Н.Иванова. Личности, выступая в роли потребителей, конструируют свои идентичности, «структуры своей повседневной жизни в первую очередь с помощью товаров и услуг, которым придаётся функция символов» [16, с. 13]. Таким

образом, вещи, как объекты потребления работают в символическом обмене ценностями между потребителями как знаки. Под знаками подразумевается не только вещи, но любая вербальная и невербальная информация, коррелирующая с личностью человека, его целями и ценностями. И роль дизайн-продуктов между индивидами выступает как коммуникационная, способствующая донесению их целей и ценностей посредством образа дизайн-продукта. При переводе со смыслового языка в образный, смыслы приобретают образ и роль знака. Так Г.Н.Лола делает вывод, что «дизайн есть коммуникативная практика знакового продукта, способного создавать ситуацию впечатления» [10, с. 28]. В свою очередь, знак в толковании Ж.Бодрийяра представляется своего рода кодом, языком общения между людьми. Человек окружает себя набором знаков, с которыми он самоидентифицируется и позиционирует свою идентичность среди социальных субъектов, вступая с ними в невербальную коммуникацию [2].

Чтобы понять то, что должен отражать объект проектирования, чтобы идентифицироваться с индивидом, необходимо вникнуть в структуру идентичности. В структуре идентичности можно выделить персональный и социальный уровни. Такая классификация была изначально дана Э.Эриксоном и развита в работах Г.Тэджфела [11]. А.В.Микляева и П.В.Румянцева в монографии «Социальная идентичность личности: содержание, структура, механизмы формирования» представляют обзор авторов, исследовавших предмет «идентичность». Они указывают на взаимодополняемость и непротиворечивость этих двух уровней идентичности, но в то же время предмет персональной идентичности представляется размытым в компоненте социальной идентичности. Можно провести параллель структуры идентичности со структурой вещи. В структуре вещи мы также обнаруживаем персональный и социальный уровни, что выражено в утилитарной и эстетической функции вещи соответственно. Проведем более детальное исследование.

Утилитарная функция вещи — это отражение персонального уровня идентичности, так как понятие пользы является субъективным представлением о благе или выгоде, будь она для себя

или для других. Поэтому утилитарная функция дизайн-продукта призвана помогать индивиду осуществлять именно собственные непосредственные цели. Абсолютно функциональная вещь может нести абсолютную индивидуальную пользу. «Индивидуальная польза как польза, отличная от пользы общественной и противопоставленная последней, — это и есть чистая польза, истинная польза или истина пользы», — заключает К.М.Кантор [6, с. 34]. Отталкиваясь от того, что персональный компонент идентичности отражен в утилитарной стороне дизайн-продукта, то он тождественен архетипу вещи, как первообразу изначально функциональному. Как пишет Р.Барт, «чтобы вернуться к чисто функциональным вещам, нужно представить себе вещи импровизированные» [1, с. 299]. Являясь прообразом вещей стандартизированных, именно импровизированные вещи представляют собой архетипы. Например, прообразом всех современных режущих строгающих и колющих инструментов послужил способ людей эпохи мезолита сооружать себе каменные орудия труда: соединять деревянную ручку с каменной пластиной, предварительно обработанной и заточенной методом скола. А прообразом кузова автомобиля послужила карета. Терминологически и фактически функциональная, утилитарная сторона вещи в семиотике дизайн-продукта выражена в денотате знака вещи, то есть в прямом значении, назначении вещи. Так, за основу дизайн-продукта может быть взят автомобиль, наручные часы, стул, дом, телефон, отвертка и так далее, в зависимости от того, в чем состоит потребность потенциального или реального потребителя. Персональный компонент идентичности, а соответственно и основание проектного образа дизайн-продукта отвечает на вопрос «Что проектировать?». Конечно, архетипы вещей распространены только в социальной среде, но, пользуясь функциональной стороной дизайн-продукта, индивид воссоздает ситуацию появления архетипа вещи как вещи, носящей абсолютно индивидуальную пользу.

Эстетическая функция вещи — это отражение социального уровня идентичности. Логично предположить, что эстетическая функция вещи заключена в стиле дизайн-продукта. Но попробуем доказать эту гипотезу. Известно, что в компоненте уровня социальной

идентичности заключено понимание индивида о своем месте и исполняемой роли в обществе. Такого рода понимание в сознании индивида выражено в стратификационной структуре общества (в виду все большего развития децентрации традиционной системы, что развито в идеях постмодернизма, разрушении значения страт, предпочтительнее употребление термина «референтная структура общества»). Это понимание есть способ взаимодействия с миром и обществом в частности, откуда проистекают все ценности индивида и соотнесение себя с ними. Это соотнесение может быть определено по принадлежности к следующим признакам: пол, возраст, раса, национальность, профессия, образование, вероисповедание, хобби, увлечения, положение в семье и так далее. Находя единомышленников по вышеперечисленным признакам, индивиды объединяются в социальные группы. В рамках исследования важно отметить, что основой в формировании социальной идентичности является стереотипизация. С точки зрения Г.Тэджфела, основателя теории социальной идентичности, социальные стереотипы выполняют важные функции: оправдательную, объяснительную и функцию социальной дифференциации. Автор подчеркивает, что стереотипы — это разделяемые многими людьми образы социальных групп [12]. А так как образ социальной группы складывается из атрибутов, стереотипно ассоциирующихся, составляющих образное основание идентичности этой группы, то можно говорить о стиле как о ее коде. «Стиль в литературе и искусстве — это устойчивая целостность или общность образной системы, средств художественной выразительности, образных приёмов, характеризующих произведение искусства или совокупность произведений. Стилем также называется система признаков, по которым такая общность может быть опознана» [3]. Обладая стилем группы, то есть не только подражая поведением, но и подкрепляя свою принадлежность признаками: атрибутами, создающими невербальный образ этой группы, индивид присоединяет себя к ней. Стиль референтной группы, интегрированный в архетип вещи создает дизайн-продукт, который и будет нести основные функции стереотипов: оправдательную, объяснительную и функцию социальной дифференциации.

Важно также отметить, что под атрибутами стиля подразумевается не материальная составляющая, так как она относится к персональному уровню идентичности, а признаки, переведенные из их архетипного первичного состояния во вторичное, — знаковое. Признаки, получившие знаковое состояние и имеющие отсылку к своему первообразу как прообразу, несущему абсолютное благо, называются семантическими. Как следует из теории семиотики Ч.Морриса, семантика — это отношение знаков к объектам действительности и понятиям о них, и условно этот тип отношений можно обозначить как «знак-объект» [13]. Образ, формируемый семантическими признаками, отсылает к элементам вещей или ситуаций (если это касается пространственно-временных искусств), носящих, прежде всего, архетипный, не преднамеренный характер, характер абсолютной пользы. Например, в 1930-е годы благодаря развитию авиации, испытаниям в аэродинамической трубе, в дизайне промышленных вещей начали утверждаться обтекаемые формы, которые получили название стиля стримлайн. Потребители, приобретая дизайн-продукты с признаками, которые стали присущи летательным аппаратам, показывали свою принадлежность к ценностям, характеризующимися стремлением к техническому и технологическому совершенству, а также скорости, изяществу, вплоть до той пользы, которую приносят летательные транспортные средства. Представление об атрибутах образа можно заключить следующими словами, приведенными в тезисах трудов ВНИИТЭ: «Свойство вещи выражать в чувственно воспринимаемых признаках формы свою общественную ценность мы называем эстетическим свойством» [4, с. 289].

Семантические признаки всегда представлены коннотациями, то есть сопутствующими смысловыми и образными значениями дизайн-продукта. А так как коннотации имеют ценностно-смысловую природу, то это определяет их роль как коммуникативную, соединяющую группы людей не только по ценностям, но, соответственно, и по стилю: стилю общения, одежды, предметов массового потребления и так далее. Например, ценности компании Apple выражены в слогане «Думай иначе». Эти ценности отражены в стиле продукции, спроектированной по десяти правилам хорошего дизайна Дитера Рамса, как в протесте

против тенденций стилизации продукции, которая осуществляется компаниями-конкурентами по всему миру, а также в индивидуальном подходе обслуживания своих клиентов. Стиль объекта проектирования как эстетическая функция вещи характеризуется созданием образа и интеграцией в объект проектирования ценностей не достижимых целями утилитарной функции объекта проектирования, но создающих предпосылки к качеству исполнения этой непосредственной функции как самого дизайн-продукта, так и той пользы, которую приносит индивид. Таким образом, стиль объекта проектирования носит демонстративный характер, характер коммуникационного сообщения, цель которого привлечение внимания людей, смежных по ценностям, к пользе, которую осуществляет дизайн-продукт, индивид, либо индивид посредством этого дизайн-продукта.

Подытоживая описание компонента социального уровня идентичности и отражение его в эстетических качествах дизайн-продукта хочется отметить слова К.Кантора, что внешняя форма вещей, которая «потребляется путём созерцания» [6, с. 51], является «чувственным выражением всеобщих форм человеческой деятельности» [6, с. 52], объектов, несущих благо обществу, а точнее, общественной стороне индивида [6, с. 87]. «Созерцание внешней формы товара становится созерцанием воплощения единства человека и общества, созерцанием единства и целостности, которых реально нет» [6, с. 52].

Итак, социальный компонент идентичности, а соответственно и второе проектно-образное основание для дизайн-продукта, отвечает на вопрос: «Какими средствами будет спроектирован продукт?». Эти средства, равно как и методы, являются ключом формообразования продукта, правилами прочтения образа; создания утилитарного и эстетического компонента дизайн-продукта. Возьмем, например, стул Sultan Chair дизайнера Константина Грчика. Если стул — это архетип, выраженный в понятии «стул», как ментальном образе предмета, чтобы сидеть, то пластика, материальная составляющая, определена теми средствами, которые выразили ценности (идею) через стиль: {простые геометрические формы составных частей из мрамора, врезанные друг в друга, с использованием минимума технологических

операций} определили {{архаичность, величественность, суровость и героический пафос}} образа, где {…} — это стиль, а {{…}} — это образ, в котором и заключены ценности индивида. Получается интересная конфигурация: архетип вещи, выраженный в понятии как ментальном представлении человека о способе существования материи, может быть воплощен в материале только сквозь призму ценностей, тоже как ментальный способ существования, но уже самого человека.

Чтобы перевести ценности в образно-стилевой язык знака, необходимо прибегнуть к поиску референтов этих ценностей в культурной среде. «Референт знака – действие, или объект, или явление действительности, или предмет мысли, с которым знак соотносится» [9, с. 138]. В среде дизайнеров это называется поиском объектов вдохновения или референсов. Переносимые признаки из референсов, объектов вдохновения должны быть референтны тем социальным группам, для которых проектируется дизайн-продукт. В зависимости от задач, поиск можно осуществлять среди различных областей культуры и ее продуктов. Например, если необходимо удержать существующего потребителя, то поиск референсов следует осуществлять в тех областях культуры, которые тождественны ценностям бренда, потребителя или социально-референтной группы, для которой проектируется дизайн-продукт. Если необходимо сместить точку внимания существующего потребителя или привлечь нового, то поиск референсов необходимо осуществлять в иных ценностно-образных областях культуры. Будучи тождественной семиотической системой, непосредственными референсами проектируемого образа должны стать любые произведения искусства и дизайна. Обращение к другим семиотическим системам, таким как пространственно-временным искусствам или лингвистике, усложнит процесс, так как перевод с языка одной семиотической системы в другую представляется трудоемким и не всегда однозначным, хотя, как пишет семиолог Ю.М.Лотман, «перевод непереводимого оказывается носителем информации высокой ценности» [11, с. 16]. Подбирая референсы, необходимо обратить внимание, что ценности имеют абстрактную природу, поэтому и референсы должны быть

абстрагированы от «цели», то есть архетипа проектируемого дизайн-продукта. Референсы должны иметь иные формы воплощения ценностей, в противном случае это будет называться подбором аналогов. Получившийся набор референсов позволяет абстрактно описать портрет потребителя в его ценностях и отношении к жизни. Анализируя референсы, выделяя характерные признаки путем формально-стилистического и семиотического анализа, необходимо перевести их в форму архетипа вещи, чтобы получить дизайн-продукт. Здесь роль дизайнера состоит в том, чтобы перевести эти абстрактные признаки, коннотации, в легко считываемый знак, форму дизайн-продукта. Как замечает А.В.Панкратова, «чтобы создать знак, необходимо выразить *идею мокрого*, а не *мокрое*, *идею острого*, а не *острое*. Важно изобразить не субъективное представление о *благе* или *любви* конкретного дизайнера, а *идею блага* и *идею любви*, так как именно идея будет понятна всем» [15, с. 144].

У ***персонального компонента идентичности*** существует особенность, которая характеризует личность как динамически развивающуюся систему. Все же мы затрагиваем динамические процессы, так как процессы создания, разрушения и снова создания лежат в основе как жизни, так и проектной деятельности, откликающейся на вызовы жизни. Процесс становления личности — это, прежде всего, процесс освоения и усвоения человеком культуры, идей, знаний, опыта, традиций, которые были созданы до него и без него. Накопленный культурный материал используется не только в проектировании, но и в процессе становления личности, поэтому персональный компонент идентичности является совокупностью социальных моделей поведения, из которых складывается личность. «Персональная идентичность представляет собой объединение характерных черт поведения, которые являются характерными чертами и поведением представляемых групп, с которыми она отождествляется», заключают С.Т.Дженкинс, С.Рейсен и И.Катзарска-Миллер в статье «Внутригрупповая идентификация и персональность» [18, с. 11]. Эта схема очень похожа на схему знакообразования, где коннотации как социальный компонент идентичности заключены в денотате как персональном компоненте идентичности и образуют

личность как некоторый миф о том, что личность является самостоятельной живой единицей, независимой от внешней среды. Сама личность является знаком. «Мой язык есть всеобъемлющая сумма меня самого; ибо человек есть знак. Человеку трудно понять это, поскольку он настаивает на отождествлении себя со своей волей, со своей властью над живым организмом, со своей животной силой», — пишет основатель семиотики Ч.С.Пирс [14, с. 93].

Подобно персональной идентичности, личности в целом, объект проектирования интегрирует в себе модели архетипов вещей и стили. Описанный ранее пример со стулом Константина Грчика хорошо иллюстрирует это положение: Sultan Chair действительно совместил в себе архетип «стул» как некий ментальный конструкт и стиль, выраженный в {{архаичном, величественном, суровом и героическо-пафосном}} образе. Если взять другой пример — автомобиль Mercedes-Benz GLE 63 AMG, то здесь архетипом выступает автомобиль, причем автомобиль купе. Купе — это характеристика архетипа, имеющая функциональное значение, но в то же время в этом примере играющая на сам образ автомобиля. А образ {{элегантности, роскоши, аристократизма, комфорта и недостижимого идеала}} определен через {струящиеся линии граней формы, похожие на развевающийся шёлк, включение в форму тонких металлизированных или чёрных линий обводов колёсных арок, абриса боковых стёкол, вставок в нижней части воздухозаборника радиатора, подчёркивающих и одновременно удваивающих первоначальное функциональное назначение}. Проектируя продукт, дизайнер создает его именно для идеализированного потребителя, в котором предполагается сочетание нескольких социальных ролей, но объединенных в концепции одной персональной идентичности.

В зависимости от задачи, дизайнер может ориентироваться как на создание продукта для конкретного потребителя, так и на формирование продукта для бренда. И потребитель, и бренд имеют ценностные основания для проектирования образа дизайн-продукта. Разница лишь в том, что для бренда ценности создаются искусственно, либо создаются с отчуждением от личности автора, который является первообразом этого бренда. Бренд можно считать искусственно созданной персональной

идентичностью, складывающейся из ценностей, распространенных в обществе. В этом контексте хочется отметить слова Джеймса Р.Грегори, который в книге «Leveraging the Corporate Brand» дал одно из признанных определений бренда: «Бренд — это не вещь, продукт, компания или организация. Бренды не существуют в реальном мире — это ментальные конструкции. Бренд лучше всего описать как сумму всего опыта человека, его восприятие вещи, продукта, компании или организации. Бренды существуют в виде сознания или конкретных людей, или общества» [17]. Если рассматривать бренды, которые производят дизайн-продукты, то они производят их для потребителей, чьи ценности совпадают с ценностями бренда. Г.Н.Лола в своем исследовании о дизайн-проектировании обобщает ценности бренда до уровня его компетенций: «По сути, дизайнер должен конвертировать компетенции бренда в компетенции продукта с учётом цели и целевых групп данного проекта» [10, с. 52]. Приобретая дизайн-продукты брендов, потребитель приобщает себя к социально принятым ценностям, разделяя ценности бренда, а соответственно и всей социальной группы, приобретшей этот продукт. «Наслаждаются для себя, но, когда потребляют, — как заметил Ж. Бодрийяр, — никогда не делают этого в одиночестве, а входят в обобщенную систему обмена и производства закодированных ценностей, куда, вопреки им самим, включены все потребители» [2, с. 108].

Чтобы снять смысловое напряжение между концептом «идентичность» и дизайн-продуктом, необходимо отметить, что значение дизайн-продукту придается исключительно человеком, и продукт не может иметь собственную идентичность. Он будет иметь статус; статус как знак идентичности; как совокупности стабильных значений параметров как объекта, так и субъекта. Приобретая дизайн-продукт, человек, таким образом, вещественно подтверждает свой статус. «Дизайн-продукт даёт уверенность, что ты есть тот, за кого себя выдаешь», — пишет Г.Н.Лола [10, с. 15].

Выше рассмотренный материал показывает тесную связь между человеком и вещью, между личностью и дизайн-продуктом. Подобный подход к проектированию определяет его гуманистическую направленность и обуславливает развитие дизайна в современном

обществе в рамках материализации идентичности. Получив или сформулировав проектную задачу, основанную на целях и ценностях индивида, для которого предназначается дизайн-продукт, дизайнеру необходимо найти этим целям должный архетип вещи, а ценностям — должное пластическое и стилевое воплощение посредством реферируемых семантических признаков.

Для наиболее полного анализа и ознакомления со стилем жизни личности, для которой проектируется продукт, рекомендуется создание карты реферируемых архетипов, образов, исторических стилей, дизайн-продуктов, абстрактных явлений, визуальных метафор и так далее, подходящих под составленные характеристики личности и объекта проектирования. В подборе может помочь составление легенды, как проектируемый объект будет использоваться потенциальным потребителем, что может также натолкнуть на формообразование объекта. Найденные референты будущего дизайн-продукта необходимо расположить в порядке от реального к абстрактному, выделить средства и методы, формирующие объекты, определить приоритетные. Это послужит хорошей подсказкой к синтезу образа дизайн-продукта.

Библиография:

1. *Барт Р.* Система Моды. Статьи по семиотике культуры. — М., 2003. — 512 с.

2. *Бодрийяр Ж.* Общество потребления. — М.: Республика, 2006.

3. Большая советская энциклопедия. — М.: Советская энциклопедия, 1969–1978.

4. *Генисаретский О.И., Бизунова Е.М.* Теоретические и методологические исследования в дизайне. — М., [Изд-во Шк. Культ. Полит.], 2004. — 372 с.

5. *Иванова И.Н.* Стиль потребления как социальный процесс и способ идентификации: социологическая интерпретация. — Саратов: Изд-во Поволж. межрегион. учеб. центра, 2004. — 512 с.

6. *Кантор К.М.* Красота и польза. Социологические вопросы материально-художественной культуры [Текст] / К.М.Кантор. — М., 1967. — 270 с.

7. *Кантор К.М.* Правда о дизайне. — М.: Издательство «Анир» Союза дизайнеров России. — 286 с.

8. *Ковтун О.А.* Человек и вещь в культуре: предметное основание персональной идентичности»: диссертация ... кандидата философских наук: 09.00.13, Челябинск, 2011. — 162 с.

9. *Лободанов А.П.* Семиотика искусства: история и онтология: Учебное пособие. – 2-е издание. – М.: Издательство Московского университета, 2013. – 680 с., илл., табл., схемы, нотные примеры. IBSN 978-5-19-010803-3

10. *Лола Г.Н.* Дизайн-код: культура креатива. — СПб.: ЭЛМОР, 2011. — 140 с. IBSN 5-7399-0164-2.

11. *Лотман Ю.М.* Семиосфера. — СПб. : Искусство-СПб, 2001. — 703 с.

12. *Микляева А.В., Румянцева П.В.* Социальная идентичность личности: содержание, структура, механизмы формирования: Монография. СПб.: Издательство РГПУ им. А.И.Герцена, 2008. — 467 с.

13. *Моррис Ч.У.* Основания теории знаков // Семиотика. — М.: Радуга, 1983.

14. *Пирс Ч.С.* Избранные философские произведения / пер. с англ. К.Голубович, К.Чухрукидзе, Т.Дмитриева. — М: Логос, 2000. — 448 с. ISBN 5-8163-0014-8.

15. *Панкратова А.В.* Социокультурный статус дизайна в дискурсе постмодерна // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). — 2014. — № 8 (40).

16. Творчество и личность. Межвузовский сборник научных трудов. — М.: МОПИ им. Н.К.Крупской, 1985. — 151 с.

17. *Gregory James R.* Leveraging the Corporate Brand. — NTS Business Books, 2007.

18. Jenkins S.T., Reysen S., Katzarska-Miller I. Ingroup Identification and Personality // Journal of Interpersonal Relations, Ingroup Relations and Identity. — 2012. — V. 5. P. 9–16.

19. Психологос. Энциклопедия практической психологии [Электрон. ресурс]: Идентичность / ред. Козлов Н.И. — М., 2009–2017. — URL: http://www.psychologos.ru/articles/view/identichnost (дата обращения: 2.09.2016).

Ю.А. Васерчук

БУМАГОПЛАСТИКА В ФОРМИРОВАНИИ РЕКЛАМНОГО ОБРАЗА

Современный дизайн рекламы использует бумагопластику как метод разработки выразительных метафор и ассоциаций в рекламе. При проектировании используется принцип переноса качеств бумаги на рекламное изображение, а также способ упрощения транслируемых бумажной формой смыслов и их количества.

Modern design of advertising uses paper-plastic arts as a method for creating metaphors and associations in advertising image. By creating is used the principle of transferring the qualities of a paper to an advertising image, as well as a method for simplifying the meanings and quantities transmitted by a paper form.

Ключевые слова: методики бумагопластики, метафора, образ, облако смыслов, рекламная идея.

Keywords: methodes of paper-plastic arts, metaphor, image, cloud of meanings, advertising idea.

Бумагопластика как область творческих экспериментов с бумажным листом давно зарекомендовала себя в качестве комплекса проектных методик для различных областей дизайна. Одной из них, эксплуатирующей пластический потенциал бумажного листа, является дизайн рекламы.

Бумагопластика, являясь интеллектуальным капиталом формообразования, объединяет не только проектные дизайнерские методики манипуляций с листом, но и комплекс возникших задолго до дизайна традиций, условий и методов взаимодействия с бумажной формой. Она апеллирует к смысловым кодам, зашифрованным в

многовековой культуре обращения с бумагой, а также к относительно недавней практике дизайн-проектирования с применением методик объемно-пространственного конструирования.

Смысловое поле бумажных форм не менее, чем их пластический эквивалент, выявлено и актуализировано дизайнерами и рекламистами при разработке и создании рекламы. Бумага, бумажная форма, бумажная логика и бумажная конструкция выступают как проектные методы, способствующие выражению через «бумажный» образ смысловой основы рекламной идеи. Благодаря многим ярким и неординарным рекламным разработкам, обогащается и культурная модель бумагопластики, развивается ее проектно-методический потенциал. Вместе с тем, благодаря проектированию образных решений в рекламе, определяется отношение к бумажной форме как к универсальному инструменту проектирования метафоры в самых разных областях и жанрах рекламы — от коммерческой до социальной.

Образ, созданный средствами бумагопластики, переносится на представленные в рекламе объекты и их качества. Метод переноса смыслов и атрибутов — столь характерный для рекламных коммуникаций — в данном случае работает в одностороннем направлении: от бумажного образа — к рекламному изображению. Характерно, что в обратном направлении движение не наблюдается, и связано это, по всей вероятности, с тем, что в современной культуре не так много явлений, столь же универсальных, хорошо знакомых, понятных и доступных, как бумага. Бумага при формировании рекламного образа выступает в качестве доминирующей смысловой парадигмы.

При проектировании рекламного образа осуществляется стыковка облака смыслов рекламного сообщения (замысла, задумки) с пластической параллелью смыслов, выражаемых бумажной формой. При этом в сообщениях, находящихся в рамках единой рекламной кампании, используется, как правило, только один бумагопластический метод или прием. Это обусловлено тем, что каждый формообразующий принцип бумагопластики является носителем самостоятельного смысла, довольно прочно укоренившегося в современном сознании. В рекламе с целью концентрации на определенном предложении для потребителя, на фокусировке потребительского внимания, не предполагается

размытие рекламной идеи, а также ввода дополнительных смыслов и образов. Джек Траут в книге «Дифференцируйся или умирай!» писал: «Предложение должно быть так сильно, чтобы оно могло двигать миллионными массами. (То есть притягивать новых клиентов к вашему продукту.) [2, с. 35] … Нужно найти то, что … сделает вас уникальным (т.е. единственным в своем роде)… отличительная идея должна быть настолько простой и визуальной, насколько возможно, и… [стоит]… придерживаться одного послания…. Некоторые из наиболее сильных программ это те, которые фокусируются на единственном слове» [2, с. 110]. Бумагопластика выступает как раз той самой «движущей силой» образа или метафоры, заключенных в рекламной идее.

Парадокс «бумажного» образа в рекламе заключается в том, что чем проще формообразующий принцип, чем более универсален и доступен визуальный язык бумагопластики, тем сильнее «цепляет» созданный образ зрителя, тем эффектнее рекламная идея и ближе для понимания. Бумага, бумажный опыт, являющийся столь естественным и до боли знакомым, более остро воспринимается при умелой дизайнерской интерпретации самых базовых и основных категорий трансформации бумажной формы.

При этом не стоит недооценивать способность сознания конструировать и реконструировать образ, используя самые малые к тому предпосылки. Е.В.Жердев в книге «Метафора в дизайне» писал: «Выделяя в сознании наиболее информативную, значимую для субъекта деталь, воображение позволяет построить целостный образ. Отношение между частью и целым на основе многократного опыта закрепляется в структуре воображения в виде обобщенных образов-структур, которые реализуются в системе чувственного мышления. Четыре точки воспринимаются нами как квадрат, наклонная линия слева направо как падение, справа налево — как подъем и т.п. Способность структурирования, создания порядка генетически заложена в человеке природой и воспитана тысячелетней практикой» [1, с. 241]. Для проектировщика метафоры в рекламе достаточно намека. Ассоциативное мышление зрителя способно самостоятельно выстроить параллели между образной составляющей, выраженной в бумаге, и рекламной идеей.





Рисунок 1. Рекламные образы, созданные с использованием приема квиллинг Юлией Бродской

Рисунок 2. Социальная реклама, рекламирующая центр защиты детей в Дубае (АОЭ)

При рассмотрении приемов бумагопластики и методов создания с их помощью художественно-образных решений и метафор в рекламе, выявляются общие закономерности влияния объемно-пространственных решений на семантику проектируемых изображений. Представляются интересным рассмотрение некоторых из них.

Бумага, развернутая к зрителю торцом, подобна тонкой линейной графике. Чистая, немногословная линейная конструкция воспринимается чаще всего благодаря теням, отбрасываемым от торцевых элементов на фронтальную плоскость фона. Дополнительные графические элементы излишни. Бумагопластика как графический метод является вполне самодостаточной в решении практических изобразительных задач.

Линейная графика торца бумаги не позволяет вариаций с «толщиной» и «нажимом» рисующего элемента. Тонкая грань бумаги, развернутой торцом, — неизменная константа, строгое ограничение, которое невозможно преодолеть, не выйдя за рамки жанра. Строгость и элегантность — эмоциональное наполнение данной проектно-графической методики бумагопластики. Она великолепно используется при выражении соответствующих семантических моделей рекламного образа (рис. 1).

Мятая бумага, рваная бумага и прочие приемы брутальной бумагопластики формируют самостоятельные смысловые интерпретации и идентификации, способствуют созданию образов, ощутимых вплоть до физического уровня. Особая дерзость и нарочитая «жестокость» в разрушении привычной невозмутимости плоского листа переносятся на все явления и предметы представляемого и

одушевляемого источника агрессии. Образ молчаливого наблюдателя, несущего невосполнимый урон; бумаги, которая «все стерпит»; невинной жертвы — далеко не все интерпретации, возникающие при соприкосновении с данным визуальным образом (рис. 2).

Небрежность, потертость, помятость бумаги, ее несвежесть и вторичность вызывают раздражение, вплоть до брезгливости. Современное общество, столь ориентированное на предметы индивидуального пользования, столь нацеленное на «новое» как самостоятельную ценность, воспринимают «вторичность» как пренебрежение, как неуважительное отношение к себе, как дискомфортную для себя коммуникацию. Гипертрофированность данного образа ощущается благодаря особой дешевизне бумаги как материала: «Уж бумагу-то свежую всегда можно найти».

Вторичность как элемент персональной принадлежности вызывает сочувствие к носителю. Опять-таки бумага усиливает эмоциональную нагрузку образа, становясь эквивалентом «хуже некуда» (рис. 3).

Стройные системы структурных видов бумагопластики выступают как визуальная основа прогрессивных техногенных образов. Ритмическая основа, динамизм и аккуратность в представлении структурных элементов, особая связь белоснежных листов бумаги с современной офисной культурой позволяют рассказать о новых технологиях, о сверхскоростных достижениях и прогрессивных методах в инновационных областях человеческой деятельности (рис. 4).

Фактура бумажного листа, качество выделки, способность бумагой передавать цветовые и тональные нюансы, поведение бумаги при различных видах манипуляций — все это при современном выборе бумаг, при широкой палитре решений в бумажной промышленности имеет непосредственное влияние на формируемые «бумажным» образом ассоциации. Практически каждый мотив рекламы может быть поддержан, визуализирован, эффектно передан фактурой бумаги, ее цветом, толщиной. Сама по себе бумага уже содержит определенную тональность, тему, легенду. Офсетная бумага способна передать ощущение элегантной сдержанности и натуральной красоты; бумага верже теплого оттенка дарит чувство мягкого, приятного на ощупь, теплого уюта; глянцевые мелованные бумаги погружают в мир



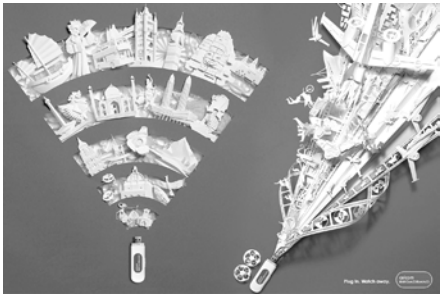


Рисунок 3. Социальная реклама Нью-Йоркского миссионерского движения, собирающего одежду для нуждающихся в Индии
Рисунок 4. Рекламная кампания сотового оператора Celcom (Малайзия), продвигающего Интернет-услуги

блестящего, мерцающего великолепия. Другое воздействие имеют объекты, выполненные из грубых сортов бумаги или картона. Если бумага сама по себе более чем простая, бесцветная, невразумительная и «безвкусная», то возникает эффект обесценивания бумажного изделия, представленного в рекламе, а, вместе с тем, и транслируемого бумагой образа (рис. 5).

Цветная бумага заключает в себе образ тех дней, когда понятие бумаги было прочно связано с игрой и забавой, а не с возрастающей день ото дня деловой документацией. Невозможно отрицать особую энергию радости, передающуюся через рекламные образы, выполненные из ярких цветных бумаг. Когда концептуально цвет оправдан, он привносит живое ощущение от рекламы и создает чувство праздника.

Уникальное качество бумаги быть одновременно и изобразительной плоскостью и изображаемым объектом находит свое применение в проектировании рекламных образов. Как носитель изображения, она всегда является своего рода дверью-пропуском в изображаемые пространства, приглашая зрителя абстрагироваться от предметности листа и заглянуть в картину. Обратное движение также возможно, когда объекты теряют свою реальность, перестают быть настоящими и становятся как будто бы нарисованными на бумаге. При этом зритель отталкивается от предметности реального мира и движется в сторону условности и абстракции, успешно преодолевая инерцию привычных визуальных категорий (рис. 6).





Рисунок 5. Рекламная кампания производителя кетчупа Heinz. Над изображением кетчупа надпись «without» (без)
Рисунок 6. Рекламная мотоцикла Yamaha X-Max. «Master of city» (город мастера боится)

Набор методов и приемов трансляции средствами бумагопластики рекламных идей велик. Современная проектная практика дизайна рекламы накопила достаточно выразительных образцов в этом направлении. Представляется, что проектный потенциал бумагопластики в создании рекламного образа и прочих визуальных коммуникаций рекламы еще не достаточно исследован и раскрыт, отечественный и зарубежный опыт современной рекламы нуждается в систематизации проектных разработок и их концептуализации, в определении областей практического применения. Для бумагопластики как проектной методики дизайна рекламы необходимо подробное описание семантических полей, Представляется ценным также конкретизация взаимосвязи бумажных конструкций с проектными технологиями рекламы, выявление практических методик и рекомендаций для разработчиков рекламы.

Библиография:

1. *Жердев Е.В.* Метафора в дизайне / Е.В.Жердев. — М.: Архитектура-С, 2012. — 464 с.

2. *Траут Дж.* Дифференцируйся или умирай! / Джек Траут, Стив Риквин. — СПб.: Питер, 2010. — 304 с.

Ю.А. Васерчук

ПРОСТРАНСТВО СМЫСЛОВ В ФОРМАЛЬНОМ ЯЗЫКЕ БУМАГОПЛАСТИКИ

Бумагопластика занимает видное место в проектной культуре дизайна. Однако ее роль не сводится к поискам объемно-пространственного выражения формы. Нахождение новых смыслов и образов средствами бумагопластики представляется перспективной задачей для современного дизайна.

A Paper-plastic art occupies a prominent place in the general culture of design. However, just the searching after expression of three-dimensional forms does not restrict its role. The findings of new meanings and images by means of the paper-plastic art put a promising task for modern design.

Ключевые слова: бумагопластика, объемно-пространственная форма, конструкция, абстракция, условность, геометризм, оболочка, упаковка, пространство.

Keywords: Paper-plastic art, three-dimensional shape, construction, abstraction, convention, geometry, shell, packaging, space.

Проектные методики бумагопластики весьма разнообразны для различных сегментов дизайнерской деятельности. За свою почти вековую историю бумагопластика накопила значительный потенциал практических инструментов и приемов поиска формы, методов визуализации и интерпретации проектных идей, способов абстрактного самовыражения, семантических парадигм, базирующихся на культуре обращения с листом бумаги, способов проектного художественного мышления в объеме. Творческие наработки художников и дизайнеров со всего мира позволили раскрыть бумажное искусство как потенциальную базу проектных идей, образных решений и стилевых

интерпретаций. Бумагопластика обрела свои границы, рамки, жанры, а также специфический, уникальный словарь визуальных коммуникаций, осуществляемых средствами бумажного искусства. Сегодня можно выделить бумагопластику в самостоятельную область современной проектной культуры дизайна, рекомендовать ее для инновационных и междисциплинарных областей дизайна, таких как бренд-дизайн, цифровой дизайн, а также для прочих видов дизайна, способных черпать в бумагопластике потенциал для творческих, неординарных идей.

Виды дизайнерской деятельности, для которых бумагопластика — актуальная проектная методика, а также способ выработки проектных решений, весьма разнообразны: от дизайна архитектурной среды до индустриального дизайна. В первом случае бумагопластика выступает как метод поиска и проработки объемно-пространственных, композиционных решений, во втором — как метод конструирования и макетирования прототипов из моделирующего листового материала. Бумагопластика как комплекс проектных методов графического дизайна печатной продукции не вызывает сомнения. В данном случае бумага выступает уже не как моделирующий материал, что характерно для проектирования в индустриальном дизайне, но как непосредственный инструмент проектных решений, а бумагопластика — как художественно-композиционная, процессуально-пространственная, технологически-алгоритмическая методика дизайн-проектирования. Визуальные качества, такие как белизна и поверхность; физические качества: плотность, рыхлость, толщина; а также механические, эксплуатационные, печатные и прочие свойства бумаги для проектной культуры графического дизайна имеют непосредственное значение, тогда как, например, для архитектуры, дизайна среды, индустриального дизайна, дизайна костюма и прочих творческих областей бумага выступает как имитационная, условная листовая единица, способствующая поиску и нахождению внешнего облика, визуального образа произведений дизайна. Для данных областей бумагопластика выступает как комплекс методик визуализации композиционного, конструкторского и других творческих замыслов; набором методов формулирования, наглядного представления и обоснования проектных идей в макете, материале.

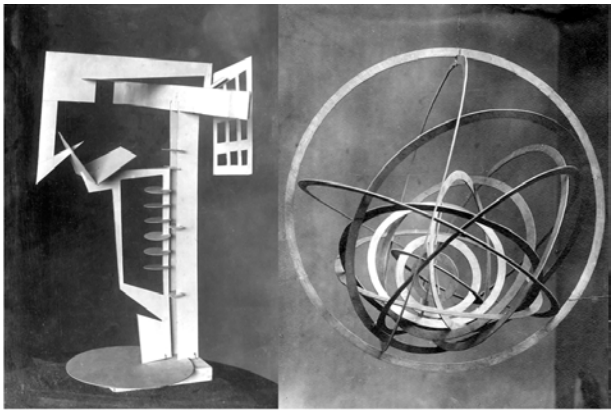


Рисунок 1.
Экспериментальное формообразование из бумаги А.М.Родченко

Давние традиции бумагопластики в дизайн-проектировании способствовали выработке множества подходов к использованию бумажного листа как объемно-пространственного модуля в творчестве. И речь идет не только о непосредственном практическом использовании бумаги в композиционно-конструкторском моделировании, но и о концептуализации опыта, о наработке абстрактных представлений о возможностях пространственных манипуляций с листом. В данном случае в качестве проектного модуля выступает уже не сам лист непосредственно, но логика трансформаций, манипуляций, конструкций и прочих видов преобразований формы листового материала — бумаги. Подобный накопленный опыт, переросший в «культуру бумажного листа», имеет не менее важное значение для дизайна, чем практические проектные наработки, непосредственно осуществляемые здесь и сейчас. Интеллектуальный капитал бумажной формы накапливался не одно десятилетие. В течение этого времени создавались, определялись, прорабатывались стилевые парадигмы бумажной формы, имеющие влияние на ее семантические ряды.

Исторически сложилось, что бумагопластика стала формой выражения абстрактной, нефигуративной формы. В работах русских конструктивистов, в первую очередь, в работах Александра Родченко, был задан явный стилевой тон, стилевое поле и направление объемно-пространственного и смыслового развития бумажных форм (рис. 1). «Тогда, в 20-е годы, … в них метафорически отображался сам



Рисунок 2. Бумажные объекты, оформляющие пространство и как бы транслирующие мысли героев [6, с. 10]. Бумажная лестница [5, с. 71]

принцип нового прогрессивного научно-технического мышления, … конструировались и интерпретировались ажурные инженерно-технические структуры, только-только появившиеся в авиации, мостостроении, архитектуре» [3, с. 10]. Конструктивистские эксперименты позволили бумагопластике войти в историю искусства в качестве абстрактной конструкции, определяющей собственную логику взаимодействий с бумажным листом, а посредством бумажного листа — методы организации и структуры формы и пространства.

Данная европейская традиция оказалась настолько всеобъемлющей, имеющей такой мощный проектный потенциал, что смогла в течение почти века успешно конкурировать в художественной лаборатории дизайна с более ранней традицией оригами, предлагающей иную, отличную от конструктивистской, логику создания формы. Хочется отметить, что при множестве современных возможностей и видов пластических интерпретаций, при многообразии технологических решений бумагопластика всегда апеллировала к конструкции, оболочке и условной, почти абстрактной подаче визуального материала. Казалось бы, что может быть проще, чем разрушить плоскость листа, выявить бумажные волокна как самостоятельные пластические единицы, связать их современными клеящими средствами и обратиться к более традиционному для истории искусства методу проектирования формы методом лепки, в данном случае, лепки из бумажной массы.

Однако подобный вид пластического моделирования практически не встречается в современной художественной и дизайнерской практике. Бумага является ценной именно благодаря своей принадлежности к листовым материалам, определяя естественный для современной художественной мысли метод мышления конструкцией. При том, что бумажная конструкция обрела массу интерпретаций — от коллажа до рельефов из влажной бумаги, принадлежность данного материала к листу остается неизменной. Лист как ценностная единица бумагопластики определяет ее место и роль в качестве универсального материала для проектирования формы в современном дизайне.

Одним из принципиальных качеств бумагопластики как метода художественной выразительности является ее условность в интерпретации и подаче любых смысловых значений. Из листа бумаги нельзя «вылепить» правдоподобную форму, сама структура формообразования, в основе своей конструктивного, принципиально отличается от классических методов скульптуры и не позволяет копировать действительность. Бумажная форма всегда условна и иносказательна, всегда допускает своего рода домысливание, мысленную реставрацию визуального представления. От этого рождается инвариантность: множество возможностей визуальной интерпретации формы при неизменной условности бумажной конструкции.

Условность и конструктивность являются фундаментальными принципами бумагопластики как метода объемно-пространственного моделирования, так и метода формирования смысловых парадигм любых визуальных коммуникаций. Бумагопластика укоренилась в нашем сознании как метод передачи смыслов через условное изображение, интерпретацию. В современном дизайне (имеются ввиду все области и разделы за исключением дизайна книги) сформировалась устойчивая тенденция использования бумаги для трансляции «ненастоящего мира», мира мыслимого или мира идей. Бумажные объекты, например, стол и стул из картона являются ярким тому доказательством. Как бы комфортно ни было использовать бумажную мебель, как бы проста и удобна она ни была в эксплуатации, принцип «как бы стула» или «как бы стола» упорно преследуют бумажные изделия в силу традиционно сложившегося восприятия. Вполне реальная бумажная мебель видится

нами как мебель «понарошку», изображение мебели, но никак не мебель сама по себе. Для обыкновенного покупателя купить и использовать бумажные объекты считается «смешным», он как будто бы перешагивает посредством использования не мебели, но ее симулякров в мир иллюзий (рис. 2).

Эта смысловая ловушка распространяется на объекты бумажного искусства еще и в силу изобразительного потенциала бумажного листа. Традиционно воспринимаясь нами как изобразительная поверхность, бумага и сама становится атрибутом того, что на ней изображено. Бумага с изображением редко воспринимается нами в первую очередь как вещь, как атрибут предметно-пространственного наполнения, но становится окном в изображаемую действительность, в иллюзорный мир. Это обстоятельство только укореняет смысловой подтекст условности всего, что выполнено и представлено из бумаги.

Причастность бумажной формы к миру условностей и иллюзий, иносказаний и интерпретаций, только с одной стороны можно считать ущербной и проигрышной ситуацией. Реальный мир с помощью бумаги действительно построить сложно. Не поверят. Достоверность бумажной формы всегда будет ставиться под сомнение. Однако существует целый ряд смысловых абстракций, который сложно выразить через реальные и давно знакомые предметы, а также с помощью материалов, закрепивших за собой довольно прочно ту или иную область воплощения предметного мира вещей.

Бумагопластика способствует высвобождению и материализации целого кластера форм, которые иначе чем через иносказание и абстракцию не могут быть выражены. Оставаясь в пластических рамках привычных вещей, сложно визуализировать то, что является принципиально новым для восприятия, чему нет аналогов в знакомом мире, что апеллирует к инновационной модели поведения, восприятия и мышления. Бумагопластика хороша в таких случаях именно в меру своей условности, способности давать возможность домыслить и по-своему интерпретировать визуальный образ. Чем более абстрактна бумажная форма и чем меньше она дает привычной информации, тем шире палитра трактовок и собственных визуализаций, рождающихся у ее зрителя.

Возможно, потребность современной художественной культуры в выражении абстрактных идей и категорий, в том числе с помощью бумажного листа, прочно удерживает стилевое пространство бумагопластики в рамках лаконичности и минимализма. Бумагопластике свойственны принципиально белые, не дополненные лишней изобразительностью решения или уж, во всяком случае, максимально простые для восприятия и считывания цвето-графические изобразительные принципы, которые, скорее, служат выявлению и подчеркиванию формы, чем иллюстративному отображению визуальной действительности. Принцип суперграфики, столь популярной для современной урбанистической культуры, безусловно, коснулся и бумажной формы, однако, исключительно на уровне суперграфики, которая всегда находится в диалоге с формой, разрушая или подчеркивая последнюю.

Особый геометризм формы также является присущей бумагопластике мерой условности. Даже при сложных силуэтных решениях воспринимаемой фронтально композиции, при изысканной линии реза, сам принцип плоскости как элемента объемно-пространственной структуры не позволяет бумажной форме переходить рубеж геометрической лаконичности. Феноменальность плоскости, за которой ничего нет, которая при развороте на 90 градусов превратится в тонкую линию, создает в сознании не только понимание меры условности представленных бумагой объектов, но и чувство простоты манипуляций с ними: перемещения, монтажа, демонтажа и пр. Объекты из бумаги создают ощущение легкости и естественности конструирования из них того пространства, которое нам в данный момент интересно.

Любопытно отметить, что крупногабаритные бумажные объекты человек также воспринимает как нарисованные, придавая им все те же качества условности, а также простоты взаимодействия с ними. Более того, пространство, наполненное бумажными элементами, обретает признаки условного и конструируемого, переходит в мир сцены и представления, где жизнь только показывается, демонстрируется, но не проживается в полной мере (рис. 3).

Геометризм и чистая лаконичная силуэтная форма бумажных элементов выступают как метод проектирования в конструкции.



Рисунок 3. Бумагопластика как метод театрализации действительности [5, с. 8], а также отношений [5, с. 2]

Принципы объединения, монтажного скрепления, стыковки форм базируются на стремлении к визуальной доступности прочитывания и схватывания конструктивного принципа. Традиционные для бумагопластики конструктивные принципы врезки, замка, складки (шарнирного крепления двух подвижных относительно друг друга плоскостей) обусловлены лаконизмом геометрической формы, стремлением, благодаря геометрической чистоте, не создавать дополнительные визуальные акценты, но подчинять художественно-конструкторское решение задачам проектируемого образа. Геометрическая простота и лаконизм методов крепления элементов конструкции определяются также желанием максимально упростить монтажные работы, создать принципы удобства и комфорта, простоты интуитивного восприятия монтажного метода. Л.Б.Фрейверт отмечает, что роль сборно-разборных конструкций и принципа преобразующих действий сложно переоценить для современной культуры. «Внешний вид … должен сообщать пользователю информацию о порядке действий, о взаимосвязи видимых и невидимых в данный момент элементов» [4, с. 138].

Еще одной объемно-пространственной, а также смысловой парадигмой бумагопластики является оболочка. Оболочка как достижение современной объемно-пространственной мысли прочно вошла в проектную культуру дизайна различных объектов и

силуэтных форм. Бумагопластика, разумеется, — не единственный метод проектирования оболочек, но один из немногих, позволяющих конструкторские дизайн-решений в широком диапазоне проектных областей — от упаковки до архитектуры [2]. Оболочковый как тип заполнения пространства симметричными объектами широко используется в упаковке. Принципы штабелирования, укладки при логистике упаковок, а также способы их выкладки в мерчандайзинговых решениях определяют проектную задачу формирования симметричных, заполняющих пространство (желательно без промежутков) объемно-пространственных объектов. Геометрическая стабильность оболочек, их доступность для визуального восприятия и использования, удобство для различных манипуляций, эргономичность и прочие качества упаковок имеют непосредственное значение для семантического ряда мыслеформ и образов бумажной пластики. Современная форма оболочки, вслед за упаковкой, не допускает длительных церемоний. Моментальность восприятия и вскрытия является ценностью. Оболочка не допускает физической связи с другими элементами пространства, принцип индивидуального использования порождает сегодня дополнительные упаковки внутри оболочки, что позволяет многократно делить внутреннее пространство, но не выходить за его пределы, не нарушать принцип интимности индивидуального использования. Тот же принцип индивидуального пользования формирует целую культуру защиты от непреднамеренного вскрытия. На уровне упаковки товаров народного потребления оформились и обрели выражение ценности и приоритеты современного общества. Бумажная форма оболочки, как немой свидетель сегодняшнего дня, впитала в свою проектную культуру не только процессуально-пространственные методы организации формы, но и смыслообразующие категории. В итоге оболочка обрела категории замкнутой отдельно стоящей конструкции, желательно индивидуальной и всецело охраняемой. Для архитектурных решений подобные тенденции также свойственны. Сейчас сложно найти проектируемые решения для больших семей, где и дети и внуки живут под одной крышей. Сегментация, индивидуализация, простота формы, ограниченность и замкнутость пространства, защищенность — признаки современных оболочек. Упаковка развивается как в сторону



Рисунок 4. Методы обыгрывания упаковочных решений в рекламе. Реклама молочных продуктов компании Dairy Farms of Canada

компактного заполнения пространства и геометрической простоты, так и в сторону индивидуальной выразительности и образной привлекательности, в сторону привлечения внимания и усиления визуальных изобразительных эффектов (рис. 4).

Важно отметить, что в рамках общей бумагопластической методики оболочек благополучно сосуществует масса частных проектных решений создания абстрактной формы, которые, обладая самостоятельными средствами выражения, определяют контекст проектируемой формы и ее коммуникативные возможности. Замкнутая оболочка имеет совершенно отличный выразительный потенциал, нежели форма, выполняющая тот же самый объем модульными элементами. Первая определяет замкнутость и закрытость визуального образа, вторая создает прозрачность и доступность, открытость и полилинейность визуального взаимодействия со зрителем, как бы вовлекая в глубину проектируемого объема. Каждый объект, формулируемый средствами бумажной абстракции, так или иначе определяет знаки и образы проектируемой действительности.

Столь свойственная бумаге условность работает в полной мере и в упаковке. Упаковка выступает как метод формирования иллюзорной, порой обманчивой действительности, сохраняя меру условности упаковки и на ней изображаемых объектов по отношению к реальной действительности потребляемых товаров и услуг.

В итоге важно отметить, что, рассматривая чисто художественные формальные категории бумагопластики, мы всегда имеем дело с эквивалентами знаковых систем, обладающих определенным смысловым шлейфом, пробуждающих метафорическое мышление. Согласно Е.В.Жердеву «…метафора … является одной из составляющих художественного языка, имеющего особый код — динамическую систему правил употребления знаков…» [1, с. 84]. Геометризм, лаконизм, конструкция и оболочка — не просто визуальные парадигмы пластического языка, но современные коммуникативные принципы, знаки и структурные единицы конструирования метафорических образов, которые при всей естественности, привычности и доступности для восприятия, каждый раз служат сообщением знаково-образной системы предметно-пространственной действительности. Используя, интерпретируя, обыгрывая знаки и символы проектируемого мира, переосмысливая их с позиций актуальности для современных реципиентов, определяя инновационные подходы к их трансляции, дизайнер формулирует образное поле наших дней.

Библиография:

1. *Жердев Е.В.* Метафора в дизайне / Е.В.Жердев. — М.: Архитектура-С, 2012. — 464 с.

2. *Козлов Д.Ю.* Точечные поверхности: новый способ моделирования оболочек // Packaging Research & Development. — 2007. — № 6 (14). — С. 44–54.

3. *Лаврентьев А.Н.* Графическое моделирование / А.Н.Лаврентьев // Эксперимент в дизайне. — М., 1987.

4. *Фрейверт Л.Б.* Архетипы художественного формообразования в дизайне / Л.Б.Фрейверт. — М.: Франтера, 2017. — 410 с.

5. Tactile. High Touch Visuals. — Gestalten, 2007. — 208 p.

6. Tangible. High Touch Visuals. — Gestalten, 2009. — 208 p.

А.В. Кортович

ШРИФТОВЫЕ КОМПОЗИЦИИ В РУССКИХ ПЕЧАТНЫХ ТКАНЯХ XVIII — НАЧАЛА XX ВВ.

Статья посвящена анализу шрифтового оформления русских набивных тканей кустарного и мануфактурного производства. Исследуется роль и место печатного текста в сюжетно-шрифтовых композициях текстильных изделий. Особое внимание в статье отводится лицевым набойкам, созданным по мотивам лубочных картинок.

The article is devoted to the analysis of the font design of russian print textile of handicraft and manufacturing production. The role and place of the printed text in the plot-font compositions of textile products is investigated. Particular attention in the article is given to the figurative compositions in printed fabrics, created on the motives of the cheap popular prints.

Ключевые слова: традиции, декоративно-прикладное искусство, текстиль, шрифт, ксилография, гравюра, печать, набивные ткани, лубок.

Keywords: traditions, decorative and applied arts, textiles, font, wood-cut, engraving, print, print on textile, cheap popular print.

Носителями визуальной информации текстильные ткани стали задолго до открытия и массового производства бумаги. В странах Дальнего Востока шелковые ткани применяли в качестве основы для ручного письма. Благодаря археологическим раскопкам в Китае до нас дошли научные трактаты IV–II вв. до н.э. по астрономии, медицине, истории, философии, написанные на шелковых свитках. В Древнем Китае появился и получил широкое распространение высокий способ печати и старейший вид печатной графики — ксилография. Печатной формой служила доска продольного распила из твердых

пород древесины. Доска покрывалась плоскорельефной резьбой, где углубленные элементы были пробельными, а выступающие области — печатными, на которые наносилась краска. Изображение на доске вырезалось в зеркальном виде и перетискивалось при помощи краски и давления на поверхность ткани или бумаги. Традиционно в странах Восточной Азии графическое изображение соединялось с сопроводительными текстами. Самым ранним, дошедшим до нас точно датированным оттиском на бумаге, является китайская Алмазная сутра с изображением Будды, сидящим среди ботхисаттв и святых. Этот образец ксилографии в форме свитка, где текст и графическое изображение представляют единое целое, датируется 868 годом н.э. Древнейшие китайские оттиски на шелковой ткани относятся не позднее 220 года н.э. и выполнены техникой штучной печати. Высокий способ печати на тканях получил распространение и в странах арабского мира. Гравюра на дереве была хорошо известна в Египте. Среди многочисленных археологических находок есть фрагменты погребальных одежд коптов, христианского населения Египта. Коптские ткани IV–VI вв. н.э. были декорированы ткачеством, вышивкой и набойкой. В средние века ксилография стала востребованной в странах Западной Европы. В культуре средневекового общества господствующие позиции занимала церковь. Гравюры религиозного содержания со священными текстами печатались большими тиражами на тканях и бумаге, что отчасти служило распространению христианства среди населения.

Продольная гравюра прямо связана с развитием печатного рисунка на ткани, так как историческое совершенствование продольной гравюры шло одновременно с совершенствованием изготовления печатных форм для набойки в разных странах. Рисунки европейской набойки сохранились с VII века, тогда как оттиски с деревянной гравюры на бумаге появились в Европе только в XV веке, с организацией бумажных мельниц [1].

На Руси технология масляной набойки по холсту или крашенине (реже — по бархату, шерсти, атласу) [2] известна с древнейших времен. Набивные ткани использовались не только в светском, но и в церковном быту. Из них шили облачения священников, ризы, пелены. Примером синтеза печатного слова и текстильных тканей могут служить

гравированные антиминсы, появившиеся в России в первой половине XVII века. На ранние печатные антиминсы изображение переносилось высоким способом с деревянных гравированных форм. В конце XVIII века появляются антиминсы, отпечатанные глубоким способом с металлических пластин, созданных в технике резцовой гравюры и офорта. Антиминс представляет собой льняную, шелковую или атласную ткань четырехугольной формы размером примерно 40 х 60 см с вложенными частицами мощей святого мученика и символизирует собой жертвенник. С первых веков христианства антиминсы служили для совершения таинства Евхаристии. Изображения древних антиминсов наносились вручную. В центре композиции располагался Голгофский крест с орудиями страстей, края оформлялись блоками текста. В 1675 году на Московском соборе постановили использовать антиминсы на литургиях во всех церквях, что послужило активному распространению тиражных печатных антиминсов. Композиции гравированных антиминсов были каноничными, печатались черной масляной краской с деревянных или металлических клише. Главным композиционным элементом стала евангельская сцена «Положение во гроб Иисуса Христа», по углам плата изображали четырех евангелистов, по сторонам — орудия страстей. Непременным композиционным атрибутом антиминсов был текст, находившийся вокруг средника. Сверху по центру располагалась надпись уставным или полууставным письмом о предназначении вещи: «Жертвенникъ божественный и священный, освятися через самое божественное священнодействие, освящен благодатию Всесвятаго и Животворящаго Духа» [3]. «Сей Антиминс, си есть трапеза священная на приношение безкровныя жертвы в Божественной литургии, освятися благодатию Пресвятаго и животворящаго Духа. Сего ради имеетъ власть иерей на немъ священнодействовати в храме» [4]. Надписи по краям несли информацию о дате освящения, названии храма или престола, имя и подпись правящего архиерея, имя царя, во время правления которого антиминс был освящен.

Ручное оформление тканей высоким способом печати (набойка) при помощи деревянных гравированных печатных форм — один из старейших видов декоративно-прикладного искусства разных народов. Набойка была популярна во многих странах Азии и Европы. По

стоимости набивные ткани были гораздо дешевле парчи, вышивки и узорного ткачества, часто не уступая им в декоративности, поэтому набойка нашла распространение среди всех слоев населения. Из набивных тканей создавали одежду, предметы домашнего обихода, ими обивали мебель и оформляли переплеты книг.

Расцвет русской ручной набойки и ее широкое кустарное производство приходится на XVIII — первую половину XIX веков. В это время в русском декоративно-прикладном искусстве появляются новые сюжеты и орнаменты, которые отличаются от архаических композиций. Со времен Петровского барокко бытовые сюжеты, сопровождаемые небольшими текстами, многофигурные композиции, жанровые сцены, заимствованные орнаменты из печатных книг и зарубежных станковых произведений стали часто встречаться в оформлении изразцов, пряничных досок, росписях домашней утвари, вышивке и набойке. В эти виды народного искусства стали внедряться и шрифтовые композиции.

С конца XVII века во всех сословиях русского общества большой популярностью стали пользоваться лубки — повествовательные эстампы с простыми и понятными образами. Первые лубки, или «немецкие потешные листы», были привезены в Россию из западной Европы. Искусство гравированного лубка и набойки объединяет принцип высокой печати. В обоих случаях из древесины вырезалась печатная форма для тиражирования изображения. Чаще других лубочных мотивов в оформлении набивных тканей встречаются композиции с всадниками и птицами. Эти персонажи бытовали и в древних народных вышивках, но в лубочной трактовке они превратились в сказочных богатырей и райских птиц. Не удивительно, что лубочные мотивы постепенно стали проникать в различные способы украшения тканей. Использование лубков в набойке XVIII века можно объяснить привычным стремлением мастеров к широте и разнообразию заимствованных источников, их творческой активностью в освоении виденного [5]. Набивные ткани с лубочными картинками и многофигурными композициями использовались как предметы интерьера — в качестве пологов и занавесей.

В лицевых набойках XVIII века появляются изображения всадников-богатырей, заключенные в квадратные клейма с орнаментальным

заполнением и поясняющими надписями, часто даны зеркально. Ритмическое чередование клейм, помещенных в несколько рядов и заключенных в орнаментальную раму, составляло декор занавеса [6].

В собрании русских народных картинок Д.А.Ровинского [7] можно встретить героя русского фольклора Бову Королевича. На гравированном лубке слева от всадника в окружении картуша в четыре строки написано: «ХРАБРЫІ БОГАТЫРЪ БОВА КОРОЛЕВИЧЪ». Картуш деликатно касается рамки изображения, копья и плаща богатыря. В набивной ткани XVIII века из собрания The Metropolitan Museum of Art, New York повторена та же композиция, но в упрощенном виде. Главный персонаж показан в наряде петровского времени, вместо поверженных врагов изображен цветочный орнамент. Надпись оказалась скромно зажатой между рамкой и копьем героя. Шрифтовая композиция «ХРАБРЫБОВАКОРОЛЕВИЧЪ» выстроена в одну строку без пробелов. В обоих примерах шрифт напоминает полуустав, который использовался в русских первопечатных книгах.

Следующий герой эстампа — богатырь Соловей Разбойник — помещен в тесное пространство между двумя надписями в богато украшенных рамках: «СОЛОВЕЙ РАЗБОЙНИК» и «СИЛНЫ БОГАТЫРЬ». Подобная композиция, но в зеркальном виде, повторена в набивной ткани из собрания Смоленского музея кн. Тенишевой. Здесь рядом с главным персонажем включена в композицию птица и надпись в рамке: «ОЛОВЕІ РАЗБАИ».

Лубочное изображение богатыря Усыни Горыныча выполнено по аналогичной схеме. В гравюре из альбома Д.А.Ровинского декорированая картушем четырехстрочная надпись гласит: «СИЛНЫ СЛАВНЫ БОГАТЫРЬ УСЫНЯ ГОРИНЫЧ». В композиции части набивного занавеса XVIII века из коллекции Государственного Исторического музея изображены два всадника, скачущие навстречу друг другу. Слева изображен просто «СИЛЬНЫЙ БОГАТЫРЬ», справа — «СИЛЬНЫЙ БОГАТЫРЬ УСЫННЯ ГОРЫННЫЧЪ», о чем говорят надписи в рамках по углам композиций. Знаменитый исследователь русского декоративно-прикладного искусства Н.Н.Соболев отмечал, что на некоторых клише этой эпохи надписи вырезались без учета принятого в технологии гравюры обратного отражения. При печати на

тканях такие тексты получались зеркальными [8]. Вряд ли это можно объяснить неумением или отсутствием привычки резать буквы. По всей видимости, подражая в данном случае лубку, мастер-набойщик остается верен орнаментальным принципам в украшении ткани. Надписи, как элементу эпиграфики, не придавалось значения, она стала частью орнамента [9].

Излюбленными персонажами декорирования тканей были птицы с головами дев — Алконост и Сирин. На фрагменте набивной ткани конца XVII века [10] из собрания Российского этнографического музея изображена птица Сирин. Сверху между головой и крылом в прямоугольных рамках с декоративными элементами отпечатаны два слова с большими межбуквенными расстояниями. Первое слово «АЧИТП» зеркально читается как «ПТИЧА». Если учесть, что в литературных памятниках XVII века и лубочных картинках Сирин именуется райской птицей, то второе слово «РАИСП» вероятно можно трактовать как «РАЙСКАЯ» в неотраженном виде.

Одним из источников художественных форм для мастеров-набойщиков являлись гравированные книжные иллюстрации. В Государственном Историческом музее имеется набивная ткань с изображением дамы с веером, которой кавалер подносит цветок. Вверху надпись: «Каво люблю, того и цветиком подарую». Дама и кавалер одеты в пышные платья конца XVII — начала XVIII века [11].

Сохранились образцы набоек, имитирующие разные ткани и технические приемы. В музее льна Вологодского села Сизьма представлены рушники первой половины XX века, оформленные масляной набойкой в два цвета. «КАГО ЛЮБЛЮ ТАМУ ДАРЮ», «ЛЮБИ МИНЯ КАК Я ТИБЯ», «НА ПЯМЯТЬ» и другие доброжелательные надписи встречаются в оформлении крестьянских и городских текстильных изделий. В представленном примере виден синтез советских акцидентных шрифтов (буквы Г, И, Б, Т, Р) и свободной авторской интерпретации (буквы У, К, Я, Л).

Искусство народного лубка невозможно представить без шрифтового оформления. Как элемент художественного языка, текст здесь выполняет не столько смысловые, сколько композиционные функции. В русских гравированных лубках необходимость



Рисунок 1.
Печатный антиминс. Священнодействован в 1758 году Арсением (Мацеевичем), митрополитом Ростовским и Ярославским. Холст, гравюра на олове, наборный текст (на картушах). 45,5 х 49,5 см

шрифтового оформления напрямую связана с западноевропейскими традициями «фряжских листов». Развитие книгопечатания на Руси и появление больших объемов текста в парсуне и иконописи конца XVII века повлияли на закрепление традиций соединения слова и графического изображения в лубочных композициях. Зачастую лубочные надписи и шрифт писаных и печатных икон был малограмотным и трудно читаемым. Если учесть, что подавляющее большинство людей того времени не владело навыками чтения, тексты ими воспринимались как часть композиции, которая существенно дополняла сюжетный образ. Сохраняя каноничность лубочных и иконных композиций, гравер печатных форм для набивных тканей не отказывался от надписей, но придавал им второстепенное значение, уделяя особое внимание проработке главных персонажей. С одной стороны, устный стиль повседневной речи и недостаточная грамотность мастеров отразились в оформлении текста как гравированных лубков, так и набивных тканях и вышивках. С другой стороны, такая неграмотность носила черты некой нарочитости. Это, своего рода, одна из типичных форм комизма — балагурство, в котором преобладает лингвистическая сторона и которое черпало

свои средства в лубочных искажениях слова [12]. Насмешливость и ирония служили тогда средством выражения социального протеста. В повестях того времени в нарочитой грубости некоторых оборотов речи сквозит издевка над восторжествовавшей в светском обществе галантностью [13]. По-видимому, такой обычай «письменного просторечия» укоренился в декорировании тканей.

Исследуя шрифтовые композиции набивных тканей, невозможно пройти мимо вспомогательных надписей, оставленных мастерами кубовой набойки. Каждая синельная мастерская располагала специальнми отрезами ткани, на которых отпечатывали узоры с имеющихся набойных досок. Такие отрезы назывались образчиками, узорниками или заказниками. Под каждым узором ставился свой номер, по которому принимали заказы на изготовление набивной ткани. На обратной стороне набойных досок встречаются иногда выгравированные инициалы. Рядом с инициалами изредка указываются даты. На многих досках встречаются однозначные или двузначные цифры. Возможно, это были номера узоров, необходимые для учета при выдаче досок напрокат [14], или номера, соответствующие цифре узора в заказнике.

Среди надписей имеются и такие, которые указывают на место изготовления предмета и его бытования. Подобные надписи встречаются на фрагментах кубовой набойки и на сшитых из нее сарафанах, юбках, скатертях. Благодаря участникам научных экспедиций были выявлены центры производства набойки и имена мастеров-набоечников. На изнаночной стороне набивных тканей читаются полные или сокращенные названия деревень, волостей, фамилий и имен заказчиков. В качестве примера — надписи на двух фрагментах изнаночной стороны кубовой набойки из Вожегодского района Вологодской области: «МЕНШ ИВА ОКИНИНА» (деревня Меньшикова, Ивана Окинина), «ГОРА АЛЕ СЕЛУНИНА Т» (деревня Гора, Александра Селунина, Тавеньгская волость). Подобные надписи имеются также на набоечных сарафанах и скатертях: «АНДР. ПАВЛ ДРЯНЦОВ ПУ» (Андрей Павлович Дрянцов, Пунема), «ПОКР. ИВА ЧЕКМАРЕВА ПУ» (деревня Покровская, Ивана Чекмарева, Пунемская волость) [15]. Мастер-набойщик на

краю холста писал вапой (резервирующим составом, состоявшим из глины, воска, крахмала и смолы-камеди) название деревни, имя и фамилию заказчика ткани [16].

В XIX веке в России появляются крупные центры промышленного производства печатных тканей. На ситцепечатных мануфактурах с конца 1830-х годов машинное производство и оформление тканей стало преобладать над ручным трудом. После отмены крепостного права промышленность в России стала развиваться ускоренными темпами. Кустарный красильно-набивной промысел к концу столетия практически полностью вытесняется машинным способом декорирования тканей. В XIX веке многие мануфактуры, помимо ситцев, печатали большими тиражами памятные сувенирные платки, отмеченные выраженным историзмом. Такие платки выпускались в память священного коронования царей, юбилеям государственных лиц и выдающихся деятелей культуры, военных побед, народных праздников и других знаменательных событий и дат. Их не принято было носить на голове, они служили украшением интерьера в качестве памятного знака. Размер платков-картинок в среднем составлял не менее 50 х 50 см, рисунок печатался с металлических гравированных клише. На некоторых тематических платках Товарищества вичугских мануфактур братьев Ф. и А.Разореновых в Костромской губернии снизу можно прочитать: «Фото-гравировано по способу Н.Д.Алексеева». Подобные платки оформлялись сложнейшими композициями, где соединялись портреты, архитектура, пейзажи, орнаменты и шрифт. Заголовки и большие массивы текста могли выполняться стилизациями устава и полуустава, антиквенными шрифтами старого и нового стилей, разновидностями шрифтов эпохи модерна рубежа XIX–XX веков. Структура соподчинения текста в композициях платков часто была сложной. Разноуровневые заголовки сочетались с наборным текстом, подписи к рисункам и цитаты могли оформляться в отдельные орнаментальные рамки или картуши, выделяться цветом. Интересны печатные платки-картины с награвированными географическими картами, композициями и текстами агитационного и инструктирующего содержания, православными календарями.

По случаю коронации императора Николая II и императрицы

Александры Федоровны ряд мануфактур выпустил большими тиражами платки-картины. На платке товарищества Прохоровской Трехгорной мануфактуры, поставщика Двора Его Императорского Величества, дана пятичастная симметричная композиция, декорированная дубовыми листьями. В акциденции платка соединились стилизованный русский шрифт архаичного типа (заголовки «РОССИЯ ДЕРЖАВНАЯ ВЕЛИКАЯ И ПРАВОСЛАВНАЯ» и «В ПАМЯТЬ СВЯЩЕННАГО КОРОНОВАНИЯ ИХЪ ВЕЛИЧЕСТВЪ») и рубленый шрифт (подписи городов и достопримечательностей в угловых медальонах). В центре композиции помещены инициалы императора, выполненные в псевдорусском стиле.

Товарищество московской Даниловской мануфактуры напечатало к празднику царской коронации платок для бесплатной раздачи среди печально известного массового гуляния на Ходынке. Размер платка 51 х 59 см, печать в две краски. В центральной части изображен вид на московский кремль, окруженный растительным орнаментом. В четырех углах расположены государственные символы — двуглавые орлы. По периметру композиции проходит широкий бордюр красного цвета из растительного орнамента. Скромная акциденция с центральной выключкой в нижней части композиции гласит: 1896 г. ВЪ ПАМЯТЬ НАРОДНАГО ПРАЗДНИКА. Внизу платка — клеймо мануфактуры в виде надписи. Клейма мануфактур, позволяющие установить место и время изготовления, можно увидеть на многих платках-картинках XIX — начала XX века.

XVIII столетие с петровскими преобразованиями и последующая эпоха Просвещения оказали значительное влияние на социальную жизнь России в целом и на все виды русского декоративно-прикладного искусства в частности. В оформлении тканей, росписей бытовых предметов, пряничных досках, изразцах, вышивках появляются сложные сюжетные композиции-рассказы, нередко сопровождаемые текстом. Вербальное изложение важного события и выстраивание последовательности образно-сюжетного рассказа свойственны человеческой природе. Хронологическое повествование в клеймах житийных икон появилось задолго до внедрения в декорирование светских тканей сюжетов-картинок, основанных на лубочном искусстве.

Рубеж XVII–XVIII веков можно назвать переломным периодом, когда архаические образы, заключавшие в себе сакральный смысл, стали трактоваться по-новому, часто облачаемые в западноевропейские одежды.

Народные мастера постоянно пользовались мотивами традиционного искусства-заклинания, но эти мотивы постепенно теряли первоначальный заклинательный смысл и превращались в элементы художественного украшения, и потому в ходе развития крестьянского искусства изобразительный смысл многих мотивов не возрастает, а постепенно утрачивается [17].

Плоскостная пластика и условный язык продольной гравюры, в которой преобладает господство черной линии и штриха, идеально сочетаются со знаковой структурой шрифта. Технологический принцип декорирования печатных тканей, основанный на деревянной гравюре, и социальные преобразования в укладе русской жизни, способствовали внедрению шрифтовых композиций и новых сюжетов в текстильные изделия кустарного и мануфактурного производства.

Примечания:

1. *Бесчастнов Н.П.* Сюжетная графика. — М.: Гуманитарный издательский центр Владос, 2012. — С. 366–367.

2. *Алпатова И.А.* Русское декоративное искусство. Т. 1. — М.: издательство Академии художеств СССР, 1962. — С. 434.

3. *Зеленина Я.Э., Хромов О.Р., Алехина Л.И. и др.* Духовные светочи России: Портреты, иконы, автографы выдающихся деятелей Русской Церкви конца XVII — начала XX веков. — М.: МСД, 1999. — Кат. № 72.

4. Там же. — Кат. № 76.

5. *Балдина О.Д.* К вопросу о взаимоотношениях народных картинок (гравюр на дереве) с произведениями прикладного искусства // Ручная набойка // Русское искусство XVIII века / под. ред. Т.В.Алексеевой по материалам конференции 12.1968 г. Институт истории искусства МК СССР. — М.: Наука, 1973. — С. 252.

6. *Коршунова Т.Т. (сост.)* Русская набойка семнадцатого —

девятнадцатого веков: каталог временной выставки. — Л.: Гос. Эрмитаж, 1979. — С. 12.

7. *Ровинский Д.А.* Русские народные картинки. Кн. 1–5, атлас. — СПб.: тип. Акад наук, 1881.

8. *Соболев Н.Н.* Набойка в России. — М., 1912. — С. 70.

9. *Корсун Э.А.* Набивные ткани // Добрых рук мастерство / Произведения народного искусства в собрании Гос. Русского музея / сост. И.Богуславская. Сборник. 2-е изд., перераб. и доп. — Л., 1981. — С. 130.

10. *Молотова Л.Н.* Народное искусство Российской Федерации из собрания Государственного музея этнографии народов СССР. — Л., 1981. — С. 38.

11. *Якунина Л.И.* Русские набивные ткани XVI–XVII вв. — М., 1954. — С. 8.

12. *Соколов Б.М.* Автореферат диссертации «Художественный язык русской народной гравюры XVII–XIX веков». — М.: МГУ им. М.В.Ломоносова, 1994. — С. 14.

13. *Алпатов М.В.* Всеобщая история искусств. Т. 3. — М.: Искусство, 1955. — С. 401.

14. *Калмыкова Л.Э.* Тверская набойка XIX начала XX века. — М.: Брейгель и Алекс, 2003. — С. 19.

15. *Мазалецкая В.А.* Надписи на произведениях народного искусства из собрания Кирилло-Белозерского историко-архитектурного и художественного музея-заповедника // Краеведческий альманах «Кириллов». Вып. 2. — Вологда, 1997.

16. *Петрова Л.Л.* Народное искусство Белозерья. — М.: Северный паломник, 2005. — С. 39.

17. *Алпатов М.В.* Указ. соч. Т. 3. — С. 342.

Библиография:

1. *Алпатов М.В.* Всеобщая история искусств. Т. 3. — М.: Искусство, 1955.

2. *Алпатова И.А.* Русское декоративное искусство. Т. 1. — М.: издательство Академии художеств СССР, 1962.

3. *Балдина О.Д.* К вопросу о взаимоотношениях народных картинок (гравюр на дереве) с произведениями прикладного искусства // Ручная набойка // Русское искусство XVIII века / под. ред. Т.В.Алексеевой по материалам конференции 12.1968 г. Институт истории искусства МК СССР. — М.: Наука, 1973.

4. *Бесчастнов Н.П.* Сюжетная графика. — М.: Гуманитарный издательский центр Владос, 2012.

5. *Зеленина Я.Э., Хромов О.Р., Алехина Л.И. и др.* Духовные светочи России: Портреты, иконы, автографы выдающихся деятелей Русской Церкви конца XVII — начала XX веков. — М.: МСД, 1999.

6. *Калмыкова Л.Э.* Тверская набойка XIX — начала XX века. — М.: Брейгель и Алекс, 2003.

7. *Корсун Э.А.* Набивные ткани // Добрых рук мастерство / Произведения народного искусства в собрании Гос. Русского музея / сост. И.Богуславская. Сборник. 2-е изд., перераб. и доп. — Л., 1981.

8. *Коршунова Т.Т. (сост.)* Русская набойка семнадцатого — девятнадцатого веков: каталог временной выставки. — Л.: Гос. Эрмитаж, 1979.

9. *Мазалецкая В.А.* Надписи на произведениях народного искусства из собрания Кирилло-Белозерского историко-архитектурного и художественного музея-заповедника // Краеведческий альманах «Кириллов». Вып. 2. — Вологда, 1997.

10. *Молотова Л.Н.* Народное искусство Российской Федерации из собрания Государственного музея этнографии народов СССР. — Л., 1981.

11. *Петрова Л.Л.* Народное искусство Белозерья. — М.: Северный паломник, 2005.

12. *Ровинский Д.А.* Русские народные картинки. Кн. 1–5, атлас. — СПб.: тип. Акад наук, 1881.

13. *Соболев Н.Н.* Набойка в России. — М., 1912.

14. *Соколов Б.М.* Автореферат диссертации «Художественный язык русской народной гравюры XVII–XIX веков». — М.: МГУ им. М.В.Ломоносова, 1994.

15. *Якунина Л.И.* Русские набивные ткани XVI–XVII вв. — М., 1954.

Ю.С. Смирнова

ОХОТНИК И НАБЛЮДАТЕЛЬ: САТИРИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ SIMPLICISSIMUS В КОНТЕКСТЕ СОЦИО-КУЛЬТУРНОЙ СРЕДЫ РУБЕЖА 19–20 ВЕКОВ

В статье рассматривается немецкий сатирический журнал Simplicissimus, выходивший в Мюнхене на рубеже XIX–XX веков. Приводятся сведения о восприятие журнала современниками. На основе некоторых фактов о художественной жизни общества того времени делаются попытки проанализировать значение журнала среди периодических изданий тех лет в историческом и культурном контексте.

The article deals with the German satirical magazine Simplicissimus, published in Munich at the turn of the 19th and 20th centuries. It provides information about the perception of the magazine by contemporaries. On the basis of some facts about the artistic life of the society of that time, attempts are made to analyze the importance of the magazine among the periodicals of those years in the historical and cultural context.

Ключевые слова: сатирический журнал Simplicissimus, Мюнхен, культурный контекст рубежа XIX–XX веков в Германии.

Keywords: satirical magazine Simplicissimus, Munich, cultural context at the turn of the 19th and 20th centuries in Germany.

Когда появляется то или иное интересное явление в культурной среде, это всегда становится ярким и запоминающимся событием. Явлением такого рода рубежа 19–20 веков по праву можно считать иллюстрированный сатирический журнал Simplicissimus. Он возник в Мюнхене в 1890-х годах и периодом своего издания охватил неспокойное время первой половины 20 столетия с его революциями и войнами.

Издание первого номера журнала не стало ярким событием в жизни горожан. Simplicissimus был распродан небольшим тиражом, всего тысяча экземпляров. Однако вскоре журналу удалось завоевать благосклонность аудитории и всеобщее признание.

Каковы же были причины столь быстрого роста популярности Simplicissimus? Каким образом он сумел не только завоевать ум и сердце своего читателя, но и от номера к номеру держать в напряжении государственных деятелей многих европейских стран? Как из рядового немецкого издания Simplicissimus превратился в своеобразный «рупор» народной критики своего времени, на ярких страницах которого нашли отражение крупные исторические и культурные события?

Основные идеи для сатиры Simplicissimus находил в классовой разобщенности немецкого общества, прусских порядках, социальной несправедливости, бюргерстве и «глупости» правящей элиты немецкого общества. С ростом популярности издания к выше сказанному добавилась критика международной политики европейских государств. Журнал был славен не только виртуозной графикой, но и правдивостью в отражении исторических событий. Подтверждение тому можно найти в среде русской интеллигенции того времени. Сохранилось письмо Льва Толстого издателю Simplicissimus, в котором он подчеркивает важное историческое значение журнала: «Среди многих достоинств вашего Simplicissimus самое блестящее, что он не лжет. Поэтому для историка, описывающего конец XIX века в XXII или XXIII веках, Simplicissimus будет самый важный и драгоценный источник, по которому он, историк, будет в состоянии знакомиться с положением современного общества, но и проверять достоверность всех остальных источников. Не могу также не оценить искренне мастерство рисунков, хотя в некоторых иллюстрациях и карикатурах я желал бы меньше модной сейчас неточной небрежности и преувеличения. Вообще я думаю, что живопись имеет в вашем журнале гораздо большее свойственного ей значения, чем на многих выставках» [1].

Известно, что многие русские художники того времени восхищались графикой Simplicissimus. Для них это был не просто журнал, это было «новое искусство», которому стоит подражать и на образцах



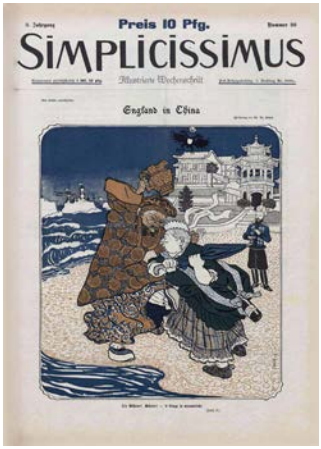


Рисунок 1. Томас Гейне. «Die Lösung der sozialen Frage», Simplicissimus, выпуск № 27, 1898 г.
Рисунок 2. Томас Гейне. «England in China», Simplicissimus, выпуск № 29, 1898 г.

которого стоит учиться мастерству. Мстислав Добужинский писал, что его «восхищал график Отто Диц, часто печатавшийся в Jugend и в Simplicissimus, и другие рисовальщики, и вообще, этот журнал был самым острым и передовым в то время, и я с нетерпением ждал выхода каждого номера» [2].

Особое значение в контексте вышесказанного приобретает сам город Мюнхен, столица Баварии, где издавался журнал. Для художников того времени Мюнхен был центром искусства. Здесь существовала художественная академия и много частных школ. По словам многих очевидцев, в первую очередь в Мюнхене учили рисунку. Леонид Пастернак по поводу системы преподавания в академии в то время писал, что «Пилоти… поставил Академию на небывалую ни до, ни после него высоту, так что учиться — особенно рисунку — многие предпочитали не в Париже, а в Мюнхене» [3].

Илья Репин, сравнивая условия учебы в Санкт-Петербурге и Мюнхене, делал акцент на том, что «тут и углем рисуют на особых мольбертах, стоя, а не так, как в наших классах, — сидя, в страшной тесноте. Работы учеников производят впечатление свежее, живое, без сухости, но с большой выдержкой и верной законченностью. В этих Афинах Германии образовался нарочито большой центр художества. Говорят, здесь по пять тысяч художников» [4].

Особой известностью среди художественных школ пользовались

студии словенца Антона Ашбе, открытая в 1891 году, и венгерца Шимона Холлоши, существовавшая с 1886 года. Холлоши, в первую очередь, учил построению внутренних объемов предметов. Ашбе учил выявлять конструкцию и форму предмета выяснением распределения света и теней по поверхности предмета, что сравнимо с подходом французских импрессионистов. Игорь Грабарь отмечал: «У Ашбе была своя “система”, как у Чистякова и как у всякого крупного педагога… Он обращал внимание учеников только на основное, главное, заставляя отбрасывать мелочи. Важна была только “большая линия” и “большая форма”. С изумленной твердостью и безошибочностью он проводил по контуру своим штрихом, оживляя фигуру... Он настаивал на широком письме: “только смелее, шире, не бойтесь”. И сам клал смелые широкие мазки…» [5].

Таким образом, на момент возникновения журнала в Мюнхене, наряду с почти вековой художественной традицией, существовали школы с новаторским подходом к принципам изобразительности.

Василий Поленов еще 1873 году, после посещения Мюнхена, в письме к конференц-секретарю Петербургской Академии художеств Петру Исееву очень лестно отзывался о жизни в городе. «Мюнхен, — по его словам, — в отношении искусства с недавнего времени стал одним из самых живых и интересных центров Европы. ...теперь там столько молодых, свежих сил, столько различных направлений, самобытных талантов, столько живой производительности, что любо смотреть» [9].

Столица Баварии к концу 19 века действительно процветала. Наряду с Парижем, Веной, Брюсселем, Мюнхен по праву можно было считать средоточием культуры и науки. Благодаря грамотно выстроенной среде, королевская резиденция Виттельсбахов становится притягательным для жизни городом. В больше степени этому способствовала созданная здесь инфраструктура: 1839 году появляются железные дороги, в 1876 году трамваи и электрическое освещение. В начале века была основана Королевская академия художеств, а в 60-е годы — Технический университет. Благодаря всему выше перечисленному, сюда стекались многочисленные изобретатели, ученые, художники, музыканты, писатели и просто

творческие, интересные и амбициозные люди. В Мюнхене в то время жили и работали Алоис Сэнефельдер, Джозеф фон Фраунгофер, Георг Ом, Алоис Альцгеймер, Хенрик Ибсен, Ричард Вагнер.

Для русских художников Мюнхен в то время был своеобразным «мостом» между Россией, Парижем и Италией. Сюда приезжали учиться живописи: именно с подражания работам немцев тесно связано начало «не салонного» искусства русских художников. На протяжении 90-х годов 19 века в Мюнхене жили и работали многие, среди них — Игорь Грабарь, Дмитрий Кардовский, Алексей Явленский, Марина Веревкина, Иван Билибин, Зиновий Гржебин, Павел Зальцман, Мстислав Добужинский, Василий Кандинский, Елена Маковская, Антон Скалон, Сергей Щербатов, Павел Шмаров, Михаил Шемякин. Такие тесные связи начались много ранее, еще с середины 19 века, и продолжались до прихода нацистов к власти. Безусловно, это не могло не сказаться на взаимном обмене культуры и искусства двух стран.

Известно, что 1898 году Валентина Серова и Исаака Левитана избрали членами Munich Secession. Выставки русского искусства на рубеже веков стали неотъемлемой часть культурной жизни Германской империи, и имена художников в это время уже были знакомы жителям Баварии. Сергею Дягилеву удавалось привозить сюда работы многих молодых живописцев и графиков. Михаил Нестеров в письме Турынину от 26 мая 1898 года по поводу одной из таких выставок писал: «…в Мюнхене мы русские — имеем шумный успех, мы — злоба дня — нас называют гениальной провинцией» [6].

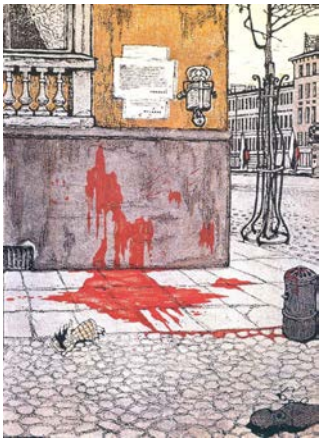
Те же процессы происходили и в России. Свидетельством тому явились выставки, на которых демонстрировались немецкие мастера. В 1888 году состоялась выставка, организованная Обществом архитекторов в Академии художеств. Зрителям были показаны работы Людвига Кнауса, Карла Пилоти, Франца Деффрегера [7]. В период 90-х годов 19 века взаимный обмен только усиливался. В это время в Москве и Санкт-Петербурге часто устраиваются выставки иностранных художников. Не оставались в стороне и печатные издания, первенство здесь по праву принадлежит журналу «Мир искусства», который часто публиковал материалы о художественной культуре Германии того времени.

Ярко факт взаимного обмена проявился и в живописи. Такие примеры не единичны. Если обратиться к знаменитой картине Михаила Врубеля «Пан», то можно увидеть аллюзии живописи Беклина и Штука. О.И.Подобедова и А.А.Сидоров много позже в своих исследованиях высказывали предположение о влиянии работы Мстислава Добужинского «Октябрьская идиллия» на рисунок Томаса Гейне «Из самой темной Германии (Уличная сценка)» для Simplicissimus [8].

В 1890-е годы в культурной жизни столицы Баварии происходит ряд событий, имевших общеевропейский резонанс и безусловно ставших одним из важных факторов для возникновения журнала Simplicissimus.

Во-первых, в это время Рихард Мутер выпускает третий том истории искусства XIX века, где критикует академизм и дюссельдорфскую школу, выдвигая на первый план прерафаэлитов, французских импрессионистов, Пюви де Шаванна и новых немецких художников Арнольда Беклина и Франца фон Штука. В России книга надела много шума. О ней говорили и писали. Василий Переплетчиков после знакомства с книгой записал в дневнике: «Как мало думал я до сих пор, как малообразован, а три раза уже был за границей, а много ли вынес» [10].

Во-вторых, возникновение в 1892 году нового союза мюнхенских художников. На тот момент времени Münchner Künstlergenossenschaft (Мюнхенская ассоциация художников) была крупнейшим профессиональным сообществом художников в Европе. Среди участников, по всей видимости, преобладали консервативные взгляды. После провальной выставки в 1888 году и отказа ассоциации в признании значимости импрессионизма, экспрессионизма, символизма и других современных тенденций в искусстве несколько художников решили выйти из союза и создать свою организацию — Ассоциацию визуальных художников Мюнхена, которая впоследствии получила название Munich Secession (Мюнхенский Сецессион). Московский журнал «Артист» в то время писал об этом как о «событии, которому суждено иметь большое значение» [11]. Надо отметить, что в 1890 году схожее событие произошло и в художественных кругах Франции, когда в противовес официальной выставочной организации — Салону Елисейских полей — была создана новая — Салон Марсова



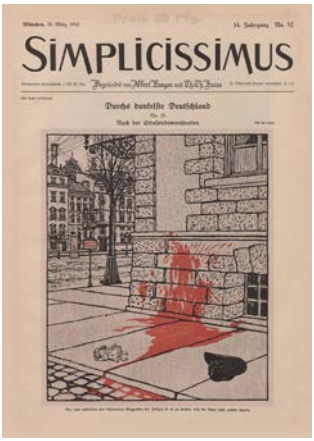


Рисунок 3. Мстислав Добужинский. «Октябрьская идиллия», 1905 г.
Рисунок 4. Томас Гейне. «Nach der Straßendemonstration; gegen den blutigen Polizeieinsatz bei Demonstrationen gegen das Dreiklassenwahlrecht», Simplicissimus, выпуск № 52, 1910 г.

поля, устраивавшая самостоятельные ежегодные выставки, но, по словам В.А.Лапшина, именно «возникновение Munich Secession приобрело в глазах современников значение почти символического акта, характеризующего важнейшие тенденции развития европейской художественной жизни, а само слово Secession стало нарицательным обозначением всех тех художников и группировок, которые выступали против господствующих официальных доктрин и творческих принципов» [12]. И это справедливо; например, русские художники позднее создали объединение «Мир искусства», который, наподобие Munich Secession, также стремился противопоставить себя официальному искусству.

Именно с творчеством художников новой ассоциации было связано развитие так называемого стиля Jugendstil (Югендштил) и основание журнала Jugend, не менее важного в судьбе Simplicissimus.

Значимым фактором в развитии печатной индустрии и популярности журналов как одной из разновидностей данной продукции был технический прогресс. Здесь стоит упомянуть об изобретении автоматических печатных станков, а именно линотипа и ротационной машины, которые способствовали получению больших тиражей и удешевлению печати, до этого времени являвшейся малоприбыльным делом. Появление информационных агентств, урбанизация и электрификация способствовали росту распространения информации,

а как следствие — и повышению конкуренции среди производителей печатных изданий. В Англии популярности легких в чтении журналов во многом способствовало появление метро и общественного транспорта. На рекламных плакатах того времени можно и сейчас увидеть пассажиров, читающих Punch.

Наполеоновские войны, промышленная революция и прочие социально-политические и экономические изменения в мире способствовали формированию слоя массового читателя, человека с начальным образованием, имеющего достаточные доходы для удовлетворения широкого круга материальных и социальных потребностей. Это была большая «прослойка» общества. В таких читателях были заинтересованы издатели и рекламодатели, ибо дешевые массовые товары считались наиболее выгодными для извлечения прибыли.

С середины 19 века реклама широко вошла в обиход печатных изданий. Авторство здесь принадлежит французам, а именно издателю Эмилю Жирардену создателю так называемой «тиражно-рекламной спирали», согласно которой рекламодатель покупает не место в газете, а количество читателей. И чем больше тираж, тем выше цена рекламы. Соответственно, увеличение тиража издания приводило к повышению цены на рекламу, а вырученные деньги опять шли на рост тиража. Благодаря этому журналы с большим количеством рекламы стоили очень дешево. Примером может служить американский журнал Saturday Evening Post, строивший свою издательскую политику, в том числе, и на прибыли от рекламы.

Важным фактором привлечения аудитории в это время становится иллюстрация и увлекательное литературное произведение или статья, которые печатаются сериями. Благодаря изобретению фотографии и фотохромолитографии, иллюстрация приобретает цветность. Яркая картинка в сочетании с интересным или провокационным произведением — идея, рассчитанная на мотивацию приобретения печатного издания. Заинтересовала первая часть — читатель непременно купит следующий номер или оформит подписку. К примеру, все в том же журнале Saturday Evening Post впервые в 1903 году был напечатан самый известный роман Джека Лондона «Зов

предков». Именно Saturday Evening Post считается одним из первых журналов в Америке, где яркой цветной иллюстрации отводилось чуть ли не первое место. Недаром, иллюстрации рубежа 19–20 веков этого издания и в настоящее время не утратили актуальность и зачастую печатаются как отдельные красочные плакаты в стиле модерн, а художники, сотрудничавшие с Saturday Evening Post, приобрели известность. Среди них стоит упомянуть Нормана Роквелла.

Еще одним средством популяризации журнала явилась его рубрикация. Впервые такое издание еще в 1731 году предложил Эдвард Кейв для Gentleman's Magazine. К середине 19 века рубрикация стала неотъемлемой частью практически всех периодических изданий.

Нельзя оставить без внимания и появление журналов, ориентированных на определенный круг читателей. Все тот же Эмиль де Жирарден уловил тенденции времени и предложил решение, которое во многом определило судьбу развития подобного рода изданий на столетие вперед. Таким решением стал первый журнал, ориентированный исключительно на женскую аудиторию, — La Mode, выходивший в Париже с 1829 по 1854 годы.

В обусловленности популяризации журналов надо учитывать и географический фактор. Например, в России периодические издания выгодны были для читателей, живущих далеко от столицы. В Тобольске или Омске, подписчики могли читать новые романы Диккенса через две недели после их публикации в Англии.

Таким образом, в 19 веке журнал как средство передачи и получения информации превращается в важный элемент культуры. Он ставит перед собой цель подачи многогранных сведений, предназначенных для читателей с разными предпочтениями, часто рассчитанных на длительное потребление, что во многом было обусловлено редкой периодичностью издания и рядом экономических, технических и культурных факторов.

В контексте данного исследования имеется в виду журнал массового потребления, а не узко-ориентированный научный журнал или журнал местного значения, которые были также частью культурной среды того времени и существовали параллельно как самостоятельное явление. К примеру, в США до середины 19 века популярными были именно

журналы местного значении. Это было обусловлено спецификой американского населения, их привязанностью к распродажам, скидкам и акциям, сведения о которых печатались в местной прессе и не могли быть актуальны на тот момент времени для больших журналов.

Simplicissimus был журналом, предназначенным для массового читателя, но вряд ли издатели рассчитывали, к примеру, на большую подписку дамской аудитории, что говорит о размытости границ узкой направленности журналов такого рода и отсутствии ограничений в спектре возможностей издания. Английский сатирический журнал Vanity Fair своим читателям предлагал вполне светские театральные обзоры, статьи о моде и научных открытиях, а тот же Jugend публиковал карикатуры.

Сатира тоже может рассматриваться как фактор, способствующий возникновению и долгому существованию Simplicissimus. В графике юмористические изображения имеют многовековую историю. Карикатура существовала в самые отдаленные времена, признаки ее имеются в рисунках древних народов, правда, тогда она носила примитивный характер. Яркий толчок для развития этого жанра в графическом искусстве периодических изданий 19 века был дан еще 17–18 веках в Англии такими мастерами, как Уильям Хогарт, Джеймс Джилльрей, Томас Роландсон. Во Франции этот момент связан с революцией, где карикатура приобрела особую остроту, бичуя аристократию и духовенство. Появление фигуры Наполеона I дает обильный материал художественной сатире. Гневом проникнуты листки Франциско Гойи, карикатуристы с азартом посвящали Наполеону не сотни, а тысячи сатир и набросков. Именно на фоне событий французской революции и фигуры Наполеона I формируется специфика политической карикатуры последующего времени с ее агрессивностью и даже в какой-то степени злостью.

В конце 1830 года в Париже появляется знаменитый политико-сатирический журнал La Caricature. Попытки создания сатирических журналов можно наблюдать и в более ранний период, например, в той же Англии, но первенство полноценно оформившегося издания такого рода принадлежит La Caricature. Журнал имел огромный успех, что привело издателей к идее создания еще и газеты; так появилась

знаменитая Le Charivari. Именно La Caricature по праву можно считать прототипом всех последующих сатирических изданий. В нем впервые стали публиковаться политические карикатуры. Авторство здесь принадлежало знаменитому Оноре Домье. Известным фактом является то, что за рисунок «Гаргантюа», аллегорически высмеивавший правительство Людовика-Филипа, Домье и издатель журнала Чарльз Филипон попали на шесть месяцев в тюрьму за оскорбление личности короля. Нельзя не вспомнить точно такое же событие в жизни Simplicissimus, случившееся несколькими десятилетиями спустя с Томасом Гейне и Альбертом Лангеном. За карикатуру, оскорблявшую величество Вильгельма II, в 1898 году художник попал в тюремное заключение на шесть месяцев, а издатель был вынужден выплатить большой штраф и эмигрировать почти на год в Швейцарию.

Именно с La Caricature можно связать возникновение целой плеяды талантливых французских карикатуристов, оказавших огромное влияние на последующих рисовальщиков. Среди них можно назвать имена Анри Монье, Травье, Эдмона де Бомона, Гранвиля, Гюиса, Стейнлена, Форена, Леандра, Лотрека, Виллета, Карандаша.

Надо сказать, что Альберт Ланген долгое время жил в Париже и при создании журнала Simplicissimus он ориентировался именно на французские образцы. Сюда в 1890 году он приехал с идеей учиться живописи, а позднее, когда открыл свою художественную галерею, обзавелся знакомствами с известными писателя и художниками. Он был знаком с Анри Беком, Абелем Хермантом, Октавом Мирбо, Эмилем Золя и уже известным в то время художником Теофилем Стейнленом. Дальнейшие подобного рода знакомства и связи привели Лангена к идее организации издательства.

С середины 19 века, когда волна увлечения сатирическими журналами докатилась и до Германии, здесь возникает ряд подобных изданий — Kladderadatsch, Fliegende Blatter и Die Munchener Bilderbogen. Среди художников, искусство которых не осталось не замеченным, можно назвать Вильгельма Буша, Адольфа Оберлендера и Адольфа Менцеля, создателя знаменитых приключений «Макса и Морица».

Fliegende Blatter издавался в Мюнхене, но он не был политически-

ориентированным журналом, в отличие от того же Kladderadatsch, выходившего в Берлине или Simplicissimus, который был создан несколькими десятилетиями позже. Здесь, как и в Die Munchener Bilderbogen, печатались карикатуры и сатирические рассказы из жизни простых городских обывателей и крестьян. К примеру, рассказ в картинках Der Bauer und der Windmüller («Крестьянин и мельник»), опубликованный в номере Die Munchener Bilderbogen за 1861 году.

В то время такие издания действительно имели большую популярность. К примеру, 1895 году, за год до появления Simplicissimus, тираж Fliegende Blatter достигал 95 000 экземпляров.

Таким образом, несмотря на то, что карикатура к моменту создания журнала имела многовековую историю, журнальная сатира возникла на рубеже 18–19 веков, и фоном для ее появления в большей степени были политические и социальные события.

Все юмористические журналы того времени посредством сатиры в какой-то степени приобрели социально-психологическую функцию. Данная особенность была присуща сатире во все времена, но здесь она воплотилась в новой форме на страницах периодических изданий, подобно шуту при господине в средние века. Выражая негативные стороны жизни на страницах журнала, сатира посредством смеха восстанавливала равновесие в общественном сознании.

Смех всегда имел культовое значение, и журнальная сатира здесь не является исключением. Если вспомнить М.М.Бахтина и идею фольклорно-мифологического происхождения смеха, в которой он связан с категорией обновления, расставанием со старым и рождением нового, стерические издания рубежа 19–20 веков наделяются важным, в какой-то степени, сакральным значением для общества в рамках быстро изменяющегося мира [13]. Такая идея не являлась чем-то новым, образцами «карнавального» смеха изобилует европейская традиция. В Средние века — фасцении, фаблио, шванки, пляски смерти, в эпоху Возрождения — «Похвала глупости» Эразма Роттердамского, «Гаргантюа и Пантагрюэль» Франсуа Рабле. Смех всегда оставался способом обнаруживать несоответствия между видимостью и сущностью, формой и содержанием.

Журнал Simplicissimus, как упоминалось выше, был не единственным

периодическим изданием сатирического содержания в Мюнхене, но, как и Jugend, это был журнал так называемого «нового» искусства, художников, противопоставивших себя «системе». Если рассматривать в данном контексте, то его издание само по себе — протест или противопоставление себя всему существующему. Чтобы добавить агрессии изданию, создатели журнала выбирают основными темами сатиры внутреннюю и внешнюю политику Германской империи, как это было, например, все с тем же La Caricature.

Критика Simplicissimus всегда носила интернациональный характер. В России за сатиру на императора официально распространение журнала было запрещено. Тем не менее, с риском для своей свободы его нелегально ввозили в страну. Павел Щербатов в своей переписке с Валентином Серовым сообщает, что ему «не приходилось видеть более блестящего журнала, как по уровню рисунков, так и в смысле остроумного текста. В России он был запрещен, так, как и Россию продергивал не редко... Я ввозил его тайно в двойном дне сундука» [14].

По аналогии с Simplicissimus в 1905 году, недавно вернувшийся из Мюнхена Зиновий Гржебин начал издавать художественно-сатирический журнал «Жупел». Журнал не только обликом был близок мюнхенскому изданию, в первом номере участники напечатали обращение к художникам Simplicissimus, которое поместили внутри рисунка Томаса Гейне. В этом обращении было сказано: «Сотрудники Жупела через головы русской полиции шлют привет своим талантливым товарищам из Simplicissimus» [15]. В период 1905–1906 годов в России появится много подобных изданий, но все они через короткий промежуток времени под натиском цензуры переставали существовать, среди них — «Адская почта», «Молот», «Буревал», «Паяц», «Искры» и др.

Яркой, но неоднозначной является и реакция журнала на Первую мировую войну. В работах этого периода проявились националистичные черты журнала. Если до этого времени журнал по праву можно было назвать интернациональным, то с началом войны ситуация меняется. Герман Гессе пишет: «Летом 1914 года Simplicissimus следовало бы прекратить существование или же любыми способами, не исключая переноса издания в Швейцарию, продолжать борьбу против кайзера,

против унтер-офицерского духа, против правосудия на службе правящих классов. Он этого не сделал и перестал существовать как орган европейского масштаба. В нем, как и раньше, появлялись восхитительные карикатуры, в нем продолжали сотрудничать крупные художники, но он лишился прежней силы правды, подлинного обвинения, искреннего возмущения, которые заставляли сильнее биться мое сердце при чтении его самых первых номеров» [16]. Однако все о том же периоде на страницах журнала «Вестник Европы» была опубликована статья, где сообщалось следующее: «…немцы о себе гораздо худшего мнения, нежели мы о них. В особенности в этом отношении усердствует талантливый карикатурист Тени… Главной мишенью своей он Тени избрал военную касту, и для нас в этой особенности его творчества таится особый интерес, вполне понятный и объяснимый» [17].

Если рассматривать журнал Simplicissimus как явление, противопоставившее себя всему неправильному и устаревшему, всем негативным социальным и культурным явлениям в обществе и мире, становится понятным идея назвать журнал таким именем.

Простак, а именно так переводится с немецкого Simplicissimus, название, исторически происходящее от имени героя одноименного романа Ханса Якоба Кристоффеля фон Гриммельсгаузена «Симплициссимус — любитель приключений», увидевшего свет в 1669 году. Образ журнала Simplicissimus был связан с немецкой народной сатирической традицией о представителе книжной учености, повредившемся в уме, который, возомнив себя «немецким героем», направляемым «божественным» Юпитером, пытается исправить и образумить мир. И в романе и художественном воплощении журнала при близком знакомстве возникает много исторических аллюзий. У Гриммельсгаузена «герой» мечтает объединить под своей властью германские народы, «которым подчиняются другие европейские государства, чьи короли будут получать свои короны, королевства и входящие в них земли от немецкой нации по доброй воле» [18]. Те же настроения с новой силой пронизывали культурный дух Германии и в 19 веке.

Когда на прилавках газетных ларьков в 1896 году появился







Рисунок 5. Норман Роквелл. Обложка журнала Saturday Evening Post, 1916 г.
Рисунок 6. «Das Märchen vom Berggeist Rübezahl», Munchener Bilderbogen, выпуск 1187, 1895 г.
Рисунок 7. Эрлер Фриц. Обложка журнала Jugend, выпуск № 1, 1996 г.

журнал с названием Simplicissimus, это не могло восприниматься как что-то совсем новое и незнакомое. Это был комичны «герой нации» — Симплициссимус — любитель приключений — только уже адаптированный к реалиям нового времени, что, безусловно, способствовало его популярности: наивный «пройдоха», который совершал много неприглядных поступков, но всегда был искренним и добрым в своем порыве, близким и понятным для многих поколений немцев. Воплощенный в формах нового эстетически-рафинированного изобразительного искусства, он должен был расшевелить и встряхнуть застывшую жизнь немецких бюргеров.

Для северной традиции названия, связанные с уже существующей сюжетной линией, не были чем-то редким. Взять, к примеру, сатирический журнал Der wahre Jakob, где название было связано с идеей, обращенной к библейскому сюжету о Якове и Исаве [19].

Первый номер Simplicissimus увидел свет 4 апреля 1896 года. Издание было годичным. В год выходило в среднем от 51 до 54 выпусков. Каждый выпуск имел нумерацию. Соответственно, в начале апреля каждого года выходил первый годичный выпуск журнала. Объем полос каждого номера в разные годы варьировался от 8 до 15. В первый год издания нумерация страниц была индивидуальной для

каждого выпуска, начина с 1897 года она становится годичной. Если просмотреть хотя бы один номер, первое, на что обращаешь внимание и на чем издатели делали акцент, — яркая, художественно-цельная обложка.

Обложка журнала имела общий макет. Первая и четвертая полосы снабжались цветными иллюстрациями, третья полоса первые два года отводилась под рекламу; начиная с 1898 года рекламу стали печатать на последней полосе. В титульной части размещалась следующая информация: логотип, дата выхода номера, рекомендуемая цена, сведения о типе издания, нумерация. Шрифт, используемый при создании логотипа Simplicissimus, — рисованный гротеск, написан был средним пером так, что получалась разная ширина штриха. Важной деталью является и тот факт, что словом «гротеск» еще обозначают сатирический прием, и, действительно, для публики 19-го века такое «голое» начертание выглядело комично и гротескно.

В отличие от параллельно выходившего журнала Jugend, где логотип выступает составной частью рисунка на обложке, в Simplicissimus логотип — неизменная часть первой полосы. Jugend вообще был изданием стилистически и идейно близким Simplicissimus. Более того, многие ведущие художники, такие как Томас Гейне и Бруно Пауль, создавали иллюстрации и для Jugend. Не меняющийся логотип был явлением более типичным для большинства журналов не только в Германии, но и в других странах Европы, в Америке и в России. Примером может служить французское иллюстрированное литературное издание Gil Blas Illustre, которое выходило в это время в Париже.

Типографика журнала имеет завершенную продуманную композицию. Как основной шрифт издания был выбран готический. Обращение издателей именно к этому шрифту отнюдь не случайно, оно обусловлено традицией. Фрактура просуществовала до середины 20 века.

Вторая составная часть обложки — рисунок. Он занимал практически три четверти страницы и менялся от номера к номеру. Содержательная часть рисунка, как правило, носила сатирический контекст, являясь откликом на те или иные события. Поэтому, даже если читатель не

понимал немецкий язык, он всегда мог понять универсальный язык графики. Рисунок имел заглавие, и часто, как в лучших традициях карикатуры, внизу страницы присутствовал поясняющий текст.

Понимание задач декоративной графики, умение воплотить идею посредством линий и ярких лаконичных пятен в сочетании с ритмичностью демонстрировала от номера к номеру обложка журнала. Акцент на обложке сохранялся на протяжении всего периода издания Simplicissimus.

Второе, на чем делался акцент, — это обилие красочных иллюстраций в блоке. Цветной рисунок был новшеством для журналов того времени, и такая иллюстрация только входила в обиход периодических изданий. Здесь еще надо сделать акцент, что это была графика «нового» искусства, которое, как уже было сказано ранее, впоследствии получило название «Югендштиль». Соответственно, в первое время для иллюстраций Simplicissimus были характерны художественные приемы данного стиля. Стоит обратить внимание — графика журнала всегда соответствовала тенденциям актуальных направлений в изобразительном искусстве. Именно иллюстрация сделала журнал узнаваемым во всем мире.

В Simplicissimus в разные периоды времени одновременно работало несколько художников. В первые годы издания облик Simplicissimus создавали Томас Гейне, Олаф Гулбранссон, Бруно Пауль, Фердинанд фон Резничек, Вильгельм Шульц, Эдуард Тени, Рудольф Вильке, Карл Арнольд, Джозеф Бенедикт Энг, Эрнст Хейлеман, позднее к ним присоединились Жанна Маммен, Эрих Шиллинг, Курт Хайлигенштедт, Карл Штурцкопф. Но, как ни странно, при таком обилии талантливых рисовальщиков со своей графической манерой художественная составляющая журнала смотрится стилистически выверенной и гармоничной, из чего можно сделать вывод, что все составные механизмы журнала работали на идею, воплощаемую посредством синтеза двух видов искусства — литературы и графии с акцентом на юмор, сатиру, гротеск и эстетику, гармонию, красоту. В конце 19 века идеи синтеза искусств имели широкое распространение в Европе, и Германия не стала исключением. В Баварии такие идеи тоже были распространены, их можно связать и с философскими трактатами Джона Рескина, прерафаэлитами и даже с идеями Рихарда Вагнера [20].

Simplicissimus по праву можно назвать форумом для многих писателей своей эпохи. Огромная заслуга в этом принадлежит Альберту Лангену. Именно он сумел объединить вокруг своего издательства столько талантливых и интересных писателей, которые еще при жизни стали классиками мировой литературы, — это Фрэнк Ведекинд, Томас Манн, Генрих Манн, Райнер Мария Рильке, Ричард Демел, Герман Гессе, Гуго фон Гофмансталь, Карл Краус, Густав Майринк и многие другие.

Лангена нельзя назвать типичным издателем, считавшим приоритетом только экономическую выгоду, он выполнял и культурно-политическую миссию. Все авторы, с которыми он сотрудничал, были в какой-то мере новаторами в литературе. По воспоминаниям Германа Гессе, однажды в его доме на берегу Боденского озера появился Альберт Ланген и предложил сотрудничать.

Исходя из выше сказанного, можно заключить, что журнал Simplicissimus в наше время воспринимается как своего рода протест или неприятие той действительности, в которой он создавался. Такую задачу сатирического творчества еще в 1796 году в трактате «О наивной и сентиментальной поэзии» определил Фридрих Шиллер. Он писал, что «в сатире в качестве высшей реальности противопоставляется идеал неудовлетворяющей нас действительности. Нет необходимости высказывать идеал словами, если поэт умеет его пробуждать в нашей душе» [21].

Если ориентироваться на данное высказывание, становится понятной концепция журнала: создатели Simplicissimus, ставя перед собой определенные идеалы «высшей реальности», средствами искусства демонстрируют антиидеал в конкретном предмете обличения, тем самым вызывая отрицание действительности. При этом взамен «данности» они предлагают новый иллюзорный мир, который мог бы быть, если бы в нем не было пороков. Согласно Артуру Шопенгауэру, преодоление «эгоистических импульсов» осуществляется именно в сфере искусства и морали, и идеалом в данном случае выступает «новое» искусство.

Возможно, в рамках существующих здесь устремлений и возникает образ главного символа журнала — красной собаки. В сатире разные образы и герои могут вступать в сложное взаимодействие с окружающим

миром, к примеру, Дон Кихот Мигеля де Сервантеса. Отсюда становятся вполне понятными философские устремления создателей журнала: они прагматичны и рационалистичны. Читателю предлагается «охота» наблюдателя за наблюдениями, ибо из номера в номер зверь наблюдает глазами зрителя «прорехи на человечестве», раскрывая трагический аспект самого бытия, и все это воплощается в рамках немецкого бюргерства, с его многовековыми устоями и традициями.

Оригинальность и самобытность журнала состояла в его новаторском подходе, который, безусловно, привнес в издание Альберт Ланген, с его французскими веяниями свободы, пацифизма, «парижской смесью» искусства и политики, по словам Германа Гессе, побуждающей «столь многих молодых художников и литераторов во французской столице… к сознательному осмыслению политических событий» [22], в немецком национальном духе, с его резкими, дерзкими, даже по-своему юношескими нападками на авторитеты и в самосознании германского народа единой нацией, в аспектах графики Людвига Тома, Эдурда Тени, Томаса Гейне.

В послевоенной Германии была сделана попытка возродить журнал, но из-за политических обстоятельств времени Simplicissimus не просуществовал долго. В нем уже не чувствовалось того волшебного притяжения, которое было присуще журналу в первые годы издания. Прямых последователей у Simplicissimus не было, однако 1954 году в Берлине появился сатирический ежемесячник Eulenspiegel, ставший ярким явлением свое времени. Несмотря на это, Simplicissimus и по сей день по праву можно считать лучшим художественно-сатирическим журналом Германии и одним из самых ярких общеевропейских периодических изданий.

Примечания:

1. *Толстой Л.Н.* Полное собрание сочинений в 90 т. Т. 73. Серия третья. Письма. — М.: Художественная литература, 1954. — С. 45–46.

2. Мир искусства. — 1899. — С. 243–245.

3. *Молева Н.М.* Школа Антона Ашбе: К вопросу о путях развития художественной педагогики на рубеже XIX–XX веков / Н.М.Молева,

Э.М.Белютин. — М.: Искусство, 1958. — С. 17—21.

4. Репин. Общее впечатление о Мюнхене. 5 ноября 1893 года / Репин: [Статьи и материалы] / АН СССР, Институт истории искусств; ред. И.Э.Грабарь, И.С.Зильберштейн. — М.-Л.: АН СССР. — 1948–1949.

5. *Грабарь И.Э*. Моя жизнь: Автомонография. — М.-Л.: Искусство, 1937. — С. 126–128.

6. *Нестеров М.В*. Воспоминания / вступ. ст. А.А.Русаковой. — М.: Советский художник, 1985.

7. Взаимосвязи русского и советского искусства и немецкой художественной культур / под ред. В.И.Рымарева. — М.: Наука, 1980. — С. 193–235.

8. *Сидоров А.А*. Русская графика начала XX века. — М.: Искусство, 1969. — С. 121.

9. *Молева Н.М*. Школа Антона Ашбе: К вопросу о путях развития художественной педагогики на рубеже XIX–XX веков / Н.М.Молева, Э.М.Белютин. — М.: Искусство, 1958. — С. 17–21.

10. Мир искусства. — 1899. — № 1. — С. 116.

11. *Стасов В.В*. Собрание сочинений. 1847–1886. Т. 2. — СПб.: Типография М.М.Стасюлевича, 1894. — С. 403.

12. *Лапшин В.П*. Из истории художественных связей России и Германии в конце XIX начале XX века // Взаимосвязи русского и советского искусства и немецкой художественной культуры. — М., 1980.

13. *Бахтин М.М*. Формы времени и хронотопа в романе. Очерки по исторической поэтике // Вопросы литературы и эстетики. — М.: Художественная литература, 1975. — С. 234–407.

14. Валентин Серов в воспоминаниях, дневниках и переписке современников / ред.-сост., авт. вступ. ст. о мемуаристах и комментариев И.С.Зильберштейн и В.А.Самков. Т. 1. — Л., 1971.

15. Жупел. — 1905. — № 1. — С. 10.

16. Письмо Германа Гессе господину Т.Г.М. // Глатц. — 1929. — 9 августа.

17. Вестник Европы. — 1915. — Ноябрь. — С. 419–420.

18. *Федоров А*. О «Симплициссимусе» Гриммельсгаузена и его переводе // Резец. — 1934. — № 6; *Пуришев Б.И*. Очерки немецкой

литературы XV–XVII вв. — М., 1955. — С. 391.

19. URL: http://www.bibleserver.com/text/EU/1.Mose25 (дата обращения: 2.09.2017).

Широко распространенный мифологический и литературный мотив о двух братьях, которые не любят друг друга. Примерами также могут служить Каин и Авель из Ветхого Завета или Ромул и Рем из римской мифологии.

20. Взаимосвязи русского и советского искусства и немецкой художественной культур / под ред. В.И.Рымарева. — М.: Наука, 1980. — С. 193–235.

21. *Шиллер Фридрих*. О наивной и сентиментальной поэзии / Собрание сочинений / ред. Б.Аронтом. Т. 6. — М.: Гослитиздат, 1957. — С. 414–415.

22. Письмо Германа Гессе господину Т.Г.М. // Глатц. — 1929. — 9 августа.

Библиография:

1. *Бенуа А.Н*. //Мир искусства. — 1899. — № 2.
2. *Бродский И.А*. Горький и художники. Воспоминания, переписка, статьи. — М.: Искусство, 1964.
3. *Валлис М*. Югендстиль. — Варшава: Аркадии, 2006.
4. *Вильберг Ганс Петер*. Азбука книжного дизайна / Ганс Петер Вильберг, Фридрих Форсман [пер. с нем. В.Г.Еременко] / пер. в редакции А.В.Иванова. — СПб.: СПбГПУ, 2003.
5. *Грабарь И.Э*. Моя жизнь: Автомонография. — М.-Л.: Искусство, 1937.
6. *Григоренко М*. Журнал Simplicissimus: смех как источник демифологизации / Феноменология смеха. — М.: Министерство культуры РФ, 2002.
7. *Дульский П.М*. Графика сатирических журналов 1905–1906 гг. — Казань, 1922.
8. *Дягилев С*. Европейские выставки и русский художник / Новости и биржевая газета. — 1896. — 26 марта.
9. *Евсина Н.А., Каждан Т.П*. И.Э.Грабарь и деятели немецкой

культуры (конец XIX первая треть XX века) // Взаимосвязи русского и советского искусства и немецкой художественной культуры. — М., 1980.

10. *Зильберштейн И.С., Самков В.А*. Валентин Серов в переписке, интервью и документах: в 2 т. — Л.: Художник РСФСР, 1985.

11. *Кнабе Г.А*. Энциклопедия дизайнера печатной продукции. Профессиональная работа. — М: Издательский дом «Вильямс», 2006.

12. *Левитан И.И*. Письма. Документы. Воспоминания / под общ. ред. А.А.Федорова-Давыдова. — М.: Искусство, 1956.

13. *Молева Н.М*. Школа Антона Ашбе: К вопросу о путях развития художественной педагогики на рубеже XIX–XX веков / Н.М.Молева, Э.М.Белютин. — М.: Искусство, 1958.

14. *Нестеров М.В*. Давние дни. Встречи и воспоминания. — М.: Искусство, 1959.

15. *Рожнова О.И*. История журнального дизайна. — М.: ИД «Университетская книга», 2009.

16. *Сарабьянов Д.В*. Модерн. История стиля. — М.: Искусство, 1989.

17. *Сидоров А.А*. Русская графика начала XX века. — М.: Искусство, 1969.

18. Стандарты по издательскому делу / сост. А.А.Джиго, С.Ю.Калинин. 3-е изд. — М.: Экономистъ, 2004.

19. *Стасов В.В*. Из поездки по Европе // Северный вестник. — 1892. — № 1. — Отд. 1. — С. 279–298; № 12. — Отд. 1. — С. 253–286.

20. *Стасов В.В*. Письма к деятелям русской культуры. В 2 т. — М.: Наука, 1967.

21. *Стернин Г.Ю*. Очерки русской сатирической графики. — М.: Искусство, 1964.

22. *Стернин Г.Ю*. Русская художественная культура второй половины XIX — начала XX века. — М.: Искусство, 1970.

23. *Стернин Г.Ю*. Художественная жизнь России на рубеже 19–20 веков. — М.: Искусство, 1970.

24. *Стерноу С.А*. Арт-Нуво. Дух прекрасной эпохи. — М.: Белфакс, 1997.

25. *Подобедова О. И*. Лансере Е.Е. — М., 1961.

26. Переписка В.В.Верещагина и В.В.Стасова / письма подгот. к печати и примеч. к ним сост. А.К.Лебедевым, Г.К.Буровой; под ред. А.К.Лебедева. — М.: Искусство, 1950–1951.

27. *Рылов А.А*. Воспоминания. — М.: Искусство, 1954.

28. Русский отдел на Берлинской выставке (письмо в редакцию) // Художественный журнал. — 1886. — С. 244–246.

29. *Философов Д.В*. Журнал Simplicissimus — речь 25 ноября 1912 // Сатирикон. — 1912. — № 48.

30. *Философов Д.В*. Рукопись статьи «Юношеские годы Александра. Бенуа» (1916) / ОР ГРМ. Ф. 137. Оп. 1. Ед. хр. 14. Л. 17. 14.

31. *Фар-Беккер Г*. Искусство модерна. — Konemann, 2004. — С. 64.

32. *Эрнст С.Р*. В.А.Серов [очерк жизни и деятельности]. — СПб.: Ком. популяризации худ. изд. при Российской академии истории материальной культуры, 1921.

33. Золотое руно. — 1906. — № 5.

34. Искусство и художественная промышленность. — 1899. — № 14.— С. 105.

35. Мир искусства. — 1900. — № 19–20.

36. Мир искусства. — 1904. — № 1.

37. *Muter Richard*. Geschichte der Malerei im 19 Jahrhundert. B.d. 3. — Munchen, 1894.

38. *Rainer Metzger*. Munich its golden age of art and culture 1890–1920. Picture edited by cristian brandstatter with 466 illustrations, 387 in colour. Thames & Hudson. — London, 2009.

39. *Reber Franz*. Geschichte der neuern deutschen Kunst mit Berucksichtigung der Kunstentwicklung in Russland. — Stuttgart, 1874.

Р.Р. Султанова

АФИША В ТАТАРСКОМ ТЕАТРЕ НА ЭТАПЕ СТАНОВЛЕНИЯ (1906–1930-Е ГГ.)

Впервые на основе коллекции музеев воссоздается история возникновения и становления плакатного искусства в татарском театре.

Анализируются содержание и стилистика плакатов, афиш с начала XX века до середины 1930-х годов. Акцентируется внимание на авангардных явлениях в искусстве плаката.

Based on museum collections, the history of the Tatar theatre poster is being recreated, for the first time, through its origin and development.

The work analyses the contents and stylistics of posters and theatre bills starting from the early 20th century and further to the 1930s. Special emphasis is being made on avant-garde traits in the poster art.

Ключевые слова: татарский театр, афиша, театральный плакат, реклама, театральный художник, конструктивизм.

Keywords: Tatar theatre, poster, theatre bill, advertising, theatrical designer, constructivism.

О казанском плакате как особом виде изобразительного искусства имеется значительная литература [6, 12, 13, 14]. Но театральный плакат, специфический жанр, балансирующий на грани между рекламой и самостоятельным произведением искусства, обладающий полноценным художественным образом, изучен недостаточно и не собран с исчерпывающей полнотой.

Историк искусства, исследователь политического плаката П.Корнилов связывает зарождение плаката в Казани с Февральской революцией и с именем художника К.Чеботарева [6, с. 4] и

отмечает художественый подъем, который царил в 1920-е годы в Государственных художественных мастерских, возглавляемых Ф.П.Гавриловым: «Как никогда этот вид изобразительного искусства показал всему миру значение искусства как величайшего социального фактора и средства воздействия на массы» [6, с. 1].

Первая попытка изучения истории русского театрального плаката предпринята Ю.Благовым и Е.Ключевской [3]. В статье, опубликованной в журнале «Казань» в 2002 году, они дают общий обзор театральной афиши Казани на протяжении двух столетий (с 1836 года по сегодняшний день), яркие образцы которой принадлежат Казанскому городскому и Большому театрам.

На современном этапе специальные исследования, посвященные анализу татарского театрального плаката, отсутствуют, за исключением газетной статьи Б.Гиззата [4]. Нами впервые достижения современного театрального плаката были продемонстрированы в 2003 году на республиканской выставке «Современная сценография Татарстана», итоги которой были опубликованы в статье в одноименном каталоге [10].

В архивах театров, в Национальном музее РТ, музее С.Сайдашева, в библиотеке Казанского федерального университета, в архиве Института языка, литературы и искусства им. Г.Ибрагимова АН РТ (далее ИЯЛИ) хранятся уникальные собрания афиш, насчитывающие сотни экземпляров и охватывающие период с начала XX века по сегодняшний день.

Они состоят из афиш Татарского государственного академического, Татарского художественного рабочего («Эшче»), так называемого Колхозно-совхозного (передвижного) театров. Афиши отпечатаны в Казани в типографиях И.Н.Харитонова, «Татполиграф» тиражом 100, 150, 200, 250 (редко 500 экземпляров, для гастрольных спектаклей). В основном, плакаты большого формата (48 х 72, 97 х 75, 76 х 108).

Спектакли ставились в разных помещениях: в зданиях Купеческого собрания, Большого театра, Восточного клуба, в саду «Русская Швейцария» и др. Особый интерес представляют афиши как ценное свидетельство театральной жизни Казани периода

становления татарского театра. Несмотря на то, что многие плакаты оформлены на самодеятельном уровне, плакатное искусство того времени — любопытнейшая страница истории татарского театра.

Следует отметить, что при изучении плакатного материала встречаешься с рядом серьезных трудностей: отсутствие дат, размера, тиража, автора, указания на издательство — все это не позволяет дать точную библиографию плакатов, что так необходимо для полного раскрытия темы.

Анализ имеющихся материалов показал, что авторы плакатов хорошо знали свое дело и старались соблюдать основные требования, предъявляемые к афише как рекламной продукции, учитывая вкусы публики.

Во-первых, как и всякому плакату, театральному противопоказано многословие. Лаконизм, краткость — закон для художника, работающего в этом жанре. Театральный плакат должен быть понятным, а не превращаться в хитроумный ребус, хотя некая тайна, манящая зрителя, как и во всяком произведении искусства, должна быть.

Являясь синтетическим видом искусства — изобразительного и искусства сцены, художественная образность плаката должна отвечать многим условиям: мастерству композиции, графической и живописной выразительности, учитывать законы полиграфии. И вместе с тем он обязан донести до зрителя идейное и художественное своеобразие спектакля, стилистику его воплощения в данном конкретном коллективе, т.е. стать эстетическим знаком театральной постановки.

Еще в конце XIX века семейные спектакли проходили без официального объявления и продажи билетов. О них знал лишь узкий круг людей.

Становление татарской театральной афиши связано с деятельностью первых трупп: «Сайяр» («Путешественник», 2007) и «Нур» («Луч», 2012).

Первая татарская театральная афиша появляется в период общего революционного подъема, осенью 1905 года. Как пишет Б.Гиззат, она была цветной и на русском языке [4]. Сообщалось, что в первый раз в России труппой мусульманских артистов будет дан спектакль на русском и татарском языках. В программе: сцены из комедии А.Грибоедова

«Горе от ума» и комедии Н.В.Гоголя «Ревизор», а также комедия «Свет и тьма» А.Н.Островского (в вольном переводе пьеса «В чужом пиру похмелье»).

Это была настоящая рекламная афиша: больших размеров и оформленная с учетом вкуса, потребностей и особенностей публики. Организаторы спектакля вынуждены были учесть, что женщина-татарка не пойдет на спектакль, где ей придется сидеть среди чужих мужчин без покрывала. Поэтому и в газетном объявлении, и в афише было специальное напоминание о том, что бельэтаж предназначен исключительно для женской публики, причем для желающих мусульманок оборудован редкими вуальными шторами. Вход, коридор и вешалки для сбережения верхнего платья совершенно изолированы от доступа мужского пола. Прислуга также женская — русская [7, с. 35].

В репертуаре татарского театра начала XX в. встречаются также спектакли с религиозной тематикой, с персонажами исламской мифологии. Например, трагедия поэта С.Рамеева из жизни Казани «Ибраһим Пәйгамбәрнең яшерен васыяте» («Тайное завещание Пророка Ибрагима»), исполненная 25 марта (сезон 1924–1925 гг.) всей труппой со специально подготовленным хором при участии оркестра С.Сайдашева (с физгармонией), постановка режиссера Ш.Шамильского (афиша Национального музея РТ). Желая привлечь побольше зрителей, организатор первой профессиональной труппы в Оренбурге И.Кудашев-Ашказарский использовал витиеватую форму афиш цирковых программ — любимых представлений татарской публики. (Цирк в Казани ведет свое начало от цирка братьев Никитиных, для которого в 1890 году было построено специальное здание. Татарстан: Иллюстрированная энциклопедия / гл. ред. А.М.Мазгаров, отв. ред. Г.С.Сабирзянов. — Казань: ГУ «Институт Татарской энциклопедии АН РТ», 2013 [10, с. 772].)

После спектаклей «Неучи и ученые» («Наданнар илә галимнәр») И.Кудашева-Ашказарского, «Хирургия» и «Злоумышленник» («Гыйлем тэшрих, касыйд») по рассказам А.П.Чехова, поставленных 22 июня 1907 г. в Симбирске, наряду с танцами, стихами, играми и «музыкально-вокальным дивертисментом» в программу вечера был включен и фейерверк.

Вплоть до конца 1920-х годов в афишах наблюдаются элементы цирковых представлений. Например: программа афиши к спектаклям «Ирем кайтты» («Муж вернулся») и «Имчелəр корбаны» («Жертва знахарей») по пьесам Г.Монасыпова (17 января 1918 года), оформленной в виде вышитого платочка с цветочным орнаментом, гласит: «На вечере дивертисмент, танцы, лотерея, американский аукцион, конфетти, серпантин и др.» [2].

Элементы цирка присутствуют и в гастрольных афишах. Например, о постановке спектакля «Бəхетсез егет» («Несчастный юноша») Г.Камала наряду с названием, по диагонали, на русском языке и татарского варианта в стиле «насх» сообщается: «Зал и киоски будут украшены в восточном вкусе. Во время антракта оркестром будут исполнены национальные песни. После спектакля танцы, бой конфетти, серпантин, бомбочки и летучая почта» (постоянная экспозиция НКЦ «Казань»).

Первым художником театральной афиши по праву можно назвать драматурга Галиасгара Камала. Велика его заслуга и в создании около тридцати новых видов татарских шрифтов, более двадцати которых употреблялись в печатании книг к 1909 году в типографии И.Харитонова [5, с. 52]. С именем Г.Камала связано и становление татарской театральной афиши как самостоятельного жанра графического, плакатного искусства. Как вспоминает Л.Аитов, афиши старались не печатать в типографии, а делать собственноручно. Г.Камал, виртуозно владевший арабской каллиграфией, со своим сыном Анасом делал по 40–50 афиш к каждому спектаклю [1, с. 105–106]. Это были не просто шрифтовые афиши, а подлинно художественные композиции, в которых заметное место занимали иллюстрации, рисунки Г.Камала. Особенно красочными получались афиши бенефиса самого автора. Будучи профессиональным каллиграфом, Г.Камал в афишах сочетал разных типов и размеров шрифты с декоративными орнаментальными мотивами. Примером могут служить узорно-каллиграфические — в стиле «насх» — афиши к постановкам спектаклей «Уйнаш» («Распутство») от 22 декабря 1914 года в Новом клубе (исполнена почерками «сульс», «насх», «рик'а» с преобладанием последнего), «Кечкенəсугыш» («Маленькая война») от 5 августа 1916 года, «Җилкуарлар» («Шалопаи»). (Хранятся в Национальном музее Республики Татарстан).

Нужно отметить, что театральные афиши первого десятилетия отличаются обилием информации: кроме названия спектакля, перечня лиц и исполнителей, указывалась программа музыкальных вечеров или других мероприятий. Например, афиша от 24 ноября 1908 года гласит: «Спектакль «Поиск жениха, или беда позорного объявления». Затем литературный вечер и танцы. Прочее: С.Рамиев и Г.Тукаев будут читать свои последние стихи. Оркестр татарской молодежи будет играть национальные мелодии. В спектакле участвуют: Гиззатуллина, Булгарская» (почерк «насх»; архив ИЯЛИ).

В целях привлечения зрителей иногда даются пояснения к названию спектакля: «22 декабря 1914 года в Новом клубе Товариществом мусульманских драматических артистов под руководством А.Кариева представлено будет «Уйнаш» («Распутство» — *С.Р.*)». Ниже на кириллице: «Каенана өйдә булса, өйнең асты өскә килә» («Если свекровь дома, то дом верх дном»). Вход без рекомендаций. Во время антракта играет оркестр под управлением Фишкина».

Наибольшей информативностью и разнообразием почерков отличаются афиши периода Первой мировой войны. В архиве ИЯЛИ имеются плакаты с названиями в стиле «куфи» и «насх», в нижней части которых сообщаются также дополнительные сведения, вызывающие интерес у публики, или анонсируется последующий спектакль, например: «1. «Вопрос о масле» («Май мәсьәләсе»). 2. «Путешествие в Казань». Благотворительный спектакль в пользу Общероссийского воздухоплавательного флота (1913 г. 14 июня)». На другом плакате, от 13 февраля 1914 года: «Спектакль «Жена на час» («Бер сәгатьлек хатын»). Концерт 12-летней певицы Фатимы Гумеровой. Декламация при участии Х.Гумерова. Танцы. Во время танцев будет играть оркестр Каргопольского полка».

В афишах с 1914 года появляется первая театральная эмблема: в рамке, обрамленной с двух сторон кулисами, женщина в профиль, с венком на голове (до этого в программах было лишь изображение лиры). В стиле «насх» название спектаклей: «Аю» («Медведь») А.Чехова, «Әткәй ялгыз калды» («Отец остался в одиночестве») Г.Камала, «Анасы кабере өстендә» («Над могилой матери»). Режиссер Г.Камал.

Типичная афиша революционной эпохи от 15 января 1918 года:

«Патриотический военный вечер. Спектакль «Денщик Гали». Дивертисмент (стихи, музыка, песни, танцы, балет, рассказ, декламации, кавалеристы, эскадроны поют песни, играют на курае, гимнасты, военные игры). Танцы». (Из архива ИЯЛИ)..

В этих плакатах, кроме революционной романтики, ура-патриотизма, присутствует и суровая правда о жизни простых людей, о тяжелых последствиях войны и разрухи.

По стилистике афиши первого десятилетия XX века своей откровенной декоративностью, широким применением арабской вязи, национального орнамента близки к стилю своего времени (модерн), при этом перекликаются с оформлением татарских дореволюционных книг (заставки, бордюры, виньетки, прочие украшения типа зигзагов, ромбов и т.п.).

Но при всем разнообразии своего содержания эти афиши оставались чисто полиграфической продукцией рекламного характера, не претендуя на художественную ценность, которая отличает плакатное искусство 1920– 30-х годов.

В оформлении афиши татарского театра 1920-х годов наблюдается отпечаток эстетики конструктивизма и агитационно-массового искусства. В первую очередь здесь мы усматриваем влияние экспериментального театра КЭМСТ, в котором работали художники М.Барашов, К.Чеботарев, В.Фоминых, С.Хромов, взрывая привычное представление об афише. Афиша становится лаконичнее, часто ограничиваясь названием театра и спектакля, именами автора, постановщиков (режиссера, художника, композитора, балетмейстера, исполнителей главных ролей). Следующая особенность — броскость афиш за счет выделения названия спектакля нарочито крупным шрифтом, варьирования букв по ширине и высоте, использования контраста между текстом и фоном.

Полный отказ от рисуночной графики в пользу типографских приемов приводит к новой компоновке текста, слова дробятся на части, располагаются по диагонали, вкривь и вкось, уступами и по кругу. Как пишут исследователи конструктивистского плаката, «до 1917 года в театральной афише такого не было никогда» [8, с. 57].

Примером могут служить: «Ут» («Огонь») по пьесе Ш.Камала, где большой акцент сделан на шрифт «UT» (на красном фоне), или название

«IL» — крупно выделено красным на белом фоне (спектакль «Ил» («Родина») по пьесе К.Тинчурина). Таким же лаконизмом отличается плакат спектакля «Отелло», где первая буква «О» вытянута по всей высоте листа, а буквы на фоне красного флага превращаются в визуальный орнамент (спектакль «ОДVA» — «Одва»). Часто стилизованные буквы названия спектакля передают настроение и характер спектакля (например, буква Т становится изображением молотка). Еще одна характерная особенность — крупные буквы, набранные в контрастных цветах (черно-белые, красно-черные, бело-красные), набранные треугольниками и квадратами, плашками, взятыми из стандартной наборной кассы, что вызывает ассоциации с узорами татарского ткачества. Если типовые шрифтовые афиши печатались в одну, в две краски, то в афишах для гастрольных спектаклей цвета становятся разнообразнее: появляются желтый, коричневый, бронзовый. Особенно интересны эксперименты с названиями, набранными в стиле «куфи», наиболее поддающемся конструктивистской интерпретации.

Если в афише к спектаклю «Американ» по пьесе К.Тинчурина от 19 марта 1924 года (коллекция Национального музея) буквы оформлены витиевато в стиле «цветущий куфи», то в афише Восточного вечера от 14 февраля 1929 года «геометрический куфи», в сочетании с почерком «насх», более строг и изыскан. Стиль «куфи» присутствует на самой большой афише торжественного вечера, посвященного 20-летию театра (1926 г.)

Здесь впервые извещается о репертуаре детской труппы («Тычканга үлем, мәчегә көлке» — «Мышке смерть, кошке смех») и о выступлении студентов театрального техникума («Беренче адым» — «Первый шаг»).

Общеизвестно, что первые авангардные спектакли 1920-х годов в татарском театре связаны с деятельностью татарского театрального техникума всотрудничестве Р.Ишмурата с КЭМСТом и коллективом «Бомба» [9], идейным вдохновителем и организатором которого был актер, режиссер Асгат Мазитов (1900–1946).

К сожалению, плакатов авангардных спектаклей сохранилось не так много. В коллекции КФУ имеется несколько афиш, дающих представление о характере и содержании подобных представлений.

Например, показательный спектакль первого выпуска театрального отделения техникума искусств под руководством педагога М.Магдиева проходил в конструкциях в оформлении художника Никандрова (имя отсутствует) с участием хора, оркестра с обилием танцевальных номеров. На афише перечислены участники представления — будущие артисты татарского театра: Утяшев, З.Бикбулатова, Х.Гильманов, Ф.Нагаева, Г.Мансуров, Г.Хакимов.

Именно художники и режиссеры лефовского направления впервые используют киномонтаж, элементы цирка: например, афиши спектакля «58» — сочинение С.Валеева-Сульвы в 4 действиях, 16 картинах, режиссер К.Тинчурин, музыкальное оформление — С.Сайдашев, художник П.Сперанский (на латинице на татарском и русском языках).

Появляется коллаж с использованием фотографий художественного руководства театра, актеров в разной конфигурации (в виде веера, по диагонали, по вертикали и т.д.) с перечислением текущего репертуара (классика, оригинальные произведения, переводные спектакли), даже помещается макет спектакля.

В конце 1920-х — начале 1930-х годов в оформлении афиш используются фотографии ведущих актеров с указанием их заслуг: например, спектакль «Тахир — Зухра» от 27 января 1927 года, где по диагонали в стиле «насх» написано название, по краям даны фотографии Ф.Ильской и М.Магдиева (Национальный музей РТ).

В афише от 16–17 ноября 1932 года наряду с актерами, играющими главные роли, дополнительно сообщается об участии артистки Нафиги Араповой. В афише к спектаклю «Отелло», в обновленной постановке, заявляется, что в роли Отелло Мухтар Мутин. Чаще всего упоминаются имена народных артисток С.Гиззатуллиной-Волжской и Г.Болгарской, заслуженного артиста К.Тинчурина.

Об авторстве этих афиш невозможно судить, поскольку они не подписаны. В эти годы они разрабатывались наборщиками в типографии «Татполиграф», которые экспериментировали с возможностями наборной кассы.

Появляются эмблемы, столь популярные в афишах русского театра XIX века, характеризующие особенности бурной индустриальной

эпохи. Эмблемы эти разнообразны. Очень эклектична эмблема Татарского государственного академического театра в афише спектакля «Үлмәс ханым» («Ульмес ханум») от 5 февраля 1926 года. Как обычно, она помещена в центре наверху: на фоне шестеренки, рассеченной надвое, изображение раскрытой книги, на листах которой нарисованы перья, симметрично расположен текст «тат.гос. театр» на русском языке и в арабской графике мелким шрифтом. А наверху — герб РСФСР.

Богаты изобразительными элементами эмблемы, встречающиеся на афишах конца 1920-х — начала 1930-х годов, обнаруженных нами в музее С.Сайдашева. Крупно на переднем плане, на фоне индустриального пейзажа со строительными вышками, высотными домами, изображены символы эпохи: справа — трактор, слева — книга. В центре композиции на фоне шестеренки, серпа и молота — театральная маска. Тут же дана аббревиатура ТГТ — первые буквы названия «Татарский государственный театр».

Более лаконична эмблема Татарского государственного рабочего художественного театра, решенная в духе линогравюр К.Чеботарева, где на фоне развевающегося знамени высится фигура пролетариата. В этой постановке премьерного спектакля «Саклан, шартламасын!» («Берегись, взорвется!») режиссером А.Мазитовым впервые упоминается имя художника А.Силантьева, ранее не встречавшееся в литературе по театру (9–11 декабря 1935 года).

Театральные афиши конца 1920-х — начала 1930-х годов сообщают нам не только о появлении нового пролетарского зрителя, но и о тех мерах, которые предпринимали государство и руководство театров в целях привлечения народных масс в новое искусство. Во-первых, приобщая простого зрителя к театру, призывают к определенной культуре поведения: кроме названия спектакля, дополнительно сообщается: «После третьего звонка запрещается вход в зрительный зал. Снимать верхнюю одежду обязательно. Цена билета от 50 копеек до 1,5 рубля. Продаются льготные билеты».

Появляется абонементная система. Например, афиша спектакля «Кандыр буе» — «На Кандре» (1932) гласит: «по заявкам предприятий 30–40%-ная скидка, продаются абонементы по 3, 5, 8

рублей». «Профсоюзам и фабзавместкомам, заключившим договоры по заявкам своих областных отделов, билеты выдаются в кредит» (афиша от 6–9 декабря 1932 года из коллекции КФУ, извещающая о премьере спектакля «Тукучы Әсмә» («Ткачиха Асма») по пьесе Ф.Бурнаша.

Специально организуются культпоходы рабочих в театр. Например, спектакль «Одва» по пьесе Г.Минского в постановке С.Валеева-Сульвы (художник П.Сперанский) 11 марта 1931 года был показан только рабочим Пролетарского района. А спектакль «Булат бабай семьясы» («Семья Булат бабая») по пьесе К.Наджми был поставлен в 1933 году режиссером К.Тинчуриным (художник П.Сперанский, балетмейстер Г.Тагиров) ко II съезду колхозников и ударников «социалистических полей и животноводства». «Ударникам труда и хорошим производственникам Казани билеты продаются со скидкой 40% на весь сезон и оставляются постоянные места. Дети до 16 лет в театр не допускаются» (афиша премьеры спектакля «Беренче чәчәкләр» — «Первые цветы» по пьесе К.Тинчурина от 14–16 февраля 1935 года, на латинице. Художник М.Абдуллин).

Театральные афиши и плакаты позволили нам также воссстановить репертуар театров, имена постановщиков (режиссера, художника, композитора и т.д.), ранее не упомянутых в справочниках и не вошедших в известные печатные издания. Уже в первые годы существования Передвижного колхозно-совхозного театра спектакли оформлялись профессиональными художниками. Так, на афише значится фамилия Грибкова (инициалы отсутствуют) в постановке режиссера С.Амутбаева «Шартлау» («Взрыв») от 5 декабря 1935 года. Мы узнали, что спектакль «Вөждан» («Совесть») оформлял художник Ю.А.Антонычев (режиссер С.Валеев-Сульва, композитор С.Сайдашев). Существовали и малые формы, на афишах которых наряду с перечислением основного репертуара сообщалось не только о предстоящем концерте с участием известного комика Х.Шункарова и гармониста Г.Шаулихановапод руководством А.Камала, но и о тех основных задачах, которые стояли перед театром: пролетарское искусство является самым острым орудием в строительстве социализма, в претворении в жизнь директив ленинской коммунистической партии и т.д. (из коллекции КФУ).

На афише спектакля «Корыч ничек чыныкты» («Как закалялась сталь») 1938 года в первые встречается имя художника А.Г.Лугарева (режиссер Б.Фердинандов, муз. оформление Б.Виноградов, хормейстр В.И.Красовский).

В середине 1930-х годов с приходом М.Абдуллина, первого профессионального татарского театрального художника, на афишах начинают указывать и основной состав технического персонала постановочной части, чего ранее не наблюдалось (заведующий монтажной частью, машинист сцены, заведующий костюмерным цехом, заведующий осветительной частью, парикмахер), что свидетельствует о возросшем уровне профессионализма, о персональной ответственности кадров.

Нам удалось восстановить и дополнить список спектаклей, оформленных П.Т.Сперанским, одним из первых профессиональных художников татарского театра: «Рабиндар» (Х.Вафа, 1930 г.), «Камиль» (Х.акташ, 1931 г.), «Кара күләгәләр» — «Черные тени» (А-Т.Рахманкулов, 1931 г.), «Одва» (Г.Минский, 1931 г.), «Таулар» — «Горы» (Ш.Камал, 1931 г.), «Язулы яулык» — «Платок с надписью» (С.Баттал, 1931 г.), «Сөрем» — «Копоть» (Х.Жами, 1931 г.), «Өермә» — «Буря» (А.Зулькарнаев, 1932 г.), «Тургай» — «Жаворонок» (К.Тинчурин, Р.Ишмурат, 1932 г.), «Коварство и любовь» (Ф. Шиллер, 1932). Обнаружены неточности в атрибуции спектаклей. Например, спектакли «Яшь йөрәкләр» («Молодые сердца») Ф.Бурнаша в 1934 г., «Беренче чәчәкләр» («Первые цветы») К.Тинчурина в 1935 г. были оформлены художником М.Абдуллиным, а не П.Сперанским.

Театральные афиши и плакаты сообщают нам ценные сведения о художественном оформлении спектаклей. Например, газета «Йолдыз» информирует читателей о том, что 18 декабря 1915 года труппой «Сайяр» под руководством Г.Кариева ставится спектакль «Без вины виноватые» со специально сделанными декорациями. Для спектакля «Голубой палас» от 15 апреля 1923 года, где роль Узбека исполнял К.Тинчурин, были сделаны специальные декорации и оружие. В постановке Г.Девишева «Адашкан кыз» («Заблудшая девушка») 13 ноября 1927 года впервые на татарской сцене появляется поворотный круг (Национальный музей РТ).

В спектакле «Хусаин Мирза» в 1927 году (режиссер Г.Девишев, художник П.Беньков) впервые были использованы прожекторы (музей С. Сайдашева).

Анализ показал, несмотря на то, что КЭМСТ прекращает свое существование, и многие художники-авангардисты разъезжаются, вплоть до середины 1930-х годов афиши по стилистике сохраняют отголоски этой бурной эпохи: то название спектакля набирается несоразмерно крупным шрифтом или идет по диагонали, то вдруг прилепится сбоку афишного листа. Но вскоре к концу 1930-х годов конструктивистская концепция афиши сменяется «неоклассицистскими тенденциями», как и в татарской книге, ведущими к однообразию и шаблону в оформлении [13, с. 26].

Таким образом, театральная афиша, в отличие от спектакля, продолжает жить своей автономной жизнью, полностью сохраняя свою самодостаточность во времени и пространстве, является ценным документом эпохи, повествующим нам о многом: о репертуарной политике театра, об авторах постановки, об исполнителях; о вкусах зрителей и эстетических потребностях времени, т.е. о театральной политике своей эпохи. На мой взгляд, есть чему поучиться менеджерам, руководителям современных театров.

В последние годы с развитием театрального дела в республике все больше возрастает роль афиши и плаката не только как рекламной продукции, но и как произведения искусства, представляющего свою художественную ценность, поэтому целесообразно было бы все коллекции собрать воедино, в одном музее, сделать это богатство доступным и зрителю, и исследователям.

Библиография:

1. *Аитов Л.* Безнең остазыбыз // Г.Камал турында истәлекләр. — Казан: Тат. китап нәшр., 1979. — С. 105–106.

2. Архив театра им. Г.Камала.

3. *Благов Ю., Ключевская Е.* Мир театральной афиши / Ю.Благов, Е.Ключевская // Казань. — 2002. — № 3–4. — С. 89–99.

4. *Гиззат Б.* Первая театральная афиша / Б.Гиззат // Советская

Татария. — 1956. — 30 декабря.

5.*Каримуллин А*. Татарская книга начала XX века. — Казань: Татарское книжное издательство, 1974. — 320 с.

6. *Корнилов П*. Казанский плакат. — Казань, 1929. — 29 с.

7. *Кумысников Х*. Истоки сценического реализма. — Казань: Татарское книжное издательство, 1982. — 136 с.

8. *Лапина К*. Конструктивизм на марше: театральный плакат 1920-х — 1930-х годов / К.Лапина // Сцена. — 2013. — № 5 (85). — С. 57–61.

9. *Султанова Р*. КЭМСТ и татарский театр / Р.Султанова // Искусствознание. — 2010. — № 1–2. — С. 549–560.

10. *Султанова Р*. Современная сценография Татарстана. — Казань, 2003. — 48 с.

11. Татарстан: Иллюстрированная энциклопедия / под общ. ред. А.М.Мазгарова, Г.С.Сабирзянова. — Казань: ГУ «Институт Татарской энциклопедии АН РТ», 2013. — 828 с.

12. *Улемнова О.Л*. Сметая веками насевшую пыль... Графический коллектив «Всадник» (1920–1924). Каталог выставки. — Казань, 2014. — 264 с.

13. *Улемнова О.Л*. Искусство графики Татарстана 1920-х — 30-х годов // Автореферат дис. на соискание ученой степени канд. искусствоведения. — Москва, 2005. — 29 с.

14. *Червонная С.М*. Искусство Советской Татарии. — Москва: Изобразительное искусство, 1978. — 296 с.

15. *Хабутдинов А*. Между модернизмом и атеизмом, от арабского шрифта — к латинице: тюркские народы СССР в 1920-е годы // Плакат Советского Востока. Альбом-каталог. — М.: Издательский дом Марджани, 2013. — С. 1–5.

16. *Султанова Р.Р.* «Банкрот» Галиасгара Камала: комедия-фарс в духе времени // Научно-аналитический журнал «Дом Бурганова. Пространство Культуры». — 2017. — № 1. — С. 183–188.

17. *Yakimovich A.K.* Early Soviet Art in the face of political power // Art and Literature Scientific and Analytical Journal TEXTS. — 2016. — № 4. — P. 6–29.

Саллум Соха

АБСТРАКТНЫЙ СТИЛЬ АРАБСКОЙ КАЛЛИГРАФИИ В ГРАВЮРАХ СИРИЙСКОГО ХУДОЖНИКА НАЗИРА НАСРАЛЛЫ

В работе рассматриваются искусство арабской каллиграфии и современный абстракционизм, а также анализируется формирование абстрактного стиля арабской каллиграфии в гравюрах сирийского художника Назира Насраллы. Данная статья рассматривает стиль художника Назира Насраллы на примерах его картин.

The article gives a brief overview of the Arabic calligraphy and the modern abstractionism. Also, it analyzes the formation of an abstract style of Arabic calligraphy in works of printmaking of the Syrian artist Nazir Nasrallah. This article looks up to the style of Nasrallah by showing examples of his prints.

Ключевые слова: печатная гравюра, литография, шелкография, линогравюра, арабская каллиграфия, лирический абстракционизм, геометрический абстракционизм, абстрактный экспрессионизм, активная живопись.

Keywords: printmaking, lithography, silkscreen printing, linocut, Arabian calligraphy, lyrical abstractionism, geometric abstractionism, abstract expressionism, action painting.

Данный стиль, нашедший свое выражение в работах некоторых сирийских художников, уходит корнями в искусство письма древних цивилизаций. Особенно это касается арабской каллиграфии. Это искусство включало в себя концепции и лексику, которые были источниками форм и идей. Все это смешалось с разнообразием форм современного абстрактного искусства и ясно, четко выявилось в абстрактных картинах художника Назира Насраллы.

Арабская каллиграфия

Эстетические отношения между арабской каллиграфией, искусством миниатюры и классической христианской линией (арамейской) простираются до Аккада и Вавилона, или искусства восточной иконы, то есть до времени первых записей клинописью.

Искусство арабского письма является одним из самых красивых, последовательных и привлекательных искусств, потому что арабский шрифт является гибким и дает художнику полную свободу в формировании и построении образов.

Можно заметить, что большинство арабских букв пишется слитно, и это дает большую вариативность сочетаний, не меняя самой сути буквы, поэтому процесс соединения смежных букв имеет важное значение в придании арабскому письму особой эстетики с точки зрения характеристики, а расстояние между буквами, которое может быть разным, играет определенную роль в обеспечении гармонии и гибкости арабской письменности. Легко заметить, что различные абстрактные сочетания букв занимают свое место в арабских украшениях. а также используются в современном арабском пластическом искусстве, чтобы выразить символическим и абстрактным образом интеллектуальные и эмоциональные состояния.

Основные тенденции современного абстракционизма

Современное абстрактное искусство возникло в начале двадцатого века. Оно развивалось по разным направлениям. Лирический абстракционизм был основан русским художником Василием Кандинским (1866–1944 гг.). Позднее, после Второй мировой войны, в Америке он стал источником возникновения абстрактного экспрессионизма, представителем которого был Джексон Полока (1912–1956 гг.). Одновременно с Василием Кандинским появились голландский художник Пит Мондриан (1872–1944 гг.) и русский художник Казимир Малевич (1878–1935 гг.), которые основали геометрический абстракционизм.

Абстракционизм пытается найти основу всех вещей и выразить их в сокращенных формах, несущих внутри себя опыт всего искусства,

который повлиял на сознание художника. Корни абстрактного искусства XX-го века можно найти в искусстве письма, украшения текстиля и посуды, которые приписываются искусству древних цивилизаций.

Источниками современного абстрактного искусства являются отсылки к философской мысли, которая обходит реальную форму предмета или места, приводя к их осмыслению без внешней физической составляющей. Впервые это полностью оформилось в лирическом абстракционизме Кандинского, появившемся как выражение внутренней потребности художника, его стремления к достижению цвета, который организован как музыкальная мелодия, согласно порядку искусств в их эстетическом смысле (у философа Шопенгауэра). С точки зрения Кандинского, способность цвета не только в «возбуждении человеческих чувств, но также и во влиянии на дух» [1, с. 140], как у музыки.

В своем геометрическом абстракционизме Мондриан отодвигает реалистическое представление. Он дает его, составляя изображение, начиная с горизонтальных и вертикальных линий, используя основные цвета и размещая их на двумерной поверхности. Художник ищет чистую реальность, используя ритм и баланс в отношениях между первичными элементами линий и цветов. Согласно его высказыванию, «чтобы создать чистую реальность пластически, необходимо свести формы природы к постоянным элементам формы, а естественный цвет к первичному цвету» [2, с. 65].

Течение супрематизма, в котором работал Малевич, предполагало устранение различия между субъективным и объективным, согласно представлениям Шопенгауэра. Малевич говорил: «Супрематизм сводит все визуальное искусство в черный квадрат на белом фоне… Я не изобрел чего-то нового, это изображение темной ночи, которую я чувствовал в глубине себя самого» [3, с. 52]. В этом абстрактном геометрическом направлении — супрематизме — Малевич хотел показать современность как форму духовной чистоты и человеческой силы, посвященной созданию новых форм.

В абстрактном экспрессионизме Полока продолжает и развивает абстрактный стиль Кандинского на основе спонтанности





Рисунок 1. Назир Насралла. Сон. 23х34 см. литография. 1978 г.
Рисунок 2. Назир Насралла. Формирование букв 20х20 см. линогравюра, 1982 г.

и автоматического рисования, которое может развиваться в символическое значение. Эта абстрактная тенденция Полока не заинтересована в основных аспектах произведения искусства, но оставляет полную свободу чувств и эмоций, чтобы художник выразил свои чувства, а не нарисовал их. Графический источник этой тенденции — бессознательное. Но у художника есть общие впечатления от того, что он делает, поэтому он может контролировать процесс создания картины. Такой вид Абстрактного сюрреализма привел к новому направлению, которое появилось в Америке после Второй мировой войны. Это была «активная живопись».

Анализ формирования абстрактного стиля арабской каллиграфии в гравюрах сирийского художника Назира Насраллы (1946 г.)

Насралла получил образование скульптора в Дамаске, потом продолжил обучение по своей специальности во Франции и там же практиковал искусство гравюры. Он работал в разных стилях. В стиле символизма, например, — картина «Сон» (рис. 1), исполненная техникой литографии. Справа в картине нанесены различные по толщине линии, в основе которых отдельные буквы арабского алфавита. Они формируют фигуру, намекающую на силуэт человека. Слева на картине изображены линии в виде части скелета рыбы, в
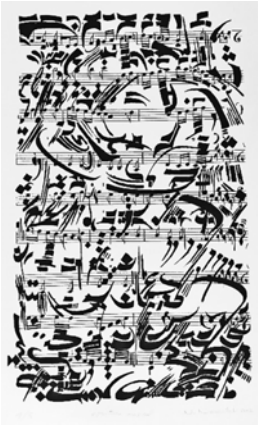




Рисунок 3. Назир Насралла. Конфигурации 10х15 см. линогравюра, 1982 г.
Рисунок 4. Назир Насралла. Музыкальное письмо. 20.5х33.5 см. шелкография, 2002 г.

середине которого помещен квадрат, а внутри него — арабская буква «ض», сверху нее — диск, а под диском — месяц. Снизу картины изображены части геометрических фигур в виде расположенных вместе квадратов, которые похожи на арабские узоры. Фон картины вместе со всеми его составляющими напоминает вымершую пустыню. Художник хотел в своей картине отобразить мир арабского человека, поэтому использовал символы, которые правильно донесут его мысль, от арабских узоров до пустынного пейзажа с его лунными ночами; арабских букв.

Между тем, среди гравюр Назира Насраллы есть и такие, которые относятся к современному геометрическому абстракционизму. В этих работах художник использует финикийские буквы, некоторые древние абстрактные знаки и арабо-мусульманские геометрические орнаменты в качестве восточных декоративных элементов, которые не несут никакой философской нагрузки и представляют собой абстрактную геометрическую композицию. Как и в его картине «Формирование *букв*» (рис. 2), выполненной техникой линогравюры, Насралла применил сочетание букв и геометрических узоров: белый квадрат в черном квадрате. Узоры переплетаются таким образом, что это напоминает геометрические абстракции Малевича и его знаменитый черный квадрат. Следуюшая работа Насраллы

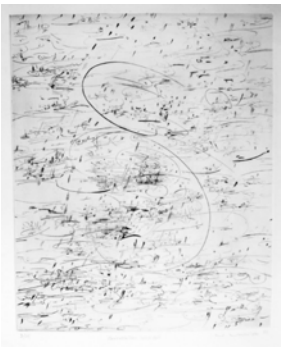




Рисунок 5. Назир Насралла. Музыкальная беседа. 31.5x38.5 см. гравировать долотом на металле. 1982 г.
Рисунок 6. Анри Мишо. без названия. 75x105 см. Чернила на бумаге. 1955 г.

«Конфигурации» выполненна в технике линогравюры (рис. 3). Изображение здесь делится на части перпендикулярными линиями, что напоминает геометрические абстракции П.Мондриана.

В других гравюрных работах Насраллы доминирует абстракционизм. На некоторых картинах мы видим абстрактные фигуры, как, например, в картине «Музыкальное письмо» (рис. 4), выполненной техникой шелкографии. Картина состоит из музыкальных нот, скрипичных ключей и надписей на арабском языке, расположенных в абстрактной экспрессионистской форме в виде гаммы. Этим художник выражал свое внутреннее волнение. Картина похожа на красиво построенные, но несбалансированные музыкальные ноты.

Также, например, и картина «Музыкальная беседа» (рис. 5), выполнена в технике гравирования долотом на металле (1982 г.). Она представляет собой полотно с черными письменами на белом фоне. Неразборчивые арабские надписи выполнены курсивом и отличаются обтекаемостью форм и изяществом. Их случайное расположение в пространстве картины выражает волнение и динамичность, что позволяет считать данную работу выполненной в стиле современного абстрактного экспрессионизма.

Художник не раз прибегал к использованию арабского письма в своих работах, выполненных в различных техниках. В них создается ощущение, что линейный элемент, изображенный в непроизвольной

последовательности, диктует форму следующей линии, «линейная последовательность напоминает логичную последовательность других знаков, которые связаны с первыми на основании формального сходства» [4, с. 209].

Как видно, в данной работе Н.Насралла дает внутренним переживаниям воплотиться на пространстве художественного полотна в виде вязи, которая лишь в небольшой степени контролируется его сознанием, что придает работе в некотором роде объективность, и таким образом его подсознание не полностью подчиняется влиянию внутренних переживаний и их психологическим источникам, что характерно для абстрактного экспрессионизма. В этом Н.Насралла близок бельгийскому художнику Анри Мишо (1899–1948 гг.) (рис. 6), который старался добиться «непроизвольного автоматического выражения. А для фиксации того, что диктует подсознание, было необходимо писать быстро, так что знаки теснят друг друга, пересекаются или объединяются в группы» [5, с. 215].

Как мы видим, художник Н.Насралла в данной работе, а также в других похожих произведениях графического искусства, художественно изображая буквы арабской письменности, хотел подняться до уровня музыкального звучания. Это была попытка из изображаемой формы арабской буквы, лишенной содержания и алфавитных признаков, создать пластическую структуру, производящую музыкальное впечатление. Таким образом он показывает свободу добровольного художественного выражения и в то же время максимально возможную степень объективности и отстранение от субъективного взгляда, то есть пытается изобразить свои внутренние переживания, в то же время контролируя их. Все это вполне соответствует глубине его художественного опыта, так что художественное произведение становится пространством осознанной саморефлексии автора, так как «в эстетическом опыте заключается созерцательное познание, которое делает волю объектом саморефлексии» [6, с. 176]. Это соответствует эстетическим идеям немецкого философа Артура Шопенгауэра и его философским воззрениям относительно воли. А.Шопенгауэр считает музыку вершиной искусства, «так как музыка, в отличие от других видов

искусства, не отображает никакие силы природы, а выражает сам закон бытия и квинтессенцию воли как первоосновы сил природы» [6, с. 179].

Таким образом, Назир Насралла, с точки зрения художественного метода лирического абстракционизма, относится к тем современным художникам, которые пожелали поднять свои произведения до уровня музыки, следуя в этом опыту Василия Кандинского, который хотел возвести цвет в разряд мелодии.

В завершение следует отметить, что сирийский художник Н.Насралла в своих картинах творчески соединил художественные приемы современных абстрактных методов с собственными знаниями и впечатлениями, что придает его работам неповторимую индивидуальность.

Библиография:

1. *Мюллер Джозеф, Эмиль Франк Ильгер.* Сто лет современной живописи. — Багдад: издательство Дара Альмаамуна, 1988.

2. *Мубарак Аднан.* Основные тенденции в области современного искусства в свете теории Герберта Рида. — Багдад: издательство Министерства информации, 1973.

3. *Ньюмар Сара.* История современного искусства. — Каир: издательство Комитета авторинга, перевода и издательского дела

4. *Hofstatter H.* Peinture, gravure et dessin contemporains. — Paris, 1972 (ed. Originale en allemend, 1969).

5. *Амхаз Махмуд.* Современное пластическое искусство — живопись с 1870 до 1970 г. — Бейрут: Дар аль-Муталлат, 1981.

6. *Матар Амира Хильми.* Философия красоты — ее науки и доктрины. — Каир: Дар Кабаа для печати, публикации и распространения, 1998.

А.В. Безин

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В НАУКЕ, ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ИСКУССТВЕ

Рассматриваются особенности и тенденции использования в современном мире цифровых технологий, как изменилось восприятие человеком информации с момента активного внедрения в повседневную жизнь высоких технологий. А также рассматривается влияние постмодернизма на становление цифровых технологий.

Features and tendencies of use the digital technologies in the modern world are considered, how perception of information has changed from the moment of active introduction high technologies in everyday life. And also influence of postmodernism on formation of digital technologies is considered.

Ключевые слова: цифровые и инновационные технологии, технический прогресс, фототехника, наука, компьютерное искусство, постмодернизм.

Keywords: digital and innovative technologies, technical progress, photography equipment, science, computer art, postmodernism.

Прогрессивное развитие аналоговой техники в конце XX века было неразрывно связано с глобальной компьютеризацией, которая собственно и сменила вектор в сторону цифровых технологий, закрыв тем самым эпоху аналоговых систем. Различные формы цифровых коммуникаций окружают нас повсюду, но это не означает, что цифровые данные — лишь искусственные творения человеческих рук.

В клетках нашего тела содержатся молекулы ДНК, хранящие информацию обо всей земной жизни. ДНК состоит из азотистых оснований Адеина, Тинина, Гуанина и Цитазина — эти основания

AA AA AA AA	TA TA TA TA	GA GA GA GA	CA CA CA CA
AT AT AT AT	TT TT TT TT	GT GT GT GT	CT CT CT CT
AG AG AG AG	TG TG TG TG	GG GG GG GG	CG CG CG CG
AC AC AC AC	TC TC TC TC	GC GC GC GC	CC CC CC CC

Рисунок 1.
Таблица азотистых оснований

объединены в триклеты и составляют генетический код ДНК. 4 x 4 x 4 = 64 (ATGC). В теории ДНК может содержать до 64 аминокислот, иными словами ДНК хранит информацию в цифровом виде. Единственная разница в том, что вместо двоичного кода используется 64 числа, представленные в четверичной системе.

Между нулем и единицей находится бесконечное множество чисел, однако в цифровом кодировании они полностью игнорируются. Считывается либо значение «Единица», либо его отсутствие «Ноль». Можно подумать, что из-за неспособности распознавать средние показатели цифровые медиа не могут передать все детали, однако эта особенность — и главное достоинство, и уникальная отличительная черта. Промежуточные значения всегда противоречивы, их игнорирование при цифровом методе позволяет не опасаться сжатий или расширения кода. Цифровое кодирование позволяет переводить информацию в различные сигналы. Даже если при передаче перейдет ошибка, данные легко будет восстановить.

В аналоговом сигнале каждый параметр описывается бесконечным множеством значений. Слово аналоговый происходит от греч. «аналогия», означающее «сходство». При цифровом методе напротив, подается дискретно, с ограниченным числом значений. Данный метод так же называют дигитальным «digit» от лат. «digitus», то есть «палец». В цифровом методе используются только те числа, которые можно

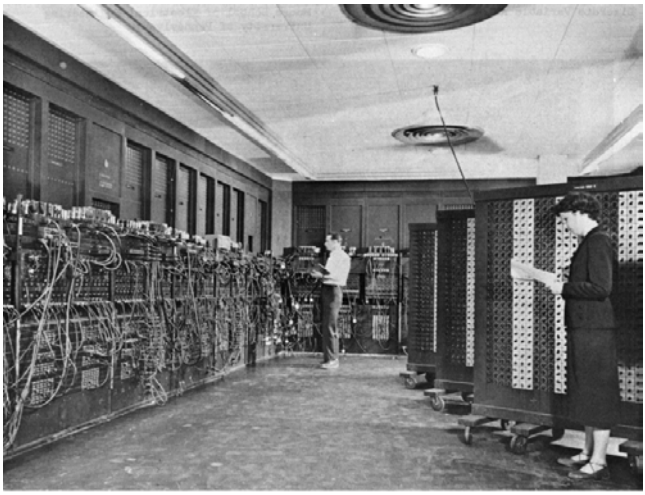


Рисунок 2.
Вычислительная
машина «Эниак»

показать только на пальцах. Цифровой сигнал разрывает аналоговую информацию на мелкие биты, не воспринимаемые органами чувств. Оба метода во многом различаются, но нельзя сказать, что один из них превосходит другой. Тем не менее, основным способом хранения и передачи информации постепенно становится цифровой, благодаря удобству обращения с цифровыми данными [1].

Цифровая революция полностью перевернула нашу жизнь. Даже искусство мы начали воспринимать иначе. В аналоговую эру просмотр фотографий в семейном кругу был сокровенным действом. С распространением цифровых технологий мы утратили некую сакральность личного пространства. Практически все фотографии, размещенные в сети интернет, общедоступны. Повлияли цифровые технологии и на способы общения. Необходимость в общении на расстоянии при помощи писем в старом понимании совершенно утратила свое назначение с появлением сотовой связи и интернета. Жизнь в цифровую эпоху не ограничена пространством и временем. Многое из повседневной жизни существует не в реальности, а в виртуальном мире.

Вторая мировая война спровоцировала развитие цифровых технологий. В 1946 году в США в университете Пенсильвании была

построена вычислительная машина «Эниак» весом в 27 тонн (рис. 2). Он стал первым электронным цифровым компьютером в мире. В секунду он мог совершать до пяти тысяч операций сложения и до 357 операций умножения. Скорость быстродействия обеспечивали 18.000 электронных ламп. Подобно вентилю, электронные лампы могут перекрывать поток электронов, иначе говоря, они представляют собой коммутаторы, управляющие интенсивностью электронного потока.

Главным минусом «Эниака» являлось большое потребление энергии и часто перегоравшие лампы. Данное неудобство привело к созданию полупроводника. И в 1947 году трое американских исследователей из компании «BELL» создали на основе полупроводников устройство, получившее название транзистор. Полупроводниковый транзистор мог усиливать ток и управлять им, подобно электронным лампам. А уже в 1971 году появился первый настольный компьютер на транзисторах с теми же возможностями, что и ламповые машины двадцатилетней давности.

Цифровые технологии нашли самое широкое распространение в искусстве. Как пишет Е.В.Жердев в статье «Аксиология цифрового искусства», «в контексте аксиологии цифровое искусство включает в себя и как произведения цифрового искусства, перенесенные в новую среду, на цифровую основу, имитирующую первоначальный материальный носитель, так и принципиально новые виды художественных произведений, основой существования которых является виртуальная среда. Между тем цифровое искусство как новая художественная деятельность, основанная на использовании компьютерных технологий, вызывает у реципиентов противоречивое аксиологическое отношение. Это связано с отсутствием единой научной гипотезы, позволяющей непротиворечиво трактовать как сам феномен цифрового компьютерного искусства, его отдельные формы и направления, так и включение его в современную культурную парадигму» [2, с. 88].

Цифровое искусство является неотъемлемой частью современного искусства, уверенно занимая свою жанровую нишу. В нарастающем темпе технических достижений произошли существенные изменения во всех областях деятельности человека, а также и в искусстве. Наиболее

важной составляющей структурой всего цифрового организма является интерактивность, что дает зрителю возможность взаимодействия и управления в рамках предустановленного сценария инсталляции.

В том числе возможен вариант коллективного взаимодействия посетителей, находящихся на разных площадках выставки, при помощи выхода в сеть интернет. В условиях массовой «оцифрации» нашей реальности сфера информационной коммуникации неизбежно выходит на совершенно иной уровень экспонирования, а именно — практически полный отказ от аналогового «кнопочного» управления в угоду сенсорного, с достаточно активно развивающимся управлением жестами. Переосмысление искусства в эпоху активного постмодернизма можно считать семиотикой современного мира, именно тем знаком, который стал языком искусства [3].

В данный момент художественная сфера и современные технологии являют собой единое целое новообразование в искусстве. Само выражение цифрового искусства формируется на основе смыслового и производственного базиса, « цифрового субстрата». Формирующийся феномен динамично рассматривается (исследуется) экспертами, имеющими отношение не только к искусству, но и к науке и технике. Формирование дигитального искусства обусловило рождение ранее не существующих форм проектирования и гештальтов. Например, виртуальная реальность, диалоговые концепции, цифровое 3D сканирование и 3D печать, виртуальные посещения выставочных площадок при помощи робота удаленного телеприсутствия.

Противоположение цифровых технологий в искусстве традиционным произошло чрезвычайно быстро и агрессивно, с одной стороны, с другой — эта интеграция решает задачи художника на совершенно другом инновационном уровне. Таким образом, интерференция цифрового искусства прежде всего затронула академические области искусства. Современное искусство дает возможность полного взаимодействия зрителя как с произведением, так и с самим художником, где стирается граница недоступности «творца».

Цифровые технологии абсолютно прочно утвердились в нашем мире и тесно связаны с нашей повседневностью. Мы ежедневно



Рисунок 3. Экран компании «ABC»

сталкиваемся с рекламой на улице, в метро, в торговых центрах. Подача рекламного или оповещающего материала, в глобальном смысле, становится цифровой. Основная масса информации, воспринимаемая нами, становится мультимедийной, транслируемой на рекламных LED или светодиодных экранах, где главной задачей становится привлечение внимания потенциального потребителя. Любая яркая картинка даже без звукового сопровождения легко привлечет внимание человека.

Рекламные экраны, как правило, имеют модульный характер, что дает возможность быстрой сборки панелей любого размера, а сам размер экрана определяется подготовленной площадью фасада здания, габаритами автономной рекламной конструкции, либо специально спроектированными зонами для их размещения в выставочных павильонах [4].

Одним из наиболее крупных и нестандартных в мире стал реконструированный в 2014 году экран компании «ABC» в Нью-Йорке на площади Таймс-сквер (рис. 3). Его длина приблизилась к ста метрам, а высота составила уровень восьмиэтажного здания.

Данный экран имеет разрешение 24 млн. пикселей, что делает его одним из лидеров воспроизведения качественной картинки



Рисунок 4. «Первый в мире» напечатанный на 3D-принтере автомобиль

подобного масштаба. Его технические новации впечатляют: специальное программное обеспечение, корректирующее качество изображения, сложная изогнутая поверхность экрана и изменяемая многосегментность изображения.

Цифровые технологические процессы послужили не только источником прогресса в 3D визуализации объектов в компьютерных программах, но и реализации их в материальный объем с точной детализацией элементов. Создание 3D принтеров уже сегодня позволяет нам репродуцировать цифровой проект в готовый продукт. В ближайшем будущем с поддержкой многомерных принтеров можно будет конструировать технически сложные объекты и детали к ним. В скором времени прогнозируется активное формирование трехмерных принтеров, что должно послужить новым прорывом и основанием для нового этапа индустриальной революции. Так, в 2014 году уже был полностью напечатан на 3D принтере первый в мире автомобиль (рис. 4).

Формирование 3D печати неизбежно затронет многие сферы и направления промышленности, это касается и самих продуктов, и их отдельных элементов. В ходе модернизации трехмерная печать аннулирует многочисленные производственные процессы, требующие дополнительных расходных материалов и тщательного контроля сборки. Это позволит минимизировать затраты на используемые материалы и значительно снизит объем оборудования.

3D принтерам отводится значительная роль по части внесения изменений при проектировании товара, таким образом можно будет исключить необходимость торможения или приостанавливания

процесса производства, необходимо будет только внести коррективы в существующую программу. Наиболее важным аспектом такого производства стоит отметить экологически чистое и безотходное производство.

Цифровые технологии предоставили возможность воспринимать искусство не как материальную квинтэссенцию образного осмысления действительности, а как метафизического погружения в другую реальность. Захватив общекультурную парадигму современного искусства, они стоят на одной ступени в роли рекуператора перекрестно с постмодернизмом и вместе с тем дают возможность художнику не потерять профессиональную значимость и индивидуальность. Цифровые технологии в сфере искусства значительно расширили возможность становления постмодернистской культуры.

Библиография:

1. *Жердев Е.В., Безин А.В*. Дизайн фототехники: от механических до цифровых систем // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА им. С.Г.Строганова. — 2016. — № 1. — С. 207–223.

2. *Жердев Е.В.* Аксиология цифрового искусства / Цифровая революция 2017. Всероссийская научно-практическая конференция 17 марта 2017. — М., 2017. — С. 8797.

3. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/postmodernizm-v-sovremennom-izobrazitelnom-iskusstve (дата обращения: 26.09.2017).

4. *Брызгов Н.В., Жердев Е.В*. Промышленный дизайн: история, современность, футурология / Н.В.Брызгов, Е.В.Жердев. — М.: МГХПА им. С.Г.Строганова, 2015. — 543 с.

5. *Казакова Н.Ю.* Принципы визуальной экспрессии в гейм-дизайне как виде проектной деятельности. // Научно-аналитический журнал «Дом Бурганова. Пространство Культуры», №1/2016. С 254-277

А.В. Щербакова, Е.В. Морозова

ЭВОЛЮЦИЯ РАСТИТЕЛЬНЫХ МОТИВОВ В СОВЕТСКОМ ПЕЧАТНОМ ТЕКСТИЛЕ 1945–70-х ГОДОВ XX ВЕКА

В статье рассматривается эволюция растительного орнамента в советском печатном текстильном рисунке в период 1945–70-х годов XX века. Выявляются основные направления изменений флорального рисунка, такие как композиционное построение, художественное приемы, цветовые сочетания, а также причины, вызывающие изменения в трактовке этих мотивов.

The article examines the evolution of plant ornament in the Soviet printed textile drawing in the period from 1945 to the first half of the 70s of the 20th century. The main directions of changes in the floral pattern are revealed, such as compositional construction, artistic techniques, color combinations, as well as the causes that cause changes in the interpretation of these motifs.

Ключевые слова: растительный орнамент, печатный текстильный рисунок, художественные приемы, средства художественной выразительности, композиционное построение.

Keywords: floral ornament, printed textile pattern, artistic techniques, means of artistic expressiveness, compositional construction.

Изображения цветов и растений — наиболее распространенный вид рисунков в печатном текстиле. С течением времени цветочные мотивы претерпевали значительные изменения, подвергаясь влиянию, стилистических направлений и моды. На их трактовку оказывали влияние особенности создания и воспроизведения рисунка на производстве и также социальные явления и важные исторические события.

В годы Великой Отечественной войны текстильные фабрики работали для нужд фронта и выпускали ткани для обмундирования и технического оснащения Советской Армии.

Восстановление текстильной промышленности началось еще до окончания войны. С 1944 года не пострадавшие предприятия снова приступают к выпуску печатного текстиля для населения.

Народ, уставший от лишений и однообразной военизированной одежды, остро нуждался в легких гражданских платьях и костюмах. Понадобились нарядные и повседневные ткани. Оформление текстиля определялось, прежде всего, материалом. Хлопчатобумажные ткани, массовые и дешевые, оформлялись скромнее. Шелк относился к уникальному ассортименту. Однако натуральных тканей не хватало, и появившееся хорошо драпирующееся шелкоподобное, но более дешевое штапельное полотно — открытие послевоенного времени — стало одним из самых модных и распространенных.

В 1944 году в Москве создается и Центральный ассортиментный кабинет с отделом художественного оформления, который организует проведение лекций по искусству для художников и регулярно проводит выставки-просмотры с участием торгующих организаций, что способствовало подъему творческой работы в области оформления тканей [1, с. 45].

Что касается художественного оформления тканей в первые послевоенные годы, то его развитие, как и в станковом искусстве, было связано с продолжением предвоенной практики. Развивалась тенденция рисунков с характерным реалистичным (правдивым) изображением. Цветочно-растительный орнамент в печатном текстиле становится ведущей орнаментальной группой.

«Господствующей стала подчеркнуто реалистическая, очень близкая к натуре трактовка растительных мотивов» [2, с. 24]. «Скромные женские платья с простым реалистичным узором явились одной из характеристик образа советского человека довоенной и послевоенной поры» [3, с. 195] (рис. 1).

В изображении растительного орнамента художники ориентировались на «условно-натуралистическую» трактовку. Основными мотивами были изображения садовых цветов: роз,






Рисунок 1. Женские платья. Журнал «Модели Сезона», 1953-1954 года
Рисунок 2. Образцы хлопчатобумажных тканей 1945-1950-х годов. Первая Московская ситценабивная фабрика

гвоздик, пионов, маков, тюльпанов и т.д. Изображались также луговые и полевые цветы: васильки, ромашки, колокольчики, клевер (рис. 2). Причем трактовка мотивов отличалась в зависимости от ассортимента и особенностей производства. Рисунки хлопчатобумажных тканей, воспроизводимые на машинах с цилиндрическими печатными валами, имели мелкий раппорт и нечеткую проработку мотивов, штапельные ткани отличались пестротой, а шелковые имели больший размер и тщательную проработку цветочных элементов, так как воспроизводились сетчатыми шаблонами на плоскопечатных машинах.

Композиционное построение отличалось плотным расположением мотивов на плоскости ткани. Цветочные формы часто «собирались» в букеты и располагались на гладкоокрашенном фоне в разных поворотах по ромбическим, квадратным, параллелограммным решеточным структурам. Распределение цвета от полутонов до бликов в рисунке было направлено на создание объема: «… изображения представляли собой живописные этюды и композиции из пышных соцветий сирени, мимозы, черемухи со светотеневой проработкой. …они стилистически соединялись с изображениями бесчисленных букетов станковой живописи 1930–1950-х годов и выражали неуклонное движение к помпезности декора во всем советском искусстве. “Букетность” с особой силой проявлялась в декоре интерьерных и “выставочных” штучных изделий» [3, с. 199]. В послевоенное время, в связи с необходимостью выпуска большого объема тканей «для удовлетворения спроса растущего населения» [4, с. 47], в производстве хлопчатобумажного текстиля можно видеть отход



Рисунок 3. Шелковые ткани с растительным орнаментом. ШК «Красная Роза», ШК им. Я. М. Свердлова. Начало 1950-х годов.

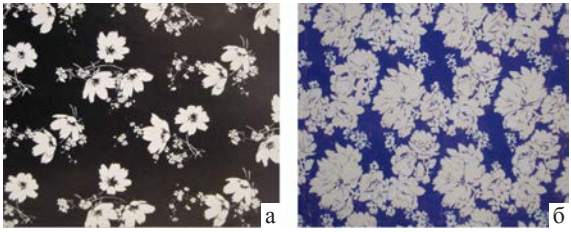


Рисунок 4. Силуэтно-пятновое решение растительного орнамента. (а) - Н.В. Кирсанова. Рисунок для шелковой ткани. ШК «Красная роза», начало 1950-х годов. (б) - В.К Склярова. Рисунки для шелковой ткани. ШК «Красная роза», начало 1950-х годов.

от дореволюционных традиций гравирования рисунков. Орнаменты теряют тщательную проработку, изящество контура. Близкое расположение мотивов в сочетании с мелким и средним масштабом элементов исключало разработку фона. Рисунки представляли собой соединение множества мелких плоскостей фона, фрагментов мотивов и белых участков ткани, что создавало впечатление пестроты. Иногда фон играл роль контура или использовался для создания бликов при моделировании объема. Колористическая гамма рисунков для хлопчатобумажных тканей часто повторяла цветовые сочетания, заимствованные из народного искусства.

В шелковых тканях трактовка цветочных мотивов была более изящ-ной, при моделировании форм использовались оттенки цвета (рис. 3).

Отсутствие фрагментов белого фона делало орнаменты более цельными. На рисунке 4 можно видеть силуэтно-пятновое решение цветочных мотивов.

Таким образом, в период 1945–50-х гг. при общем характере стилизации цветочно-растительные мотивы в хлопчатобумажных и шелковых тканях изображались неодинаково, что объясняется различными возможностями оборудования для печати.



Рисунок 5. (а) - Н.Щеглова. Комбинат им. Свердлова. Репс «Розы», 1961 год.
(б) - Прялка. Фрагмент. Вологодская область. Конец XIX века
Рисунок 6. Растительный орнамент первой половины 1960-х годов

Конец 50-х — начало 60-х годов XX века в СССР — время радикальных перемен в общественной и политической жизни страны, оказывающих непосредственное влияние на искусство. Многие художники-текстильщики были вовлечены в этот процесс. «Ценились искренние чувства, личностные переживания, все сделанное по правилам обесценивалось…» [5]. Реалистическая трактовка растительных мотивов начала 1950х годов уступила место условным изображениям. В статье «Палитра текстильщика» (журнал «Декоративное искусство» № 2 за 1960 г.) Б.Державин отмечает изменения общего характера изображения природных мотивов в текстиле: «Если раньше художник рассматривал растение в непосредственной близости, внимательно изображал во всех деталях отдельные формы цветов и листьев, то теперь он смотрит на них как бы издали, не выделяя в своем поле зрения какой-нибудь отдельный цветок, а словно делая быстрые острые зарисовки уголков природы» [6, с. 24]. Для таких орнаментов характерно отсутствие детализации, использование живого сочного мазка, дополненного линеарной графикой. Классический пример этого направления — рисунок Н.Щегловой «Букет роз» (рис. 5.). «Здесь преодолена аппликативная, натуралистичная передача цветочных форм, которая преобладала в наших тканях в 40–50-х. годах» [7, с. 9]. Условная трактовка букета в рисунке напоминает мягкие формы цветов народной росписи по дереву (рис. 5 б). В печатных текстильных рисунках стали преобладать изображения с условной трактовкой цветочно-растительных форм, в которых главным являлся образ цветка (рис. 6).

Важным фактором изменения растительного орнамента являлось ускоренное развитие химической промышленности, которое преобразило текстиль. Благодаря внедрению в производство активных и пигментных красителей, появлению новых способов и техник печати (трехцветная, растровая, комбинированная, «акварельная», и др.), значительно расширились возможности художественно-колористического оформления текстильных материалов. Художникам стали доступны новые графические приемы («сухая кисть», акварельная передача изображения, имитация техники энкаустика, воспроизведение при печати различных поверхностей и фактур), а также широкая гамма насыщенных цветов.

В проектировании шелковых тканей широко использовалась плоскостная трактовка растительных форм. Она включала фактуры, приемы и техники, заимствованные из живописи и графики. Фон также часто заполнялся фактурами, росчерками, штрихами, мазками. Такое решение по своему характеру очень близко к трактовке цветочного орнамента западных шелковых плательных тканей середины 1950-х годов. Кроме того, мотивы растительного орнамента стали появляться в новой группе комбинированного (смешанного) орнамента. Эта группа включает различные по характеру формы. Наиболее часто встречаются вариации сочетаний растительного и геометрического орнамента.

Особенностью композиционного построения печатных рисунков 1960-х годов является использование модульного принципа проектирования орнамента и расположение модулей по решеточным структурам, заполняющим фон без промежутков. В плательной группе растительные мотивы имеют разные направления и повороты. В декоративных тканях при такой схеме мотивы располагаются без поворотов.

Последнее четырехлетие 1960-х годов знаменуется изменениями в печатном рисунке. С 1966–1967 гг. текстильный орнамент начинает изменяться. Эти изменения можно видеть в нескольких направлениях.

На смену огрубленным формам приходят тесно сплетенные, без протоков фона и контуров, тягучие линии и цветные заливки неправильных по форме плоскостей. Рисунки теряют

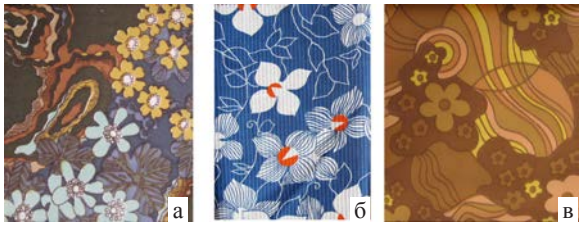


Рисунок 7. (а, в) – Образцы рисунков шелковых тканей, включающие флоральные и геометрические мотивы. Крепдешин, ШК «Красная Роза», 1984 год. (б) - рисунок с флоральными мотивами. Щелковский ХБК. Начало 1980-х годов.

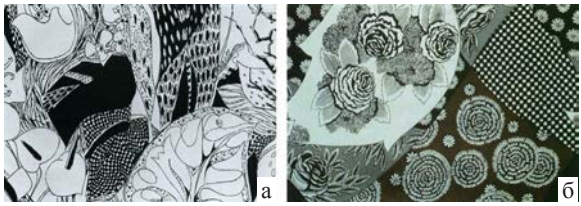


Рисунок 8. (а) - С.А. Заславская. ШК «Красная роза». Крепдешин, 1972 год. (б) - Н.М. Жовтис. «Розы и клетка» ШК «Красная роза. Крепдешин, 1972 год.

изобразительность под влиянием международной моды на психоделичесие рисунки, в частности, эскизы, берущие начало в творчестве Эмилио Пучи. В рисунках с растительным орнаментом появляются композиции, в которых плоские орнаментальные мотивы, слабо варьируемые по размеру, равномерно заполняют фон. В этих орнаментах исчезает напряженность, эскизность, экспрессия, яркая декоративность рисунков середины десятилетия. Использование графических приемов сводится здесь к минимуму.

В 1970-х годах тенденция проникновения мотивов западноевропейского и американского искусства и печатного текстиля продолжается. Советский печатный рисунок находится под влиянием международной моды. «Разработкой перспективных направлений в моделировании костюма и в художественном оформлении текстильных полотен занималась эстетическая комиссия по вопросам моды и культуры одежды… эта комиссия работала в одном русле со странами, входящими в СЭВ, и таким образом испытывала непосредственное влияние международной моды…» [3, с. 257]. Помимо решений эстетической комиссии, включающих направление в оформлении текстиля и распространяемых в формате брошюр и альбомов с колористической гаммой цветов, для создания эскизов часто использовались образцы зарубежных тканей с печатными рисунками, поступающие в тканетеки ВИАЛЕГПРОМа



Таблица 1. Эволюция растительного орнамента, в период с послевоенного времени до 80-х годов XX века

и Торгово-промышленной палаты СССР, а также иллюстрации из международных журналов и каталогов (Textil-Wirtschaft, International Textiles, Harper's BAZAAR и др.).

Основными орнаментальными темами, широко использующимися в отечественном текстиле последней трети XX века, были мотивы и построения, заимствованные из субкультуры хиппи (пацифистские и психоделические образы, плоские стилизованные флоральные мотивы, имитации рукотворных техник крашения, лоскутные построения орнамента); геометрические рисунки с оптическими иллюзиями; мотивы, заимствованные из искусства поп-арта; абстрактные мотивы. Эти виды рисунков, появившиеся на отечественных тканях в начале 1970х годов, оставались в ассортименте многих фабрик долгие годы. Изменения касались, главным образом, цвета и масштаба мотивов. В 1980-е годы растительные мотивы в подобной трактовке встречались в коллекциях практически всех текстильных предприятий. Примерами могут служить рисунки ХБК «Трехгорная мануфактура», Щелковского и Глуховского хлопчатобумажных комбинатов, шелкоткацкого комбината «Красная роза» (рис. 7). В этот период растительные мотивы трактуются декоративно и плоскостно.

Большое внимание в них уделено силуэту. Часто используется тонкий равномерный контур. Среди наиболее ярких — работы Н.М.Жовтис и С.А.Заславской (рис. 8).

Психоделические образы, выражались, главным образом, в воспроизведении органической пластики модерна. Подобные рисунки характеризуются однородным заполнением всей поверхности ткани вытянутыми криволинейными полосами. Часто встречались орнаменты, в которых соединялись фрагменты психоделической абстракции с плоскими изображениями флоральных мотивов. Пластика модерна проникала во все ассортиментные группы и встречалась на фабриках повсеместно.

Таким образом, эволюцию растительного орнамента в период с послевоенного времени до конца 70-х годов XX века условно можно разделить на три периода (табл. 1), характеризующихся различиями в изображении мотивов и их колористическом решении. Рисунки послевоенного времени и начала 1950-х годов (1945–1955 гг.) имеют стилистическое единство с довоенным периодом. Большинство печатных текстильных рисунков, связанных в нашем представлении с образом 1960-х годов, были созданы в короткий период (1955–1965 гг.) и выразились в экспрессивных неординарных орнаментах. Последнее четырехлетие 1960-х (1966–1970 гг.) ознаменовалось эволюцией текстильной орнаментации в сторону органической пластики модерна и «умельчения» форм, создающих равномерное заполнение орнаментом плоскости ткани, которое продолжалось и в 1980-е годы. В конце XX столетия печатный рисунок у нас в стране находился под активным влиянием международной моды. В растительный орнамент проникают техники, образы и мотивы западноевропейского и американского искусства.

Библиография:

1. *Рудин Н.Г.* Художественное оформление тканей. — М.: Экономика,1964. — 172 с.

2. *Стриженова Т.К.* Наталья Васильевна Кирсанова. — Л.: Художник РСФСР, 1976. — 188 с.: ил.

3. *Бесчастнов Н.П., Журавлева Т.А.* Художественное проектирование текстильного печатного рисунка. Учебное пособие. — М.: МГТУ им. А.Н.Косыгина, 2003. — 294 с.

4. *Стриженова Т.К.* Текстиль // Советское декоративное искусство, 1945–1975: Очерки истории. — М.: Искусство, 1989. — С. 45–54.

5. Запись беседы с художницей Первой Московской ситценабивной фабрики С.А.Малаховой. Архив А.В.Щербаковой.

6. *Романова Н.* Заботы художников текстиля // Декоративное искусство СССР. — 1972. — № 2.

7. *Алпатова И.А.* Новое в тканях // Декоративное Искусство СССР. — 1961. — № 5. — С. 9.

8. *Щербакова А.В., Морозова Е.В.* Советский текстиль 60-х годов XX века // Вестник молодых ученых Санкт-Петербургского государственного университета технологии и дизайна: сб. науч. тр.: в 4 ч. Ч. 3: Искусствоведение и дизайн / С.-Петербургск. гос. ун-т технологии и дизайна. — СПб.: СПГУТД, 2011. — С. 165–168.

Т.В. Белько, А.В. Агафонова

ОСОБЕННОСТИ ФОРМООБРАЗОВАНИЯ ОТКРЫТОК НАЧАЛА XXI В. С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ТЕХНИКИ POP-UP

Pop-up — техника художественного конструирования объемных изображений из бумаги. В статье проводится анализ различных направлений pop-up, выявляются их технологические особенности, а также определяются возможности и специфика использования данной техники в дизайне открыток начала XXI в.

Pop-up is a technique of artistic design of 3-D paper images. This article is devoted to an analysis of different pop-up modes and detection of it's technological characteristics. It is spoken about the possibilities and particularity of using this technique in card design in the beginning of the XXI century.

Ключевые слова: pop-up, архитектурное оригами, слайс-формы, книжные конструкции.

Keywords: pop-up, origamic architecture, movable books, slice-forms.

Стремительное развитие цифровых технологий в начале XXI в. повлекло за собой трансформацию визуальной среды; интерактивные возможности мультимедийных устройств позволяют вовлекать человека в активный диалог. Это оказало большое влияние на восприятие печатной продукции в целом, вследствие чего особое внимание стало уделяться художественному формообразованию полиграфических изданий. К одной из тенденций современности следует отнести динамический аспект, который широко используется в производстве книг, журналов, открыток и т.д. Для реализации этого направления используются различные техники, наиболее интересной из которых является pop-up.

Данная статья посвящена анализу конструктивных особенностей

техники pop-up, сформировавшихся в процессе исторического развития, классификации основных технологических приемов данного направления, и выявлению специфики их использования в дизайне открыток.

Слово «pop-up» в переводе с английского означает «всплывающий», «выскакивающий». Изображение pop-up — это конструкция, созданная таким образом, «что при раскрытии какой-то графический элемент поднимается со страницы, становясь объемным» [5, с. 4]. Использование подобных объемных изображений в сфере производстве открыток в наши дни становится все более актуальным: трехмерные объекты увеличивают аттрактивность изделия, а их размещение внутри открытки создает эффект неожиданности. К тому же малоформатные издания являются более доступными по цене и более простыми в изготовлении, что, несомненно, увеличивает их спрос на рынке полиграфической продукции.

Сначала техника pop-up применялась только в книжной графике. Первые механические элементы появились в XIII в. Их автором был философ и поэт Раймонд Луллия, который использовал подвижные части для иллюстрации своих мировоззренческих идей [3, с. 148]. С XVIII в. начали издаваться «движущиеся» книги для развлечений. Особую популярность приобрели издания с картинками в стиле lift-the-flap, который был изобретен английским книгоиздателем Робертом Сойером в 1765 г. [2]. Их суть сводилась к получению различных вариантов изображения путем открывания и закрывания клапанов. В XIX и XX вв. развитие объемной иллюстрации продолжилось благодаря работам немецкого издателя Эрнста Нистера и английского редактора детских книг С. Луи Жиро. Стиль оформления книг последнего больше всего напоминал современную технику pop-up. В середине XX в. чешский иллюстратор В.Кубашта считался признанным мастером детских pop-up книг. Его работы отличались яркостью цвета и сложностью конструкций. Современным известным представителем направления объемных иллюстраций является американский художник Р.Сабуда, которого чаще всего называют инженером-дизайнером объемных книжных изображений.

Техника pop-up, кроме книжного производства, активно развивается

и в других творческих сферах. Так, модельный дом «Dolce&Gabbana» использует объемные изображения в своих каталогах, а шотландский музыкальный коллектив «Shitdisco» применил движущиеся книжные иллюстрации и pop-up элементы в съемках клипа.

Современная техника pop-up активно развивается и на данный момент представлена широким спектром моделей. Они могут состоять из одного листа бумаги либо из нескольких отдельных деталей, могут раскрываться на 90°, 180° или 360°, однако все они обладают одним основным признаком — способностью складываться.

По мнению Т.М.Столяровой, существующие pop-up объекты можно объединить в следующие направления:

— архитектурное оригами (origamic architecture), при котором основа раскрывается на 90°;

— книжки-раскладушки (movable books), где для получения объемного изображения раскрытие должно произвестись на 180°;

— слайс-формы (slice-forms), которые создаются путем собирания плоских деталей в объемные объекты [5, с. 4].

Все перечисленные направления pop-up с успехом используются в дизайне открыток, поскольку конструкция открыток отвечает всем требованиям, необходимым для создания и демонстрации подобных объемных изображений.

Последовательно рассмотрим технологии изготовления открыток с использованием pop-up объектов по предложенной классификации.

Архитектурное оригами совмещает в себе приемы традиционных техник оригами и киригами, выполняется из одного листа бумаги, изображение получается при развороте плоскости на 90°. Для этой техники характерен набор простейших операций, которые в различных комбинациях создают необходимые объемные фигуры. Основными операциями являются разрез и складка (сгиб). Единичный разрез в комбинации со сгибом позволяет создавать большое количество различных форм, причем немаловажное значение играет угол произведенного надреза. При единичном разрезе различных эффектов можно добиться, используя угловые и асимметричные складки. Угловая складка формирует объем, симметричный относительно линии сгиба листа основы (рис. 1а). Асимметричные

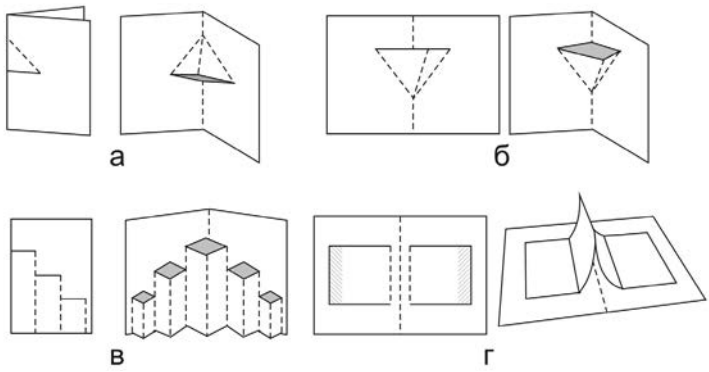
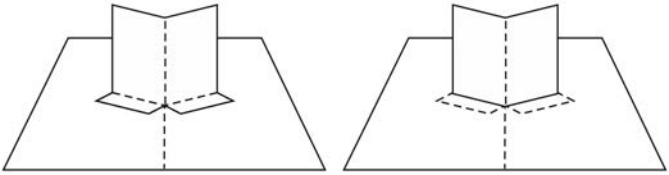


Рисунок 1. Схема изготовления открытки с использованием направления «Архитектурное оригами»:
а) единичный разрез, симметричная складка;
б) единичный разрез, асимметричная складка;
в) многоуровневая форма с использованием нескольких разрезов и складок;
г) элемент «крыло»

складки, не совпадающие с линией сгиба основы, создают интересный эффект перспективы, однако требуют тщательной предварительной проработки конструкции (рис. 1б). Использование нескольких разрезов и сгибов усложняет конструкцию, дает возможность образовывать многоуровневые каскадные и ступенчатые формы (рис. 1в). Большое разнообразие вносит использование не только прямолинейных, но и фигурных разрезов. Особым художественным приемом является частичное вырезание детали, при котором у элемента создается открытый край. Иногда при изготовлении pop-up конструкции применяется склеивание деталей для достижения дополнительной декоративности формы. Подобным примером служит открытка с элементом «крыло» (рис. 1г).

Таким образом, при изготовлении открытки по технологии архитектурного оригами pop-up элементы выполняются непосредственно из самой основы открытки с использованием преимущественно складок и разрезов. С применением данного вида объемных изображений создаются различные фигуры, панорамные и сюжетные композиции (интерьеры, пейзажи, архитектурные сооружения).

Рисунок 2. Угловой элемент с креплением к лицевой (слева) и внутренней (справа) сторонам основы



Pop-up конструкции по технологии книжка-раскладушка создаются, как правило, из отдельных элементов, объемное изображение получается в результате разворота основы на 180°. Книжную технологию часто считают более простой по сравнению с архитектурным оригами: гораздо легче усложнять форму путем добавления новых отдельных элементов, чем проектировать конструкцию из одного листа бумаги.

Для изготовления изображения методом книжного pop-up используются различные объемные элементы. Т.М.Столярова выделяет четыре основных типа:

— угловой;

— крестовой;

— на основе прямоугольника;

— на основе шестиугольника [5, с. 58].

К данному списку следует добавить еще несколько часто используемых элементов, таких как дистанционные держатели и цилиндрические детали.

Угловой элемент — самый простой в изготовлении и популярный в применении. Он незаменим при создании многоплановых сцен. Особенность его крепления состоит в том, что нижняя точка его сгиба должна совпадать с линией сгиба основы. Существуют два основных способа крепления углового элемента: в первом случае нижние детали элемента приклеиваются к лицевой стороне основы, во втором — к внутренней стороне через прорези. Последний способ, хоть и сложнее, создает более эстетичные изображения. Степень раскрытия углового элемента зависит от угла крепления детали к основе (рис. 2).

Дистанционные держатели предназначены для поддержки отдельных частей композиции на расстоянии от основы, для создания

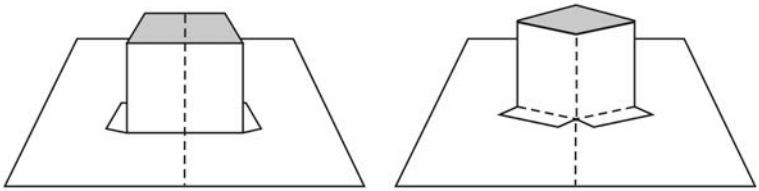


Рисунок 3. Объемный элемент на основе прямоугольника с перпендикулярным (слева) и диагональным (справа) креплениями

дополнительного уровня в воздушном пространстве открытки. Данный элемент состоит из двух деталей: из самого дополнительного слоя и держателей, количество которых зависит от размера дополнительной плоскости. Иногда держатели располагаются горизонтально, в этом случае их функция заключается в подъеме плоской фигуры при раскрытии основы.

Преимущество pop-up изображения, выполненного на основе прямоугольного объемного элемента «коробки», заключается в создании иллюзии объема. С его помощью можно создавать довольно сложные объекты. Данный элемент прост в изготовлении, как правило, крепится на противоположные стороны от сгиба основы, причем его расположение может быть как перпендикулярным (сгиб проходит по грани элемента), так и диагональным (сгиб совмещается с ребрами) (рис. 3). Усложнение формы и расширение возможностей применения данного элемента в композиционном построении открытки происходит за счет добавления граней, а также сочетания нескольких разноуровневых элементов с разным количеством ребер. При увеличении количества граней форма элемента будет стремиться к округлой.

Цилиндрическая деталь — одна из немногих, создающая изогнутые формы. Эта конструкция довольно сложна и требует внимательного построения. Элемент поднимается во время открытия основы, образуя цилиндрическую поверхность за счет прикрепления язычка механизма на противоположную сторону открытки (рис. 4). Подобные изображения смотрятся очень эффектно, особенно в окружении жестких угловатых геометрических форм.

Крестовой элемент создается на основе перекрещивания плоских

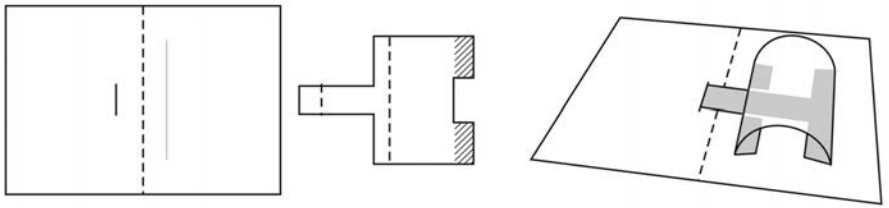


Рисунок 4. Объемный цилиндрический элемент

деталей, которые соединяются между собой при помощи пазов. К основе данный элемент крепится не полностью, только до точки пересечения, которая должна располагаться на линии сгиба основы.

Таким образом, открытки, созданные с использованием отдельных объемных элементов, обладают большей изобразительной вариативностью. Они не ограничены в количестве и сложности применяемых pop-up объектов, которые могут использоваться как внутри, так и снаружи открытки. Тем не менее, каждая дополнительная деталь создает дополнительные трудности при промышленном производстве изделия.

Еще одним направлением объемных изображений являются **слайс-формы**. Это трехмерные объекты, которые составляются из отдельных слоев и крепятся перпендикулярно друг другу при помощи пазов, за счет чего получаются крепкие конструкции. Подобные формы известны еще с XIX в., когда с их помощью проводилось обучение геометрии. Дальнейшее творческое развитие в этой области произошло в начале 1980-х гг. благодаря японскому архитектору, оригамисту Масахиро Чатани, который, кроме геометрических объемов, начал создавать растительные, животные и предметные объекты [5, с. 9].

В настоящее время слайс-формы делятся на геометрические, сюжетные и архитектурные. Геометрические формы активно используются в профессиональной деятельности архитекторов и дизайнеров, в практике моделирования и конструирования. Так, в курсе архитектурного проектирования в теме изучения структуры объемных моделей слайс-формы определяются как состоящие из «взаимно перпендикулярно секущихся плоскостей» [4, с. 70]. Архитектурное направление создания слайс-форм менее развито, поскольку

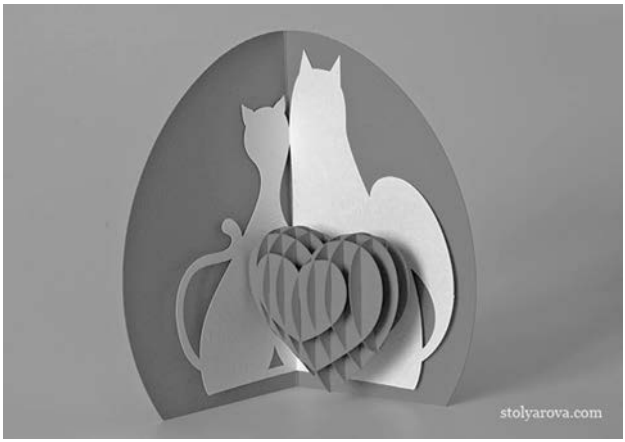


Рисунок 5. Открытка с элементом «слайс-форма» (автор Т.М.Столярова)

представляет определенные сложности в процессе изготовления, а сюжетные объекты широко применяются как в качестве декора открыток, так и в виде самостоятельных экземпляров (рис. 5). Такие трехмерные открытки пользуются все большим спросом, поскольку представляют собой не просто поздравительную карточку, а целый арт-объект, способный украсить интерьер. В продажу поступают как в собранном сложенном виде, так и в разобранном, что превращает открытку в игру-головоломку.

Использование техники pop-up при производстве открыток позволяет создавать цельные объемно-пространственные структуры, формообразование которых происходит с использованием различных принципов компоновки составных элементов. Так, в архитектурном оригами пространство организуется при помощи наслоения параллельных плоскостей, в книжных конструкциях изображение создается благодаря объединению элементов различных по форме, геометрии и тектонике, а в слайс-формах объемные объекты создаются в результате соединения отдельных плоских частей. Подобные широкие возможности формотворчества выступают как фактор появления продукции, не только отвечающей требованиям современной визуальной культуры, но и являющейся конкурентоспособной даже в условиях развитых цифровых технологий.

Библиография:

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

2. *Моисеева С.* Pop-up books: искусство или игра? [Электронный ресурс] // CABLOOK. 2015. 17 января. — URL: http://www.cablook.com/inspiration/pop-books-iskusstvo-ili-igra/ (дата обращения: 20.08.2016).

3. *Позднякова О.В.* Использование художественных ресурсов изобразительного искусства в иллюстрировании детской книги // Теория и практика общественного развития. — 2013. — № 7. — С. 147–149.

4. *Стасюк Н.Г., Киселёва Т.Ю., Орлова И.Г.* Основы архитектурной композиции. Учебное пособие. — М.: Архитектура-С, 2004. — 96 с.

5. *Столярова Т.М.* Архитектурное оригами. 26 моделей в технике pop-up. — М.: АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2013. — 80 с.

6. *Jackson P.* The Pop-Up Book: Step-by-Step Instructions for Creating Over 100 Original Paper Projects. — Henry Holt and Company, 1993. — 160 с.

М.М. Преображенская

СИНТЕЗ НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ДИЗАЙНЕ И ПРОИЗВОДСТВЕ

В современном мире возникает все больше требований к моделям обуви и аксессуаров. На первый план выходит вопрос не столько об эстетических качествах модели, сколько о ее соответствии новым веяниям времени.

In the modern world there are more and more requirements for models of footwear and accessories. The issue is not so much about the aesthetic qualities of the model as about its correspondence to the new trends of the time.

Ключевые слова: инновационные и 3d технологии в обуви и аксессуарах, оптимизация методов проектирования обуви.

Keywords: Innovative and 3d technologies in footwear and accessories, optimization of shoe design methods.

В настоящее время одной из важнейших целей дизайна обуви является разработка перспективных моделей с учетом новейших технических достижений и тенденций формообразования.

Понятие инновации относится как к радикальным, так и постепенным изменениям в продуктах и процессах. Исходя из того, что целью нововведений является повышение эффективности, экономичности, качества, удовлетворенности клиентов, понятие инновационности можно отождествлять с понятием предприимчивости — бдительности к новым возможностям улучшения. С понятием «инновация» тесно связаны понятия «новшество», «изобретение», «открытие». Соответственно, в научной литературе существует широкий спектр подходов к концептуализации инноваций. Тем не менее, можно выделить

и общие мотивы: инновация обычно понимается как внедрение чего-либо нового и полезного, например, введение новых методов, техник, продуктов. При концептуализации понятия инновации полезно сравнить его с другими понятиями. Часто понятие «инновация» смешивается с понятием «изобретение», обозначающим создание новой технической разработки или усовершенствование старой. Кроме того, многие усовершенствования объектов было бы правильнее назвать просто словом «улучшение».

Модное изменение, т.е. изменение в области модных стандартов и объектов, имеет два измерения: инновационное и циклическое. Обратимся вначале к рассмотрению первого из них. Процесс модной инновации состоит в том, что на смену одним стандартам и объектам («старомодным») приходят другие («новомодные», «вошедшие в моду»). Иногда инновация осуществляется только в стандарте, в то время как объект остается прежним. В других случаях, наоборот, стандарт остается тем же, но изменяется объект; это наиболее явный и распространенный вид инновации. Можно выделить три способа осуществления модной инновации и, соответственно, три ее вида.

1. Во-первых, она осуществляется посредством актуализации собственной традиции в определенной культуре или области культуры. Этот вид обозначим как инновацию посредством традиции, несмотря на внешнюю парадоксальность этого выражения.

Многообразие культурного наследия обусловливает тот факт, что каждое поколение так или иначе осуществляет выбор в том, что досталось ему по наследству, и в этом смысле выбирает не только свое будущее, но и прошлое.

Вследствие своей временной удаленности, актуализированные традиционные формы могут обозначать ценность современности, иными словами, восприниматься в качестве «новых» с различными положительными ассоциациями («красивые», «удобные» и т.д.).

2. Заимствование из других культур или из других областей культуры, например, заимствование в одежде стилевых особенностей из станковой живописи или архитектуры, перенесение «приборного» стиля из сферы производства в область бытовых изделий [5].

Очевидно, что оба названных вида инновации являются инновациями лишь в определенном социокультурном контексте;

«новое» в них — это новое для конкретных социумов и культур в данный момент времени по отношению к определенным культурным образцам («старомодным»).

3. Только третий способ и соответствующий вид модной инновации — изобретение — представляет собой инновацию в собственном смысле: внедрение подлинно новых в истории элементов или новых комбинаций старых элементов и объектов. Этот вид инновации — явление весьма редкое в структуре моды. Во-первых, сами по себе изобретения в областях культуры случаются нечасто. Во-вторых, они далеко не всегда наделяются модными значениями. Иными словами, не всякая инновация становится модной, хотя, разумеется, разного рода изобретения (научные и технические открытия, создание новых материалов, новые явления в формообразовании и т.д.) составляют мощный фактор модных инноваций. Даже научные открытия в области древних культур могут стимулировать модные инновации. Так, знаменитые археологические раскопки гробницы египетского фараона Тутанхамона в 20-х годах существенно повлияли на модные инновации в одежде, обуви, украшениях и интерьере в различных странах Европы [3, с.206].

В наше время огромное влияние на модные инновации в области бытовых изделий приобретает технология. Возможности технологии существенно расширяют или сужают диапазон возможных дизайнерских решений и творческих поисков. Отсюда и понятие технологической эстетики как характерной черты современной модной одежды, предложенное известным специалистом в области дизайна одежды И.А.Андреевой. Исследователь справедливо подчеркивает, что технология сегодня не просто тиражирует, она сама порождает «моды» в одежде. «Промышленная технология стала неотъемлемой частью творческого процесса современного художника-модельера и условием, все более обязательным для создания массовой моды» [2].

Применение инновационных и 3d технологий в обуви характеризуется необходимостью обогатить художественно-образный смысл изделий. Характерной особенностью инновационных технологий является выразительность и привлечение к себе внимания, благодаря чему при небольшом использовании создается впечатление богатого разнообразия.

С появлением в промышленности новых материалов, машин и других

новейших возможностей начали появляться новые конструкции верха и низа обуви, существенно отличающиеся от традиционных форм [5], а зачастую представляющих объединенную конструкцию между разными отделами обуви. Так, например, дизайнер Фернандо Ромеро создал туфли Ammonite для обувного бренда United Nude, которые полностью отпечатаны на 3d принтере. Или Туфли Ilabo, дизайн Росса Лавгрова для United Nude, которые также выглядят, как единая конструкция.

В Российском дизайне подобного рода эксперименты встречаются очень редко.

А ведь в современной обстановке, требующей быстрой перемены модельного ряда, вопрос о применении инновационных решений при формообразовании изделий является особенно актуальным.

Ранее такой исследователь моды, как Т.В.Козлова, в своей книге «Форма в моделировании костюма» рассматривала улучшение внешнего вида обуви за счет видоизменения соотношения деталей, отдельных элементов формы, орнамента. Сейчас с появлением таких достижений в науке, как 3d печать и возможности внедрения в обувь высокотехнологичных приборов, эти критерии дизайна становятся не основными, а вспомогательными.

Также для облегчения работы дизайнера и улучшения качества проектируемых моделей теперь существуют технологии быстрого 3d прототипирования, описанные С.В.Ильюшиным, которые возможно применять при создании обуви и аксессуаров.

Быстрое прототипирование дает возможность оценить эргономику будущего изделия, его функциональность, а также исключить возможность скрытых ошибок перед запуском изделия в серию [4].

Целью исследования является выявление необходимости оптимизации как самого метода проектирования, так и метода производства обуви с применением современных достижений в науке и технике.

В современном дизайне обуви происходит заметная смена приоритетов с чисто эстетического на техническо-утилитарный.

Дизайн одежды, мода являются отражением своего времени, его динамики, стилевых и художественно-культурных течений. Искусство выходит за пределы двухмерности и трехмерности, оно ориентировано на открытие новых измерений [1].

Теперь при создании модели необходимо многоуровневое мышление проектировщика, где он сможет реализовать сложную и разноплановую смысловую конструкцию, соединяя стандартную проектную концепцию с современными новациями и технологиями будущего.

Традиционные методы проектирования уже не позволяют полностью реализоваться современному дизайнеру.

Вопросы, посвященные формообразованию и интеграции в процессе дизайна новейших технических достижений, не достаточно изучены. Исследование формообразования обуви с точки зрения улучшения способов художественного проектирования на основе 3d и инновационных технологий будет способствовать расширению ассортимента изделий, поможет выявить отсутствие некоторых научно-обоснованных разработок, даст возможность определить новые направления в области совершенствования процесса изготовления современных эстетически функциональных качественных изделий и даст дополнительную мотивацию дизайнерам для применения своих способностей в развитии обувной промышленности в нашей стране.

Библиография:

1. *Агабабян К.А.* Эволюция и инволюция художественного образа многомерного объекта в дизайне одежды. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата искусствоведения. — М., 2006. — 12 с.

2. *Андреева И.А.* Массовая мода и «технологическая эстетика»/ И.А. Андреева // Техническая эстетика. — 1985. — № 7. — С.10

3. *Гузявечуте Р.А.* Исследование стабильных признаков в проектировании одежды XX веков. Диссертация на соискание ученой степени кандидата технических наук. — М., 1977. — 206 с.

4. *Ильюшин С.В.* Перспективы использования технологии быстрого прототипирования в обувной промышленности. — М.: Кожевенно-обувная промышленность. — 2013. — № 1. — С. 28–29.

5. *Рыбкина Е.А.* Мода и промышленность. — М., 1988.

6. *Сомов Ю.С.* Композиция в технике. — М., 1987. — 288 с.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Е.Е. Докучаева	«Первая русская школа золотого и серебряного дела» А.В. Лобанова. Проблема художественно-промышленного образования в Москве в конце XIX — начале XX в.	4
2. И.И. Глазунов	К постановке проблемы пластического метода в русской народной живописи	16
3. В.В. Микитина	Коллекция стекла С.А. Бахрушина	25
4. Ю.И. Быкова	«Штатные» золотых и серебряных дел мастера при российском императорском дворе первой половины XVIII века	41
5. А.Н. Гуменюк Л.В. Чуйко	Западносибирская домовая резьба: редкие мотивы. Конец XIX — вторая треть XX века	63
6. С.М. Царёва	Новые сведения о скульптурной мастерской Кампиони в Москве	72

7. С.В. Королева	Творческое наследие Владимира Королева. Скульптура. Эскизная графика. Памяти отца посвящается	86
8. Е.С. Графова	Формирование среды студенческого кампуса: история и тенденции	94
9. И.Н. Стор А.Р. Коржуева	Истоки знаковых графических систем на одежде и предметах быта	101
10. С.В. Мкртчян	Познавательно-преобразующее значение ассоциативной идентификации проектной идеи в дизайне	121
11. С.В. Глинтерник Д.С. Иванченко	Актуальные тенденции в айдентике Олимпийских игр XXI века	132
12. П.Е. Родькин	Плагиат как формальная и коммуникативная проблема дизайна в брендинге территорий	149
13. Д.Б. Погорелов	Концептуализация образа дизайн-продукта на основании идентичности	160
14. Ю.А. Васерчук	Бумагопластика в формировании рекламного образа	174

15. Ю.А. Васерчук — Пространство смыслов в формальном языке бумагопластики — 181

16. А.В. Кортович — Шрифтовые композиции в русских печатных тканях XVIII — начала XX вв. — 192

17. Ю.С. Смирнова — Охотник и наблюдатель: сатирический журнал Simplicissimus в контексте социо-культурной среды рубежа 19–20 веков — 205

18. Р.Р. Султанова — Афиша в татарском театре на этапе становления (1906–1930-е гг.) — 228

19. Саллум Соха — Абстрактный стиль арабской каллиграфии в гравюрах сирийского художника Назира Насраллы — 242

20. А.В. Безин — Использование современных цифровых технологий в науке, промышленности и искусстве — 250

21. А.В. Щербакова, Е.В. Морозова — Эволюция растительных мотивов в советском печатном текстиле 45–70-х годов XX века — 258

22. Т.В. Белько
А.В. Агафонова — Особенности формообразования открыток начала XXI в. с использованием техники pop-up — 268

23. М.М. Преображенская — Синтез новых технологий в дизайне и производстве — 277

ИМЕННОЙ УКАЗАТЕЛЬ АВТОРОВ СТАТЕЙ

Докучаева Е.Е. — Профессор кафедры «История и теория декоративного искусства и дизайна» МГХПА им. С.Г. Строганова
e-mail: dokuchaevaee@yandex.ru

Глазунов И.И. — Профессор, действительный член РАХ, заслуженный художник РФ, и.о. ректора Российской академии живописи, ваяния и зодчества Ильи Глазунова
e-mail: info@glazunov-academy.ru

Микитина В.В. — Зав. отделом керамики и стекла Государственного музея керамики и «Усадьба Кусково XVIII века»
e-mail: v.mikitina@mail.ru

Быкова Ю.И. — Кандидат искусствоведения, научный сотрудник Музеев Московского Кремля
e-mail: jib78@mail.ru

Гуменюк А.Н. — Кандидат искусствоведения, профессор кафедры «Дизайн и технологии медиаиндустрии» Омского государственного технического университета
e-mai: gumenyuk-alla@mail.ru

Чуйко Л.В.

Кандидат искусствоведения, доцент, Омский государственный технический университет, Институт дизайна и технологий, кафедра «Дизайн, рисунок и живопись»
e-mail: chuiko_lar@ mail.ru

Царёва С.М.

ЦНИИП Минстроя России Научно-исследовательский институт теории и истории архитектуры и градостроительства, старший научный сотрудник
e-mail: son-trava@live.ru

Королева С.В.

Кандидат искусствоведения, доцент кафедры «Дизайн» Тульского государственного университета
e-mail: sve77201321@yandex.ru

Графова Е.С.

Преподаватель ГАПОУ МО «Московский Губернский колледж искусств», Талдомский филиал («Училище декоративно-прикладного искусства и народных промыслов»)
e-mail: grafovak@mail.ru

Стор И.Н.

Доктор искусствоведения, профессор, зав. кафедрой «Графический дизайн и визуальные коммуникации
РГУ им. А.Н. Косыгина
e-mail: irstor@yandex.ru

Коржуева А.Р.

Кандидат искусствоведения, профессор Школы-студии (института) им. В.И. Немировича-Данченко при МХАТ им. А.П. Чехова
e-mail: irstor@yandex.ru

Мкртчян С.В.

Кандидат искусствоведения, доцент кафедры «Реклама, связи с общественностью и дизайн» Российского Экономического Университета им. Г.В. Плеханова.
e-mail: 7655682@rambler.ru

Глинтерник С.В.

Доктор искусствоведения, профессор, зав. кафедрой «Реклама» СПбГУ, Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» член СПб отделения Союза художников РФ, академик Национальной академии дизайна
e-mail: e.glinternik@spbu.ru

Иванченко Д.С.

Аспирант Санкт-Петербургского государственного университета промышленных технологий и дизайна
e-mail: ivan-demon7@mail.ru

Родькин П.Е.

Кандидат искусствоведения, доцент Департамента интегрированных коммуникаций, Факультета коммуникаций, медиа и дизайна Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики»
e-mail: prdesign@yandex.ru

Погорелов Д.Б. Аспирант МГХПА им. С.Г. Строганова
e-mail: techmann@mail.ru

Васерчук Ю.А. Кандидат искусствоведения, доцент кафедры «Графический дизайн» АНО ВО Институт современного искусства
e-mail: vasse@yandex.ru

Кортович А.В. Аспирант Московского государственного института культуры, старший преподаватель кафедры «Иллюстрация и эстамп» Высшей школы печати и медиаиндустрии Московского политехнического университета
e-mail: kortovich@inbox.ru

Смирнова Ю.С. Аспирант МГХПА им. С.Г. Строганова
e-mail: iuliasmirnova@mail.ru

Султанова Р.Р. Кандидат искусствоведения, зав. отделом изобразительного и декоративно-прикладного искусства Института языка, литературы и искусства им. Г. Ибрагимова Академии наук Республики Татарстан
e-mail: rauzasultan.art@mail.ru

Саллум Соха Аспирант МГХПА им. С.Г. Строганова
sohasalloum84@gmail.com

Безин А.В. Соискатель кафедры «Промышленный дизайн» МГХПА им. С.Г. Строганова
e-mail: aleks.bezin23@yandex.ru

Щербакова А.В. Кандидат искусствоведения, старший преподаватель кафедры «Художественное искусство текстиля и орнамента» РГУ им. Косыгина
e-mail: angel_sherb @mail.ru

Морозова Е.В. Кандидат искусствоведения, доцент кафедры «Художественное искусство текстиля и орнамента РГУ им. Косыгина»
e-mail: morosowa8888 @rambler.ru

Белько Т.В. Доктор технических наук, профессор, зав. кафедрой «Дизайн и художественное проектирование изделий» Поволжского государственного университета сервиса (г. Тольятти)
e-mail: belko@tolgas.ru

Агафонова А.В. Аспирант Поволжского государственного университета сервиса (г. Тольятти)
e-mail: agafonova.angelina@gmail.com

Преображенская М.М. Кандидат технических наук по специальности «Техническая эстетика и дизайн», РГУ им. А.Н. Косыгина
e-mail: maria@preobrazhenskaya.ru

В публикациях сохранен авторский стиль изложения.

Декоративное искусство
и предметно-пространственная среда
Вестник МГХПА

4/2017
Часть 2
Научно-аналитический журнал по вопросам искусствоведения

Издание зарегистрировано в Роскомнадзоре

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

Подписной индекс 81174
В каталоге Роспечати

Свободная цена

Подписано в печать 20.12.2017
Формат 60x90/16; Усл.-изд. л. 18,25.
Бумага офсетная, гарнитура Times New Roman
Тираж 500 экз.
Адрес редакции:
125080, Москва, Волоколамское ш., д. 9

Отпечатано в МГХПА им. С.Г. Строганова
125080, Москва, Волоколамское ш., д. 9
Москва 2017