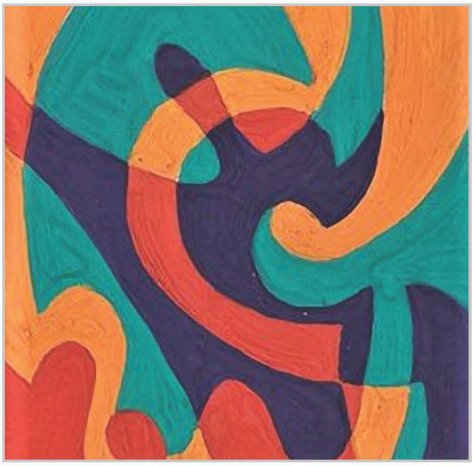
ВЕСТНИК
РГХПУ
имени С.Г.Строганова

ДЕКОРАТИВНОЕ ИСКУССТВО И ПРЕДМЕТНО-ПРОСТРАНСТВЕННАЯ СРЕДА



научно-аналитический журнал по вопросам искусствознания

1/2026
часть 2

ФГБОУ ВО «Российский государственный художественно-промышленный университет имени С.Г. Строганова»

ДЕКОРАТИВНОЕ ИСКУССТВО И ПРЕДМЕТНО-ПРОСТРАНСТВЕННАЯ СРЕДА

Вестник РГХПУ им. С.Г. Строганова

Сборник подготовлен в рамках разработки научных направлений:

«Теоретические проблемы искусствознания. Синтез пластических искусств и архитектуры. Художественные проблемы формирования предметно-пространственной среды»
научных школ РГХПУ им. С.Г. Строганова
«Изобразительное, декоративно-прикладное искусство и архитектура»
и «Техническая эстетика и дизайн»

1/2026
Часть 2

ББК 30.182
ISSN 1997-4663

Научно-аналитический журнал по вопросам искусствоведения

«Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник РГХПУ им. С.Г. Строганова» / Российский государственный художественно-промышленный университет имени С.Г. Строганова. – РГХПУ, 2026. – № 1. Часть 2. – 486 с.

Включен ВАК РФ в перечень ведущих научных журналов и изданий для публикации основных научных результатов диссертаций на соискание ученой степени доктора и кандидата наук по научным специальностям: 5.10.3. Изобразительное и декоративно-прикладное искусство, архитектура; 5.10.3. Техническая эстетика и дизайн

Учредитель: ФГБОУ ВО «Российский государственный художественно-промышленный университет имени С.Г. Строганова»

Главный редактор: доктор искусствоведения, профессор А.Н. Лаврентьев
Члены редакционной коллегии:
Курасов С.В. — действительный член РАХ, доктор искусствоведения, профессор, ректор РГХПУ им. С.Г.Строганова
Бурганов А.Н. — действительный член РАХ, доктор искусствоведения, профессор
Бурганова М.А. — действительный член РАХ, доктор искусствоведения, профессор
Ганцева Н.Н. — кандидат философских наук
Жердев Е.В. — доктор искусствоведения, профессор
Кошаев В.Б. — доктор искусствоведения, профессор
Лободанов А.П. — почетный член РАХ, доктор филологических наук, профессор, декан факультета искусств МГУ имени М.В.Ломоносова
Лоддер Кристина — доктор философии, профессор, Школа искусств, Кентский университет
Смекалов И.В. — доктор искусствоведения, старший научный сотрудник, ГТГ
Малолетков В.А. — действительный член РАХ, доктор искусствоведения, профессор
Майстровская М.Т. — доктор искусствоведения, профессор
Назаров Ю.В. — доктор искусствоведения, профессор, член-корреспондент РАХ
Трощинская А.В. — доктор искусствоведения, профессор
Цивьян Ю.Г. — доктор философии, почетный профессор имени Уильяма Колвина, Университет Чикаго

Свидетельство о регистрации средств массовой информации
ПИ № ФС77-84243 от 28 ноября 2022 г.

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

Подписной индекс 81174 в каталоге Урал-Пресс

Зам. главного редактора: Н.Н. Ганцева
Редактор: Ю.Б. Иванова

© Российский государственный художественно-промышленный университет имени С.Г. Строганова, 2026

Scientific-analytical magazine of art studies

«Decorative Art and environment. Gerald of the RGHPU» / Russian State University of Applied Art and Design named after Sergei Stroganov. – RGHPU, 2026. – № 1. Part 2. – 486 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 according to scientific specialties: 5.10.3. Fine and decorative arts, architecture; 5.10.3. Technical aesthetics and design

Publisher: Russian State University of Applied Art and Design named after Sergei Stroganov

Editor-in-chief: Doctor of Art Criticism, Professor Lavrentiev A.N.
Editorial board:
Kurasov S.V. — Full-member of Russian Academy of Arts, Doctor of Art Criticism, Professor, Rector of the Stroganov University
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
Koshayev V.B. — Doctor of Art Criticism, Professor
Lobodanov A.P. — Honorary member of Russian Academy of Arts, Doctor of Philology, Professor, Head of the Faculty of Art of the Lomonosov Moscow State University
Lodder Christina — PhD, Professor, School of Arts, University of Kent
Maistrovskaja M.T. — Doctor of Art Criticism, Professor
Maloletkov V.A. — Full-member of Russian Academy of Arts, Doctor of Art Criticism, Professor
Nazarov Y.V. — Doctor of Art Criticism, Professor, corresponding member of the Russian Academy of Arts
Troshinskaya A.V. — Doctor of Art Criticism, Professor
Tsivian Youri — PhD, William Colvin Emeritus Professor, University of Chicago
Zherdev E.V. — 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; vestnik_mghpa@mghpu.ru

Subscription index 81174 in the Ural-Press catalogue

Deputy editor-in-chief: N.N. Gantseva
Editor: Y.B. Ivanova

© Russian State University of Applied Art and Design named after Sergei Stroganov, 2026

СОДЕРЖАНИЕ / SUMMARY

Техническая эстетика и дизайн / Technical aesthetics and design

Изобразительное и декоративно-прикладное искусство, архитектура / Fine and decorative arts, architecture

А.Н. Лаврентьев, Т.В. Литвина, А.Е. Мохорев
A.N. Lavrentiev, T.V. Litvina, A.E. Mokhorev
Эволюция технологий восстановления образа утраченного архитектурного элемента городской айдентики на примере Сухаревой башни
Evolution of Technologies for Restoring the Image of a Lost Architectural Element of Urban Identity using the Example of the Sukharev Tower 13

Е.А. Заева-Бурдонская, Т.В. Литвина
E.A. Zaeva-Burdonskaya, T.V. Litvina
Теория визуального восприятия Рудольфа Арнхейма, как инструмент проектной деятельности в интерактивных медиа
Rudolf Arnheim's theory of visual perception as a tool for project activities in interactive media 27

В.В. Лаптев
V.V. Laptev
“FRONT”: «СССР на стройке» на японский манер
“FRONT”: “USSR in construction” in the Japanese manner 41

Е.А. Лаврентьева, М.Л. Петлицкая
E.A. Lavrentieva, M.L. Petlitskaya
Орнамент как пространство мироздания и проектный аналог для построения Метавселенной
Ornament as a space of the universe and a design analogue for the construction of the Metaverse 52

Е.И. Рузова
E.I. Ruzova
ПРОекты про ПРОгнозы. Футуродизайн в сценарных моделях среды будущего
Projects about forecasts. Futurodesign in scenario models of the environment of the future 62

Т.А. Монина, К.А. Борисов
T.A. Monina, K.A. Borisov
Методология художественного проектирования в современной космической архитектуре
Methodology of Artistic Design in Contemporary Space Architecture 71

В.Д. Уваров
V.D. Uwaroff
Колористические построения в дизайне на основе цветового круга Сергея Степанова
Coloristic Constructions in the Design Based on the Color Wheel Sergey Stepanov 81

Н.В. Брызгов
N.V. Bryzgov
Создание промышленного производства в СССР в годы первых пятилеток и его роль в развитии отечественного дизайна (на примере тракторной, автомобильной, авиационной промышленности, станкостроения и сельскохозяйственного машиностроения)
The establishment of industrial production in the USSR during the first five-year plans and its role in the development of domestic design (using the example of the tractor, automobile, aviation, machine tool and agricultural engineering industries) 90

В.С. Лопасова, Н.И. Барсукова
V.S. Lopasova, N.I. Barsukova
Дизайн-код как способ выявления имиджа города
Design code as a way to identify a city's image 104

А.В. Афиногентова, Е.В. Василенко, А.Т. Сатарова, Г.В. Питерских
A.V. Afinogentova, E.V. Vasilenko, A.T. Satarova, G.V. Piterskikh
Дизайн средового пространства для творческой реализации незрячих и слабовидящих
Design of environmental space for creative realization of the blind and low-visual 115

Е.В. Василенко, А.В. Афиногентова, В.В. Тимофеева
E.V. Vasilenko, A.V. Afinogentova, V.V. Timofeeva
Дизайн систем навигации художественных музеев. Третьяковская галерея и ГМИИ им. А.С. Пушкина
Design of navigation systems for art museums. The Tretyakov Gallery and the Pushkin Museum of Fine Arts 126

М.Е. Крошнева
M.E. Kroshneva
Драматургический образ современного музейно-выставочного пространства и эстетика военных павильонов
The dramatic image of a modern museum and exhibition space and the aesthetics of military pavilions 136

А.С. Врублевский, В.Д. Уваров
A.S. Vrublevskiy, V.D. Uvarov
От Филипс Лумалив к адресуемым текстильным дисплеям историко-технологическая периодизация LED-таписсерии и трансформация ее функций в моде, сценографии и музейной инсталляции
From Philips Lumalive to addressable textile displays: a historical-technological periodization of LED tapestry and the transformation of its functions in fashion, scenography, and museum installation 146

А.Д. Кодатенко, В.В. Лаптев
A.D. Kodatenko, V.V. Laptev
Сравнительный анализ иллюстрированных журналов 1920–1930-х годов
Comparative analysis of illustrated magazines of the 1920s and 1930s 155

О.Н. Аверьянова
O.N. Averyanova
Фотография и наука. Ранние эксперименты в фотоискусстве XIX века
Photography and Science. Early Experiments in 19th-Century Photographic Art 174

О.Н. Аверьянова
O.N. Averyanova
Романтика научной фотографии XIX века. Мимолетное движение
The Romance of Scientific Photography in the 19th Century. Fleeting Motion 181

Е.Е. Немчинова
E.E. Nemchinova
Композиция печатных средств рекламного сообщения
Composition of Print Media for Advertising Communications 189

Л.Б. Фрейверт
L.B. Freivert
В.Е. Татлин и китайская художественно-проектная культура: аналогии, переклички, типологические совпадения
V.E. Tatlin and Chinese Art-Design Culture: Analogies and Resonances Typological Coincidences 200

Е.В. Гильмутдинова, Т.В. Белько
E.V. Gilmutdinova, T.V. Belko
Шрифты как важнейший визуальный элемент общей дизайн-концепции повествования в комиксах
Fonts as the Most Important Visual Element of the Overall Design Concept of Storytelling in Comics 212

Л.Б. Каршакова, А.Ю. Моисеева
L.B. Karshakova, A.Y. Moiseeva
Теоретические основы проектирования иммерсивных сред: от предметного пространства к метавселенной
Theoretical Foundations of Immersive Media Design: from the Subject Space to the Metaverse 223

Н.А. Коробцева, С.М. Арефьева, М.В. Романов
N.A. Korobtseva, S.M. Arefyeva, M.V. Romanov
От символа к коду: смена парадигмы визуального языка в цифровую эпоху
From Symbol to Code: a Paradigm Shift in Visual Language in the Digital Era 231

Т.В. Литвина, А.В. Адеева
T.V. Litvina, A.V. Adeeva
Место цифрового фольклора в современном искусстве и медиа
The place of digital folklore in contemporary art and media 238

М.А. Груздева, Ю.А. Фаюршина
M.A. Gruzdeva, Y.A. Faiurshina
Синтез искусства, технологий и образования в дизайне цифровых учебных инструментов нового поколения
Synthesis of Art, Technology, and Education in the Design of Next-Generation Digital Learning Tools 246

Ю.И. Зеленова, Е.А. Чернышева, П.В. Конева
Y.I. Zelenova, E.A. Chernyshova, P.V. Koneva
Нейроэстетика веб-дизайна: инструменты управления пользовательским вниманием
Neuroesthetics of Web Design: user Attention Management Tools 255

Я.М. Шестак, Н.Ю. Казакова
J.M. Shestak, N.Y. Kazakova
Практики использования искусственного интеллекта в художественном проектировании цифровых игр
The Practice of Using Artificial Intelligence in the Artistic Design of Digital Games 268

З.С. Шогенова, М.Р. Резапурова
Z.S. Shogenova, M.R. Rezapurova
Психологический портрет в современной иллюстрации: методы визуальной трансляции характера (на основе авторской серии цифровых портретов)
Psychological Portraiture in Contemporary Illustration: Methods of Visually Conveying Character (Based on the Author's Series of Digital Portraits) 276

П.А. Мидори, Е.И. Тулин
P.A. Midori, E.I. Tulin
Gamification и UX: создание игрового опыта в неигровых приложениях: типовые и уникальные решения
Gamification and UX: Creating a gaming experience in non-gaming applications: typical and unique solutions 283

Т.В. Литвина, С.Н. Смирнов
T.V. Litvina, S.N. Smirnov
Современный дизайн и проектирование обуви
Modern design and engineering of shoes 305

Л.В. Михайлова, Д.В. Романов, А.М. Фатеева
L.V. Mikhailova, D.V. Romanov, A.M. Fateeva
Проведение реконструкции текстильного оформления окон зала Людовика XIV СПГХПА им. А.Л. Штиглица
Reconstruction of the Textile Decoration of the Windows of the Louis XIV Hall of the Saint Petersburg State Academy of Art and Design Named after A.l. Stieglitz 315

Е.В. Василенко, П.Г. Василенко, А.В. Афиногентова
E.V. Vasilenko, P.G. Vasilenko, A.V. Afinogentova
Художественное стекло в дизайне костюма. Пуговицы
Artistic glass in costume design. Buttons 329

П.Г. Василенко, А.В. Афиногентова, С.Д. Васина
P.G. Vasilenko, A.V. Afinogentova, S.D. Vasina
Дизайн без отходов. Полный цикл жизни материалов
Waste-free design. Full life cycle of materials 342

О.А. Скрыльникова, Е.А. Семенова, М.Д. Белякова
O.A. Skrylnikova, E.A. Semenova, M.D. Belyakova
Трансформация образа русалки в массовой культуре: как Disney переосмыслил миф в образе Ариэль
Presentation the transformation of the mermaid's image in popular culture: how Disney reimagined the myth in the image of Ariel 353

Цзэн Дань, Ю.В. Назаров
Zeng Dan, Y.V. Nazarov
Применение систем «умный дом» на виллах
Application of smart home systems in villas 364

Е.В. Жердев, Тань Ифу
E.V. Zherdev, Tan Yifu
Советский политический плакат во время гражданской войны
Soviet Political Poster During the Civil War 373

Е.В. Жердев, Тань Ифу
E.V. Zherdev, Tan Yifu
Женские образы на плакатах времен Великой Отечественной войны СССР и войны Китая с Японией
Womens Imagees on Posters from the Great Patriotic War of the USSR and Chinas War with Japan 384

В.Д. Уваров, Дун Маньмань
V.D. Uvarov, Dong Manman
Структурные особенности орнаментальных узоров в эпоху Тан
Structural Features of Ornamental Patterns in the Tang Dynasty 393

Ли Ячань, В.Д. Уваров
Li Yachan, V.D. Uwaroff
Влияние различных материалов и техник ткачества на создание уникальной текстуры и пространственных эффектов в скульптурной таписсерии
The Influence of Various Materials and Weaving Techniques on the Creation of Unique Textural Quality and Spatial Effects in Tapestry Sculpture 404

Лю Идин, А.Ю. Манцевич
Liu Yiding, A.Y. Mantsevich
Современный музейный брендинг России
Modern Museum Branding in Russia 413

Лю Идин, А.Ю. Манцевич
Liu Yiding, A.Y. Mantsevich
Музейный брендинг Китая
Museum Branding in China 425

Чжан Цзяхэ
Zhang Jiahe
Комплекс экспозиций военного музея народной революции китая как стратегии интерпретации батальной живописи
The Exhibition Complex of the Military Museum of the People's Revolution of China as a Strategy for Interpreting Battle Painting 437

Тань Сичжу
Tan Xizhu
Роль виртуальных музеев в продвижении традиционного и современного китайского искусства
The Role of Virtual Museums in Promoting Traditional and Contemporary Chinese Art 444

Ли Минь
Li Min

Технологии «умного дома» в проектировании среды для пожилых людей в городе Чжэнчжоу
Smart Home Technologies in Designing Living Environments for the Elderly in Zhengzhou 457

И.Ю. Чмырева
I.Yu. Chmyreva

Лев Горнунг. Фотограф среди литераторов. Портрет Пастернака
Lev Gornung. Photographer among Writers. Portrait of Pasternak 465

И.Ю. Чмырева
I.Yu. Chmyreva

Зеркало как объект изображения и метафора. Лев Горнунг и Андрей Тарковский
The mirror as an object of representation and a metaphor. Lev Gornung and Andrei Tarkovsky 475

А.Н. ЛАВРЕНТЬЕВ
Член-корреспондент РАХ, доктор искусствоведения, профессор РГХПУ им. С.Г. Строганова
e-mail: strog-nauka2011@yandex.ru

Т.В. ЛИТВИНА
Кандидат искусствоведения, профессор кафедры промышленного дизайна РГХПУ им. С.Г. Строганова
e-mail: tlitvina-prof@yandex.ru

А.Е. МОХОРЕВ
Магистрант РГХПУ им. С.Г. Строганова
e-mail: kanokubik@yandex.ru

A.N. LAVRENTIEV
Corresponding member of the Russian Academy of Arts, Doctor of Art History, Professor of the Russian State Stroganov University of Design and Applied Arts
e-mail: strog-nauka2011@yandex.ru

T.V. LITVINA
PhD in Art, Professor of the Department of Industrial Design of the Russian State Stroganov University of Design and Applied Arts
e-mail: tlitvina-prof@yandex.ru

A.E. MOKHOREV
Master-degree Student of the Russian State Stroganov University of Design and Applied Arts
e-mail: kanokubik@yandex.ru

DOI: 10.37485/1997-4663_2026_1_2_13_26

ЭВОЛЮЦИЯ ТЕХНОЛОГИЙ ВОССТАНОВЛЕНИЯ ОБРАЗА УТРАЧЕННОГО АРХИТЕКТУРНОГО ЭЛЕМЕНТА ГОРОДСКОЙ АЙДЕНТИКИ НА ПРИМЕРЕ СУХАРЕВОЙ БАШНИ

EVOLUTION OF TECHNOLOGIES FOR RESTORING THE IMAGE OF A LOST ARCHITECTURAL ELEMENT OF URBAN IDENTITY USING THE EXAMPLE OF THE SUKHAREV TOWER

Статья посвящена анализу эволюции технологий восстановления образа утраченного архитектурного элемента городской айдентики на примере Сухаревой башни. Рассматриваются форматы репрезентации памятника в культурном и медиа пространстве XX–XXI веков: от кинематографических и музейных проектов до цифровых реконструкций. Развитие 3D моделирования и технологий дополненной реальности формирует новый тип взаимодействия с утраченной архитектурой, интегрированный в городской опыт.

The article analyzes the evolution of technologies used to restore the image of a lost architectural element of urban identity, using the Sukharev Tower as a case study. It examines formats of representation of the monument in the cultural and media space of the XX–XXI centuries, ranging from cinematographic and museum projects to digital reconstructions. the development of 3D modeling and augmented reality technologies forms a new type of interaction with lost architecture — integrated into the urban experience.

Ключевые слова: утраченная архитектура, городская айдентика, архитектурное наследие, визуализация архитектуры, цифровая реконструкция, дополненная реальность, Сухарева башня, предметно-пространственная среда, проектная культура цифрового искусства и дизайна, история и теория декоративного искусства и дизайна.

Keywords: lost architecture, urban identity, architectural heritage, architectural visualization, digital reconstruction, augmented reality, Sukharev Tower, object-spatial environment, project culture of digital art and design, history and theory of decorative art and design.

Введение

Проблема сохранения и актуализации памяти об утраченных памятниках архитектуры остается одной из ключевых тем в исследованиях городской идентичности и культурного наследия. Архитектурные доминанты, формировавшие визуальный и символический образ города, служили не только функциональными объектами, но и ориентирами, носителями коллективной памяти. Утрата подобных объектов неизбежно приводит к разрыву исторической преемственности и ослаблению визуальной айдентики городской среды, что делает вопрос их «возвращения» особенно актуальным.

На протяжении длительного времени предпринимались различные попытки воссоздания образов утраченной архитектуры — от гравюр, живописных реконструкций и архивной фотографии до кинематографических и телевизионных интерпретаций. По мере развития медиа и визуальных технологий, совершенствовались способы фиксации и трансляции архитектурных образов, однако вплоть до конца XX века они, в основном, оставались плоскостными и репрезентативными, ориентированными на наблюдение со стороны. Существенный перелом произошел с развитием цифровых технологий, когда стало возможным не только воспроизведение внешнего облика объектов, но полноценная реконструкция с высокой степенью детализации, вплоть до характерных архитектурных фрагментов.

В последние годы ключевые изменения происходят не столько в области создания цифровых моделей, сколько в сфере способов их восприятия и использования. Развитие технологий трехмерного моделирования, визуализации и дополненной реальности (AR) привело к формированию принципиально нового типа взаимодействия с утраченной архитектурой. Архитектурные образы перестают существовать исключительно в виртуальном пространстве экранов и получают возможность быть интегрированными в реальность. С помощью AR технологий цифровые реконструкции могут быть «возвращены» в городскую среду, где они воспринимаются не как иллюстрации, а как элементы пространственного опыта, доступные для изучения с произвольных точек обзора, открывая ранее недоступные способы взаимодействия с архитектурным наследием

Сухарева башня — один из наиболее важных утраченных образов Москвы [3]. Башня была возведена в конце XVII века по указу Петра I как многофункциональное городское сооружение [5]. В начале XVIII века в ее стенах размещалась Навигацкая школа, в последующие эпохи здание

неоднократно трансформировалось, меняя функции и частично облик, однако сохраняло значение важнейшего градостроительного ориентира столицы. В 1934 году Сухарева башня была разобрана в ходе советской реконструкции Москвы, после чего на долгие десятилетия осталась в культурной памяти как символ утраченного исторического слоя города [9]. Именно поэтому она представляет собой показательный пример для анализа эволюции технологий восстановления и актуализации образа утраченного архитектурного объекта в контексте формирования и переосмысления городской идентичности.



Рис. 1. Нанесение образа Сухаревой башни на стеклянную поверхность на съемочной площадке художественного фильма «Война и мир»

Возвращение башни в фильме «Война и мир» 1965 года

Фильм «Война и мир» Сергея Бондарчука [2] стал одной из первых попыток актуализации памяти о Сухаревой башне в контексте формирования московской городской айдентики. Экранизация романа Льва Толстого была ориентирована не только на сюжетное воспроизведение событий 1805–1812 годов, но и на воссоздание целостной историко-культурной среды эпохи. В картине Сухарева башня функционирует как символический маркер «старой Москвы». Для зрителя 1960-х годов ее появление в кадре имело не только историческое, но и мемориально-культурное значение: образ башни продолжал существовать в коллективной памяти как важный городской ориентир. Включение этого утраченного объекта в визуальный ряд усиливало эффект подлинности и исторической достоверности экранного пространства.

Поскольку Сухарева башня к моменту съемок уже не существовала, создатели фильма использовали прием живописи на стекле (glass painting) — широко распространенную в доцифровую эпоху технику комбинированных съемок (рис. 1). Перед объективом камеры устанавливалось крупноформатное стекло, на которое художники наносили детализированное изображение башни и окружающей застройки, опираясь на архивные источники. Реальный городской пейзаж или декорации располагались за стеклом, а камера фиксировала их как единое визуальное целое. Этот метод позволял точно контролировать перспективу и масштаб утраченного объекта и органично вписывать башню в панорамы Москвы без нарушения визуального реализма.

Живопись на стекле дополнялась использованием макетов городской застройки, применявшихся преимущественно в панорамных и дальних планах. Для фильма была создана детальная макетная декорация, включавшая 11 зданий, в том числе и Сухареву башню. Ее макет имел высоту около 30 метров — это почти вдвое меньше оригинального сооружения. Такой подход предоставил большую свободу в работе с ракурсами и позволял создавать более детализированные планы, в которых Москва представала с разных точек зрения, с акцентом на узнаваемые городские архитектурные «иконы».

Благодаря использованию этих технологий, фильм «Война и мир» Бондарчука становится одним из первых примеров актуализации образа Сухаревой башни как характерной части узнаваемого московского ландшафта.

Рассуждения о судьбе башни в фильме «Клуб путешественников. Сухарева башня» 1986 года

Дальнейшее «посмертное» существование Сухаревой башни получило развитие в историко-публицистическом и просветительском фильме из цикла «Клуб путешественников», снятом в период перестройки в 1986 году. Ведущий Юрий Сенкевич осмысливает башню не просто как утраченный архитектурный объект, но как концентрированное выражение исторической памяти Москвы — симптом более широких процессов трансформации городской среды XX века [6].

К моменту создания фильма Сухарева башня уже на протяжении нескольких десятилетий не существовала, и именно факт утраты становится центральным смыслообразующим элементом повествования. Для авторов и предполагаемой аудитории, «путешественников» по исторической Москве, уничтоженное здание не утрачивает значимости, а напротив, его отсутствие осмысляется как зияющий разрыв в культурной ткани города. Фильм исходит из предпосылки, что познание города невозможно без обращения к исчезнувшим элементам его структуры, поскольку именно они продолжают и дальше формировать историческое сознание и образ места.

Особое внимание уделяется феномену общественного запроса на возвращение Сухаревой башни. В фильме Сенкевич подчеркивает необходимость публичной дискуссии вокруг памятника, возникшей в ответ на многочисленные обращения телезрителей, настойчиво просивших вновь обратиться к теме башни. Этот интерес может быть интерпретирован как форма коллективной рефлексии над последствиями модернизационных решений прошлого. В данном контексте Сухарева башня выступает символом утраченной преемственности, а идея ее возможной реконструкции — способом восстановления нарушенной связи времен и исторической справедливости.

Фильм фиксирует важный сдвиг в общественном сознании позднесоветского периода: переход от безусловного принятия практики сноса исторической застройки к признанию ценности архитектурного наследия как самостоятельной категории. Поддержка идеи восстановления со стороны деятелей культуры, в частности, Ильи Глазунова, усиливает тезис о том, что речь идет не о частной инициативе, а о значимом культурном выборе.

Башня как сеттинг в анимационном сериале и фильме «Тайна Сухаревой башни» 2010–2015 гг.

В XXI веке наблюдается заметный рост интереса к утраченному архитектурному наследию, и Сухарева башня становится одним из ключевых символов этого процесса. Предпринимаются различные попытки ее воссоздания, разрабатываются мультимедийные, культурные и исторические проекты. Выходят документальные фильмы, в частности, «Истории Старой Москвы: Сухаревская башня» (2007), однако наиболее значимым и концептуально интересным оказывается обращение к образу башни в формате анимации — в виде сериала «Тайна Сухаревой башни» (2010–2014) [10] и последующего полнометражного фильма «Чародей равновесия. Тайна Сухаревой башни» (2015) [12]. Эти проекты ставят перед собой задачу познакомить с образом Сухаревой башни принципиально новую аудиторию — семейную и детскую, используя язык мифов и городских легенд.

Центральным пространственным и смысловым узлом сюжетного повествования становится сама Сухарева башня (рис. 2). Она выступает не просто как архитектурный объект, но как сакральный артефакт, аккумулирующий магическое знание и историческую память города. Саспенс формируется через постепенное раскрытие тайн, связанных с прошлым башни, ее скрытыми уровнями и функциями, а также через контраст между повседневной жизнью героев и внезапными вторжениями иррационального.



Рис. 2. Изображение Сухаревой башни в анимационном сериале «Тайна Сухаревой башни» [10]

Полнометражный фильм логически и тематически развивает идеи сериала. В нем Сухарева башня приобретает еще более выраженный символический статус, превращаясь в точку пересечения времен, где прошлое, настоящее и возможное будущее вступают в напряженное взаимодействие. Это позволяет авторам говорить о хрупкости исторической памяти и ответственности за ее сохранение.

Выбор Сухаревой башни в качестве смыслового центра повествования имеет глубокое культурно-историческое основание. Она является символом допетровской и петровской Москвы, окруженным легендами о науке, алхимии и тайном знании. В анимационных проектах башня представлена не как статичный памятник, а как «живой» элемент городской ткани, обладающий собственной идентичностью и способный влиять на ход событий. Такой подход позволяет реконструировать утраченное здание не в документальном, а в мифопоэтическом ключе, делая его эмоционально значимым для зрителя.

С точки зрения культурной функции, сериал и фильм выступают медиаторами между современным зрителем и утраченной архитектурой. Использование анимации оказывается принципиально важным: именно анимационный образ позволяет «вернуть» утраченную башню в пространство города, сделать ее вновь видимой и, следовательно, предметом обсуждения.

Визуализация башни в научно-популярном фильме «Сухарева башня. Точка отсчета»

Дальнейшее развитие истории существования Сухаревой башни в общественно-культурном пространстве получает в документальном фильме «Сухарева башня. Точка отсчета» [8]. Картина представляет собой авторское исследование, в котором нарратив фильма соединяет элемен-

ты исторической реконструкции и публицистического высказывания. Через обращение к архивным документам, свидетельствам современников и интерпретации культурных мифов, связанных с фигурой Якова Брюса, Сухарева башня предстает как своеобразная «точка отсчета» — метафора перехода от средневекового уклада к новому типу рационального, измеряемого времени и пространства. Снос башни в 1930-е годы интерпретируется не только как результат утилитарных градостроительных решений, но и как симптом более глубокого идеологического конфликта с наследием предыдущих эпох. Тем самым фильм формирует дискуссионное поле, в рамках которого разрушение памятника осмысливается как акт разрыва с исторической преемственностью.



Рис. 3. Кадр визуализации из документальный фильма «Сухарева башня. Точка отсчета» [8]

Особую роль в фильме играет визуальный язык, посредством которого воссоздается образ Москвы XIX века и присутствие Сухаревой башни в городской ткани. В сценах, основанных на архивных фотографиях и гравюрах, используется прием параллакса при работе с двумерными изображениями, а сцены с трехмерной визуализацией воссозданы методом 3D моделирования (рис. 3). За счет цифрового разделения плоскостей на передний, средний и задний планы и их независимого движения создается иллюзия глубины и кинематографического пространства. Эти методы позволяют «оживить» статические источники и приблизить зрителя к историческому визуальному опыту, одновременно подчеркивая документальную природу материала и вводя его в современный аудиовизуальный контекст.

Выставка «Миф о Сухаревой башне» и переплетение нитей

В 2021 году прошла выставка «Миф о Сухаревой башне. К 165-летию со дня рождения Владимира Гиляровского», подготовленная Центром Гиляровского. Проект был приурочен к юбилею Владимира Алексеевича Гиляровского — писателя, журналиста и бытописателя Москвы, чье творчество стало одним из ключевых источников знания о городской повседневности конца XIX — начала XX века. В его очерках и репортажах, прежде всего в

книге «Москва и москвичи», пространство Сухаревой башни и Сухаревского рынка занимало особое место как средоточие городской жизни, фольклора и социальных контрастов, что сделало фигуру Гиляровского принципиально важной для осмысления культурной судьбы этого памятника.

Тема Сухаревой башни имела для музея не только исследовательское, но и институциональное значение. Предшественник Музея Москвы, Московский коммунальный музей располагался непосредственно в самой Сухаревой башне в 1920–1930-е годы, вплоть до ее демонтажа, и этот факт превращал разговор о башне в размышление о собственной истории музейного знания о городе. Выставка тем самым связывала утраченный архитектурный объект с памятью организации, для которой он некогда был рабочим пространством.

Экспозиция была выстроена как исследование «мифа» в широком культурно-историческом смысле и делилась на три логические части, посвященные истории башни, ее образу в городском воображении и идеям реконструкции. Существенную роль в экспозиции играли мультимедийные решения. В переходах между залами демонстрировалась кинохроника начала XX века с видами Сухаревой башни и окружающих кварталов, позволяя зрителю увидеть живую городскую среду, исчезнувшую вместе с памятником. Этот визуальный материал усиливал эффект нематериального присутствия башни, подчеркивая разрыв между физическим отсутствием объекта и его устойчивым существованием в памяти и образах.

В контексте выставки упоминалось и о детальном макете Сухаревой башни, созданном во время ее демонтажа по заказу Академии архитектуры СССР. Хотя сам макет не входил в экспозицию и демонстрировался позднее на выставке «Рождение масштаба» в 2025 году, факт его создания становился важным свидетельством стремления зафиксировать и сохранить образ утраченного памятника средствами науки и музейной репрезентации.

AR технологии в проекте РИА Новости «Обогнавшие время»

AR-проект РИА Новости «Обогнавшие время» представляет собой инициативу, ориентированную на демонстрацию достижений отечественной архитектурной и инженерной школы через современные формы визуализации, прежде всего посредством включения прошлого в актуальное культурное и городское восприятие при помощи технологий дополненной реальности [4].

Выбор Сухаревой башни обусловлен не только ее культурно-историческим символизмом, но и функцией сложного инженерного объекта, связанного с системой водоснабжения и городской инфраструктурой [11].



Рис. 4. 3D-модель Сухаревой башни в приложении «Обогнавшие время» [4]

Создание детализированной 3D-модели Сухаревой башни в проекте «Обогнавшие время» основывалось на работе с архивными источниками, включая исторические чертежи, фотографии и текстовые описания. В публичном дискурсе проекта реконструкция позиционируется как исторически точная модель, а не как художественная интерпретация.

Технологически проект реализован в формате мобильного приложения «Обогнавшие время». За счет использования технологий дополненной реальности приложение позволяет пользователю взаимодействовать с трехмерной моделью, изменять масштаб и ракурс, а также получать пояснения через интерактивные информационные маркеры. На примере Сухаревой башни функционал приложения демонстрирует, как AR превращает цифровую реконструкцию в форму исследовательского опыта: пользователь не просто рассматривает объект, но соотносит его с современным пространством, имея возможность разместить его в реальном мире через камеру мобильного устройства (рис. 4).

В культурном смысле проект демонстрирует, как дополненная реальность позволяет преодолеть прежнюю границу между существующим и утраченным. Если ранее уничтоженный памятник архитектуры был доступен лишь в виде фотографий, описаний или музейных макетов, то AR делает возможным его «присутствие» в современном городе, пусть и в цифровой форме [1, 15]. Тем самым утраченные сооружения «оживают» как элементы актуального визуального поля, интегрируются в повседневное восприятие и вновь становятся частью городской идентичности [16].

Иммерсивный опыт присутствия Сухаревой башни в AR проекте «Узнай Москву»

Проект правительства Москвы «Узнай Москву» оформлен как городская автоматизированная информационная система (АИС) и одновременно как публичный навигационно-туристический сервис, в форме портала и мобильного приложения [7].

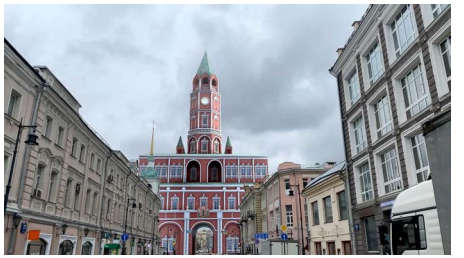


Рис. 5. Наложение Сухаревой башни на панораму города в режиме реального времени в приложении «Узнай Москву» [7]

Разработка и функционирование «Узнай Москву» основаны на межведомственной модели. Технологическим оператором системы выступает Департамент информационных технологий города Москвы, отвечающий за эксплуатацию, развитие и публичный доступ к данным. Контентное наполнение распределено между профильными департаментами: Департамент культурного наследия формирует сведения об объектах культурного наследия, Департамент культуры — о музеях, Департамент образования и науки — об образовательных маршрутах и связанных с ними материалах. Такая структура позволила соединить цифровую инфраструктуру с экспертным знанием и обеспечить устойчивое обновление контента.

Веб-портал «Узнай Москву» функционирует как публичный интерфейс этой системы и реализует принцип «города как читаемого пространства». На сайте размещаются карточки зданий, памятников и мест, тематические материалы, маршруты, аудиоэкскурсии и интерактивные задания. Мобильное приложение «Узнай Москву» развивает эти принципы непосредственно в городской среде.

В приложении «Узнай Москву» 3D-модель Сухаревой башни, созданная с геометрической сложностью порядка 1,5 миллионов полигонов и 863,5 тысяч вершин и интегрированная в пешеходные маршруты и аудиогиды, может быть просмотрена в AR-режиме путем наложения на изображение с камеры смартфона в реальном времени (рис. 5). Пользователь получает возможность видеть башню с разных точек обзора. Это формирует качественно новый уровень иммерсивности и принципиально новый формат существования утраченного памятника архитектуры: здание не восстанавливается материально, но «возвращается» в городской опыт как визуально и пространственно воспринимаемый объект [13, 14].

Заключение

На примере проектов об актуализации образа Сухаревой башни можно отметить поэтапную эволюцию технологий восстановления утраченных архитектурных объектов и изменение их роли в формировании городской идентичности.

На ранних этапах (2-я половина XX века) преобладали художественно-репрезентативные методы — живопись на стекле, макетирование, кинематографические реконструкции, ориентированные на визуальное воспроизведение и символическое присутствие архитектуры в экранном пространстве. Эти формы обеспечивали сохранение образа, но предполагали пассивное зрительское восприятие.

Далее происходит переход к публицистическим и музейным форматам, где утраченная архитектура осмысляется как проблема городской памяти и идентичности, а дизайн информационной среды начинает работать с нарративом, архивами и смысловыми связями. Архитектурный объект в этом контексте функционирует как информационный элемент городской среды.

Развитие цифровых технологий в 2000–2010-е годы приводит к формированию мультимедийных и нарративных форм репрезентации, в которых утраченные памятники интегрируются в анимацию, видеоинсталляции и музейные экспозиции. Эти практики закладывают основы представления архитектурного наследия в виде цифровых, интерактивных и иммерсивных форм, где важно не только увидеть объект, но и погрузиться в его историю.

Современный этап характеризуется использованием трехмерного моделирования и технологий дополненной реальности, позволяющих вернуть утраченные архитектурные доминанты в пространство повседневного городского опыта. AR-реконструкции трансформируют архитектурный объект в интерактивный медиальный элемент, с которым пользователь взаимодействует в реальном пространстве через цифровой интерфейс. В этом случае дизайн выступает не как оформление образа, а как проектирование сценариев восприятия, навигации и пространственного опыта.

Таким образом, на примере проектов о Сухаревой башни можно заключить, что ключевой тенденцией является переход от статичной визуальной репрезентации к иммерсивному дизайну информационной среды, в которой цифровые технологии обеспечивают новое «присутствие» утраченной архитектуры.

Список литературы:

1. *Бородкин Л.И., Мироненко М.С., Чертополохов В.А., Белоусова М.Д., Хлопиков В.В.* Технологии виртуальной и дополненной реальности (VR/AR) в задачах реконструкции исторической городской застройки (на примере московского Страстного монастыря) // Историческая информатика. — 2018. — Том 3. — С. 76–88.

2. Война и мир (1965): художественный фильм / режиссер С.Ф. Бондарчук. — URL: https://www.kinopoisk.ru/series/38898/ (дата обращения: 10.02.2026).

3. *Комеч А.И., Броновицкая А.Ю., Броновицкая Н.Н.* Архитектура Москвы 1910–1935. — Москва: Искусство-XXI век, 2012.

4. Почему исчезла Сухарева башня и каким был первый проект здания МГУ // Сетевое издание РИА Новости. — URL: https://ria.ru/20241121/neboskreb-1983291818.html (дата обращения: 10.02.2026).

5. *Снегирев И.М.* Сухарева башня в Москве: с видом башни и портретом графа Якова Брюса // Русские достопамятности: [в 15 вып.] / редактор А. Мартынов. — Москва: Типография Бахметева, 1862. — 18 с.

6. Сухарева башня (1986): Сюжет выпуска передачи «Клуб путешественников». — URL: https://rutube.ru/video/c6ac5675cfd9606bb74fb0dcd445fb27/ (дата обращения: 10.02.2026).

7. Сухарева башня в AR // Интерактивный городской гид Узнай Москву. — URL: https://um.mos.ru/houses/suhareva-bashnya/ (дата обращения: 10.02.2026).

8. Сухарева башня. Точка отсчета (2015): документальный фильм / режиссер В. Арясов. — URL: https://rutube.ru/video/df65ec8ef9f90f8134bd03e111d9cb68/ (дата обращения: 10.02.2026).

9. *Сытин П.В.* Сухарева башня (1692–1926). Народные легенды о башне, ее история, реставрация и современное состояние / П.В. Сытин. — Москва: Отечество, 1992. — 48 с.

10. Тайна Сухаревой башни (2010): мультипликационный сериал / режиссер С.Н. Серегин. — URL: https://www.kinopoisk.ru/series/807418/ (дата обращения: 10.02.2026).

11. *Фальковский Н.И.* История водоснабжения в России. — Москва; Ленинград: Издательство министерства коммунального хозяйства РСФСР, 1947. — 307 с.

12. Чародей равновесия. Тайна Сухаревой башни (2015): мультипликационный фильм / режиссер С.Н. Серегин. — URL: https://www.kinopoisk.ru/film/744258/ (дата обращения: 10.02.2026).

13. *Alp N.C., Yazici Y.E., Oner D.* Augmented reality experience in an architectural design studio // Multimedia Tools and Applications. — 2023. — V. 82. — P. 45639–45657.

14. *Russo M*. AR in the Architecture Domain: State of the Art // Appl. Sci. — 2021. — V. 11, I. 15. — P. 6800.

15. *Webb N., Brown A*. Digital re-analysis of lost architecture and the particular case of Lutyens, Liverpool Metropolitan Cathedral // Frontiers of Architectural Research. — 2016. — V. 5, I. 2. — P. 265–275.

16. *Yue Ma, Qin Tong, Xiao He, Bing Su*. Exploring virtual restoration of architectural heritage through a systematic review // npj Heritage Science — 2025. — V. 13. — P. 167.

Е.А. ЗАЕВА-БУРДОНСКАЯ

Кандидат искусствоведения, профессор, и. о. зав. кафедрой средового дизайна РГХПУ им. С.Г. Строганова
e-mail: lenartt@gmail.com

Т.В. ЛИТВИНА

Кандидат искусствоведения, профессор кафедры средового дизайна РГХПУ им. С.Г. Строганова
e-mail: tlitvina-prof@yandex.ru

E.A. ZAEVA-BURDONSKAYA

PhD in Art History, professor, Head of Environmental Design Department of the Russian State Stroganov University of Design and Applied Arts University of Design and Applied Arts
e-mail: lenartt@gmail.com

T.V. LITVINA

PhD in Art History, professor of the Russian State Stroganov University of Design and Applied Arts
e-mail: tlitvina-prof@yandex.ru

DOI: 10.37485/1997-4663_2026_1_2_27_40

ТЕОРИЯ ВИЗУАЛЬНОГО ВОСПРИЯТИЯ РУДОЛЬФА АРНХЕЙМА КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ИНТЕРАКТИВНЫХ МЕДИА

RUDOLF ARNHEIM'S THEORY OF VISUAL PERCEPTION AS A TOOL FOR PROJECT ACTIVITIES IN INTERACTIVE MEDIA

В статье анализируется потенциал теории визуального восприятия Рудольфа Арнхейма в контексте проектных задач в сфере цифрового дизайна. В качестве примеров репрезентации и проектной реализации теоретических постулатов исследователя выбраны медиа инсталляции как наиболее емкий интерактивный формат артефактов, позволяющий многогранно реализовать многочисленные прикладные варианты научной мысли.

This article analyzes the potential of Rudolf Arnheim's theory of visual perception in the context of digital design projects. Media installations are chosen as examples of the representation and design implementation of the researcher's theoretical postulates, as the most comprehensive interactive artifact format, allowing for the multifaceted implementation of numerous applied scientific approaches.

Ключевые слова: теории визуального восприятия, медиа дизайн, проект, проектная деятельность, медиа инсталляции, интерактивность, проектная культура цифрового искусства и дизайна.
Keywords: theories of visual perception, media design, project, project activity, media installations, interactivity, project culture of digital art and design.

Потенциальные возможности будущего развития цифровых арт-проектов на основе теорий Арнхейма оказывают значительное влияние на современное цифровое искусство благодаря своим фундаментальным принципам восприятия визуальных образов и понимания эстетики формы.

Вспомним основные идеи Арнхейма, который изучал процессы восприятия и зрительского опыты человека, и рассмотрим их воплощение в современной цифровой среде.

Наблюдается устойчивый тренд обращения представителей современного цифрового искусства к эстетическим воззрениям и психологическим изысканиям Арнхейма, исследователя когнитивных процессов человеческого сознания, изучавшего принципы восприятия визуальных стимулов и природу изобразительной деятельности. Эффективное использование принципов восприятия, формы, цвета, света и пространства позволяет создавать необычные арт-инсталляции, использовать оригинальные проектные решения, способные привлечь широкую публику и оставить яркое впечатление. «Строго говоря, любой вид предмета, воспринимаемый зрительно, создается цветом и светом. Границы, которые создают очертания предмета, определяются способностью глаза отличать различные световые и цветовые пространства» (глава «Цвет») [1, с. 313]. Применяя современные цифровые инструменты в своих проектных решениях, художники и медиа-дизайнеры демонстрируют разнообразные подходы в переосмыслении классических теорий Арнхейма. Его труды продолжают вдохновлять художников XXI века, особенно тех, кто работает в области цифрового искусства и медиа-арта.

Арнхейм уделял большое внимание активной роли зрителя в процессе восприятия, подчеркивая, что зритель не просто воспринимает, а формирует свое понимание, взаимодействуя с формой и смыслами произведения искусства. По его мнению, восприятие искусства углубляется и становится более значительным, когда от зрителя требуется приложить интеллектуальное усилие, чтобы постигнуть смысла произведения. Активизация когнитивных процессов позволяет человеку не просто пассивно воспринимать искусство, а вступать с ним в активный диалог, формируя собственное понимание и отношение к содержанию. “Выразительность— это венец всех перцептивных категорий, каждая из которых содействует возникновению выразительности путем зрительно воспринимаемого напряжения» (глава «Выразительность») [1, с. 385].

По Арнхейму, наиболее глубокий зрительский художественный опыт происходит при самостоятельно обработанном и осмысленном восприятии произведения искусства, а не при полученных готовых интерпретациях, что особенно ярко проявляется в произведениях современного цифрового искусства, построенных на взаимодействии зрителя с цифровым контентом.

Современные цифровые технологии позволяют создавать интерактивные среды, где зрители становятся активными участниками создания смысла, например, через изменение формы или цвета элементов, в зависимости от поведения пользователя. «Движение подразумевает изменение в условиях окружающей нас среды, а изменение, по всей вероятности, требует соответствующей реакции». «Мы не видим события в чистом виде, то есть чистое движение, а видим скорее вещи, которые подвергаются каким-либо изменениям» (глава «Движение») [1, с. 344].

Сегодня многие художники иногда, сами того не подозревая, активно используют концепции и подходы, предложенные известным психологом и теоретиком искусства Арнхеймом, который изучал процессы восприятия и зрительного опыта человека.

Принцип перцептивной образности у Арнхейма представляет собой важный аспект теории восприятия искусства, особенно когда речь идет о взаимодействии зрителя с произведением. Говоря о цифровых проектах, такой подход дает возможность объяснить специфику поверхностного потребления информации, ведь многие современные пользователи склонны быстро пролистывать контент, не задумываясь глубоко о его смысле.

Арнхейм акцентировал внимание на возможностях активного зрительского участия в процессе восприятия, подчеркивая, что зритель в процессе общения с картиной как бы конструирует себя через восприятие формы и содержания работы. Сегодня место произведений живописи заняли цифровые интерактивные пространства, в которых зрители становятся участниками и создателями смыслов, непосредственно взаимодействуя с формой, цветом, звуком и т. п.

Перпецевтивная образность, о которой говорит Арнхейм, — важнейший аспект в его теории восприятия искусства, особенно в моменте активного взаимодействия человека и произведения. С учетом этого более активное вовлечение в процесс восприятия зрителя происходит тогда, когда произведение требует от него углубленной умственной работы и побуждает к интерпретации, что в свою очередь способствует более глубинному пониманию произведения. «…выразительность объекта не является внутренне присущим качеством самой зрительно воспринимаемой модели. То, что мы видим, является лишь неким ключом к знанию и чувствам, которые мы можем вызвать в памяти и спроецировать на объект (глава «Выразительность») [1, с. 375].

Интерактивные медиа идеально подходят для реализации подобного подхода, поскольку позволяют зрителю непосредственно взаимодействовать с материалом, влияя на развитие сюжета или визуального ряда. Арнхейм утверждал, что восприятие искусства становится глубже и значительнее тогда, когда зритель вынужден прилагать интеллектуальное усилие для понимания смысла произведения.

Можно сказать, что перцептивные образы, формирующиеся в процессе визуального восприятия, о которых писал Арнхейм, являются основным элементом современного цифрового искусства, обеспечивающим его эффективность, глубину воздействия и культурную ценность, а интерактивные медиа реализуют их, превращая зрителя из стороннего наблюдателя в активного участника творческого процесса. Именно это превращение делает современные цифровые формы искусства мощнейшим средством развития критического мышления, воображения и эмоциональной отзывчивости аудитории.

Принцип перцептивной образности заставляет зрителя остановиться, задуматься, попытаться разобраться в структуре и идее произведения, что значительно повышает вовлеченность и запоминаемость опыта. Кроме того, цифровая среда сама по себе создает новые

возможности для реализации этого принципа. Интерактивные элементы, алгоритмы, реагирующие на поведение пользователя, использование дополненной реальности и т. п., позволяют художникам буквально встраивать процесс осмысления в структуру самого произведения.



Рис. 1. Группа Random International. Инсталляция «Комната дождя». 2018

Важно отметить, что принцип перцептивной образности не только обогащает индивидуальный опыт, но и поддерживает творческое начало самого зрителя. Чем больше усилий требует работа, тем сильнее ощущение сопричастности и удовлетворения от ее освоения.

Принцип перцептивной образности, сформулированный Арнхеймом, играет ключевую роль в современном цифровом искусстве благодаря нескольким важным аспектам его теории восприятия искусства: именно поэтому художники все чаще обращаются к этому принципу, стремясь создать нечто большее, чем просто зрелище, — они хотят заставить зрителя думать, чувствовать и действовать. Идеи перцептивной образности играют ключевую роль в современном цифровом искусстве благодаря нескольким важным аспектам теории восприятия Арнхейма.

Концепция активного восприятия

Восприятие не пассивно — таков один из важных постулатов Арнхейма. Опираясь на собственный опыт и эмоциональное общение с произведением, зритель активно интерпретирует увиденное. Часто современные цифровые медиа воспринимаются слишком поверхностно и мимолетно, и именно принцип перцевтивной образности возвращает зрителя на позицию осмысления произведения. Как пример — цифровая инсталляция «Rain Room» (Дождевая комната), созданная художниками из арт-группы Random International и показанная на интерактивной выставке в Нью-Йорке, где зрители, проходя через комнату с льющимся, но останавливающимся над ними «цифровым» дождем, становятся активными участниками произведения, фиксирующими личный опыт общения с инсталляцией (рис. 1) [3].

Стимуляция активного восприятия формы и пространства

Создавая ситуации, где зритель должен самостоятельно достраивать смыслы, находить и интерпретировать взаимосвязи произведения, интерактивные медиа превращают зрителей уже в активных участников творческих процессов, синтезирующих и анализирующих воспринятые информацию и элементы инсталляции.

По Арнхейму, для усиления восприятия важна правильная организация всех элементов произведения в пространстве с учетом взаимосвязи между фигурами и фоном, и именно в цифровом искусстве интерактивные возможности позволяют, в зависимости от поведения зрителя, изменять отношения фигуры и фона.



Рис. 2. Studio Drift. Yatzer Light. 2015

Как пример можно рассмотреть световые инсталляции, меняющие свою форму от движения прохожих, голландской студии Studio Drift. Динамика пространства приводит к усилению внимания и увеличению зрительской аудитории (рис. 2) [4].

Выстраивание эмоциональной реакции

Интерактивные медиа дают возможность зрителю управлять сюжетом, визуальными и звуковыми процессами, то есть зритель становится непосредственным творческим участником, что делает его не пассивным наблюдателем, а активным соавтором.

Интерактивные взаимодействия, возможные в современном цифровом мире, такие как сенсорные интерфейсы и игровые механики, дополненная и виртуальная реальности, дают возможность зрителю непосредственно влиять на процесс и изменять произведение, формируя в итоге уникальный личный опыт. Вступая в диалог с произведением, зритель как бы входит в пространство его художественной идеи.

Многослойность и доступность восприятия

Возможности интерактивных медиа, предлагающих разные варианты сюжетного развития событий, дают простор для личных интерпретаций и эмоциональных откликов, что, как подчеркивал Арнхейм, важно при прочтении художественных произведений.

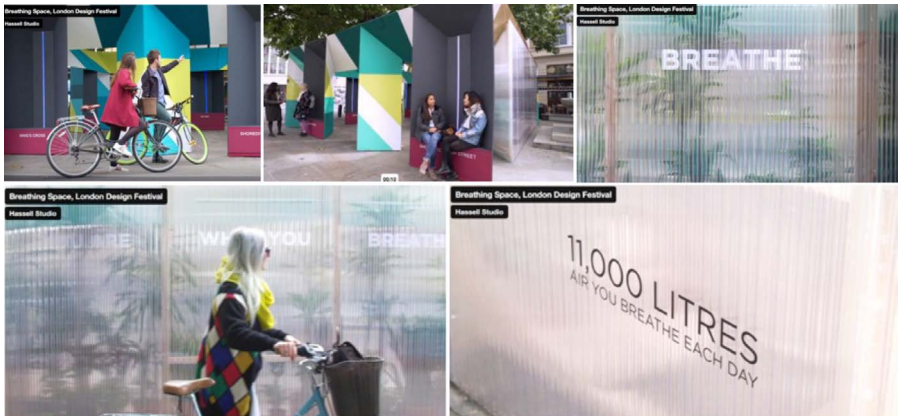


Рис. 3. Nils Norman. Breathing Space, дыхательная структура, фестиваль London Design Festival в 2017 г.

Необходимость выбирать среди множества возможностей требует от зрителя постоянного принятия решений и оценки последствий каждого шага, что значительно увеличивает степень вовлеченности и глубины восприятия. Современный мир характеризуется избытком информации и быстрой сменой впечатлений. Принцип перцептивной образности выступает противовесом этому потоку, заставляя зрителя замедляться, концентрироваться и углубленно исследовать предлагаемый материал. Тем самым современное цифровое искусство приобретает особую значимость, помогая людям сохранять внимательность и осознанность в условиях информационной перегрузки.

Двухсторонняя коммуникация

Интерактивные медиа обеспечивают постоянный обмен информацией между произведением и зрителем. Обратная связь, возникающая в результате взаимодействия, создает ощущение живого диалога, в котором каждое действие зрителя получает отклик. Активное общение с произведением, стимулирующее внимание и осознание собственного присутствия у зрителя, Арнхейм считал важнейшим условием полного эстетического переживания и взаимодействия с художником. Зритель, участвуя в интерактивных изменениях произведения, глубже понимает связь своих действий и реакцией на них окружающей среды. В качестве примера можно привести Breathing Space шведского дизайнера Nils



Рис. 4. Яёи Кусама. «Бесконечная зеркальная комната». 1965

Norman, который создал медиа-инсталляцию, реагирующую на дыхание посетителей, которая была создана в рамках фестиваля London Design Festival в 2017 году (рис. 3) [5]. Становясь участниками процесса, посетители начинают осознавать свою физическую природу и зависимость своего существования от дыхания, обретают новый опыт понимания собственной природы и мира вокруг.

Таким образом, опираясь на теоретические постулаты Арнхейма, использование интерактивных элементов в цифровом искусстве существенно усиливает восприятие и позволяет зрителю перейти от пассивного созерцания к активному творческому взаимодействию, раскрывая глубину художественного замысла и порождая глубокие личные переживания. Благодаря этому, современные цифровые инсталляции становятся инструментом культурного обогащения и расширения границ человеческого восприятия. Приведенные примеры арт-инсталляций показывают, как теоретические выводы Арнхейма проникают в творческое мышление современных художников и помогают созданию необычных художественных образов, влияющих на восприятие окружающего мира.

Форма, как основной элемент искусства, по Арнхейму, зрителем считывается интуитивно. Арнхейм акцентировал внимание на формальной структуре произведения, включающей ритм, симметрию, композиционное равновесие и пропорции, что столь же важно и при создании любых цифровых произведений. Пример виртуальных инсталляций с использованием трехмерных моделей и динамических паттернов — проект Infinity Mirrors японской художницы Яёй Кусамы — представляет собой бесконечное пространство зеркал и огней, создающее иллюзию бесконечности и гармонии форм (рис. 4) [6].

В мобильных приложениях интерфейсы часто строятся на принципах симметрии, что дает удобство для пользователя, а в других

цифровых работах художники ставят эксперименты с балансом элементов на экране, намеренно нарушая порядок и добиваясь интригующего впечатления.

Говоря в своих работах о значении динамики и покоя, Арнхейм подчеркивал, что динамично развивающиеся композиции активней привлекают зрителя, нежели статичные формы, движение играет акцентную роль в восприятии современных инсталляций.



Рис. 5. Цифровая инсталляция Digital Rainforest TeamLab. 2019



Рис. 6. Джошуа Дэвис. «Сила Цветов». 2017

Использование различных анимационных приемов, включенных в интерактивные цифровые инсталляции, позволяет насытить произведение динамикой и возможностью изменения форм и состояний объектов. Пример: цифровая инсталляция Digital Rainforest («Светящийся лес» японского коллектива TeamLab, созданная в рамках выставки A Forest Where Gods Live), которая основана на движущихся изображениях деревьев, цветов и животных, реагирующих на присутствие зрителей. Эта работа демонстрирует концепцию влияния динамики и реакции на внешние стимулы, формирующие живость и активность цифровой среды (рис. 5) [7].

Говоря о цвете и свете Арнхейм, отдавал им ключевую роль в формировании восприятия произведений искусства. Цвет влияет на настроение и эмоции зрителей, а свет создает атмосферу и акцентирует внимание на определенных элементах. Контрасты яркости и теней формируют восприятие объема и выделяют важные части сцены. В цифровом искусстве используется игра света и тени для привлечения внимания и формирования выразительности и заставляя участников чувствовать себя частью художественного процесса.

В качестве примера тут можно привести Джошуа Дэвиса, он один из первых внедрил программное обеспечение с открытым исходным кодом для создания масштабных генеративных контурных полотен, цветовое решение которых было доверено зрителям (рис. 6) [8].



Рис. 7. Даниэль Розен. «Зеркало теней». 2021

Интересны его эксперименты с применением органических элементов и моделей, которые прорисованы вручную, а затем размножены и преобразованы в неповторимые композиции с помощью компьютера. Дэвис работает в сфере, где картина не бывает одной и той же от момента к моменту. Можно сказать, он реализует арнхеймовское положение о способности человеческого сознания воспринимать даже самые абстрактные закономерности природных явлений и переводить случайные события в упорядоченную систему гармоничных композиций.

Примером, подтверждающим другой важный принцип, выдвинутый Арнхеймом — взаимодействие фигуры и фона для активизации восприятия и формирования образов — являются работы Дэниела Розена (Daniel Rozin). Даниэль Розен — американский художник, создающий интерактивные инсталляции и скульптуры, реагирующие на присутствие зрителя. Его инсталляции состоят из множества вращающихся металлических дисков, образующих зеркальную поверхность, расположенных таким образом, чтобы отражать окружающую среду и реагировать на присутствие зрителя, например, когда зритель приближается, диски поворачиваются, воссоздавая его лицо и фигуру (рис. 7) [9].

Инсталляции Дэниела Розена базируются на двойственности восприятия фигуры и фона. Он создает эффект постоянного изменения перспективы и формирует принципиально новый образ окружающего мира, включающий зрителей непосредственно в художественный акт при помощи многочисленных зеркальных фрагментов, встроенных в подвижные конструкции. Концепция активизации перцептивного механизма напоминает идею Арнхейма о фундаментальном характере соотношения воспринимаемых объектов и фона, где субъект становится активным участником созидательного процесса. Диски отражают разное количество света, в зависимости от наклона, и изображение для зрителя формируется при помощи теней и бликов.



Рис. 8. Олафур Элиассон. Проект «Проект Погоды». 2003

Примером, использующим принцип пространственно-визуального восприятия света, может послужить проект The Weather Project 2003 года датского художника Олафура Элиассона (Olafur Eliasson), реализован в галерее Тейт Модерн в Лондоне. Художник создал огромное искусственное солнце, свет которого пробивается сквозь туман. Величественный светящийся диск в туманном пространстве приглашает зрителей ощутить себя в особой среде. Погруженные в свет и оптические иллюзии, они переживают некий эмоциональный отклик на пространственное восприятие света. Инсталляция подчеркивает значение визуальной среды и ее влияние на психику человека, демонстрируя мощь влияния пространства и света на наше восприятие. Проект Элиассона является примером влияния освещения на эмоциональное впечатление зрителя, погруженного в созданное пространство. Проект можно соотнести с основной теорией Арнхейма о важности восприятия пространства и света для возникновения глубокой эмоционально-психологический реакции (рис. 8) [10].

Принцип взаимодействия звука и пространственного опыта демонстрируют инсталляции Рафаэля Лосано-Хеммера, мексикано-канадского художника, создающего интерактивные инсталляции, использующие звук как основное средство выразительности. Его работы включают проекты, связанные с преобразованием звука в свет. Например, исследование восприятия тысяч одновременных звуков — проект Voice Array — вокальная импровизация, использует мигающие светодиоды и индивидуальную систему внутренней связи для воспроизведения и записи звука, слышит сотни голосов и переводит каждый из них в серию световых вспышек.

Звуковые объекты Рафаэля Лосано-Хеммера представляют собой многослойную интеракционную композицию, основанную на синтезе звукового и визуального опыта. Здесь исследуется феномен мультисенсорного восприятия, объединяющий визуальное и аудио впечатления в



Рис. 9. Рафаэль Лоусано-Хеммера. Проект «Голос Array» — вокальная импровизация. 2011

едином опыте, как полифонию ощущений и расширение пространственного восприятия (рис. 9) [11].

Идея Арнхейма о влиянии организации изображения на наши представления о мире, подчеркивает тесную связь между восприятием и смыслообразованием (реальность и рефлексия). Данная тема может быть проиллюстрирована работами Джеймса Бридли. В 2011 году Бридл придумал термин «Новая эстетика» для описания визуального и культурного движения, связанного с расширением присутствия цифровых технологий в повседневной жизни, для обозначения возрастающей видимости визуального языка цифровых технологий и Интернета в физическом мире и спутывания в восприятии зрителей виртуального и физического миров.

В своих инсталляциях он воссоздает визуальные образы реального окружения, добавляя элементы сюрреалистичности и деформации. Этот подход открывает диалог о соотношении истинности изображаемого и объективной реальности, отвечая базовому принципу Арнхейма о трансформации внешнего мира в художественном образе и создании новых смыслов посредством манипуляции с визуальными формами (рис. 10) [12; 13].

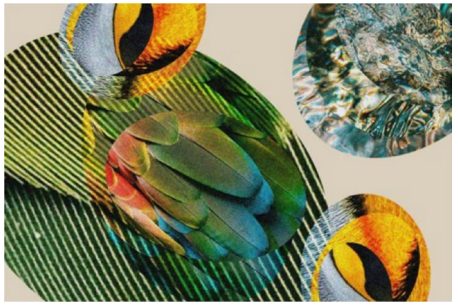


Рис. 10. Джеймс Бридл. «Разум, Поющий Повсюду Вокруг Нас». 2011

Таким образом, примеры работ перечисленных авторов демонстрируют универсальность идей Арнхейма, которые находят применение в современном цифровом искусстве, позволяя анализировать как творческую практику, так и процессы восприятия произведений.

Интерактивные медиа как инструмент проектной деятельности способствуют развитию критического мышления, творческой инициативы, стимулируют процессы познания, что полностью согласуется с философией Арнхейма относительно важности активного восприятия искусства.

Заложенные Арнхеймом теоретические основы, сохраняют свое значение и для современного цифрового искусства. Знание этих основ обеспечивает базу для создания выразительных, глубоких и значимых работ, обогащающих культурное наследие человечества новыми формами выражения.

Благодаря изучению и применению через интерактивные медиа феноменов теории восприятия Арнхейма, современные дизайнеры и художники могут создавать выразительные и концептуально насыщенные проекты, привлекающие широкую аудиторию.

Осмысление теорий Арнхейма через призму проектной деятельности дает возможность современным медиа дизайнерам и медиа-художникам создавать визуально привлекательные и эмоционально насыщенные проекты, расширяющие границы традиционного искусства, открывающие новые грани взаимодействия зрителя с искусством.

Список литературы:

1. *Арнхейм Р.* Искусство и визуальное восприятие / перевод с английского В.Л. Самохина; общая редакция В.П. Шестакова. — Москва: Прогресс, 1974. — 392 с.

2. Цифровое искусство: история, теория, практика: Учебное пособие / А.Н. Лаврентьев, Е.В. Жердев, В.В. Кулешов, Л.Г. Мясникова, А.В. Сазиков, В.Е. Бирюков, Л.Г. Покровская, О.Ю. Левина; под редакцией А.Н. Лаврентьева. — Москва: МГХПА им. С.Г. Строганова, 2016. — 280 с.: ил.

3. URL: https://vimeo.com/65659987?ysclid=mlcjw4e3s708405689 (дата обращения: 07.02.2026).

4. URL: https://vimeo.com/142227088?ysclid=mlcjuspgo762667643 (дата обращения: 07.02.2026).

5. URL: https://vimeo.com/376280568?ysclid=mlgo83o9pc291122891&turnstile (дата обращения: 07.02.2026).

6. URL: https://vimeo.com/227822947?ysclid=mlcjoh31k670239176 (дата обращения: 07.02.2026).

7. URL: hhttps://www.interior.ru/art/6861-svetyashchijsya-les-teamlab.html (дата обращения: 07.02.2026).

8. URL: https://vimeo.com/12671888?ysclid=mlcjbom8c255217217 (дата обращения: 07.02.2026).

9. URL: https:// www.thisiscolossal.com/2022/03/daniel-rozin-shades/ (дата обращения: 07.02.2026).

10. URL: https://hsedesign.ru/project/pereosmyslenie-otrazheniya-v-zerkalakh-da-2749f1cf30ba4e149cd9bb638b2d24af (дата обращения: 07.02.2026).

11. URL: https://vimeo.com/34565650?ysclid=mlck95sbzk742388200 (дата обращения: 07.02.2026).

12. URL: https://vimeo.com/366414955?ysclid=mlcjfyzig953052571 (дата обращения: 07.02.2026).

13. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Новая_эстетика_(эстетика)?ysclid=mlgpd7eg56737730261 (дата обращения: 07.02.2026).

В.В. ЛАПТЕВ

Доктор искусствоведения, профессор кафедры дизайна рекламы Санкт-Петербургского государственного университета промышленных технологий и дизайна
e-mail: laptevsee@yandex.ru

V.V. LAPTEV

Doctor of Arts, department of advertising design of the Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design
e-mail: laptevsee@yandex.ru

DOI: 10.37485/1997-4663_2026_1_2_41_51

“FRONT”: «СССР НА СТРОЙКЕ» НА ЯПОНСКИЙ МАНЕР

“FRONT”: “USSR IN CONSTRUCTION” IN THE JAPANESE MANNER

В настоящей статье рассматриваются особенности дизайна японского иллюстрированного журнала “FRONT”. В этом агитационном издании военного периода выявлены общие признаки и художественные приемы формирования информационного потока посредством фотографики. Особое внимание сфокусировано на вопросах схожести дизайна макета, применения авангардной фотографии и фотомонтажа с советским иллюстрированным журналом «СССР на стройке». Определено влияние творческих концепций советских художников-конструктивистов на стилистику этого японского издания.

This article discusses the design features of the Japanese illustrated magazine “FRONT”. This wartime propaganda publication reveals common features and artistic techniques for shaping the information flow through photography. Special attention is focused on the similarity of the design of the layout, the use of avant-garde photography and photomontage with the Soviet illustrated magazine “USSR in Construction”. the influence of the creative concepts of Soviet constructivist artists on the style of this Japanese publication is determined.

Ключевые слова: иллюстрированный журнал, фотомонтаж, фотография авангарда, военная пропаганда, “FRONT”, «СССР на стройке».
Keywords: illustrated magazine, photomontage, avant-garde photography, war propaganda, “FRONT”, “USSR in Construction”.

Начало Второй мировой войны стало рубежом для европейских иллюстрированных журналов. Для французских изданий конечной точкой стал крах фронта и капитуляция страны. В Советском Союзе с началом Великой Отечественной перестали издаваться «СССР на стройке» и «Иллюстрированная газета». Изменения в редакционной политике иллюстрированной прессы коснулись воюющей нацистской Германии. Не стали исключением японские издания военного времени, раньше других стран, взявших на вооружение военную пропаганду. В этой области основной тенденцией к тому времени стала фотожурналистика, служившая военным усилиям Японии и ее империалистическим амбициям. Эта тема отечественными исследователями практически не поднималась. А если и такие исследования проводились, то они касались фотожурналистики [1] или военной пропаганды [2].

Действительно, инструментами имиджевой пропаганды служили еженедельные фотожурналы Японии, которые доминировали в печатных изданиях военного времени, в частности «Фотографический еженедельник» и “Asahi Graph” [3, с. 477]. Но, если эти издания рассматривали военные действия в контексте жизни страны и имели внутреннюю аудиторию, то существовал журнал, ориентирующийся на зарубежного читателя и рассказывающий о войне средствами фотографики. Это “FRONT”.

Ранее автором затрагивались вопросы дизайна в японских журналах агитационной направленности и выявления их связи с европейским модернизмом [4]. В данном исследовании необходимо установить влияние советской агитационной публицистики, в частности, журнала «СССР на стройке», на фотографику, художественные приемы и проектные решения японского издания военного времени “FRONT”. Конечно, идеологическим фундаментом для этого журнала служили не сами сражения на земле, на море и в воздухе, не героические подвиги и самоотверженность, и не технические новинки в военной области. Локомотивом пропаганды была идея о паназиатской «сфере сопроцветания» с лозунгом борьбы с европейским колониализмом, главным образом, британским и французским.

При этом в ядро этого блока стран, кроме Японии, входили марионеточные Маньчжоу-Го и Северный Китай. В периферийной зоне — Филиппины, Индокитай, Индонезия, Малайя, Бирма и другие страны Южных морей. «Новый порядок в Восточной Азии», «великая историческая миссия» японцев, призванных освободить угнетенных от господства белых — эти идеи культивировались в информационном пространстве Японии еще в 1930-е годы. Японцы «прилагают все усилия для установления Нового порядка в Восточной Азии, что является поистине грандиозным начинанием» — эти утверждения опубликованы 14 сентября 1939 года в журнале «Фотографический еженедельник» [5, с. 20]. И когда на международной конференции, проходившей в Токио 5–6 ноября 1943 года, Япония институционально формирует концепцию Великой Восточной Азии, идеологический фон для этого уже был сформирован.

Иллюстрированный журнал “NIPPON” делал упор на культурные аспекты так называемого единения азиатских народов, рассматривая аутентичность в повседневной деятельности при ведущей роли японской культуры. Он средствами авангардного графического дизайна, ориентировавшегося на западноевропейский функционализм [6], создавал воображаемую сферу совместного социокультурного процветания в регионе. Его пропагандистский вектор был направлен на союзников по Антикоминтерновскому пакту и на сочувствующих этой идеологии в других, главным образом, в европейских странах и Соединенных Штатах. Отсюда и набор языков, на которых печатался “NIPPON”, — английский, немецкий, французский, испанский, итальянский, португальский.

Назначением иллюстрированного журнала “FRONT” была публикация визуального материала, который должен был демонстрировать военную мощь и современность японского государства, поддерживать японские войны и экспансию в Тихоокеанском регионе и в Юго-Восточной Азии. Неслучайно время выхода первого номера приходится на разгар морских сражений с американцами. Весь мир должен был увидеть несокрушимость имперской армии и флота.

Изданию этого пропагандистского иллюстрированного журнала способствовал известный японский фотограф и продюсер Содзо Окада. Изначально он мечтал стать художником, что привело его в Германию. В конце 1920-х годов Окада, начавший профессионально заниматься кинематографом, посетил СССР для знакомства с советскими достижениями. Он лично встречался с Сергеем Эйзенштейном, известным своим увле-

чением традиционной японской культурой, и передал ему копию своего документального фильма [7, с. 147]. По возвращении Окада стремился познакомить Японию с новыми европейскими методами фотографии и прогрессивным дизайном иллюстрированных изданий. Опыт «нового видения» Ласло Мохой-Надя, агитационные фотомонтажи конструктивистов, ракурсная модернистская фотография, геометричность и лаконичность построений «новой типографики» — все это легло в основу японского графического дизайна.

Содзо Окада, как и многие японские художники, фотографы и дизайнеры, придерживался левых взглядов. Он даже вступил в Ассоциацию друзей Советского Союза, которая была создана в 1931 году. Однако это не помешало ему в последующем стать организатором пропагандистского издания “FRONT”. Как отмечают исследователи, часто создателями военной пропаганды в Японии оказывались люди левых взглядов, многие из которых в прошлом были членами организаций, ориентирующихся на марксистскую идеологию [1, с. 389–390].

Японские дизайнеры интересовались развитием художественного движения в Советском Союзе, в частности, плакатами, выставками, книгами. В орбиту их внимания включалась и периодика, в том числе журнал «СССР на стройке». И профессиональные пропагандисты также знали об этом издании и с большим интересом изучали его. Так, в 1939 году глава русского отдела Генерального штаба сухопутных войск полковник Мичитакэ Ямаока спросил Окаду, возможно ли выпускать такой же японский иллюстрированный журнал для распространения за рубежом [8, с. 43]. Для внутреннего пользования пропагандистские фотожурналы уже существовали, правда их дизайн лишь соприкасался с методом советского конструктивизма [4]. Через два года с началом большой войны с Америкой на Тихом океане на вопрос об издании иллюстрированного журнала, подобного «СССР на стройке», наконец-то был получен свой ответ.

В 1941 году по инициативе Содзо Окады была специально основана компания «Тохо-ся» (“Tohosha”), начавшая проект нового пропагандистского иллюстрированного журнала “FRONT”. Он издавался под патронажем особого правительственного органа — Информационного Бюро Кабинета министров Японии, курировавшего и цензурировавшего публикации в средствах массовой информации. Это было неизбежным — растущая нехватка основных производственных материалов, необходимых для издания средств массовой информации, — фотопленка и бумага, сделала

невозможным к началу 1940-х годов печать, не связанную тем или иным образом с национальными интересами. Такой вот эффективный японский способ введения цензуры в годы войны.





Рис. 1. Обложка журнала «СССР на стройке» № 10, посвященного комсомольцам Военно-морского флота. Фотография М. Прехнера, художественное оформление С. Телингатера. 1938 г.
Рис. 2. Обложка журнала “FRONT” № 1–2, посвященного Императорскому военно-морскому флоту. 1942 г.

У нового журнала изначально предполагалось другое название, можно сказать, калька с «СССР на стройке», — «Восточная Азия на стройке». И такие совпадения были и во многих других чертах: в назначении, в многоязычной аудитории, в формате, технологии и материалах, а главное — в творческих концепциях (рис. 1–4). Это глубокое влияние советского журнала признавалось самой редакцией и современными исследователями японской военной пропаганды [8–10]. “FRONT” был задуман как его подражатель. Иллюстрированный журнал освещал вопросы войны и экспансии, демонстрировал единство покоренных наций под эгидой Японии, формулировал визуальные концепции объединения современных технологий с мужественностью военных, поэтому неслучаен выбор темы первого сдвоенного выпуска журнала — имперский военно-морской флот (1942, № 1–2). Его тираж составлял 69 000 экземпляров, что было значительным количеством, в сравнении с пятитысячным “NIPPON”.

В основу изобразительности художественного облика “FRONT” была положена фотография, динамичная репортажная, панорамная или ракурсная, а методом ее компоновки на листе стал фотомонтаж. Это позволило объединять в единую композицию фоновые пространственные снимки с крупными планами. Изображения военных моряков монтировались поверх фотографий морских просторов с обязательной демонстрацией императорских кораблей. Или на задний план помещался ряд снимков, динамично рассказывающих о подготовке летного состава, а впереди — уверенный в себе и в доверенной технике пилот авианосной группы, сфотографированный с нижнего ракурса. Ритмы чередующихся фотографий





Рис. 3. Разворот журнала «СССР на стройке» № 1, посвященного Рабоче-крестьянскому Красному флоту. Фотографии Г. Петрусова, композиция и монтаж Эс и Эль Лисицких. 1937 г.
Рис. 4. Разворот журнала “FRONT” № 1–2, посвященного Императорскому военно-морскому флоту. Монтаж Хирому Хара. 1942 г.

вкупе с доминирующим изображением создавали ощущение документального фильма, задуманного талантливым режиссером, творчески снятого фотохудожником и смонтированного опытным дизайнером.

Если режиссером выступал сам Содзо Окада, то взаимодействию фотографии и дизайна способствовала творческая связка Хирому Хары и Ихэй Кимуры. Первый отвечал за отдел дизайна в издательстве, второй — за отдел фотографии. Хара считал, что фотография должна быть частью типографических конструкций, создаваемых графическим дизайнером, поэтому широко использовал ее в качестве материала для монтажа и коллажа на журнальных разворотах. Но и качество самих изображений играло ведущую роль в создании иллюстрированного журнала.

Невооруженным взглядом отчетливо заметен перенос творческих концепций советского фотоавангарда, воплотившихся в «СССР на стройке» в его фоторепортажах, фотоочерках, фотосериях и фотомонтажах [11, с. 24] и динамичном дизайне, в японский контекст. И речь идет не только о фотографике. Цвет также, как и в советском журнале, усиливал семантическое воздействие на читателя. В выпуске “FRONT”, посвященном флоту, холодным синим цианом давались небо и морская гладь, с бороздящими ее кораблями, а теплой бежевой сепией выделялись фигуры военных моряков. Интересно, что в следующем выпуске об императорской армии колористическое решение было другим — спокойная сепия контрастировала с активным красным и оранжево-терракотовым. Эта гамма использовалась в последующих выпусках, правда, в ней сепия

была заменена черной краской. Полноцветное изображение было только на обложках и на редких разворотах. Стоит отметить, что цветоделения как такового во внутреннем блоке журнала практически не производилось. Работа с цветом строилась по монтажному принципу: «вырезали» для печати одной краской, «наклеивали» на фон под окраску другой.

Еще одной отличительной чертой, объединяющей художественный облик журналов «СССР на стройке» и “FRONT”, была нестандартная для иллюстрированной периодики полиграфическая конструкция. Крупный формат японского издания (30 х 42 см) позволял усилить визуальное воздействие на читателя масштабом изображений. Но размер пространства для фотоматериала в отдельных случаях увеличивался практически вдвое за счет двусторонних (справа и слева) распашных складней. Такие фальцованные листы позволяли кроме увеличения формата, формировать нарративные конструкты. Так разворот с изображением полета торпедоносца при его раскрытии демонстрирует боевой корабль. Таким образом читатель вовлекается в сценарий последовательной демонстрации военной мощи флота, начиная со стапеля и заводского конвейера и заканчивая представлением техники и людей, ей управляющих.

В выпуске, посвященном воздушным десантникам (1943, № 7), последовательность повествования реализована иным способом. В фотомонтажный разворот, изображающий тренировку парашютистов, подброшюрованы листы в половину высоты формата. Читатель листал эту вшитую в журнал «книжечку», но при этом оставался внутри первоначального разворота. Примечательно, что ряд изображений в данном выпуске сюжетно и композиционно повторял дизайн-решения номера «СССР на стройке», темой которого были советские парашютисты (1935, № 12). Это и полиграфическая конструкция (у советского издания она была намного изощреннее), и ритмика куполов парашютов на фоне неба, и чередующиеся снимки, формирующие последовательность прыжка. Такие сопоставления идут в подтверждение подражательного характера “FRONT” по отношению к советскому изданию.

«СССР на стройке» издавался тематическими выпусками, ориентированными на экономические и культурные достижения, на русском, английском, немецком, французском и, начиная с 1938 года, на испанском языках. “FRONT” в первую очередь освещал темы войны и экспансии, а уже во вторую — вопросы экономического могущества и «всеобщего азиатского процветания». Военной тематике были посвящены началь-

ные четыре выпуска: о военно-морском флоте (1942, № 1–2), о сухопутных войсках (1942, № 3–4), о парашютистах (1943, № 7) и авиации (1943, № 8–9). Социально-экономические выпуски выходили в более поздний период. Они давали представление с точки зрения японской пропаганды о Маньчжурии (1943, № 5–6), о сталелитейной промышленности и тяжелом машиностроении (1943, № 10–11), о Северном Китае (1944, № 12–13), Филиппинах (1944, № 14) и об Индии (специальный выпуск, 1944). Последний специальный номер, который успела подготовить и выпустить компания «Тохо-ся» в 1945 году, был посвящен Токио военного времени. А вот материалу о военном искусстве не суждено было увидеть свет — издательство попало под бомбежку со всеми редакторскими текстами и фотографиями.

Значительным отличием между этими иллюстрированными журналами было отношение к текстовой составляющей. Если у «СССР на стройке» визуальный материал шел в связке с текстовым, разъясняющим суть показанных фотоизображений, то в журнале “FRONT” подписи и статьи были сведены к минимуму. Чаще всего текст был представлен в лозунгах и призывах. Так, в выпуске о сухопутной армии выдвигались краткие тезисы об армии-защитнице: «Японские солдаты стоят на страже во всех ключевых точках Восточной Азии», «Имперская армия — армия Императора!», «Императорская армия сейчас ведет крестовый поход: чтобы спасти угнетенную Азию, чтобы восстановить разграбленную Азию». Лейтмотивом номера выступает идея оправдания и пропаганды «Сферы совместного процветания Большой Восточной Азии», поэтому на первых страницах происходит последовательное представление Запада единственным виновником, от ига которого должны освободиться азиатские народы. А затем идет визуальное подкрепление: образы императорской армии в бесконечных шеренгах пехотинцев, сфотографированных с верхнего ракурса; в танковых армадах, мастерски снятых и смонтированных Хироси Хамая в бесконечные колонны (рис. 5); в изображениях пилотов, обработанных и колористически видоизмененных, готовых к вылету на фоне бомбардировщика (рис. 6).

Первые выпуски о флоте и армии были напечатаны на японском и 15 других языках, включая русский. В последующем это число постепенно сократилось сначала до нескольких (английского, китайского, русского), а последние выпуски печатались только на одном языке, чаще всего, на китайском. Это было связано, скорее, с острой нехваткой ресурсов в военное время, а не с изменением в редакционной политике: целевой аудиторией “FRONT” по-прежнему оставались, в основном, страны Восточной и Юго-Восточной Азии, находящиеся под властью Японии. Кстати, на одном из разворотов № 3–4 за 1942 год эта сфера влияния была недвусмысленно изображена вкупе с изображением японского офицера и лозунгом: «Совместная оборона и совместное строительство».



Рис. 5. Разворот журнала “FRONT” № 3–4, посвященного Императорской армии. Монтаж Хирому Хара. 1942 г.

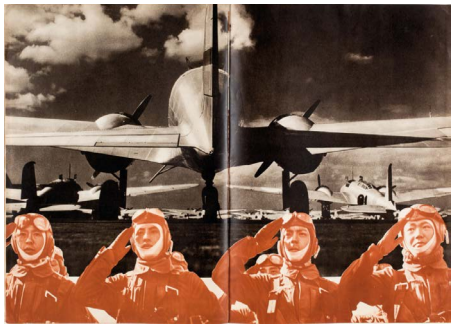


Рис. 6. Разворот журнала “FRONT” № 3–4, посвященного Императорской армии. Монтаж Хирому Хара. 1942 г.

В 1943 году издается сдвоенный выпуск о Маньчжоу-Го (№ 5–6), полностью зависимом от Японии марионеточном государстве. “FRONT” представлял в фотографиях и фотомонтажах успехи первого пятилетнего плана (1937–1942) по развитию тяжелой промышленности на северо-востоке Китая. Однако основной сюжетной линией была демонстрация единства народов, населявших Маньчжурию как части экспансионистской идеологии японского Большого Востока. Смонтированные изображения с оптимистичными улыбающимися лицами создавали ощущение общности в так называемом гармоничном «государстве пяти рас» (рис. 7). Их изображения выдвинуты на передний план. При этом доминирование японцев показано наиболее крупной фигурой японского военного, олицетворяющего спокойствие и порядок. На заднем плане фотомонтажа можно увидеть изображения представителей других наций, в том числе представителей русской эмиграции.

В композиционных построениях разворотов угадывались черты советских агитационных фотомонтажей. Японские дизайнеры и фотогра-

фы умело перенесли визуальные дискурсы из одного контекста в другой, из колхозов Советского Союза в трудовые хозяйства Филиппин (рис. 8). Они посчитали, что в визуальной пропаганде необходимо учитывать именно советский опыт, а не примеры союзников по Оси: немцев или итальянцев. «“FRONT”, так сказать, продолжил с того места, на котором остановился “СССР на стройке”: сочетание полностью одомашненного конструктивистского фотомонтажа и социалистического реализма в фотографии, которые теперь служили для создания фантастического образа “Сферы совместного процветания Большой Восточной Азии”» [9, с. 249]. Но, если в центре внимания советского издания был человек и его свершения (при руководящей и направляющей роли партии большевиков), то японский журнал проводил политику олицетворения современности, технологических и культурных достижений, которые японское государство принесла (на штыках) в остальную Азию в пику западному колониальному угнетению. И фотография, созданная в авангардных тенденциях, и фотомонтаж, выполненный с технической и эстетической изощренностью, и сама полиграфическая конструкция стали инструментом пропаганды милитаристской Японии.



Рис. 7. Разворот журнала “FRONT” № 5–6, посвященного марионеточному государству Маньчжоу-Го. Монтаж Хирому Хара, Торадзи Огава. 1943 г.



Рис. 8. Разворот журнала “FRONT” № 14, посвященного Филиппинам. Монтаж Хирому Хара. 1944 г.

Список литературы:

1. *Федорова А.А.* Отец японской документалистики Камэи Фумио и его советские учителя // Ежегодник Япония. — 2013. — № 42. — С. 388–401.

2. *Боярский Д.А.* «Фотографический еженедельник» и «FRONT» — фотожурналы военного времени в Японии // Художественный музей. — 2024. — № 1 (55). — URL: https://www.nsartmuseum.ru/journal/id/382 (дата обращения: 02.12.2025).

3. *Earhart D.C.* Certain victory: Images of World War II in the Japanese media / Earhart David C. — New York: East Gate Book, 2008. — 529 p.

4. *Лаптев В.В.* Иллюстрированные журналы милитаристской Японии: дизайн на службе пропаганды // Известия высших учебных заведений. Технология легкой промышленности. 2025. — Том 71. — № 1. — С. 133–141.

5. Shashin shūhō. — 1939. — № 82. — S. 20.

6. *Weisenfeld G.S.* Publicity and Propaganda in 1930s Japan: Modernism as Method / Gennifer S. Weisenfeld // Design Issues. — 2009. — Vol. 25 (4). — P. 13–28.

7. *Kawasaki K.* Okada Sōzō eizō no seiki: gurafizumu, puropaganda, kagaku eiga [Окада Содзо и век изображения: графика, пропаганда, научное кино] / Kenko Kawasaki. — Tōkyō: Heibonsha, 2002. — 506 p.

8. *Tagawa S.* Sensō no gurafizumu: Kaisō no «FRONT» [Графика на войне: взгляд назад на «ФРОНТ»] / Seiichi Tagawa. Tōkyō: 1988.— 244 p.

9. *Germer A.* Adapting Russian Constructivism and Socialist Realism: the Japanese Overseas Photo Magazine FRONT (1942–1945) // Zeithistorische Forschungen/ Studies in Contemporary History. — 2015. — № 12 (2). — S. 236–263.

10. *Carroll A.* Soviet Socialist Realism and Art in the Asia-Pacific. — New York: Routledge, 2024. — 230 p.

11. *Лаврентьев А.Н., Лаврентьева Е.А.* Жанры визуального повествования в фотоизданиях 1920–1930-х годов // Теория и история искусства. 2025. — № 2. — С. 8–26.

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

М.Л. ПЕТЛИЦКАЯ
Аспирант РГХПУ им. С.Г. Строганова
e-mail: voznesenskayamaria@gmail.com

E.A. LAVRENTIEVA
Candidate of Art History, Assistant professor of the department of Communicative Design of the Russian State Stroganov University of Design and Applied Arts
e-mail: strogdesign@gmail.com

M. L. PETLITSKAYA
Graduate student. Russian State Stroganov University of Design and Applied Arts
e-mail: voznesenskayamaria@gmail.com

DOI: 10.37485/1997-4663_2026_1_2_52_60

ОРНАМЕНТ КАК ПРОСТРАНСТВО МИРОЗДАНИЯ И ПРОЕКТНЫЙ АНАЛОГ ДЛЯ ПОСТРОЕНИЯ МЕТАВСЕЛЕННОЙ

ORNAMENT AS A SPACE OF THE UNIVERSE AND A DESIGN ANALOGUE FOR THE CONSTRUCTION OF THE METAVERSE

В статье рассматривается потенциал преобразования традиционного орнамента и поисков художников XX века в области абстрактно-геометрического искусства — в пространственный элемент искусства, подходящий для описания современной виртуальной метасреды культуры. Акцентируется внимание на формообразующих и космогонических качествах орнамента. На примере работ А. Родченко, Я. Чернихова и коллектива «Движение» 1960-х годов, чье творчество и философские взгляды легли в основу развития трехмерных конструкций на основе орнаментальных структур, анализируется возможность моделирования структурно-информационных полей.

The article examines the potential of transforming traditional ornamentation and the search of XX century artists in the field of abstract geometric art into a spatial element of art suitable for describing the modern virtual meta-environment of culture. It focuses on the formative and cosmogonic qualities of ornamentation. Using the works of A. Rodchenko, Y. Chernikhov, and the “Movement” collective from the 1960s, whose creativity and philosophical views laid the foundation for the development of three-dimensional structures based on ornamental patterns, the article analyzes the possibility of modeling information environment.

Ключевые слова: орнаментальные структуры, пространственная структура, беспредметное искусство, коммуникативная система, комбинаторика, метапространство, цифровая среда, фрактальная геометрия, предметно-пространственная среда, история и теория декоративного искусства и дизайна.
Keywords: ornamental structures, spatial structure, non-objective art, communicative system, combinatorics, metaspace, digital environment, fractal geometry, object-spatial environment, history and theory of decorative art and design.

Орнамент — одна из древнейших систем сохранения и передачи информации, универсальный код, создающий эффект общности визуального языка той или иной традиционной культуры. Средство объединения элементов предметно-бытовой и архитектурной среды, элементов бытового уклада под знаком принадлежности к определенной мировоззренческой и сакральной программе, описывающей порядок вещей и устройство микрокосма — как «единое пространство сознания и мироздания» [6]. Именно таким емким определением орнамента завершается публикация, посвященная проблемам формообразования орнаментальных структур. С.В. Курасов, В.Ф. Зива, А.А. Киринюк, А.Н. Лаврентьев, И.В. Смекалов рассматривают происхождение и развитие орнамента как коммуника-

тивной системы, подчиняющейся принципам структурного комбинаторного формообразования, делая при этом акцент на экспериментальных, пространственных формах его построения. Опираясь на концепции В.Н. Гамаюнова и правила фрактальной геометрии, авторы приходят к выводу, что принципы формообразования, характерные для орнаментальных структур, могут быть представлены как геометрические универсалии пластического мышления.

Базовые элементы орнамента работают как минимальные элементы визуального языка, принцип построения рапорта — как система их организации. В современную цифровую эпоху модуль и комбинаторика — по сути, программа, задающая порядок размещения элементов и их качественные характеристики, — неожиданным образом оказываются созвучны основам компьютерного искусства. Орнамент как своего рода метакод культуры внедряется в цифровое поле через сам принцип существования цифровой среды.

Развивая идею, выдвинутую авторами цитируемой выше статьи, можно предположить, что универсальность пластического мышления может раскрыть себя и в контексте проектирования цифровой среды, а именно — метавселенных — как аналог художественного образа и метод разработки структуры, устройства виртуального пространства, в связи с чем представляется необходимым обратиться к примерам, демонстрирующим интерес теоретиков, дизайнеров, художников к трехмерным построениям орнаментальных структур.

Идеи Гамаюнова — преобразовать «ортогональный чертеж, (умозрительную плоскость), на котором оставили свои следы в виде линий, пересекающиеся в пространстве другие плоскости в развертку, позволяющую на основе разработанного автором алгоритма превратить паутину линий этого чертежа в реальную развертку объемных фигур и сложных многогранных звездчатых тел», — были подробно описаны самим автором в журнале «Техническая эстетика» (1991, № 4) [1]. Гамаюнов назвал эту область исследований в области формообразования на основе пространственных симметрий «проективографией» [1]. Близкими построениями занимался и В.Ф. Колейчук — в его представлении «орнамент оказывается одной из проекций будущей конструктивной структуры, и не статичной, а трансформирующейся <…> Готовность, предрасположенность наблюдателя увидеть в нем пространственную структуру приводит к созданию трансформирующейся системы <…> острота интеллектуального видения дизайнера фактически определяет глубину содержания изображения» [4, с. 62]. Также подобный, хорошо узнаваемый рельеф на основе геометрических орнаментальных структур стал «визитной карточкой» советского модернизма — Август Ланин проектирует в 1972–1973 гг. цветомузыкальные панно для завода в Светловодске и интерьер демонстрационного зала магазина-салона «Электроника» в Воронеже, обращаясь к идее «фронтальных пластических композиций на модульной основе» (1). Отметим, что и в рамках архитектурного, и дизайн проектирования (первый семинар во ВНИИТЭ из серии «Эксперимент в дизайне», посвященной формообразованию, прошел в 1984 г.), активно разрабатывалась идея трехмерных построений, при этом особый интерес для проектного сообщества представляли и бионические, как естественные, формы аналогичных структур.

В искусстве интерес к подобным построениям возник в эпоху авангарда — желание «открыть элементы искусства» привело к ряду аналитических экспериментов [10, с. 124].

Ранние конструктивные опыты Александра Родченко, строго говоря, строятся на идеях комбинаторики, выявлении законов сочетания элементов, которые, по определению В.Ф. Колейчука, «давали бы наибольшее количество вариантов форм из минимального числа исходных данных» [5, с. 32]. Однако, учитывая их модульность, представляется возможным сделать допущение об их близости к орнаментальным структурам — тем более, что Родченко и Степанова впоследствии использовали тот же принцип для создания рапортов. Модулем здесь выступает линия — ключевой элемент конструктивизма.

«Думаю назвать вещи “линиизм” — новое течение беспредметного искусства» [9, с. 78]. В данной серии, выполненной в 1919–1921 гг., — живописные и графические работы, а также так называемые «гравюры-чертежи». А.Н. Лаврентьев метко называет этот ряд композиций «пластическим событием из жизни линий» [7, с. 103]. Параллельно Родченко работает над сериями пространственных конструкций, две из которых — «Плоскости, отражающие свет» и «По принципу одинаковых форм» — исследуют возможности линейных построений в трехмерном пространстве. Каждая конструкция — это прежде всего изобретение структуры, упражнение в комбинаторике.

«Линия — новое мировоззрение: не изображать, а строить по существу целесообразные конструктивные сооружения» — линиизм Алек-

сандра Родченко, по сути, заложил основы трехмерной орнаментальной графики, хотя сам автор, прежде всего, мыслил о внедрении «конструктивных формул» в жизнь, о реорганизации жизни посредством новой архитектурной среды [9, с. 97].

В контексте ключевой темы данной статьи необходимо отметить, что Родченко создает не только новые классы объектов, но и новый зрительский опыт. Новый тип структуры виртуального пространства будет способствовать созданию нового пользовательского опыта.

Яков Чернихов начал работать над вопросами «нового орнамента» в 1915 г. — «основные принципы построения классического орнамента (симметрия, ритм повторения и пр.) <…> не давали простора для дальнейших продвижений. Отказавшись от этих принципов и заменив их другими, я, путем больших экспериментов, обнаружил новую <…> область, где композиционно-творческий метод нашел для себя неограниченный простор. В этом новом труде я заменил симметрию — асимметрией, а ритм повторения — ритмом соотношений» [11, с. 39]. Необходимо отметить, что Чернихов — архитектор: орнаментальные построения он воспринимает как упражнения по пространственному формообразованию, где заявленный им метод «удробления и усложнения изображения» позволяет создавать и прогнозировать алгоритмы изменений формы [11, с. 43]. «От линейно-графических построений мы переходим к плоскостным композициям <…> и, наконец, к пространственным задачам. Вместе с тем мы изучаем все виды фигур и их возможные сочетания друг с другом; мы затрагиваем область прозрачных плоскостей и объемов; мы строим объемы всех видов и характеров и не оставляем без внимания запросы конструктивизма, ритма, гармонии, равновесия» [11, с. 47].

Для Чернихова искусство сочинения орнамента в его классическом понимании стало точкой отсчета для авторских экспериментов проектного характера. Он использовал ключевые признаки орнаментальных структур — обязательную логику построения и идею базовой единицы рапорта — для создания самостоятельной науки под названием «искусство начертания»: «потребность декоративного оформления наших представлений, в виде графических начертаний, всегда была присуща человеку с незапамятных времен» [12]. Далее схожие построения стали базой для композиций, максимально близких к архитектурным формам, предчувствующим их.

Строго говоря, искусство начертания — это не орнамент в его привычном представлении, но визуальный язык, которому Чернихов

предлагал обучать представителей всех профессий для развития не только навыков коммуникации — «выразительная, точная и своеобразно-красивая графика — лучший спутник слова. <…> Всегда, везде и всюду заменяйте слово графикой» — но и для создания зрительных представлений об абстрактных понятиях [12, с. 40–48].

«Мы знаем, что с помощью изобразительного искусства мы можем представить себе предметы, явления и представления, не только существующие, но и такие, которые перестали существовать или которые существуют в нашем воображении» [12, с. 6]. Методы графического начертания, которые предлагает Чернихов, могут быть применены к разработке образов самого разного характера. Данный тезис оказывается максимально близок по смысловой нагрузке к созданию Метапространства культуры будущего, поскольку в подобном пространстве речь идет о построении новых взаимодействий при помощи знакомых человечеству идей и творческих направлений. Яков Чернихов в своих трактатах «предвидит» виртуальную реальность, он пишет о возможности «новым подходом передать наши представления без наличия самого предмета» [12, с. 6].

Беспредметность как язык искусства и опыт мировосприятия — одно из фундаментальных наследий эпохи авангарда. Метод, который не только стал основой проектного мышления, но позволил художникам говорить о вещах невидимых глазу. Второй авангард обращается к языку абстракции и как к связующей нити между поколениями, и как к средству визуализации незримого. Как вспоминает Франциско Инфанте, «[я] почувствовал, что мир, меня окружающий, — бесконечен. Ощущение собственной причастности к бесконечно устроенному миру было <…> подавляющим <…> [Художественные] средства, которые я к тому времени наработал, обучаясь в художественной школе, оказались лишними. Они не годились, чтобы как-то помочь в решении возникшей проблемы. <…> И я стал водить карандашом по бумаге, изображая бесконечные квадраты, круги, треугольники, которые, видимо, и являлись тогда для меня символом всего конструктивного и облегчали тяжесть навалившегося мира» [2, с. 9]. Переживание бесконечности мира потребовало поиска визуальных метафор, которые в итоге воплотились в серии работ, объединенных общих названием «геометрические метафоры бесконечности» [3, с. 20–39; 42–49].

Эта идея органично вписалась в то, чем были увлечены в тот момент остальные члены группы «Движение» — Лев Нусберг, Анатолий Волгин, Вячеслав Колейчук, Александр Григорьев.

Первая выставка содружества, тогда еще озаглавленного «Коллектив свободных художников», носила название «Выставка орнаменталистов» (1963), что весьма показательно. С одной стороны, это был способ уйти от цензурирования (орнамент воспринимался как часть декоративного искусства, а формалистические построения — активно входившей в сознание общества проектной культуры и дизайна), с другой — попыткой сформулировать вектор художественных поисков, указать его логическую/математическую природу, связь с «техноэволюцией». Особо следует подчеркнуть трехмерную природу подобных построений, выраженную как графически, так и в создаваемых художниками объектах-модулях («Пространство. Движение. Бесконечность» Ф. Инфанте, 1963).

Вячеслав Колейчук и Франциско Инфанте были не просто частыми гостями на уже упоминавшихся семинаров по формообразованию во ВНИИТЭ — Колейчук был сотрудником отдела теории и истории дизайна, в паре с А. Лаврентьевым он стал их организатором и вдохновителем. В 1988 г. был проведен семинар «Динамическая и кинетическая форма в дизайне». Своего рода «эмблемой» семинара стал puzurs (пузурс) — объект традиционной культуры, привезенный кем-то из участников из Латвии. Это слово не имеет перевода и представляет собой легчайшую структуру из соломинок и перышек, напоминающую многогранный кристалл. Его основа, минимальная базовая единица — октаэдр. Подобные подвесные конструкции характерны для народов Балтии и представляют собой образ мироздания. Более того, их подвешивали в местах, где постоянные сквозняки — они должны были находиться в вечном движении. На фотографиях А. Лаврентьева запечатлены участники семинара — на одной из них С. Хан-Магомедов рассказывает о кинетической архитектуре, а над ним висит puzurs, впоследствии оказавшийся на обложке сборника, выпущенного по итогам семинара.

Puzurs как объект традиционной культуры и «герой» семинара уникальным образом объединяет тезисы настоящей статьи.

«Найти новые средства, но главное формы, и даже символы, которые не могли раньше появиться в их полной мере из-за технической недостаточности — с одной стороны, и несколько другого устремления — состояния психики человека (иные цели и установки) — с другой, уже в наше время стало возможным, более того, просто необходимым, писал Нусберг (2). «Техноэволюция» и в эпохи первого, и второго авангарда требовала введения нового языка в искусстве, но как это ни парадоксально, язык этот базировался в том числе и на глубинных принципах развития

культуры — и прежде всего на ее традиционных основах, ставших отражением представлений об устройстве мироздания (3). Цифровую эпоху сегодня неофициально называют «третьим авангардом», акцентируя ее связь с очередным витком «техноэволюции».

Среди базовых закономерностей формообразования орнамента принято выделять следующие: принципы комбинаторики, коммуникативно-информационную составляющую и геометрические коды, которые «выводят простейшие геометрические ритмические построения на уровень космогонии» [6, с. 15].

«Орнамент не есть что-либо измышленное, — пишет Чернихов, он создан, в основных своих формах, самой природой, и человек только схематизировал и организовал ее формы, с которыми ему приходится встречаться в природе» [13, с. 9]. Именно позиционирование орнамента одновременно как пространственной структуры и хранилища генома культуры и памяти о мире является приоритетным тезисом в контексте данной статьи, выдвигающей проектную гипотезу о возможном устройстве будущих Метавселенных по принципу орнаментальных структур. Заданный алгоритм построения орнамента позволит «автоматически» наращивать дополнительные блоки, прогнозировать развитие структуры. Подобная неожиданная аналогия неслучайна (хотя в большинстве случаев для проектирования виртуальной реальности используется принцип «копирования» аналоговой реальности).

В трехмерной системе координат орнамент может проявлять себя как пространственная формообразующая структура — основа для построения нового типа виртуального пространства. При этом данный принцип будет иметь аналогию и с реальным природным миром, где существуют примеры подобных структур (пчелиные соты, рост кристаллов, геологические породы). Подобные природные ассоциации будут способствовать адаптации в новом «раппортном» пространстве, которое безусловно будет логичнее выстроить и создать в них иерархию при помощи глубинных орнаментальных структур.

«Среди определений культуры, — пишет Т. Лешкевич, — существенно понимание того, что культура — это способ бытия социальности, в нем акцентируется связь культуры с человеческой активностью, подчеркивается практическая ценность исследования социокультурных трансформаций. В контексте современной культуры ощутим макросдвиг, формирующий новый культурный ландшафт, стирающий грань между

виртуальным и реальным, который вошел в литературу под названием “метавселенная”» [8, с. 108]. Орнамент, ввиду его уже заявленной космогоничности, мы можем воспринимать как «слепок» бытия социальности. И не является ли в этом случае его принцип формообразования одним из наиболее убедительных для построения универсального пространства, которое сможет стать и хранилищем данных, и местом для общения, досуга, искусства, работы? «С позиций “цифрового гуманизма” метавселенная способствует созданию его улучшенной версии. Обеспечивая хранение, распространение и местонахождение того или иного цифрового артефакта, метавселенная как макротренд современного технологического развития присваивает себе будущее» [8, с. 114], которое с точки зрения проектной составляющей мы сможем прогнозировать, создав цифровой аналог «живой», «самовозводящейся» архитектуры одновременно являющейся хранилищем культурной памяти.

Примечания:

1. Такое название в среде архитекторов получил объемный геометрический орнамент. См. *Ланин А.В., Явейн О.И.* Пластическая композиция на модульной основе. Методические указания к заданиям для студентов специальности 1201 — архитектура. — Л.: ЛИСИ, 1987.

2. *Нусберг Л.В.* В защиту кинетизма! (сокращенная запись беседы) // Рукопись. — М., 1965. — С. 306–307. — URL: https://samizdat.wiki/images/7/7f/%D0%A7%D0%90%D0%A1%D0%AB14-10-%D0%9D%D1%83%D1%81%D0%B1%D0%B5%D1%80%D0%B3-%D0%9A%D0%B8%D0%BD%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%B7%D0%BC.pdf (дата обращения: 23.11.2025).

3. Там же. — С. 306.

Список литературы:

1. *Гамаюнов В.Н.* Проективография, или Современный феномен учений о фигурах, пропорциях и отображениях // Техническая эстетика. — 1991. — № 4. — URL: https://tatlin.ru/articles/proektivografiya_ili_sovremennyj_fenomen_uchenij_o_figurax_proporciyax_i_otobrazheniyax (дата обращения: 23.11.2025).

2. *Инфанте Ф.* Артефакты. Ретроспектива. — Москва: Государственный центр современного искусства, 2004.

3. *Инфанте Ф., Горюнова Н.* Артефакты. Альбом-каталог ретроспективной выставки / Московский музей современного искусства. — Москва: Художник и книга, 2006.

4. *Колейчук В.Ф.* Азбука Колейчука / Каталог выставки. — Москва: МГХПА им. С.Г. Строганова, 2012. — 88 с.

5. *Колейчук В.Ф.* Комбинаторика // Эксперимент в дизайне: учебное пособие / составитель Александр Лаврентьев. — Москва: Издательский дом «Университетская книга, 2010. — 242 с.

6. *Курасов С.В., Зива В.Ф., Киринюк А.А., Лаврентьев А.Н., Смекалов И.В.* Проблемы формообразования орнаментальных структур: от коммуникативных символов и знаков — к комбинаторным структурам и геометрическим универсалиям пластического мышления // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА им. С.Г. Строганова. — 2022. — № 3/ 1. — С. 11–30.

7. *Лаврентьев А.Н.* Александр Родченко. — Москва: С.Э. Гордеев, 2011. — 400 с.

8. *Лешкевич Т.Г.* Метавселенная как макросдвиг современной культуры // Вопросы философии. — 2024. — № 4. — С. 107–115.

9. *Родченко А.М.* Опыты для будущего. — Москва: Грантъ, 1996. — 416 с.

10. *Степанова В.Ф.* Человек не может жить без чуда. — Москва: Ад Маргинем Пресс, 2023. — 384 с.

11. *Чернихов Я.Г.* Творцы авангарда. — Москва: Фонд «Русский авангард», 2009. — 240 с.

12. *Чернихов Я.Г.* Искусство начертания. — Ленинград: Книгоиздательство Академии художеств, 1927.

13. *Чернихов Я.Г.* Орнамент. Композиционно-классические построения. — Москва: Сварог и К, 2007.

Е.И. РУЗОВА
Профессор кафедры дизайна среды РГХПУ им. С.Г. Строганова
e-mail: lenart2@mail.ru

E.I. RUZOVA
Professor of the Department of Environmental Design of the Russian State Stroganov University of Design and Applied Arts
e-mail: lenart2@mail.ru

DOI: 10.37485/1997-4663_2026_1_2_62_70

ПРОЕКТЫ ПРО ПРОГНОЗЫ. ФУТУРОДИЗАЙН В СЦЕНАРНЫХ МОДЕЛЯХ СРЕДЫ БУДУЩЕГО

PROJECTS PRO PREDICTIONS. FUTURODESIGN IN SCENARIO MODELS OF THE FUTURE ENVIRONMENT

В статье рассматривается футуродизайн как актуальное направление проектирования в условиях современного технологического развития. Автор анализирует изменения в профессии дизайнера, акцентируя внимание на переходе от создания отдельных объектов к сценарному моделированию возможных вариантов будущего. Особое внимание уделяется связи дизайна с футурологией, что позволяет придавать визуальную форму социологическим и технологическим прогнозам. Также определены основные задачи сценарного моделирования: анализ трендов, поиск инновационных решений и адаптация существующих систем к предстоящим изменениям.

The article examines Future Design as a current trend in design amidst modern technological development. The author analyzes changes in the design profession, focusing on the shift from creating individual objects to scenario modeling of possible future variants. Particular attention is paid to the connection between design and futurology, which allows giving visual form to sociological and technological forecasts. The paper also defines the main tasks of scenario modeling: trend analysis, the search for innovative solutions, and the adaptation of existing systems to upcoming changes.

Ключевые слова: футуродизайн, сценарное моделирование, прогнозирование будущего, дизайн среды, стратегическое проектирование, альтернативное развитие, инновации, искусственный интеллект.
Keywords: Future Design, scenario modeling, forecasting, environmental design, strategic design, alternative development, innovations, artificial intelligence.

Развитие искусственного интеллекта и глобализация трансформируют профессию дизайнера: происходит глобальный сдвиг от создания статичных объектов к моделированию вероятностных сценариев. В этом контексте футуродизайн (от англ. — Future Design) перестает быть абстрактной теорией и становится прикладным методом конструирования будущего.

Согласно идеям альтернативного развития цивилизации Жака Фреско [1], подобный подход подразумевает полный пересмотр стратегических целей общества. Речь идет не о косметических улучшениях текущей системы, а о проектировании принципиально новой архитектуры жизнеустройства. Дизайнеру здесь отводится роль новатора, способного отказаться от инерционного мышления и предложить решения за пределами привычной нормы.

Суть футуродизайна — работа на опережение. Вместо реакции на уже возникшие кризисы он создает решения для завтрашнего дня, предвосхищая потребности общества, которого еще нет. Дизайн интегрируется в футурологию, связывая социологические и технологические прогнозы с визуальными образами.

Сценарное моделирование в этой системе решает конкретные задачи: от прогнозирования основных трендов развития, где показательным примером служит предсказание роста популярности электрокаров, ставшее катализатором развития соответствующих технологий, до стимулирования инноваций. Последнее наглядно проявляется в том, как ранние размышления о возможностях машинного интеллекта заложили основу для развития современных нейросетей. Также важнейшей целью является адаптация существующих систем и продуктов к условиям будущего, что находит отражение, в частности, в проектировании «умных городов» с учетом роста населения и изменения климата.

Применительно к сценарному моделированию футуродизайн следует рассматривать как полифункциональный механизм проектирования, объединяющий в себе создание «карт будущего» — иллюстратив-

ных концепций развития определяющих трендов и их потенциальных последствий, проектирование гибких функциональных и эстетических решений, способных адаптироваться к меняющимся обстоятельствам, а также выполнение важной коммуникативной функции, позволяющей наглядно представлять сложные идеи специалистам из различных областей.

Метод проектных сценариев в футуродизайне органично сочетает стратегическое предвидение, гибкость проектного мышления и системный подход. Согласно идее В. Сидоренко и Ю. Чевичелова [2] суть метода заключается в двухэтапном процессе: сначала проводится анализ «проблемной ситуации» — выявляются недостатки и противоречия в существующей реальности, формулируются основополагающие проблемы, требующие решения. Затем проектировщики конструируют «проектную ситуацию» — разрабатывают оптимальное решение проблемы, создавая детализированный сценарий желаемого будущего.

В сценарном моделировании акцент смещается с изолированного объекта на сложную динамическую связь между четырьмя компонентами: человеком (его потребностями, ценностями и моделями поведения), действием (деятельностью человека в среде), предметом (объектами, инструментами и технологиями) и средой (физическим и социальным окружением). Этот подход позволяет создавать целостные сценарии взаимодействия человека с окружающей средой, учитывающие как материальные, так и нематериальные аспекты жизнедеятельности.

Стратегическая цель футуродизайна — формирование устойчивых концепций антропогенной среды, способных адаптироваться к многовариантности развития событий в средне- и долгосрочной перспективе, охватывающей период от 20–30 лет до нескольких столетий. Для достижения этой цели футуродизайн решает ряд базовых задач: прогнозирует перспективные тенденции и сценарии развития, разрабатывает альтернативные модели жизнеустройства, создает прототипы и пилотные проекты будущего, тестирует гипотезы в безопасной среде и формирует «горизонтальное видение» — способность предвидеть события за пределами текущей реальности.

Сценарный подход здесь обладает рядом существенных преимуществ. Прежде всего, он отличается междисциплинарностью — интегрирует знания из социологии, экологии, экономики, инженерии и дизайна в единую проектную модель. Кроме того, сценарный подход обеспечивает баланс интересов, согласовывая технологические инновации с человеческими потребностями и учитывая социальные изменения наравне с ин-

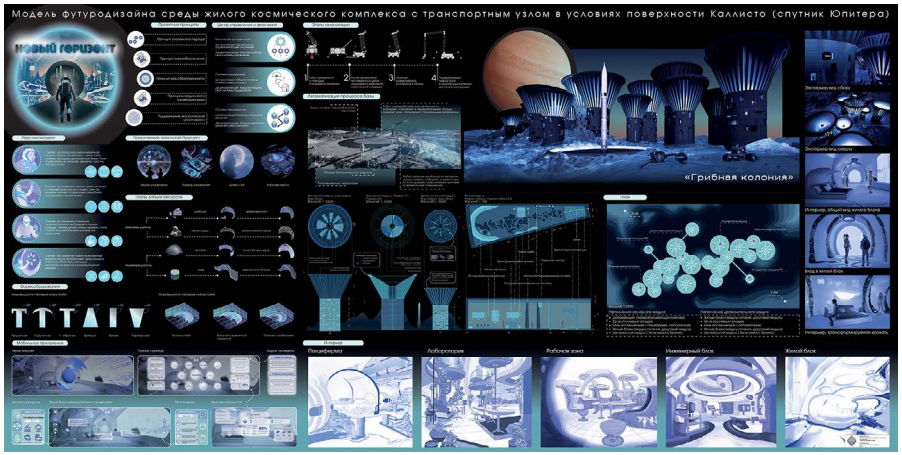


Рис. 1. «Модель футуродизайна среды жилого космического комплекса с транспортным узлом в условиях поверхности Каллисто (спутник Юпитера)» (П. Лобачева, магистратура, программа «Системный дизайн средовых объектов», 2024 г. Научные руководители: проф. Е.И. Рузова, проф. Е.А. Заева-Бурдонская)

женерными ограничениями. Вовлечение специалистов разных профилей — инженеров, антропологов, экологов, дизайнеров — в процесс разработки сценариев способствует обогащению проектов и появлению нестандартных решений. Практическая реализуемость сценарного подхода проявляется в возможности трансформации абстрактных идей в конкретные проектные решения. Наконец, сценарный подход позволяет разрабатывать сценарии, направленные на решение важнейших проблем современности — климатических изменений, урбанизации, трансформации труда.

Д. Щелкунов, руководитель Программы исследований и разработок в области проектного прогнозирования ВНИИТЭ конца 80-х — начале 90-х годов прошлого столетия, призывал дизайнерские вузы к тому, чтобы разработка инноваций, перспективных, футуристических проектов стала нормой курсового и дипломного проектирования не только для подготовки кадров будущих дизайнеров, специализирующихся в области проектного прогнозирования, а, прежде всего, для формирования «нормальных» дизайнеров-практиков [3]. В этом контексте особого внимания заслуживает опыт создания исследовательских футуропроектов студентов магистратуры на кафедре средового дизайна. Особенностью академического футуродизайна является отсутствие жесткой привязки к

конкретным задачам заказчика, что обеспечивает максимальную свободу творческого поиска и генерацию нестандартных идей. На примере космических колоний и «парящих кластеров» рассмотрим, как футуродизайн помогает создавать сценарии жизни будущего.

Эра межпланетных колоний уже не кажется фантастикой: ученые и дизайнеры разрабатывают детальные сценарии обустройства жизни на других небесных телах. Одним из интересных примеров футуродизайна является модель среды жилого космического комплекса с транспортным узлом, спроектированного для поверхности Каллисто — спутника Юпитера. Эта проектная концепция демонстрирует, как сценарное моделирование помогает создавать жизнеспособные среды в экстремальных условиях космоса.

Исследовательский проект «Новый горизонт» (рис. 1) представляет собой амбициозную комплексную модель футуродизайна, нацеленную на создание автономной среды для жизни людей вдали от Земли — на спутнике Каллисто.

Эта модель объединяет несколько основных компонентов: жилой блок для колонистов, транспортный узел для межпланетных перелетов, производственные и исследовательские зоны, а также системы жизнеобеспечения, специально адаптированные к суровым условиям Каллисто. Главная задача проекта — не только обеспечить физическое выживание колонистов, но и учесть психологические аспекты жизни в замкнутом пространстве, создав комфортную и безопасную среду.

Среда комплекса тщательно зонирована, причем каждая функциональная зона решает строго определенные задачи. Жилой блок задуман как пространство для отдыха и сна, где особое внимание уделено минимизации стресса. Интерьеры выполнены в мягких голубых и бирюзовых тонах, которые имитируют природные ландшафты Земли, помогая колонистам чувствовать себя более комфортно. В жилом блоке предусмотрены как зоны для общения, так и индивидуальные капсулы для релаксации. Это позволяет сочетать социальную активность с личным пространством для восстановления сил.

Рабочая зона представляет собой высокотехнологичное пространство, где колонисты смогут выполнять повседневные задачи. Технологии, интегрирующие в пространство зоны с эргономичными креслами, голографическими интерфейсами и системами виртуальной реальности, сделают работу удобной даже в условиях микрогравитации.

Сердце комплекса — инженерный блок, в котором сосредоточены важнейшие системы жизнеобеспечения: энергоснабжение, фильтрация воздуха и переработка отходов. Дизайн блока продуман до мелочей: функциональность сочетается с безопасностью, а все критически важные узлы легко доступны для обслуживания.

Неотъемлемой частью комплекса является лаборатория — зона для научных исследований. Прозрачные купола позволят ученым наблюдать за поверхностью Каллисто прямо во время работы, а модульные рабочие места легко адаптируются под любые эксперименты.

Сценарные модели «Нового горизонта» реализуются через создание замкнутой экосистемы, способной поддерживать жизнь в условиях изоляции. «Грибная колония» — биотехнологическая система производства пищи и кислорода, использующая мицелий и локальные ресурсы Каллисто. Это не просто сельскохозяйственный модуль, а сценарий симбиоза человека и природы в условиях чужой планеты, где грибы становятся основным звеном экоцикла: перерабатывают отходы, генерируют питательные вещества, очищают воздух. Таким образом решается проблема продовольственного обеспечения. Сценарная модель футуродизайна предлагает встроить сельское хозяйство прямо в архитектуру комплекса. Птицеферма будет обеспечивать колонистов необходимым белком, а благодаря биодизайну грибы можно будет выращивать в условиях низкой гравитации, эффективно используя местные ресурсы.

Транспортный узел представляет собой один из центральных компонентов комплекса. Он включает стыковочные модули для космических кораблей, систему быстрой эвакуации на случай чрезвычайных ситуаций и склады для хранения ресурсов, доставляемых с других планет, что обеспечит эффективную логистику и безопасность колонистов.

В проекте «Новом горизонте» нашли применение ряд инновационных решений футуродизайна. Во-первых, используется биоархитектура: конструкции комплекса частично выполнены из биоматериалов, которые устойчивы к радиации и механическим нагрузкам. Во-вторых, реализована концепция адаптивной среды: интерьер может менять конфигурацию в зависимости от текущей задачи — будь то работа, отдых или чрезвычайная ситуация. Например, стены могут трансформироваться, создавая приватные зоны или объединяя помещения.

Для компенсации отсутствия природных пейзажей разработаны специальные программы виртуальной реальности, имитирующие прогулки по Земле. Это важный психологический инструмент, помогающий снизить уровень стресса у колонистов.

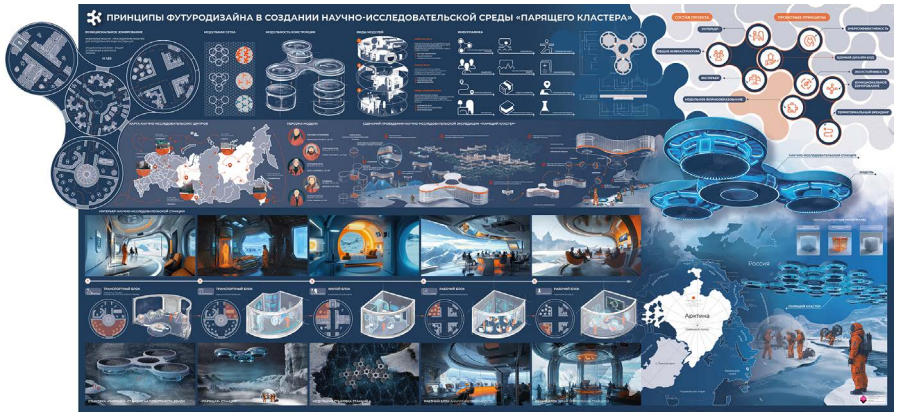


Рис. 2. «Принципы футуродизайна в создании научно-исследовательской среды “парящего кластера”» (Т. Чугунова, магистратура, программа «Системный дизайн средовых объектов», 2025 г. Научные руководители: проф. Е.И. Рузова, проф. Е.А. Заева-Бурдонская)

Энергоэффективность относится к безусловным приоритетам разработки. Комплекс будет использовать комбинацию источников энергии: солнечные батареи, термоядерные мини-реакторы и системы сбора энергии от движения колонистов. Это обеспечит надежное и устойчивое энергоснабжение.

Сценарная модель предусматривает поэтапное освоение Каллисто. На первом этапе планируется доставка строительных материалов и роботов-строителей на поверхность спутника, а также создание базового модуля жизнеобеспечения. Затем последует заселение первой группы колонистов и настройка систем под их индивидуальные потребности. На третьем этапе начнется строительство дополнительных модулей, развитие сельского хозяйства и запуск исследовательских программ. Финальная цель — достижение полной автономности комплекса, после чего Каллисто сможет стать перевалочным пунктом для межпланетных экспедиций.

В перспективе комплекс может быть интегрирован с другими колониями в Солнечной системе, а Каллисто — использована как база для добычи ресурсов. Кроме того, проект открывает новые возможности для развития космического туризма и образовательных программ.

Футуродизайн жилого комплекса на Каллисто трансформирует абстрактные сценарии будущего в конкретные инженерные и архитектурные решения. Комбинируя биотехнологии, робототехнику и принципы эргономики, дизайнер создает среду, способную обеспечить выживание и развитие человечества за пределами Земли. Подобный опыт может стать основой для будущих межпланетных колоний и помочь человечеству сделать следующий шаг в освоении космоса.

Не менее показательна концепция научно-исследовательской среды для Арктики «Парящий кластер» (рис. 2) Разработка предлагает три главных сценария развития: создание автономной исследовательской станции с модульными блоками трех типов (жилые, рабочие, транспортные), преобразование кластера в логистический хаб для снабжения арктических экспедиций и формирование центра международного сотрудничества в области арктических исследований. Модульная конструкция обеспечивает гибкость и масштабируемость проекта, а внедрение энергоэффективных технологий и замкнутых циклов жизнеобеспечения позволяет станции эффективно функционировать даже в условиях полной изоляции. Единый дизайн-код объединяет инфраструктуру, жилые и рабочие пространства, а цифровые технологии (интерактивные панели, системы мониторинга) повышают эффективность управления кластером. Адаптация к климатическим особенностям Арктики достигается за счет использования возобновляемых источников энергии и систем рекуперации тепла.

Инфраструктура кластера спроектирована с учетом разнообразных сценариев использования и взаимодействия людей: здесь предусмотрены лаборатории и экспериментальные зоны для научно-исследовательской работы, жилой комплекс с комфортными условиями для длительного пребывания, транспортный узел с дронами и автоматизированными системами доставки, а также зоны рекреации для поддержания психоэмоционального здоровья исследователей.

Проектная разработка активно использует передовые технологические решения: искусственный интеллект управляет энергопотреблением и логистикой, роботизированные системы обслуживают критически важные объекты (например, очищают солнечные панели от снега), виртуальные симуляции позволяют тестировать сценарии до их реализации, а системы мониторинга в реальном времени отслеживают состояние всех модулей кластера.

Сравнение проектов «Парящего кластера» и «Нового горизонта» позволяет выделить универсальные принципы футуродизайна. Модульная структура и способность к трансформации среды обеспечивают ее переформатирование и приспосабливаемость к меняющимся условиям и задачам. Энергоэффективность и замкнутость циклов становятся основополагающими факторами устойчивости в экстремальных условиях выживания. Симбиоз

технологий и природных процессов открывает путь к созданию жизнеспособных экосистем. Учет психоэмоциональных потребностей человека оказывается необходимым условием для долгосрочного пребывания в изолированной среде. Делегирование искусственному интеллекту основных функций жизнеобеспечения в части автоматизации и интеллектуального управления становится основой безопасности и эффективности сложных систем.

Перспективы развития футуродизайна связаны с дальнейшим развитием междисциплинарных подходов, интеграцией передовых технологий (искусственного интеллекта, биотехнологий, робототехники), созданием универсальных методологических инструментов для сценарного моделирования и расширением сферы применения — от урбанистики и архитектуры до образования и культуры. Формирование нового поколения дизайнеров-визионеров, способных создавать сценарии будущего с опорой на опыт программ проектного прогнозирования, заложенный теоретиками ВНИИТЭ и обогащенный современными технологическими возможностями и социально-философскими концепциями, станет главным фактором развития футуропроектирования в ближайшие десятилетия.

Таким образом, футуродизайн превращается из узкоспециализированного направления в целостную методологию формирования будущего. Он создает не просто отдельные объекты, а полноценные сценарии жизни, определяющие облик мира на долгую перспективу. Проекты, подобные «Парящему кластеру» и «Новому горизонту», доказывают, что дизайн способен выходить за пределы эстетики и функционализма, становясь инструментом эволюции человечества в меняющемся мире, а ПРОекты ПРО ПРОгнозы выступают как важнейшее средство формирования общественного сознания, подготовки социума к грядущим изменениям и создания условий для гармоничного развития человеческой цивилизации в будущем.

Список литературы:

1. *Фреско Ж., Медоуз Р.* Проектирование будущего / Ж. Фреско. — Florida: Venus Project, 2007.

2. *Сидоренко В.Ф., Чевичелов Ю.П.* Идея сценарного моделирования // Теоретические и методические проблемы художественного конструирования комплексных объектов. — Москва: Труды ВННИТЭ. Серия «Техническая эстетика», вып. 22, 1979. — С. 137–148.

3. *Щелкунов Д.Н.* Дизайн: к проектированию будущего. — Москва: ВНИИТЭ. «Техническая эстетика». — 1989. — № 11. — С. 1–8.

Т.А. МОНИНА

Кандидат искусствоведения, профессор, заведующая кафедрой промышленный дизайн РГХПУ им. С.Г. Строганова
e-mail: tmloko@mail.ru

К.А. БОРИСОВ

Аспирант РГХПУ им. С. Г. Строганова
e-mail: prof.k.bor@gmail.com

T.A. MONINA

Candidate of Art, Professor, Head of the Department of Industrial Design of the Russian State Stroganov University of Design and Applied Arts
e-mail: tmloko@mail.ru

K.A. BORISOV

Postgraduate of the Russian State Stroganov University of Design and Applied Arts
e-mail: prof.k.bor@gmail.com

DOI: 10.37485/1997-4663_2026_1_2_71_80

МЕТОДОЛОГИЯ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ КОСМИЧЕСКОЙ АРХИТЕКТУРЕ

METHODOLOGY OF ARTISTIC DESIGN IN CONTEMPORARY SPACE ARCHITECTURE

Тема исследования — структуризация полученных в последние десятилетия данных и их анализ, который поможет проектировщикам нашего столетия изменить подход к будущей работе в достаточно молодой отрасли — космической архитектуре. В работе обосновывается необходимость синтеза инженерно-технических решений с художественно-эстетическими принципами проектирования. На исторических примерах и современных проектах демонстрируется, как дизайн формирует эмоциональную связь между человеком и космическим объектом, влияет на узнаваемость бренда и конкурентоспособность.

The topic of research — the structuring and analysis of data obtained in recent decades, which will help designers of this century change their approach to future work in the relatively young field of space architecture. The paper substantiates the need to synthesize engineering solutions with artistic and aesthetic design principles. Using historical examples and contemporary projects, it demonstrates how design fosters an emotional connection between people and space objects, influencing brand recognition and competitiveness.

Ключевые слова: космическая архитектура, проектирование, эстетика, эмоциональное восприятие, брендинг, маркетинговые стратегии, художественный образ, история космонавтики, предметно-пространственная среда, история и теория декоративного искусства и дизайна.
Keywords: space architecture, design, aesthetics, emotional perception, branding, marketing strategies, artistic image, history of cosmonautics, spatial and object environment, history and theory of decorative art and design.

В последние десятилетия мы являемся свидетелями значительного научно-технологического прогресса, который открывает новые перспективы в освоении космоса. Исследования, проведенные в этой области, не только увлекают любителей космоса, но и привлекают внимание среди организаторов целевых проектов, стремящихся использовать потенциал освоения космоса всеми доступными методами.

Этот потенциал интересует не только специалистов, работающих в этой сфере, но и предпринимателей, занимающихся коммерческими исследованиями в области космоса. Именно в сфере космической архитектуры мы видим уникальные возможности для развития не только технических, но и художественных идей. Проектирование мест с микрогравитацией или полной невесомостью требует новых подходов к архитектурному проектированию, включая создание специализированных пространств и оборудования, а также разработку инновационных технологий. Новые технологии и материалы открывают перед нами возможности для создания уникальных и удобных условий проживания в космических условиях. В этом контексте важно не только развивать технические аспекты, но и активно вовлекать в процесс, дизайнеров, архитекторов и творцов, чтобы решать не только функциональные, но и эстетические задачи.

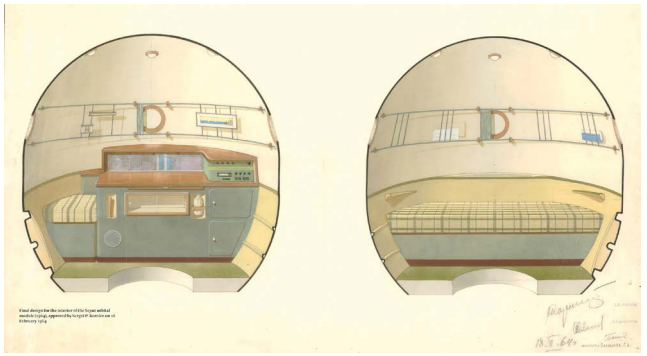


Рис. 1. Эскизы интерьера модуля «Союз» Г.А. Балашовой, одобренные С.П. Королёвым. Февраль 1964

Понимание этого поможет не только создавать художникам и инженерам сложные системы, включающие высокоразвитые транспортные средства и жилые модули, но и способствовать развитию целой промышленной отрасли. Для этого важно разрабатывать стратегии для обеспечения устойчивого развития человеческой цивилизации по нестандартным для Земли правилам, с основным упором на использование принципов космического дизайна, в котором будут активно сотрудничать художники-вдохновители и инженеры-создатели.

Опираясь на глобальные планы по совершенствованию современных технологий и проводя анализ текущих тенденций в области космической науки, становится возможным находить современные решения в космической архитектуре.

В процессе работы дизайнер формирует образ объекта, который способен переносить зрителя в мир фантазий. Со временем становится понятно, что в перспективе нахождение человека в космосе станет привычным явлением, а достижения в области промышленных технологий достигнут больших высот. Это означает, что космическая тема перестанет быть экзотикой и перейдёт в сферу повседневных задач. Художественное видение поможет подчеркнуть важность и уникальность каждого нового шага в освоении космоса.

Стремление к созданию привычной среды в непривычной обстановке уже встречалось в XX веке: работы для ОКБ-1 от космического архитектора СССР Г. А. Балашовой показывают пребывание в космическом доме достаточно привлекательно, чтобы там захотелось поселиться даже человеку, не знакомому с основами перемещения в условиях невесомости (Рис. 1). Инициатором создания полноценного жилого отсека вы-

ступил сам С. П. Королёв, который, по воспоминаниям Балашовой, прямо заявил: «В космос человек не может летать в туалете» (1). Это иллюстрирует смену парадигмы — от сугубо функционального подхода к антропоцентризму.

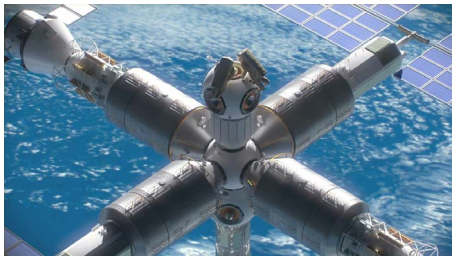


Рис. 2. Художественное представление Российской орбитальной станции от ГК «Роскосмос», Россия. 2021

Определенно важно учитывать возможности эмоционального воздействие на зрителя. Есть пример, обычно практикующийся в киноиндустрии: внутренний трепет, вызванный у человека при первом взгляде на космический корабль, которому предстоит парение в безграничных просторах космоса — то, что доступно уже сейчас. Ощущение новизны, удивления и восторга создает особую связь между человеком и космическими объектами, что очень положительно впоследствии проясняется в искусстве, запечатлевающем подобные тонкости.

Именно благодаря этим качествам космические объекты становятся не просто инженерными конструкциями, а настоящими произведениями искусства.

Ценители технической эстетики будущего будут с восторгом рассматривать новые модели космических станций или лунных баз, воплощающие мечты о будущем, описанные ранее в книгах и показанные на экранах кинотеатров.

Там, где возникают узнаваемые бренды, существует конкуренция, заключающаяся прежде всего в различиях. Дифференциация как уникальность объекта — важный аспект любой разработки еще на начальном этапе работы. Например, проектируемая новая Российская орбитальная станция (РОС) ПАО Ракетно-космической корпорацией «Энергия» при поддержке ГК «Роскосмос» и правительства Российской Федерации (2) намерена продемонстрировать обособленность в намерениях инновационного дизайна (Рис. 2) и технологий в космической отрасли путем создания посещаемой и пилотируемой «вечной» площадки для исследования планеты Земля по солнечно-синхронной орбите — 372 км от Земли при наклонении 96,8°. Принцип устройства базовых модулей данного космопорта позволяет создавать различные предложения со стороны не-

зависимых концептуалистов уже в первой четверти XXI века (3).

Развитию дизайна в космической архитектуре поспособствовали и ранее: при разработке собственной пилотируемой станции «Тяньгун» (кит. 天宫, Небесный дворец) от КНР (4) — этот осуществленный проект послужил важным инструментом для выделения продукта среди конкурентов. Дизайн, который передает определенное настроение светлых просторных наземных пространств, помогает сделать данный продукт интуитивно понятным, запоминающимся и выделяющимся среди остальных на рынке (Рис. 3).



Рис. 3. Экипаж второй миссии «Шэньчжоу-13» (слева направо: Ван Япин, Чжай Чжигана, Е Гуанфу), орбитальная станция «Тяньгун». 2022

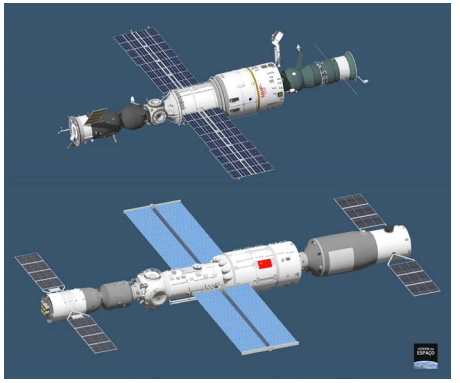


Рис. 4. Сравнение базового блока советской станции «Мир» и китайской станции «Тяньгун», с пристыкованными пилотируемыми кораблями (слева: Союз и Шэньчжоу) и кораблями снабжения (справа: Прогресс и Тяньчжоу). 2021

Кроме того, успешный опыт Китая в разработке и реализации пилотируемых космических объектов стимулировал другие страны к более активному изучению и применению дизайна в космической сфере. Следует также отметить современные исследования китайских учёных, которые предоставляют эмпирические данные о влиянии цветовых решений на визуальный комфорт в условиях космической станции: длительная изоляция в ограниченном пространстве в сочетании с монотонностью социальных взаимодействий влияет на эмоциональное состояние и мотивацию (5). Это подтверждает, что не только технические характеристики, но и эстетические решения играют ключевую роль в успехе космических проектов.

Продвижение уникальных взглядов на создание космических объектов создает вариации новой продукции — соответственно, и спрос

среди населения. Каждый новый дизайн или концепция становятся поводом для обсуждения и интереса со стороны общественности. Особенно это важно в наше время, так как продумываются сложные серии продуктов. Компаниями выдвигаются вариации моделей и тиражируются футуристические концепции, задающие особый настрой для проектирования на ранних этапах. Так, сравнивая отечественный и китайский модули (Рис. 4), можно заметить, как изменяются цветовые и композиционные предпочтения; не учитывая изменения в технологических решениях.

«Гонка производства» прошлого столетия переросла в форму состязаний, направленных на продажу «чувства атмосферы», созданного за счет различных эмоций, вдохновленных литературой, музыкой и кинофильмами по данной тематике. Разные настроения обращаются к разным аудиториям. Понимание целевой аудитории и ее предпочтений помогает точно настроить дизайн, чтобы привлечь и удовлетворить их потребности.

У каждой организации, которая стоит за брендом, есть свои цели: в последнее время нередко обсуждаются сенсационные события и достижения американской компании «SpaceX», которая активно проектирует, производит и запускает современные ракеты и космические аппараты, успешно демонстрируя многие аспекты своей работы в открытой форме: большая часть деятельности публикуется в виде статей о серии одноразовых и частично многоразовых ракет-носителей тяжелого класса (6). Согласованность притягательного вида «будущего» с общей стратегией этого бренда способствует формированию единого восприятия и укрепляет позиции на рынке.

Отсюда появляются новейшие маркетинговые стратегии среди других корпораций-издателей, заинтересованных в финансировании как крупных, так и малых частных компаний, занимающихся проектированием и производством космического оборудования. Это создает благоприятное окружение для развития индустрии и стимулирует конкуренцию, что в итоге приводит к появлению инновационных продуктов и услуг для потребителей.

Такая тенденция к продвижению современного дизайна тесно связана с бурным ростом развития технологий и в других отраслях. Новости об успешных запусках или тестированиях новых роботов с использованием искусственного интеллекта в последнее время нередко становятся поводом для дискуссий (7). Все эти события формируют общественное мнение и влияют на восприятие.



Рис. 5. Экипаж SpaceX Crew-7 в пилотируемом корабле Crew Dragon (Endurance) (слева направо: Борисов Константин, Андреас Могенсен, Жасмин Могбели, Сатоси Фурукава), «Мыс Канаверал» штат Флорида. Август 2023

Привлекая к работе дизайнеров, можно создать впечатление о высоком качестве и комфорте в изначально неблагоприятной для человека среде — холодном и недружелюбном космосе. Для этого прибегают к созданию образа командной целостности при выведении людей на орбиту (Рис. 5). Продуманная работа экипажа, при которой должны участвовать представители нескольких стран, положительно закрепляется в памяти людей, а также это помогает сотрудникам поддерживать друг друга в непростой обстановке при взаимодействии со сложным оборудованием высшего класса.

Этот подход к объединению людей в космосе не только способствует решению инженерных и технических задач, но и создает мощную символическую картину единства и сотрудничества на международном уровне. Это является важным фактором в формировании образа космических миссий в глазах общественности, придавая им дополнительный смысл и значимость.

В современном мире принципы устойчивого развития технологий и формирования позитивного общественного мнения о них приобретают критическую значимость, и космическая индустрия здесь выступает не исключением, а скорее катализатором новых подходов. Учитывая экстремальные условия космоса, ограниченность бортовых ресурсов и уязвимость внеземной среды, разработка экологически устойчивых технологий и методов становится ключевым направлением в развитии космической архитектуры. Одним из приоритетов является минимизация воздействия человеческой деятельности на окружающую среду во время проведения космических миссий — внедрение инновационных подходов и технологий, направленных на снижение отходов, энергопотребления и загрязнения во время эксплуатации космических объектов. Например, использование перерабатываемых материалов и интеллектуальных си-

стем освещения с рекуперацией энергии может значительно сократить количество отходов и энергозатрат.

Кроме того, проектировщикам важно также учитывать отдельную объемную категорию для предварительного изучения: социальные аспекты устойчивого, безвредного становления в космосе. Это включает в себя обеспечение безопасности и комфорта для всех членов экипажа во время миссий, а также соблюдение прав и интересов работников, занятых в космической отрасли. Создание условий для профессионального и психологического развития персонала, как на орбите, так и в наземных условиях, способствует повышению производительности и эффективности космических программ.

Устойчивое развитие космической индустрии требует комплексного подхода и совместных усилий со стороны всех участников: государственных организаций, частных компаний, научных институтов и общественных организаций. Только так можно обеспечить сохранение космоса для будущих поколений и использовать его ресурсы в наиболее эффективном и устойчивом способе.

Обобщая вышеперечисленное, необходимо отметить, что при дальнейшем проектировании систем для условий микрогравитации, помимо особенностей точного построения архитектуры в космическом пространстве, важна ориентация производителей на интеграцию психоэмоциональных сценариев на этапе формирования технического задания, ведь именно из отклика людей будет строится путь для решения вопросов — тем самым складывается уникальный дизайн-процесс, гарантирующий успех космических проектов и верное восприятие обществом. Технические и эмоциональные аспекты, которые должны быть всегда в приоритете, помогут дизайнерам без труда создавать функциональные, комфортные и эстетически привлекательные объекты для обеспечения устойчивой и продуктивной жизни в космосе; успех в космической индустрии зависит не только от технических достижений, но и от способности создавать гармоничные и удобные для жизни объекты в космическом пространстве при помощи творческого подхода. Только с учетом всех этих факторов можно обеспечить устойчивое и продуктивное пребывание человека в космосе, при этом реализовать высокие амбиции человечества в изучении и освоении бескрайних космических просторов — благодаря дизайну и людям, вовлеченным в этот процесс.

Примечания:

1. Акварели для Космоса: Архитектор Галина Балашова // Проект Россия: профессиональный журнал по архитектуре, градостроительству, строительным технологиям и дизайну в России. — 2021. — URL: https://prorus.ru/interviews/akvareli-dlya-kosmosa-arhitektor-galina-balashova (дата обращения 14.03.2024).

2. Россия запустит собственный орбитальный космопорт // Роскосмос: официальный вебсайт государственной корпорации «Роскосмос». — 2021. — URL: https://www.roscosmos.ru/32343/ (дата обращения 14.03.2024).

3. Государственный научно-исследовательский музей архитектуры имени А.В. Щусева совместно с Российским государственным художественно-промышленным университетом имени С.Г. Строганова, Роскосмосом и Ракетно-космической корпорацией «Энергия» имени С.П. Королёва представляют выставку о развитии архитектуры Российской орбитальной станции с начала XX века до наших дней // МУАР: официальный вебсайт государственного музея архитектуры имени А.В. Щусева — 2023. — URL: https://muar.ru/exhibitions/rossiyskaya-orbitalnaya-stantsiya-arkhitektura-budushchego (дата обращения 14.03.2024).

4. Design and Application Prospect of China's Tiangong Space Station // Science Partner Journals: профессиональный журнал о новостях в международной научной сфере — 2023. — URL: https://spj.science.org/doi/10.34133/space.0035/ (дата обращения 24.04.2024).

5. Research On Visual Comfort Of Color Matching In Space Station Experiment Module // Scientific Reports: рецензируемый научный журнал с открытым доступом, публикующий оригинальные исследования из всех областей естественных наук, психологии, медицины и техники. — 2025. — URL: https://www.nature.com/articles/s41598-025-90712-x (дата обращения 03.04.2025).

6. Блок новостных статей от компании SpaceX // SpaceX: официальный вебсайт частной компании «SpaceX» — URL: https://www.spacex.com/updates (дата обращения 20.04.2024).

7. SpaceX plans key NASA demonstration for next Starship launch // CNBC: Издательство, обозревающее сферу деловых новостей и финансовых рынков в режиме реального времени — 2023. — URL: https://www.cnbc.com/2023/12/05/spacex-plans-nasa-refueling-demonstration-for-next-starship-launch.html (дата обращения 24.04.2024).

Список литературы:

1. *Борисов К.А.* Стандартизация дизайна в космической архитектуре в контексте международного прогресса // «Первый Российско-Китайский форум. Теория и практика художественного образования: вызовы современности, тради-

ции и национальные школы XXI века». Коллективная монография по материалам международной научной конференции. Октябрь, 2023. — Москва: РГХПУ им. С.Г. Строганова, 2024. — С. 320–325.

2. *Локтев В.И.* Летающая архитектура: Антигравитационные тенденции в архитектуре. — Москва: Союз Дизайн, 2013. — 356 с.

3. *Король К.О.* Инженерные вопросы, технологические требования к архитектуре космических поселений будущего // Наука, образование и экспериментальное проектирование. Труды МАРХИ: Материалы международной научно-практической конференции. Апрель, 2025. — Т. 2 — Москва: МАРХИ, 2025. — С. 179–180.

4. *Engholm Ida, Michelsen Anders.* Panton: Environments, Colours, Systems, Patterns. — Copenhagen: Strandberg Publishing, 2024. — 352 c.

В.Д. УВАРОВ

Доктор искусствоведения, заслуженный художник Российской Федерации, профессор, РГУ им А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)
e-mail: artuwaroff@yandex.ru

V.D. UWAROFF

Doctor of science (History of art), professor of the The Kosygin State University of Russia (Technologies, Design, Art)
e-mail: artuwaroff@yandex.ru

DOI: 10.37485/1997-4663_2026_1_2_81_89

КОЛОРИСТИЧЕСКИЕ ПОСТРОЕНИЯ В ДИЗАЙНЕ НА ОСНОВЕ ЦВЕТОВОГО КРУГА СЕРГЕЯ СТЕПАНОВА

COLORISTIC CONSTRUCTIONS IN THE DESIGN BASED ON THE COLOR WHEEL SERGEY STEPANOV

В настоящее время в Интернете появилось очень много безвкусных и просто неграмотных цветных изображений. Стремительно падает уровень художественной культуры. Особенно остро это проявляется в компьютерной графике и диджитал-арте. Существует потребность в повышения уровня колористической культуры. Научные разработки в области гармоний на базе цветового круга Степанова создали объективную основу для решения многих проблем теории цвета в изящных искусствах и дизайне. Цель статьи: показать широкие возможности гармоний взаимодополнительных цветов в процессе проектирования объектов арт-дизайна. Интеграция системы цветового круга Степанова в работу художника диджитал-арта, таписсьера, модельера и других мастеров изящных искусств и дизайна позволяет вывести новые алгоритмы проектирования произведений визуальных искусств.

Currently, a lot of tasteless and simply illiterate color images have appeared on the Internet. the level of artistic culture is rapidly falling. This is especially evident in computer graphics and digital art. There

is a need to raise the level of color culture. Scientific developments in the field of harmonies based on the Stepanov color circle have created an objective basis for solving many problems of color theory in fine arts and design. the purpose of the article is to show the wide possibilities of harmonies of complementary colors in the process of designing art design objects. the integration of the Stepanov color wheel system into the work of a digital art artist, tapissier, fashion designer and other Master of Fine Arts and design allows us to develop new algorithms for designing works of visual arts.

Ключевые слова: цветовые гармонии, взаимодополнительные цвета, диджитал-арт, арт-дизайн, таписсерия, художественные краски, дизайн-проектирование

Keywords: color harmonies, complementary colors, digital art, art design, tapestry, art paints, design engineering.

Введение

Актуальность темы обусловлена тем, что существует настоятельная необходимость повышения колористической культуры художников и дизайнеров. Предметом исследования служит применение цветового круга Степанова в области колористических гармоний в графическом дизайне, при проектировании таписсерии и цифровых объектов арт-дизайна. Целью работы является проведение комплексного научного исследования и разработка основ проектирования цветовых гармоний путем выявления механизмов формирования колористической гаммы на базе использования двенадцатичастного круга Степанова в интерьерах с применением таписсерии и диджитал-арта. Систематизация цвета по кругу Степанова, по нашему мнению, является наиболее удобной и научно обоснованной. Значение результатов исследования для развития определенной отрасли науки или практической деятельности; заключается в том, что для выбора цвета любого арт-объекта, помещения или таписсерии для получения положительного эффекта необходимо знать и применять правила работы с цветовым кругом Степанова [4].

Методы исследования

Исследование базируется на комплексном использовании таких методов, как литературно-аналитический метод, необходимый для

уточнения отдельных фактов и обобщения информации из литературных источников, также применялись сравнительно-сопоставительный, системный, компаративный, корреляционный, анализы и описательно-аналитический метод нужные для структурного разбора визуальных материалов, выявления композиционных, технологических и цветовых особенностей произведений таписсерии и объектов арт-дизайна, метод обобщения, выявивший общие свойства исследуемых объектов и их взаимосвязи.

Результаты исследования и их обсуждение

Статья является заключительной в цикле научных статей, посвященных колористической системе, основанной на новом, усовершенствованном цветовом круге Сергея Степанова. Основные результаты исследования заключаются в следующем. Научные разработки в области колористических гармоний на базе цветового круга Степанова создали объективную основу для решения многих проблем теории цвета в изящных искусствах и дизайне, например теории взаимодополнительных цветов. Термин «взаимодополнительные цвета» часто используется в искусствоведении. Там всегда отмечается их исключительная роль в образовании цветовой гармонии. Широко распространен вариант «дополнительные цвета», что является неверным и вызывает вопрос: «Дополнительными к чему?». Он приводит также к путанице, потому что получается, что есть основные цвета и есть дополнительные, что искажает суть проблемы. С точки зрения русского языка, правильным следует считать термин «взаимодополнительные цвета», то есть дополнительные друг к другу.

Существует очень неточное представление о взаимодополнительных цветах. Обычно ими называют только три пары цветов: красный — зеленый, синий — оранжевый и желтый — фиолетовый. Хотя, по более прогрессивному, чем устаревший, столетней давности, круг Иттена, цветовому кругу Сергея Степанова следует эффективно использовать еще три пары цветов третьего уровня: пунцовый — бирюзовый, абрикосовый — аметистовый, оливковый — карминный.

В визуальных искусствах широко и плодотворно применяются взаимодополнительные цвета для создания выразительного художественного образа. Психофизическую основу гармоничности дополнительных цветов подтверждает наблюдение знаменитого русского живописца К. Петрова-Водкина: «Наш кумачовый цвет рубах, излюбленный крестьянами, является тем же защитным, дополнительным, дающим выход зеленому. И

такого красного не встретить у народов среди другой пейзажной расцветки. Кто видел, после длинного пути через пустыню песков, цвет Аральского моря, тот, наверное, подивился его бирюзе, такой специфичной, что она даже перестает характеризовать воду. И после того, когда столкнешься с человеческой бирюзой куполов и стен самаркандских и ташкентских мавзолеев, то поражаешься мудрости человека, так же тонко, как в природе, разрешившего выход из однообразия цвета пустыни» [1].

Необходимо указать, что известный французский художник голландского происхождения Ван Гог придавал взаимодополнительным цветам особое значение. Их сочетанием он выражал впечатления от различных времен года: красно-зеленый контраст использовал для образа весны, сине-оранжевый — для лета, желто-фиолетовый — для осени и черно-белый — для зимы (принцип Ван Гога). Ван Гог очень остро чувствовал психологическое воздействие цвета и сознательно использовал его. В письме к брату он писал: «В моей картине «Ночное кафе» я пытался показать, что кафе — это место, где можно погибнуть, сойти с ума или совершить преступление. Словом, я пытался, сталкивая контрасты нежно-розового, кроваво-красного, винно-красного с нежно-зеленым и зеленым веронезем, с жестким сине-зеленым и желто-зеленым, воспроизвести атмосферу адского пекла, цвет бледной серы, передать демоническую мощь кабака-западни» [2].

Научные разработки в области колористических гармоний на базе цветового круга Степанова создали объективную основу для решения многих проблем теории цвета в изящных искусствах и дизайне. Новый прогрессивный цветовой круг Степанова представляет собой инструмент для создания гармоничных цветовых схем. Цветовой круг Степанова был введен в научный оборот в двадцать первом году двадцать первого века сотрудником кафедры рекламы, связей с общественностью и дизайна РЭУ им. Г.В. Плеханова Сергеем Степановым. Степанов как россиянин опирался на традиции русского народа и начал свой круг с красного. Следует отметить, что в русском языке нет специального названия для этого цвета — красный означает красивый, например, красна девица. Далее следуют оранжевый, желтый, зеленый, голубой, синий, фиолетовый, что соответствует известной с детства фразе: «Каждый охотник желает знать, где сидит фазан». Обратим ваше внимание, что цветовой круг швейцарца Иоханнеса Иттена начинается с синего.

Василий Кандинский утверждал, что живопись может оказывать на человека воздействие той же силы, что и музыка. Эту идею разделяет

и Сергей Степанов. С ноты «До», соответствующей красному цвету, начинается и хроматическая музыкальная гамма. Ноты до, ре, ми, фа, соль, ля, си с их диезами и бемолями — это все белые и черные клавиши рояля в пределах октавы. Степанов также дал названия диезам и бемолям, чего не было у Иттена, и адаптировал все цвета круга к продукции Санкт-Петербургского завода художественных красок «Невская палитра». Интеграция системы цветового круга Степанова в работу художника диджитал-арта, таписьера, модельера и других мастеров изящных искусств и дизайна позволяет вывести новые алгоритмы проектирования арт-объектов.



Рис. 1. Цветовой круг Степанова

Остановимся на вопросе композиции. Если цветовая гармония может рассматриваться как преимущественно формальная категория, касающаяся внешней привлекательности сочетания красочных пятен, то цветовая композиция есть организация цвета, в первую очередь, соответственно логике изображаемой формы, смыслу образного содержания. В современной композиционной интеграции искусств выявлено с определенной степенью достоверности все возрастающее значение колористической взаимосвязи текстильных произведений и архитектуры интерьера. Главный научный результат — установлена значимая роль таписсерии в создании цветовых пространств [4].

Цветовая композиция требует соответствующей ритмической организации цветовых пятен. Бессистемное нагромождение большого числа красок, даже с учетом их дополнительности, создает пестроту и затрудняет восприятие основной художественной мысли автора. Если цвета находятся в состоянии равновесия, то ни один из них не выделяется, а их чередование образует цветовой ритмический строй. В больших комбинациях цвета должны по порядку следовать друг за другом так, чтобы естественная связь по степени их родства была такой же, как в спектре или радуге. В порядке следования цветовых тонов выражается движение мелодии цветового единства [3]. Взаимодополнительные цвета обладают наиболее полярными свойствами, их гармонические сочетания характе-

ризуются наибольшей активностью, напряженностью и динамичностью.

Приведем примеры построения колоратур по цветовому кругу Степанова на основе использования трех-, четырех- и шестицветий.

Для построения базового соцветия, лежащего в основе разрабатываемой колоратуры арт-объекта, следует сначала выбрать исходный цвет, затем найти расположенный напротив него в цветовом круге дополнительный цвет. Один цвет, например, исходный, лучше взять предельно насыщенным, второй рекомендуется брать сближенным с ним по светлоте, потому что активный светлотный контраст снимает колористическую напряженность и мешает гармонизации цвета. Третий колер в соцветии может быть выбран из ряда валёрных градаций любого из первых двух цветов.



Рис. 2. Эскиз таписсерии на основе взаимодополнительных цветов

Взаимодополнительные цвета можно использовать совершенно чистыми, «открытыми», без валеров. Принцип их гармонизации лежит в правильном выборе колеров по цветовому кругу Степанова.

Триады цветов, образующие соцветия, в двенадцатичастном цветовом круге Степанова, расположены на вершинах углов равностороннего треугольника. Гармоничные сочетания образуют друг с другом цвета, называемые основными, — красный, желтый, синий. Повернув равносторонний треугольник вокруг своей оси так, чтобы его вершины указывали на цвета второго уровня, получим гармоническую триаду: оранжевый — фиолетовый — зеленый. Цвета третьего уровня: абрикосовый, карминный, бирюзовый также образуют в цветовом круге равносторонний треугольник. Аналогичная ситуация и с пунцовым, аметистовым и оливковым цветами.

Психологическое равновесие желтого и фиолетового как гармонических цветов может быть достигнуто, если вместо одного из этих цветов (желтого или фиолетового) будут взяты два соседних с ним цвета. С желтым могут контрастировать аметистовый и карминный. Эти цвета образуют между собой равнобедренный треугольник. В виде равнобедренных треугольников можно построить шесть гармоничных триад.

Триадой «красный — синий — желтый» пользовались многие живописцы, в том числе и Ван Гог, сочетавший их с дополнительными

оранжевым, фиолетовым и зеленым. Смешиваемые в определенных количествах, дополнительные цвета дают нейтральный серый цвет, но их «диезы» и «бемоли» (повышение или понижение насыщенности) позволяют получать различные «приглушенные тона». Три шкалы колористических градаций (от желтого до фиолетового, от красного до зеленого, от синего до оранжевого) дают великолепные цветосочетания сложных красивых и благородных оттенков [8].



Рис. 3. Таписсерия в интерьере

Колоратуру арт-объекта можно создавать, используя и четырехцветия. Для этого надо в цветовом круге выбрать две пары дополнительных цветов, расположенных на диагоналях квадрата, вписанного в круг. Таким образом, мы получим три четырехцветия:

1) желтый, пунцовый, фиолетовый, бирюзовый;

2) абрикосовый, красный, аметистовый, зеленый;

3) оранжевый, карминный, синий, оливковый.

Еще ряд гармоничных четырехцветий можем получить с помощью прямоугольника, вбирающего в себя две пары взаимодополнительных цветов:

1) оливковый, абрикосовый, карминный, аметистовый;

2) желтый, оранжевый, фиолетовый, синий;

3) бирюзовый, оливковый, карминный, пунцовый.

Гармонические четырехцветия можно также получать, пользуясь принципом трапеции. Согласно этому принципу, в цветовом круге проводится диаметр, и выбираются четыре цвета, лежащие только слева или только справа от него. Таким образом, в эти четырехцветия входят цвета, чередующиеся с интервалом в один цвет:

1) зеленый, желтый, оранжевый, красный;

2) зеленый, синий, фиолетовый, красный;

3) оливковый, абрикосовый, пунцовый, карминный;

4) оливковый, бирюзовый, аметистовый, карминный [7].

На основе гармоний взаимодополнительных цветов можно создавать колористические построения, используя шесть цветов.

Шестицветия получаются двумя различными методами.

Первый метод: в двенадцатичастный круг вместо треугольника и квадрата следует вписать шестиугольник. На вершинах углов шестиугольника лежат три пары взаимодополнительных цветов, образующих цветовую гармонию. Так возникают соцветия:

1) желтый, оранжевый, красный, фиолетовый, голубой, зеленый;

2) абрикосовый, пунцовый, карминный, аметистовый, бирюзовый, оливковый.

Второй метод создания шестицветий заключается в использовании вместе с четырьмя чистыми хроматическими цветами черного и белого цветов.

Тот или иной цвет воспринимается по-разному в зависимости от текстуры и фактуры окрашенной поверхности: блестящей или матовой, мелко- или крупнозернистой, рифленой или гладкой [5].

Заключение

В результате проведенного исследования можно сделать следующие выводы. Взаимодополнительные цвета можно использовать совершенно чистыми, «открытыми», без валеров. Принцип их гармонизации лежит в правильном выборе колеров по цветовому кругу Степанова.

Триады цветов, образующие соцветия, в двенадцатичастном цветовом круге Сергея Степанова расположены на вершинах углов равностороннего треугольника, они воспринимаются по отношению друг к другу как гармоничные цветовые сочетания.

Подводя итог вышеизложенному, можно сделать вывод, что смысл цветовых гармоний заключается в выборе по цветовому кругу Сергея Степанова таких колеров и валеров, которые помогают наиболее полно выразить художественный замысел. Для мастеров изящных искусств и арт-дизайна, а также художников-таписсьеров использование инновационного круга Сергея Степанова, имеющего существенные и несомненные преимущества над кругом Иттена, настоятельно необходимо для выполнения цветной графической части проектов и является эффективным способом создания художественного образа. Другими словами, высокая степень креативной вариативности надежно обеспечивается гармоничностью цветовых решений, основанных на круге Степанова, что в перспективе активно интегрируется с деятельностью искусственного интеллекта.

Список литературы:

1. *Волков Н.Н.* Цвет в живописи. — Москва: Искусство, 1984.

2. *Данилова И.Е.* Итальянская монументальная живопись. Раннее Возрождение. — Москва: Искусство, 1970.

3. *Уваров В.Д.* К вопросу использования техник таписсерии в ювелирных изделиях / В.Д. Уваров, А.М. Пинчук // Бизнес и дизайн ревю. — 2022. — № 2 (26). — С. 107–112.

4. *Уваров В.Д.* Принципы построения колористических гармоний в искусстве таписсерии и дизайне на основе цветового круга Степанова / В.Д. Уваров // Цвет в пространственных искусствах и дизайне: Материалы III Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Санкт-Петербург, 05 октября 2023 года. — Санкт-Петербург: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургская государственная художественно-промышленная академия имени А.Л. Штиглица», 2023. — С. 231–243.

5. *Уваров В.Д.* Проектирование интерьера при помощи искусственного интеллекта в стиле ар-деко на основе цветового круга Степанова / В.Д. Уваров, М.А. Кронова // Цвет в пространственных искусствах и дизайне: материалы V Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Санкт-Петербург, 02 октября 2025 года. — Санкт-Петербург: Санкт-Петербургская государственная художественно-промышленная академия им. А.Л. Штиглица, 2025. — С. 305–310.

6. *Уваров В.Д.* Творческие концепции и подходы к гармонизации цвета в искусстве таписсерии // ЦВЕТ В ПРОСТРАНСТВЕННЫХ ИСКУССТВАХ И ДИЗАЙНЕ. Материалы Всероссийской научно-практической конференции. — Санкт-Петербург, 2021. — С. 258–264.

7. *Уваров В.Д., Рябкова Д.В.* Создание цветового решения для интерьеров отелей на основе психологии цвета. Бизнес и дизайн ревю. — 2016. — Том 1. — № 4 (4). — С. 14.

8. Человек — цвет — пространство: Прикладная цветопсихология / Генрих Фрилинг, Ксавер Ауэр; Сокращенный перевод с немецкого О.В. Гавалова. — Москва: Стройиздат, 1973. — 117 с., ил.

Н.В. БРЫЗГОВ

Кандидат искусствоведения, профессор кафедры промышленного дизайна Российского государственного художественно-промышленного университета им. С.Г. Строганова
e-mail: Nick-62@yandex.ru

N.V. BRYZGOV

Candidate of Art History, professor of the Department of industrial Design of the Russian State Stroganov University of Design and Applied Arts
e-mail: Nick-62@yandex.ru

DOI: 10.37485/1997-4663_2026_1_2_90_103

СОЗДАНИЕ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА В СССР В ГОДЫ ПЕРВЫХ ПЯТИЛЕТОК И ЕГО РОЛЬ В РАЗВИТИИ ОТЕЧЕСТВЕННОГО ДИЗАЙНА (НА ПРИМЕРЕ ТРАКТОРНОЙ, АВТОМОБИЛЬНОЙ, АВИАЦИОННОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ, СТАНКОСТРОЕНИЯ И СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО МАШИНОСТРОЕНИЯ)

THE ESTABLISHMENT OF INDUSTRIAL PRODUCTION IN THE USSR DURING THE FIRST FIVE-YEAR PLANS AND ITS ROLE IN THE DEVELOPMENT OF DOMESTIC DESIGN (USING THE EXAMPLE OF THE TRACTOR, AUTOMOBILE, AVIATION, MACHINE TOOL AND AGRICULTURAL ENGINEERING INDUSTRIES)

В статье проанализирована проблема создания промышленного производства в СССР в годы трех первых пятилетних экономических планов и его влияние на становление и развитие советского дизайна. Рассмотрены достижения в основных промышленных отраслях указанного периода. Освещена роль объединения ВХУТЕМАС в подготовке советских «производственных» художников. Рассмотрены основные направления в советском дизайне: производственный, инженерный, научный.

The article analyzes the problem of creating industrial production in the USSR during the first three five-year economic plans and its impact on the formation and development of Soviet design. the achievements in the main industrial sectors of the specified period are considered. the role of the VKHUTEMAS association in the training of Soviet “industrial” artists is highlighted. the main directions in Soviet design are considered: production, engineering, scientific.

Ключевые слова: советский дизайн, промышленное производство, пятилетние планы, СССР, индустриализация.
Keywords: soviet design, industrial production, five-year plans, USSR, industrialization.

К концу 1925 года в СССР начал проявляться серьезный экономический кризис. К этому времени новая экономическая политика (НЭП) пришла к своему упадку. В хозяйственном секторе советского государства наблюдались следующие сложности: проблемы в области денежного обращения и кредитования, трудности с хлебозаготовкой, сокращение объемов промышленного производства, товарный голод и, как следствие его, бытовой аскетизм, провоцирующий социальную напряженность, поэтому советское правительство задумалось о модернизации экономики и взятии курса на индустриализацию. Власти разработали программу пятилеток — пятилетних экономических планов, направленных на развитие народного хозяйства СССР. Целью этой программы было догнать и перегнать по уровню развития промышленности развитые западные страны [3–5, 8–11].

Первая пятилетка охватывала 1928–1932 годы, вторая — 1933–1937 годы, третья — 1938–1942 годы (прервана в 1941 году Великой Отечественной войной).

Реализация первых трех пятилетних планов явилась важной вехой для создания мощного промышленного производства СССР, представленного различными отраслями. В свою очередь, бурный рост промышленности в указанные периоды способствовал становлению и развитию советского дизайна.

Главной задачей первых пятилеток стало создание базы тяжелой промышленности. В это время были заново сформированы целые промышленные отрасли: автомобильная, авиационная, тракторная, химическая, станкостроение, металлургия, энергетика, сельскохозяйственное машиностроение [3].

Создание промышленного производства в Советском Союзе в эпоху реализации первых пятилетних планов имело ключевое значение для эволюции отечественного дизайна [3–5, 8–11]. В первые годы советской власти дизайн воспринимался как один из важных инструментов образования социалистического образа жизни и развивался по двум направлениям: бытовому (изготовление предметов обихода, личного пользования) и промышленному (создание новых форм техники).

Следует отметить, что советский дизайн первых пятилеток был представлен двумя направлениями: производственный и инженерный. Представители первого направления воспринимали искусство как создание каких-либо вещей и считали, что оно должно сливаться с промышленностью. К направлению «производственников» относились художники А. Родченко, В. Степанова, В. Татлин, братья В.А. и Г.А. Стенберги, архитекторы А. Ган, М. Гинзбург, И. Леонидов, братья Л.А. и В.А. Веснины, И.А. и П.А. Голосовы [2].

Дизайнеры-«производственники» сконцентрировали свое внимание на бытовой культуре, которой в первые годы советской власти, на самом деле, уделялось очень мало внимания. Ключевые принципы, которыми он руководствовались при создании предметов быта, соответствовали фундаментальным устремлениям советской идеологии. К ним относились:

— функциональность (предметы советского дизайна должны быть максимально несложными в применении и удовлетворять действительные потребности социума, чрезмерное «украшательство» и декор воспринимались как пережитки буржуазности);

— массовость (пропагандировалась доступность продукции широким слоям общества, что приводило к ее стандартизации и удешевлению);

— идеологическое значение (предметы должны были воплощать коллективистские идеи, пропагандировать достоинства советской экономики) [12].

Так как советская дизайнерская мысль в бытовой области, связанной с производством продукции легкой промышленности и народного потребления, была скована идеологическими принципами утилитарности, простоты, стандартности, массовости и излишней строгости, то она не переживала серьезного творческого расцвета и оставалась на втором плане.

Во многом специалисты в области дизайна были сконцентрированы на разработке новых образцов промышленной продукции. И они

представляли второе направление — «инженерный дизайн». Его корни лежат еще в императорской инженерной школе рубежа XIX–XX столетий, являющейся для своего времени одной из самых передовых. Талантливые инженеры дореволюционной России заложили те основы, которые были развиты в советскую эпоху. К ним относятся: строительство мостов, железных дорог, паровозов, успехи в сталелитейном производстве, разработки в авиационной сфере. Ряд выдающихся специалистов (П. Страхов, В. Энгелмейер, М. Кирпичев, И. Рерберг, В. Шухов) уже в конце XIX — начале XX века задумывались о роли эстетического начала при создании технических сооружений. Таким образом они заложили основы российского и советского дизайна.

Следует отметить, что, в целом, подготовке художников-проектировщиков, занимающихся промышленным дизайном, на начальном этапе существования советской власти уделялось большое внимание. Так, центром профессионального обучения данных специалистов стало объединение ВХУТЕМАС. Данные учебные заведения организовывались с 1920 года по всей стране (в Москве, Петрограде (с 1924 года — Ленинград) и многих других городах).

На базе ВХУТЕМАСа был создан ряд факультетов, которые обучали «промышленных художников», то есть специалистов в области производственного дизайна. Так, на живописном факультете готовили мастеров, занимающихся монументально-декоративным искусством, необходимым для украшения общественных сооружений, станций метрополитена. На скульптурном подготавливали специалистов, требующихся для оформления городских пространств. На архитектурном обучали проектированию жилых и административных зданий, фабрик, заводов, домов культуры и т. д. Печатный факультет готовил книгопечатников. Текстильный обучал созданию проектов, необходимых для изготовления тканей, рассчитанных на массовое производство. Существовали также металлический, керамический, деревянный факультеты, которые подготавливали специалистов по художественному проектированию в разных производственных областях [12].

Таким образом, просуществовавший до 1930 года ВХУТЕМАС (в 1922 году учебное заведение сменило наименование на ВХУТЕИН) как мощный образовательный центр подготовки производственных дизайнеров художников-конструкторов, архитекторов, сыграл большую роль в формировании промышленного дизайна СССР.

Важно отметить, на заре становления советского дизайна на передний план выходили проекты, направленные на реализацию потребностей производственных отраслей экономики. Советские промышленные дизайнеры и художники-конструкторы в период первых трех пятилеток интенсивно занимались разработкой новых транспортных средств. Как и все члены советского общества, они активно участвовали в строительстве нового государства и инновационного производства. Так, в первую пятилетку был разработан и произведен отечественный малолитражный легковой автомобиль НАМИ (выпущен в 1928 году заводом «Спартак»).

Незадолго до начала периода первой пятилетки СССР первым начала разрабатывать тепловоз. Экспериментальный экземпляр спроектировал Я. Гаккель. Его изготовили в 1924 году в Ленинграде. Дизайн интерьера тепловоза был продуман так, что предоставлял гораздо больше комфорта и безопасности машинисту: он находился в закрытой кабине с отличным обзором путей, защищенной от звука работающего мотора. По внешнему виду первые тепловозы были похожи на пассажирские вагоны — их полностью обивали кожухом с окнами [2].

В ранние годы советской власти в СССР также появился первый трактор, разработанный инженером Я. Маминым. Они были сконструированы довольно примитивно, отличались легкостью управления и были рассчитаны на малограмотное крестьянское население.

В период первых пятилеток переживала активное развитие и радиотехническая промышленность. Передовое место в ней занимала деятельность Радиолаборатории им. М. Бонч-Бруевича в Нижнем Новгороде. По некоторым своим достижениям она опережала мировую радиотехническую отрасль 1920–1930-х годов. Именно здесь была спроектирована мощная радиостанция, названная в честь Коминтерна. Для этой радиостанции инженер В. Шухов спроектировал по последнему слову техники ажурную радиомачту из стали. В Нижегородской лаборатории были разработаны прославившиеся на весь мир детекторные приемники, вышедшие на поток. Их внешний вид — черные катушки либо ящики, снабженные металлическими гнездами и клеммами, — являлся очень характерным явлением для советского быта времен первой пятилетки — конца 1920-х годов [2].

Важно отметить, что в 1920-х же годах зародилось еще одно направление в советской производственной сфере — научный дизайн. Он опирался на достижения различных новомодных для того времени наук — эргонологии, психотехники, биомеханики. Одним из ярких проектов указанного периода, относящихся к научному дизайну, является план переоборудования рабочего места водителя трамвая, инженера Н. Бернштейна. Согласно проекту, в моторном вагоне предполагалась совершенно новая структура передней площадки с целью сделать место водителя более эргономичным и комфортным в физическом и психологическом аспектах.

Макеты советского инженерного дизайна 1920-х — начала 1930-х годов выделялись большой степенью уникальности, смелым, новаторским подходом. Но не все они реализовывались. Некоторые оставались лишь на бумаге. Высокий уровень оригинальности и даже единичность образцов инженерного дизайна были связаны с тем, что промышленность, направленная на реализацию массового и серийного выпуска изделий, еще только формировалась. В этом инженерное направление в дизайне сближалось с производственным. Проекты «производственников» также часто оставались невоплощенными в жизнь либо реализовывались в виде единичных образцов.

Представителей — как инженерного дизайна, так и производственного — отличали смелось разработок, необычный изобретательский подход, оригинальность концепций. Они могли создавать настоящие шедевры технического искусства, удивляющие весь мир, из бытовых предметов, попавших под руку материалов, деталей технологического оборудования. Например, интерьерная композиция «Рабочий клуб» А. Родченко, первая гидроэлектротехническая станция, работающая на торфе, тепловоз Я. Гаккеля [2].

Инженерный дизайн 1930-х годов сильно разнился с дизайном первых лет советской власти. С конца 1920-х до начала 1940-х годов происходил постепенный переход дизайна на рельсы массового производства.

В СССР в этот период активно развивалось железнодорожная отрасль. Наладили массовое производство паровозов, тепловозов и даже электровозов. Инженерные дизайнеры разработали эксклюзивные конструкции грузовых и пассажирских паровозов, паровых локомотивов с тендерами-конденсаторами для Туркестано-Сибирской магистрали.

Несмотря на снижение темпов изготовления тепловозов и электровозов по ряду причин к началу третьего пятилетнего плана (конец 1930-х годов), разрабатывали новаторские, уникальные конструкции двухсекционных электровозов и особо мощных тепловозов.

В автомобильной промышленности существовала более сложная ситуация. В начале 1930-х годов — в конце первой — начале второй

пятилеток — советские инженеры и дизайнеры А. Кириллов и Ю. Долматовский вывели историю советского автомобилестроения на новый уровень. А. Кириллов разработал принципы аэродинамики автомобиля и соединил их с эстетическим пониманием формы. Данный проект продемонстрировал экономию мощности и сокращение расхода топлива при применении аэродинамических форм. Ю. Долматовский создал модели форм разных частей автомобиля, на основе проведенных им расчетов, опирающихся на анализ зарубежных образцов [6]. При проектировании легковых автомобилей Долматовский применял нетрадиционные для инженерного дизайна решения, например, сдвижные двери, помещенный в бампер радиатор, регулируемый по росту водителя педальный механизм. Также Долматовский прославился тем, что разрабатывал проекты заднемоторных автомобилей и автобусов с вагонной компоновкой.

Достижения Кириллова и Долматовского сыграли важную роль для развития отечественного автомобилестроения.

Однако важно подчеркнуть, что в 1930-х годах, охватывающих первую и вторую пятилетки, в советском автомобилестроении свой небольшой опыт изготовления машин — малых грузовиков. В 1924 году на Заводе АМО (Товарищество на паях автомобильного московского завода. В будущем АМО ЗИЛ) был выпущен заднеприводный, двуосный грузовой автомобиль малой грузоподъемности), легкового автомобиля НАМИ и простых по своим инженерным решениям тракторов — почти не применялся в сфере крупного массового автомобильного и тракторного производства. На крупных автомобилестроительных предприятиях (ГАЗ, ЗИЛ) и ряде тракторостроительных заводов были закуплены полностью зарубежные — американские — инструменты и оборудование. Однако автомобильная промышленность попала в трудное положение. Закупленное оборудование было рассчитано лишь на производство американских автомобилей, на основе особых технологий и размерной системы, поэтому советских предприятиям пришлось значительно перестраивать свой производственный процесс, что было завершено только в период третьей пятилетки — к концу 1930-х — началу 1940-х годов [2].

В начале 1930-х годов — на рубеже первой и второй пятилеток — состоялось важное для советского государства событие — было запущено строительство Московского метрополитена. Инженеры-проектировщики и промышленные дизайнеры выполняли грандиозные по своим масштабам проекты вестибюлей и станций метро, наземных павильонов, декоративного оформления их интерьеров. При создании проектов специалисты использовали современные на тот момент технологии и методы проектирования, принципы применения декора. На дизайн интерьеров московского метро власти не жалели финансовых средств. Они должны были отличаться роскошью, так как задачей партии было создать самый выдающийся метрополитен в мире. Станции и коридоры отделывались мрамором и гранитом, украшались мозаиками, майоликовыми панно, гипсовыми рельефами и лепниной, бронзовыми медальонами, современными металлическими конструкциями. Московский метрополитен проектировался как целостный технологический комплекс. Дизайну интерьеров станций, входных вестибюлей, переходов, перронных залов вагонов подвижных составов придавалось важное значение, как и всем составляющим «фирменного стиля» нового транспорта, включающего в себя вывески, обозначения станций и схем движения поездов, униформу сотрудников. Все эти компоненты должны были составлять единый стилистический ансамбль [6].

Развитие московского метро оказало значительное влияние и на производство других видов транспорта. Так, трансформацию пережил дизайн автобусов, троллейбусов, трамваев — их формы стали обтекаемыми, а оформление интерьеров подверглось изменениям в сторону комфортабельности и эстетичности: их снабдили автоматическими дверями, мягкими сиденьями, никелированными поручнями.

Важно отметить, что обтекаемость не просто влияла на зрительное восприятие и делала транспортные средства более приятными для глаза, а она была технически обоснована, так как позволяла повысить аэродинамические качества транспорта и его экономичность. Первые опыты в области создания автомобилей обтекаемых форм осуществлял инженер А. Никитин. После ряда опытов он выполнил в начале 1930-х годов автомобиль обтекаемых форм, снабженный фарами, утопленными в крыльях, и не имеющий подножку.

Надо сказать, что с середины 1930-х годов обтекаемые и ложнообтекаемые формы получили большое распространение в мировой автомобильной промышленности. И в этом плане Советский Союз шел в ногу со временем. Обтекаемые формы получили советские автомобили ЗИС-101 и М-1. В 1937 году их производство приобрело массовость. Обтекаемыми стали новые, пущенные на поток, паровозы серии К-2 и В, производившиеся на Луганском и Коломенском заводах.

С началом третьей пятилетки в конце 1930-х годов в советском транспортном дизайне обнаружилось стремление к пропаганде. Котлы паровозов начинают декорироваться металлическими звездами, различными идеологическими эмблемами, развивающимися знаменами.

В конце 1930-х годов появилась возможность изготавливать более индивидуальные модели автомобилей. Одной из подобных моделей стала малолитражная машина КИМ. Ее корпус разработал В. Бродский. Очередным важным шагом в советском автомобилестроении стало создание В. Самойловым машины «Победа» (М-20). Данный экземпляр в эстетическом и конструктивном плане опередил мировое автомобилестроение. Она не имела крыльев и подножек и обладала несильно расчлененным кузовом, словно накрывающим весь автомобиль [2].

В период второй пятилетки — в 1934 году — советская авиационная промышленность удивила весь мир грандиозным по размерам самолетом «Максим Горький». Он был создан с целью проведения агитационно-пропагандистской работы в отношении утверждения идеологии советской власти. На борту воздушного судна были спроектированы кинозал, типография, буфет, туалеты. Дизайн авиалайнера отличался продуманностью, эффектностью и декоративным размахом. Верхние поверхности крыла, стабилизатора, передняя кромка киля, крыша и днище фюзеляжа были выкрашены в ярко-красный цвет. Киль, борта корпуса, нижние поверхности крыла и стабилизатора окрасили в снежно-белый тон. Капоты двигателей, стойки шасси, гондолы радиаторов сделали черными. На крыле разместили огромными буквами название самолета: «Максим Горький» [6].

Идея создания авиалайнера принадлежала советскому журналисту Михаилу Кольцову в 1932 году, когда отмечался сорокалетний юбилей творческой деятельности знаменитого писателя М. Горького. Самолет должен был стать флагманским судном особой эскадрильи, предназначенной для проведения культурно-массовой и агитационно-пропагандистской работы по всему Советскому Союзу. На создание грандиозного воздушного судна по всей стране собирали деньги. Спроектирован самолет был выдающимся авиаконструктором А.Н. Туполевым по последнему слову техники. Строился он на опытном заводе Центрального Аэрогидродинамического института в Лефортово в 1933–1934 годах, а собирался на Центральном аэродроме Москвы.

Однако гигантский авиалайнер просуществовал недолго. В течение двух лет он участвовал в различных государственных мероприятиях,

торжественных парадах. В 1936 году во время одного из парадов произошло трагическое происшествие — самолет потерпел крушение. На его борту находилось 49 человек, которые погибли.

После трагического события был объявлен денежный сбор на строительство дублера авиалайнера. Однако сборка второго самолета сильно затянулась. Она завершилась лишь в 1939 году, и к этому времени концепция применения воздушного судна как флагмана агитационной работы сошла нет. Самолет просто включили в состав «Аэрофлота» и стали использовать его как образец для массового производства советских авиалайнеров.

Во времена первых трех пятилеток активно развивалась металлургическая промышленность. Ее достижения применялись инженерами, проектировщиками, архитекторами, дизайнерами при сооружении жилых и общественных зданий. Особое внимание при строительстве уделялось использованию металлических конструкций. Надо сказать, что в конце 1920-х — самом начале 1930-х годов, в эпоху первой пятилетки, советская архитектура, развивающаяся в рамках инновационных направлений того времени, переживала расцвет. Архитекторы и дизайнеры при разработке проектов зданий и оформлении общественных пространств активно занимались авангардными творческими поисками в области формы и много экспериментировали. Их эксперименты привели к развитию таких направлений в архитектуре и дизайне, как конструктивизм, функционализм и минимализм.

Однако уже к концу первой пятилетки, в 1932 году, Сталин запретил разнообразные художественные группировки. С этого момента авангард подвергся критике и началось формирование соцреализма как единственного разрешенного направления в изобразительном искусстве, архитектуре, дизайне, утверждающего принципы идеологии СССР [1].

В связи с интенсивным развитием металлургической промышленности, в частности, сталелитейного производства, стали активно внедряться конструкции из стали при проектировании заводов, фабрик и оформлении их интерьеров.

Конструкции из стали также активно применялись при строительстве жилых построек. Так, один из первых многоэтажных гражданских сооружений СССР — студенческий дом-коммуна на ул. Орджоникидзе в Москве, построенный по проекту архитектора И. Николаева, обладал каркасом, полностью выполненным из стали [1].

Инженеры-проектировщики, архитекторы, промышленные дизайнеры старались использовать самые передовые технологии и современные материалы. Например, при возведении промышленных предприятий широко использовались: монолитный железобетон, асбестоцементные листы, фахверковые кирпичные конструкции. Также стали применять сборные железобетонные конструкции [1].

Дизайн и прикладное искусство оказались крайне идеологизированы и подчинены стилистике социалистического реализма. Каждый предмет, каждая свободная поверхность, каждая деталь должны были содержать некое послание, говорящее о достижениях социалистического строительства. Появились центральные темы социалистической пропаганды: спортивные достижения и физкультура, вожди партии, символика страны советов, мощь советской армии. Они выражались в порой самых причудливых формах.

На протяжении 1930-х годов осуществлялся плавный переход от уникального к массовому дизайну. Отдельные образцы типа воздушного судна «Максим Горький» еще продолжали существовать в единичном экземпляре, но одновременно делался акцент на создании серийной продукции.

В 1930-х — начале 1940-х годов мощное развитие в СССР получило массовое производство тракторов и других видов сельскохозяйственной техники. В это время были возведены несколько крупных тракторных заводов — Сталинградский, Кировский, Владимирский, Челябинский, Харьковский, на которых стали массово выпускаться различные типы тракторов (СХТЗ-15/30, «Универсал», «Сталинец») и сельскохозяйственных машин: зерноуборочные комбайны [3]. Разрабатывая конструкции тракторов, проектировщики экспериментировали с формой, оснащением техники, задумываясь о функциональности и внешнем виде моделей. Например, в модели СХТЗ-15/30 были внедрены железные колеса с «шипами», которые позволяли трактору передвигаться по любым видам почвы, болоту, бездорожью. Однако встречались и некоторые промахи и недоработки проектировщиков при создании сельскохозяйственной техники. Например, при проектировании модели СХТЗ-15/30 совершенно не придавалось значения удобству и безопасности водителя: кабина отсутствовала, аскетичное водительское место было оборудовано жестким сидением, тяжелым рулем и рычагом коробки передач, контрольные приборы отсутствовали. Данное спартанское оснащение трактора очень соответствовало спартанскому духу времени, когда мало внимания уделялось личному комфорту.

Настоящим символом и вершиной советского тракторного производства и дизайна 1930-х годов стал «Сталинец». В нем уже было многое продумано и доработано. «Сталинец» был спроектирован на основе американского трактора Caterpillar. В модели была предусмотрена просторная и комфортная кабина водителя с возможностью открывать окна для проветривания. Топливный бак располагался за двигателем и закрывался капотом, что являлось безопасным и эстетичным. Техническое оснащение трактора, по сравнению с другими моделями, также были на высоте для того времени. Трактор «Сталинец» обладал презентабельным внешним видом, благодаря монументальности своих форм и эффектной окраске, строящейся на сочетании ярких, контрастных цветов.

Помимо тракторов, в период второй и третьей пятилеток массово выпускался и другой тип сельскохозяйственной техники — комбайны. Для этого был построен ряд специализированных заводов: «Коммунар», «Ростсельмаш», Люберецкий завод им. Ухтомского. Комбайны этого времени отличались достаточной продуманностью и функциональностью. Они были прицепного типа: по полю передвигались за трактором на буксире, жатка у них находилась справа, а выгрузка — слева, двигатель располагался слева и запускал работу молотилки. Первый советский комбайн «Колхоз», произведенный на заводе «Ростсельмаш», был громоздким, по сравнению с западными образцами, но он имел и преимущество по сравнению с ними — отличался универсальным характером уборки злаковых культур. Комбайн «Сталинец» обладал еще более усовершенствованной конструкцией — он мог убирать не только зерновые культуры, но и кукурузу, просо, подсолнечник.

Большой прорыв в период первых пятилетних планов произошел и в советском станкостроении. Был создан Станкостроительный трест, реконструированы старые станкостроительные заводы. Благодаря этому, с середины 1930-х годов был значительно расширен ассортимент производимых станков. Появляются новые типы станков, отличающиеся разнообразием технического оснащения и дизайна: расточные, нарезные, сверлильные, многошпиндельные, сверлильно-расточные и др. [3].

Необходимо отметить, что к концу 1930-х — началу 1940-х годов, в период третьей пятилетки, начинает все же более интенсивное развитие бытовой дизайн. Художники-конструкторы заняты разработкой полезных предметов обихода, способных облегчить жизнь и сделать ее более комфортной: дискового телефона, радиоприемников, осветительных приборов, предметов мебели.

Становление и эволюция советского промышленного дизайна в период трех первых пятилеток — это сложное явление, включающая в себя разные аспекты: функциональный, эстетический, идеологический.

Важно подчеркнуть, что советский дизайн в эпоху своего становления почти не был рассчитан на удовлетворение личных потребностей и вкусов людей. Он предназначался для реализации интересов различных промышленных отраслей. Из-за политической и культурной закрытости Советского Союза отечественные художники-конструкторы не имели возможности обмениваться опытом с зарубежными коллегами, в результате чего дизайн в СССР серьезно отставал от общемировых тенденций.

Важное значение для эволюции советского дизайна имело образовательное объединение ВХУТЕМАС в начальный период первого пятилетнего плана. Оно создало учебно-экспериментальную базу для подготовки специалистов в сфере художественного конструирования и оформления предметов и пространств. Творческие идеи, разработанные в мастерских объединения, предвосхитили развитие конструктивизма, функционализма и минимализма в СССР и даже оказали большое воздействие на развитие мирового искусства и дизайна. Кроме того, деятельность ВХУТЕМАСа доказала возможность органичного синтеза искусства, дизайна, и производства.

Следует отметить, что если в период первого пятилетнего плана в СССР делался упор на развитие различных отраслей тяжелой промышленности, а легкой промышленности почти не уделялось внимания, то во вторую и третью пятилетки правительство начинает осознавать необходимость развития и этого сектора. Но в СССР часто отсутствовали технологии и материалы, отвечающие современным требованиям, существовала нехватка знаний и опыта в области изготовления товаров личного пользования, предметов обихода. Изготавливаемые в это время предметы быта характеризовались лаконичностью, простотой и функциональностью, что очень соответствовало строгости и аскетизму советского мировоззрения указанного периода.

Однако именно в области индустриального дизайна советское государство в эпоху трех первых пятилетних планов достигло больших успехов, что было связано именно с развитием стратегически важных отраслей промышленности. Советский промышленный дизайн был признан самобытным и значимым культурным феноменом в мире.

Список литературы:

1. Архитектура промышленных сооружений СССР. 1917–1932 // TOTALARCH [Электронный ресурс]. — URL: https://ussr.totalarch.com/general_history_architecture/1917_1932/industrial (дата обращения: 01.04.2025).

2. *Воронов Н.* К истории советского дизайна // TEHNE [Электронный ресурс]. — URL: https://tehne.com/event/arhivsyachina/n-voronov-k-istorii-sovetskogo-dizayna (дата обращения: 01.04.2025).

3. Выпуск 78. Заводы первой пятилетки — основа финансовой базы СССР. Кто ковал индустриализацию. Часть I // ИПБ России [Электронный ресурс]. — URL: https://www.ipbr.org/projects/history/78/ (дата обращения: 31.03.2025).

4. Первая пятилетка в СССР // История России [Электронный ресурс]. — URL: https://istoriarusi.ru/cccp/pervaya-pyatiletka-1928-1932.html (дата обращения: 31.03.2025).

5. Пятилетки (введение пятилетних планов развития народного хозяйства) // ИСТОРИЯ.РФ. Главный исторический портал страны [Электронный ресурс]. — URL: https://histrf.ru/read/articles/piatilietki-vviedieniie-piatilietnikh-planov-razvitiia-narodnogho-khoziaistva-event (дата обращения: 31.03.2025).

6. Развитие дизайна в СССР [Электронный ресурс]. — URL: https://ido.tsu.ru/iop_res/istdiz/text/g1_9_1.html (дата обращения: 01.04.2025).

7. *Смоленская С.А., Бижко Е.В.* Становление высотного строительства в СССР в 1920–1930-х гг. // Известия вузов. Инвестиции. Строительство. Недвижимость. — 2015. — № 1 (12). — С. 151–159.

8. *Фельдман М.А.* Осмысление партийно-хозяйственной элитой СССР итогов Первой пятилетки: путь к прозрению не бывает легким // Гуманитарные науки Сибири. — 2021. — № 3. — Том 28. — С. 76–84.

9. *Фельдман М.А.* Реализация индустриального проекта в годы первой пятилетки: вопросы историографии // Россия и современный мир. — 2022. — № 2. — С. 158–180.

10. *Ханин Г.И.* Динамика экономического развития СССР. — Новосибирск: Наука, 1991. — 267 с.

11. *Юдина Н.А.* Индустриализация в СССР. Первые пятилетки // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. — 2017. – № 4–3. — С. 109–111.

12. UXCreep. Становление промышленного дизайна СССР // Хабр [Электронный ресурс]. — URL: https://habr.com/ru/articles/865878/ (дата обращения: 31.03.2025).

В.С. ЛОПАСОВА
Аспирант АНО ВО «Национальный институт дизайна»
e-mail: leralopasova@mail.ru

Н.И. БАРСУКОВА
Доктор искусствоведения, профессор, академик Национальной академии дизайна, главный научный сотрудник, Санкт-Петербургская государственная художественно-промышленная академия им. А.Л. Штиглица
e-mail: bars_natali@mail.ru

V.S. LOPASOVA
Postgraduate student of the National Institute of Design
e-mail: leralopasova@mail.ru

N.I. BARSUKOVA
Doctor of Art History, Professor, Academician of the National Academy of Design, Chief Researcher, St. Petersburg State Academy of Arts and Industry named after A.L. Stieglitz
e-mail: bars_natali@mail.ru

DOI: 10.37485/1997-4663_2026_1_2_104_114

ДИЗАЙН-КОД КАК СПОСОБ ВЫЯВЛЕНИЯ ИМИДЖА ГОРОДА

DESIGN CODE AS A WAY TO IDENTIFY A CITY'S IMAGE

В эпоху глобальной конкуренции городов за человеческие и финансовые ресурсы их имидж превращается в стратегический актив, определяющий экономическое, социальное и культурное развитие. Данная статья исследует дизайн-код — комплексный градорегулирующий инструмент — в качестве ключевого механизма для выявления, формирования и устойчивого управления позитивным имиджем городской среды. На основе анализа теоретических концепций урбанистики, семиотики пространства и городского брендинга, а также практических кейсов внедрения дизайн-кодов в российских и зарубежных городах (Москва, Казань, Барселона, Лондон), в работе систематизируются механизмы влияния визуальных регламентов на восприятие городского пространства. Статья подробно рассматривает инструментарий дизайн-кода (регламентация вывесок, фасадов, навигации, МАФ) и доказывает, что его внедрение способствует преодолению визуального хаоса, усилению идентичности, созданию комфортной и читаемой среды, что в совокупности формирует конкурентоспособный и привлекательный образ города. Отдельное внимание уделяется критическому анализу рисков, связанных с унификацией и избыточной регламентацией, и путям их минимизации.

In an era of global competition between cities for human and financial resources, their image has become a strategic asset that determines their economic, social, and cultural development. This article explores the design code, a comprehensive urban planning tool, as a key mechanism for identifying, shaping, and sustainably managing the positive image of urban environments. Based on an analysis of theoretical concepts in urban studies, space semiotics, and urban branding, as well as practical cases of implementing design codes in Russian and foreign cities (Moscow, Kazan, Barcelona, and London), the paper systematizes the mechanisms of visual regulations' impact on the perception of urban space. the article examines in detail the design code toolkit (regulation of signage, facades, navigation, and small architectural forms) and proves that its implementation helps to overcome visual chaos, strengthen identity, and create a comfortable and readable environment, which together forms a competitive and attractive image of the city. Special attention is paid to a critical analysis of the risks associated with unification and excessive regulation, and ways to minimize them.

Ключевые слова: дизайн-код, имидж города, городской брендинг, визуальная среда, урбанистика, благоустройство, идентичность территории, визуальный.
Keywords: design code, city image, urban branding, visual environment, urban studies, landscaping, territorial identity, visual.

Современный город представляет собой сложный организм, находящийся в постоянном процессе трансформации. Его физическое пространство является не просто местом жизнедеятельности, но и мощным коммуникатором, формирующим сложную систему образов и ассоциаций в сознании жителей и гостей. Этот собирательный имидж города становится решающим фактором в его способности привлекать инвестиции, талантливых специалистов, туристов и, в конечном счете, определяет его конкурентоспособность на мировой арене.

Однако стихийное развитие городской застройки, коммерциализация общественных пространств и отсутствие единых правил формирования визуальной среды часто приводят к возникновению «визуального смога» — хаотичного нагромождения знаков, форм и цветов, который разрушает эстетическое восприятие, затрудняет навигацию и нивелирует уникальную идентичность места. Исторические фасады скрываются за пестрыми вывесками, а общественные пространства теряют комфорт под давлением рекламных конструкций. В этих условиях возникает объективная потребность в инструменте, способном упорядочить визуальный хаос, высвободив и подчеркнув истинный образ города.

Таким инструментом управления визуальной экологией и, как следствие, имиджем территории, является дизайн-код. Он представляет собой свод правил и рекомендаций, регламентирующих визуальные параметры всех элементов городской среды: от фасадов зданий и размещения рекламы до дизайна уличной мебели и навигации.

Концепция дизайн-кода, как следует из первых российских исследований, направлена не на унификацию, а на гармонию. Её цель — создать комфортную среду, позволить архитектуре раскрыться и сформировать целостный городской образ, не принося в жертву индивидуальность [9].

Цель данной статьи — комплексное исследование дизайн-кода как многофункционального инструмента для выявления, формирования и управления имиджем современного города. Для достижения этой цели ставятся следующие задачи:

— проанализировать теоретические основы формирования имиджа города через призму концепций Кевина Линча и Яна Гейла;

— систематизировать ключевые элементы дизайн-кода и механизмы их влияния на визуальное восприятие и идентичность;

— на конкретных примерах (кейсах) показать эффективность внедрения дизайн-кода для трансформации имиджа;

— выявить потенциальные риски и критические аргументы, связанные с применением дизайн-кодов, и наметить пути их преодоления.

Методологическую основу исследования составили теоретические работы классиков урбанистики, современные руководства по разработке дизайн-кодов, а также сравнительный анализ визуальных изменений в городах, реализовавших подобные программы.

Чтобы понять, как дизайн-код влияет на имидж, необходимо обратиться к фундаментальным теориям, объясняющим, как человек воспринимает и осмысляет городское пространство [8].

Структура ментального образа: теория Кевина Линча

Американский урбанист Кевин Линч в своей работе «Образ города» («The Image of the City», 1960) впервые системно описал процесс формирования ментальной карты города у его жителя. Он утверждал, что люди ориентируются в городе и воспринимают его не как хаотичный набор объектов, а как структурированную ментальную карту, состоящую из пяти ключевых взаимосвязанных элементов.

— Пути (Paths): это каналы перемещения (улицы, тротуары, линии транспорта). По ним люди движутся, они составляют основу ментальной карты.

— Границы (Edges): линейные элементы, не используемые как пути, но являющиеся барьерами или сепараторами (береговые линии, стены, железнодорожные пути, виадуки).

— Районы (Districts): средние или крупные участки города, которые наблюдатель мысленно «входит внутрь» и которые обладают отличным от других характером (исторический центр, деловой район, спальный квартал, промышленная зона).

— Узлы (Nodes): стратегические точки, фокусы, в которых сходятся пути (перекрестки, площади, транспортные узлы).

— Ориентиры (Landmarks): точечные объекты, внешние по отношению к наблюдателю, служащие для опознания и упорядочивания образа города (выдающиеся здания, вышки, памятники, природные объекты).

Имидж города напрямую зависит от того, насколько легко и четко эти элементы выявляются и складываются в единую, запоминающуюся картину. Задача дизайн-кода — усилить читаемость этих элементов [10]. Например, единая навигация подчеркивает пути, регламентация высоты и стиля застройки помогает выделить районы, а ограничение визу-

ального шума вокруг исторических доминант сохраняет их значение как ориентиров [8].

Если Линч фокусировался на восприятии, то датский архитектор Ян Гейл в своей книге «Города для людей» («Life Between Buildings», 1971) сконцентрировался на социальном аспекте городской среды. Его центральный тезис заключается в том, что качество пространства определяет качество жизни и социального взаимодействия в нем [2].

Сначала мы формируем города, а потом они формируют нас [4]. Гейл критиковал модернистскую архитектуру, ориентированную на автомобили, и защищал создание городов, ориентированных на пешехода. Он детально исследовал, как такие «мелочи», как расстановка скамеек, ширина тротуаров, наличие кафе и уличной активности, создают условия для «жизни между зданиями». Комфортная среда порождает положительные эмоции, чувство безопасности и принадлежности, что является фундаментом позитивного имиджа.

Дизайн-код является прямым воплощением идей Гейла. Он формализует правила создания человечного масштаба: предписывает активные первые этажи, регламентирует организацию уличных кафе, устанавливает удобную и доступную уличную мебель. Таким образом, он работает не только с визуальным восприятием (имиджем), но и с эмоциональным опытом (идентификацией) [3].

В конце XX века сформировался подход, рассматривающий город как товар, нуждающийся в продвижении. Специалист по брендингу Кит Динни в своей работе «Брендинг территорий. Лучшие мировые практики» отмечает: «Конкуренция между городами за внимание, инвестиции, туристов и таланты никогда не была более интенсивной, чем сейчас. В этой борьбе сильный городской бренд является ключевым активом» [6, с. 3].

Имидж здесь становится ядром бренда. А дизайн-код — инструментом его визуальной айдентики. Единые визуальные решения (шрифты, цвета, материалы) для навигации, вывесок и МАФ создают узнаваемый и последовательный образ, аналогично тому, как брендбук работает для коммерческой компании. Это позволяет городу «продавать» себя как целостный, продуманный и качественный продукт [1].

Дизайн-код — это не абстрактная концепция, а конкретный набор регламентов, каждый из которых вносит вклад в формирование имиджа. Регламентация вывесок и рекламы, борьба с «визуальным смогом» — это часто является самым заметным и влияющим на все восприятие аспектом дизайн-кода. Хаотичные, кричащие вывески — главный разрушитель исторического облика и визуального комфорта. Они создают шум, который перекрывает архитектуру, делает пространство агрессивным и дезориентирующим [11].

Дизайн-код вводит строгие правила

— Размеры и расположение: запрет на огромные крышные установки, регламентация размера козырьков и их привязка к уровням карнизов.

— Цвет и освещение: ограничение на использование чрезмерно ярких, «кислотных» цветов и мигающей подсветки.

— Материалы: поощрение использования натуральных, качественных материалов (кованый металл, дерево, качественная печать), запрет на дешевый пластик и ПВХ-баннеры.

— Шрифты: рекомендации по использованию шрифтов, гармонирующих с архитектурным стилем района.

После внедрения этих правил происходит «очищение» фасадов. Проявляется историческая или архитектурная ценность зданий. Город становится визуально спокойнее, эстетичнее и, как ни парадоксально, более узнаваемым, так как на первый план выходит его подлинная архитектура, а не наносная коммерческая шелуха [12]. В руководстве ДОМ.РФ подчеркивается, что «задача — сделать рекламу цивилизованной, чтобы она не мешала восприятию городской среды, а становилась ее органичной частью» [7].

Регламентация фасадов и архитектурных решений — данный раздел кода регулирует изменения в облике существующих зданий и проектирование новых. Он может предписывать следующее.

— Цветовые палитры: утвержденные палитры для разных районов (например, пастельные тона для исторического центра, более насыщенные для современной застройки).

— Материалы отделки: требования к материалам, соответствующим контексту (натуральный камень, штукатурка определенного типа).

— Высотность и силуэт: сохранение исторической линии застройки, защита видовых коридоров, запрет на диссонирующую по высоте новую застройку.

Формируется целостный и гармоничный архитектурный ансамбль. Усиливается идентичность районов (в терминах Линча). Исторический центр воспринимается как ценное, сохраненное наследие, а но-

вые районы получают качественный и продуманный облик. Это создает имидж города, который уважает свою историю и ответственно подходит к развитию [15].

Система навигации и городской графики — единая и понятная навигационная система — это не только утилитарный инструмент, но и мощный элемент бренда. Дизайн-код разрабатывает следующее.

— Типовые пилоты указателей: единый дизайн для всех указателей, знаков и схем города.

— Городской шрифт: уникальный или подобранный шрифт для всех надписей в публичных местах.

— Логотип и символика: разработка символа города и правил его использования.

Город становится простым и удобным для ориентации. Единый стиль навигации работает как постоянное визуальное подкрепление бренда, повышая его узнаваемость (как это сделано в Лондоне с его круглыми указателями или в Берлине со шрифтом FF Info). Это формирует имидж современного, технологичного и гостеприимного города, который заботится о своих жителях и туристов.

Регламентация малых архитектурных форм (МАФ) и благоустройства — этот элемент напрямую воплощает идеи Яна Гейла. Код предписывает дизайн:

— уличной мебели (скамейки, урны, фонари, велопарковки);

— ограждений и элементов озеленения;

— мощения тротуаров и площадей.

Создается комфортная, безопасная и эстетичная среда. Единый стиль МАФ придает пространству завершенность и качество. Городское управление через это демонстрирует заботу о деталях, что напрямую влияет на субъективное ощущение качества жизни и, как следствие, на позитивный имидж [13].

В мировой практике есть несколько известных примеров реализации подобных идей — кейсы трансформации имиджа через дизайн-код.

Москва: от визуального хаоса к упорядоченности

Москва является самым масштабным и показательным примером трансформации имиджа мегаполиса через внедрение элементов дизайн-кода (хотя единого документа под таким названием не принималось, все регламенты были реализованы в рамках программ благоустройства) [16].

К началу 2010-х гг. центр Москвы был характерным примером визуального хаоса: гигантские крышные установки, пестрые вывески, закрывавшие фасады исторических зданий, неудобные тротуары, заставленные парковками.

В рамках программы «Моя улица» были введены жесткие регламенты на вывески, проведено масштабное благоустройство с унификацией уличной мебели, освещения, мощения. Появилась единая навигация [14].

Визуальный образ центра города кардинально изменился. Он стал восприниматься как упорядоченный, эстетичный, пешеходно-ориентированный и комфортный. Резко выросла туристическая привлекательность. Москва стала ассоциироваться не с пробками и хаосом, а с качественным общественной сферой, что значительно повысило ее международный рейтинг.

Казань: укрепление национальной идентичности через регламенты

Столица Татарстана осознанно использует дизайн-код для усиления своего уникального имиджа на стыке русской и татарской культур.

Регламенты поощряют использование национальных орнаментов (в оформлении фасадов, ограждений, МАФ), определенной цветовой палитры, сочетающей традиционные и современные элементы.

Город сохраняет и визуально подчеркивает свою уникальность, избегая при этом китча и дисгармонии. Имидж Казани как современного, но укорененного в традициях города значительно укрепляется.

Барселона: дизайн-код как основа бренда и стратегического планирования

Барселона давно и успешно использует принципы дизайн-кода для управления своим мировым имиджем столицы дизайна и архитектуры.

Единые стандарты применяются ко всему: от дизайна скамеек и фонарей на знаменитых бульварах (Рамбла) до регламентации вывесок в готическом квартале. Это создает невероятно целостный и запоминающийся образ [5].

Итогом становится узнаваемость и сильнейший бренд, притягивающий миллионы туристов, интересующихся именно архитектурой и урбанистическим дизайном.

Несмотря на очевидные преимущества, концепция дизайн-кода сталкивается с обоснованной критикой.

— Риск унификации и скучности: главный аргумент противников — дизайн-код может убить уникальность, превратив города в безликие, стерильные пространства, где все подчинено правилам.

— Бюрократизация и стоимость: процесс согласования каждого проекта может стать долгим и дорогим, тормозя развитие малого бизнеса.

— Неправильный фокус: критики утверждают, что городам следует сосредоточиться на решении фундаментальных проблем, таких как доступное жилье и транспорт, а не на «косметических» улучшениях.

Предполагаемые пути минимизации рисков

— Дифференциация по районам: качественный дизайн-код не предписывает единый стиль для всего города. Он разрабатывает разные регламенты для исторического центра, делового района, спальных кварталов и промышленных зон. Это сохраняет уникальность разных частей города.

— Принцип «рамки, а не картины» — код должен задавать не конкретный дизайн, а рамки и правила игры: максимальные размеры, допустимые материалы, палитры. Внутри этих рамок дизайнеры и бизнес могут проявлять креативность.

— Общественное обсуждение — процесс разработки кодекса должен быть максимально публичным и вовлекать горожан, бизнес-сообщество, девелоперов и краудсорсинговые платформы. Это обеспечивает учет интересов всех сторон и создает ощущение соучастия.

— Фокус на качестве, а не на ограничениях: код должен позиционироваться не как список запретов, а как инструмент повышения качества среды и, как следствие, стоимости недвижимости и привлекательности локации для бизнеса.

Заключение

Таким образом, дизайн-код доказал свою эффективность как комплексный стратегический инструмент для управления имиджем современного города. Он опирается на глубокие теоретические основы, заложенные Линчем и Гейлом, и переводит их в практические, работающие регламенты.

Через борьбу с «визуальным смогом», сохранение архитектурного наследия, создание комфортной человекоориентированной среды и формирование единой визуальной коммуникации дизайн-код позволяет городу:

— выявить свою подлинную идентичность, освободив ее от наслоений визуального хаоса;

— сформировать сильный, позитивный и конкурентоспособный имидж, основанный на качестве среды и узнаваемости;

— управлять этим имиджем на устойчивой основе, обеспечивая последовательность градостроительной политики.

Риски унификации и избыточной бюрократии, безусловно, существуют, но они преодолимы через гибкий, дифференцированный подход и активное вовлечение городского сообщества.

В конечном счете, инвестиции в дизайн-код — это инвестиции в качество жизни, человеческий капитал и будущую экономику города. В мире, где города конкурируют за ресурсы, сильный, продуманный и привлекательный имидж, подкрепленный реальным качеством городской среды, становится ключевым фактором успеха. И дизайн-код является одним из самых мощных инструментов для его достижения.

Список литературы:

1. *Берлин А.А.* Архитектура и психоэмоциональное состояние горожан // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. — 2016. — № 12/4. — С. 662–666.

2. *Вендина О.Н.* Визуальная среда города: между хаосом и регламентацией // Демоскоп Weekly. — 2018. — № 773–774. — [Электронный ресурс]. — URL: http://www.demoscope.ru/weekly/2018/0773/tema01.php (дата обращения: 5.11.25).

3. *Гейл Я.* Города для людей / перевод с английского. — Москва: Классика-XXI, 2012. — 276 с.

4. *Гейл Я.* Life Between Buildings: Using Public Space. — Copenhagen: the Danish Architectural Press, 1971. — 200 p.

5. *Динни К.* Брендинг территорий. Лучшие мировые практики / перевод с английского. — Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2013. — 336 с.

6. ДОМ.РФ. Стандарт оформления городских улиц и общественных пространств. — Москва: КБ Стрелка, 2019. — 212 с. — [Электронный ресурс]. — URL: https://www.domrf.gov.ru/upload/iblock/92a/standart-2019.pdf (дата обращения: 5.11.25).

7. *Кэмпбелл Р.* Как работают города. Что такое дизайн-код и как он меняет городское пространство // Strelka Mag. — 2017. — [Электронный ресурс]. — URL: https://strelkamag.com/ru/article/design-code-lecture (дата обращения: 25.11.25)

8. *Линч К.* Образ города. Перевод с английского В.Л. Глазычева. — Москва: Стройиздат, 1982. — 328 с.

9. *Лопасова В.С., Барсукова Н.И.* Культурный код города как проблема дизайна // Современный дизайн и проблемы высшей школы дизайна / Сборник материалов X Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. — Москва, 2024. — С. 236–240.

10. Московский урбанистический форум. Дизайн-код московских улиц. — Москва, 2014. — [Электронный ресурс]. — URL: https://mosurbanforum.ru/projects/dizayn-kod/ (дата обращения: 15.11.25).

11. *Anholt S*. Competitive Identity: the New Brand Management for Nations, Cities and Regions. — N.Y.: Palgrave Macmillan, 2007. — 196 p.

12. *Gehl J.* Cities for People / J. Gehl. — Washington: Island Press, 2010. — 269 p.

13. *Gehl J.* Life Between Buildings: Using Public Space / J. Gehl. — Copenhagen: the Danish Architectural Press, 2001. — 200 p.

14. Project for Public Spaces (PPS). Case Studies: Barcelona's Public Spaces. — [Электронный ресурс]. — URL: https://www.pps.org/categories/case_studies (дата обращения: 15.11.25).

15. the City of London. Streetscape Guidance. — London, 2019. — [Электронный ресурс]. — URL: https://www.cityoflondon.gov.uk/assets/Services-Environment/streetscape-guidance.pdf (дата обращения: 15.11.25).

16. the Urban Design Compendium. — English Partnerships, the Housing Corporation, 2007. — [Электронный ресурс]. — URL: http://udc.homesandcommunities.co.uk/urban-design-compendium (дата обращения: 15.11.25).

А.В. АФИНОГЕНТОВА

Доцент кафедры «Художественное стекло» РГХПА им. С.Г. Строганова
e-mail: aanna@bk.ru

Е.В. ВАСИЛЕНКО

Кандидат педагогических наук, доцент кафедры промышленного дизайна МГУТУ имени К.Г. Разумовского (ПКУ), доцент кафедры искусств, РГСУ
e-mail: elenalopasova@mail.ru

А.Т. САТАРОВА

Канд. фил. наук, магистрант кафедры искусств РГСУ
e-mail: a9589034@yandex.ru

Г.В. ПИТЕРСКИХ

Магистрант кафедры искусств РГСУ
e-mail: elenalopasova@mail.ru

A.V. AFINOGENTOVA

Associate Professor of the Art Glass Department of the Russian State Stroganov University of Design and Applied Arts
e-mail: aanna@bk.ru

E.V. VASILENKO

Candidate of pedagogical Sciences, associate Professor of the Department design and applied arts Federal State Budget Educational Institution of Higher Education «K.G. Razymovsky Moscow State University of technology and management (the First Cossack University)», associate Professor of the Department of Arts, Russian State Social University
e-mail: elenalopasova@mail.ru

A.T. SATAROVA

Candidate of Philological Sciences, Master's Student at the Department of Arts, Russian State Social University
e-mail: a9589034@yandex.ru

G.V. PITERSKIKH
Master's Student at the Department of Arts, Russian State Social University
e-mail: elenalopasova@mail.ru

DOI: 10.37485/1997-4663_2026_1_2_115_125

ДИЗАЙН СРЕДОВОГО ПРОСТРАНСТВА ДЛЯ ТВОРЧЕСКОЙ РЕАЛИЗАЦИИ НЕЗРЯЧИХ И СЛАБОВИДЯЩИХ

DESIGN OF ENVIRONMENTAL SPACE FOR CREATIVE REALIZATION OF THE BLIND AND LOW-VISUAL

Реализация художественного потенциала у людей с нарушениями зрения способствуют их реабилитации. Конструирование пространства для создания возможности незрячим и слабовидящим позволяет приобщиться к собранию музеев и галерей, комфортно посещать выставки и получить возможность заниматься творчеством, что позволяет сделать выставочные залы еще более инклюзивными.

The realization of artistic potential in people with visual impairments contributes to their rehabilitation. Creating a space that allows the blind and visually impaired to access museum and gallery collections, comfortably visit exhibitions, and engage in creative activities makes exhibition halls more inclusive.

Ключевые слова: инклюзивные дизайн и среда, музейные и выставочные пространства, творчество, незрячие и слабовидящие; тактильные модели, рельефные изображения, инклюзивный проект.
Keywords: inclusion, inclusive design and environment, museum and exhibition spaces, creativity, blind and visually impaired, tactile models, relief images, inclusive project.

Тифлопедагоги и тифлопсихологи давно пришли к выводу, что творчество, реализация художественного потенциала у людей с нарушениями зрения способствуют их реабилитации.

Надо ли говорить, что проблема «слепота и искусство» обращала на себя внимание давно, но не решена до сих пор [13], хотя надо отдать должное усилиям не только ученых, но и простых учителей: с каждым годом расширяется арсенал устройств, позволяющий незрячим людям не только познакомиться с произведениями искусства, создать собственную работу, но и, что особенно важно, быть полноправным членом общества и человеком, шагающим в ногу со временем.



Рис. 1. Примеры объектов для тактильного восприятия (фото А.Т. Сатарова)

Многие инвалиды по зрению сегодня обеспечены планшетами и смартфонами с тактильным интерфейсом, тифлофлешплеерами, тифломаркерами, дублирующими тактильную и визуальную информацию звуковым способом и многим другим.

Давно вошли в обиход хорошо зарекомендовавшие себя рельефные картины, портреты и пр.

Решение проблем интеграции и адаптации позволяет ускорить процесс социализации инвалидов по зрению.

Так, основной Федеральный закон № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» обеспечивает образование лиц с ограниченными возможностями здоровья. Функционирует Государственный стандарт (ГОСТ 32613-2014) об «Оказании услуг туризма для людей с физическими ограничениями», работает государственная программа «Доступная среда», утвержденная постановлением Правительства Российской Федерации от 29 марта 2019 года, № 363. Частью государственной программы «Доступная среда» является создание инклюзивных пространств, благодаря которым жизнь людей с инвалидностью становится более удобной, позволяет им интегрироваться в социум, стать самостоятельными как в частной, так и в общественной жизни.

Мы уже привыкли к таким понятиям, как инклюзивное образование (первая школа инклюзивного образования «Ковчег» в Москве открылась в 1991 году), инклюзивная технология, инклюзивный туризм, инклюзивный дизайн, инклюзивное искусство и многие другие. Они показывают, что движение встречное и очень активное [11].

С этой точки зрения интересен совместный проект Музейно-выставочного объединения «Манеж» (Москва) и Центрального выставочного

зала «Манеж» (Санкт-Петербург) «Прикосновение», реализованный весной 2018 года. Он продемонстрировал «новый тип отношений между зрителями и произведениями искусства» [3]. Экспозиция была доступна людям с ограниченными возможностями и открыта для тактильного осмотра.



Рис. 2. Пространство для творческой реализации людей с нарушением зрения (фото Питерских Г.В.)

Интересен инклюзивный проект «Многомерность культуры» (Санкт- Петербург), который реализует Институт культурных программ при поддержке Комитета по культуре, Комитета по социальной политике, Комитета по молодежной политике и взаимодействию с общественными организациями. Благодаря этому проекту, люди с инвалидностью включаются в городскую культурную среду, активно взаимодействуют с другими участниками, посещают музеи, театры, выставочные залы, креативные пространства [7].

В рамках программы благотворительного фонда «Искусство, наука и спорт» «Особый взгляд» в 2022 году в Москве в ЦВЗ «Манеж» прошел фестиваль искусства Artlife Fest при участии благотворительного фонда Алишера Усманова «Искусство, наука и спорт». Рельефные макеты, тактильные станции, сопроводительные аудиодорожки, экскурсоводы-тифлокомментаторы позволили незрячим и слабовидящим окунуться в атмосферу современного икусства.

Эрмитаж стал активно развивать инклюзивную среду для посетителей. В Генеральном штабе начали проводить тактильные выставки. Не единожды проходила временная инклюзивная выставка «Незримое искусство: Расширяя границы возможного» [5].

В рамках Дней Эрмитажа в 2023 году в Белграде прошла одноименная выставка в Национальном музее Сербии. «В понимании Эрмитажа инклюзия — это расширение возможностей для всех категорий посетителей. В данном случае реставраторы изобрели несколько новых подходов к тактильному ощущению искусства [9].

Рельефные прорисовки пенджикентских росписей и тканые рельефы пазырыкских ковров облегчают их восприятие и радостны для любого посетителя. Сбывается мечта — потрогать музейный экспонат», — отмечал на открытии выставки генеральный директор Эрмитажа М.Б. Пиотровский.

С 2022 года в Эрмитаже, в залах искусства Античного мира появились постоянные тактильные копии. В залах Русского музея расположены стойки с рельефно-тактильными альбомами и тифлокомментариями к ним, тактильные макеты скульптур и дворцов [14].



Рис. 3. Инклюзивный выставочный зал (фото А.Т. Сатарова)

Незрячие и слабовидящие люди включаются в культурную жизнь не только как участники, но и как художники. Около 50 лет существует студия для людей с проблемами зрения в Санкт-Петербурге.

В сентябре 2024 года в медиацентре «Культура Петербурга» прошла выставка незрячих и слабовидящих художников, членов Санкт-Петербургской региональной организации Всероссийского общества слепых. Таким образом, государство, общественные организации и частные компании уделяют большое внимание успешной социализации лиц с ограниченными возможностями [10].

Не последнюю роль в решении вопросов адаптации и ориентации в окружающем пространстве играет инклюзивный дизайн, в основе которого лежит создание ситуации доступности продуктов и услуг как можно большему количеству людей.

Особенностью инклюзивного дизайна является то, что в центре процесса проектирования стоят люди. Основной принцип инклюзивного дизайна — универсальность, обеспечение удобства и функциональности для всех.

Моделирование инклюзивной среды для творческой реализации людей с нарушениями зрения основывается на гибкости использования, простоте и интуитивности.

Оно позволяет создать среду, к которой не нужно долго привыкать и которая не требует прохождения дополнительного обучения. Применение инклюзивного дизайна позволяет создавать пространства без барьеров, где люди с инвалидностью могут наравне с другими пользоваться общественными и частными услугами, повышая уровень инклюзивности в обществе [8].

Инклюзивный дизайн способствует интеграции общества, «не подразумевает исключительно особый дизайн для нуждающихся групп», «он направлен на достижение как социальной справедливости, так и высокого

качества жизни не для конкретной группы, а для всех горожан» [2].



Рис. 4. На выставке «Видеть невидимое» в ГМИИ им. А.С. Пушкина (Агентство городских новостей Москва)

Понятно, что для реализации тех или иных проектов нужна разного рода помощь. Вопросами инклюзивного дизайна, например, занимается Национальная ассоциация помощи лицам с ограниченными возможностями (НПО); Федеральный ресурсный центр по организации комплексного сопровождения инвалидов (ФРЦ) не только проводит различные мероприятия и предлагает ресурсы по вопросам доступности и инклюзивного дизайна, но и может оказать помощь с инклюзивными проектами [6].

Разнообразные выставки и форумы, особенно Форум по доступной среде (ФДС) и регулярные мероприятия, посвященные доступности и инклюзивному дизайну, позволяют узнать о новых разработках и подходах в интересующих нас вопросах. Примером тому могут служить выставки «Технофорум» и «Мир здоровья». Все эти организации и мероприятия и их деятельность отвечают требованиям государственной программы «Доступная среда».

Сегодня уже стали привычными в общественных местах мнемосхемы (тактильные карты), помогающие сделать передвижение более комфортным для слабовидящих и незрячих людей. Обычно они размещены по правую руку от объекта или входа в здание и на каждом входе на этаж (не более 3–5 метров от дверей).

Аудиоуказатели так же, как и тактильная навигация, располагаются в точках разветвления маршрута, где человеку необходимо принять решение, куда двигаться дальше. Что касается музейных и выставочных пространств, то при адаптации экспозиции всегда уделяется особое внимание тактильным моделям, поскольку для слабовидящих и незрячих людей основным источником информации о мире является тактильное восприятие.

Именно поэтому большие объекты, которые нельзя обхватить руками, представляются в виде уменьшенных копий. Часто требуется оборудование выставочных пространств поручнями, которые необходимы для ориентации и движения.

Дизайн пространства для незрячих людей, занимающихся творчеством, требует особого внимания к тактильным, звуковым и обонятельным элементам. Желательно использовать различные материалы и текстуры для стен, полов и мебели, что позволяет легко ориентироваться в пространстве.



Рис. 5. Вариант рабочего стола для творчества (фото Питерских Г.В.)

Не последнюю роль играет хорошая акустика: звуки не должны глушиться и создавать лишний шум. Все это позволит сосредоточиться незрячему человеку на творческом процессе.

Целью конструирования творческого пространства для людей с нарушениями зрения является не только приобщение их к искусству, посещению выставок и экскурсий, но и получение возможности попробовать себя в создании художественных образов. Решение последней задачи позволяет расширить границы и сделать выставочные залы еще более инклюзивными.

В выставочных залах и художественных музеях можно выделить небольшое пространство под стенд для творчества людей с проблемами зрения, куда можно прийти после экскурсии или лекции и попробовать себя в различных видах творчества.

Здесь он может иметь возможность получить четкие инструкции и информацию на тифлоносителе по различным темам, расположению красок на предложенной палитре и другим материалам в зависимости от того, какой вид искусства будет выбран.

Желательно наличие подробных тактильных описаний каждого экспоната, который можно потрогать: информация о форме, размере, материале, текстуре и концепции работы.

Должна быть доступна запись аудиоописания экспонатов и возможность самостоятельно, при помощи тифломаркера, исследовать образец для копирования или примера, а затем приступить к процессу.

Предварительная информация, например, по цветоведению, позволит создать гармоничную композицию, передать настроение и т. д.; представить тот или иной цвет и его сочетания, определить местонахождение его на палитре. Это поможет создать собственное произведение.

Что касается живописи, то лучше использовать в качестве художественных материалов пальчиковые краски, акварель или гуашь, то есть во-

дорастворимые краски, которые не имеют никаких противопоказаний для использования. Маслянная пастель имеет свои преимущества перед красками.



Рис. 6. Инструментарий для творчества слабовидящих и слепых (фото А.Т. Сатарова)

Этот материал, может быть, даже более приемлем в условиях выставочного пространства, поскольку не требуется ничего, кроме самой пастели, бумаги или картона. Идеально, если материалы для творчества будут иметь различные запахи, что добавит дополнительный сенсорный уровень процессу.

Обогатит тактильный опыт использование текстурированных поверхностей (например, холста с рельефом), красок с различными текстурами (гладкими, шершавыми): можно добавить в них песок, глину и другие материалы для создания объемных эффектов.

Немаловажную роль играют и инструменты: они должны быть с удобными ручками и тактильными метками для облегчения работы.

Дизайн стенда для творчества незрячих и слабовидящих людей должен соответствовать принципам построения инклюзивного пространства в целом: универсальности, гибкости в использовании, доступности, простоты и интуитивности, ошибкопрочности.

Удобство расположения элементов стенда и его насыщение (рельефные копии работ, художественные материалы, принадлежности и пр.) позволят посетителям попробовать себя в разных направлениях творческой деятельности.

Стенд должен быть продуман так, чтобы человек, лишенный зрения, мог сам, без посторонней помощи заняться творчеством, что не исключает помощь волонтера, ориентирующего человека в новом для него пространстве творческого уголка.

Сегодня самая распространенная услуга для незрячих и слабовидящих посетителей выставок и других художественных мероприятий — сопровождение, а самая востребованная социальная роль — это роль экскурсанта, участника адаптированной экскурсии с профессиональным тифлокомментатором. Но это вовсе не означает, что люди с проблемами зрения не могут принимать участие в творческом процессе.

Стенд по своей сути мобилен и, как и фальш-стена (которую тоже можно использовать в создании инклюзимвного пространства для

творчества), легко передвигается и может быть сдвинут в любом направлении, не нарушая ни экспозиции, ни выставочного пространства.

К элементам стенда можно отнести удобные мольберты и стулья, оснащенные специальными приспособлениями для изменения положения, чтобы «художник» мог без помощи окружающих отрегулировать удобное для себя положение с учетом роста и творческих предпочтений.

Объемные копии картин, позволяющие «увидеть руками» то, что изображено на плоскости, а также копии скульптур на тот случай, если человек захочет заняться этим направлением в искусстве, также должны быть частью стенда. Их можно будет потрогать, проанализировать, а затем, используя глину, пластилин или самозатвердевающий пластик, попробовать вылепить понравившуюся скульптуру или слепить свою.

Все необходимые приспособления, различные стеки и палочки для лепки должны быть удобно расположены. В пределах стенда можно создать отдельные зоны для различных видов творчества (живопись, скульптура, музыка и т. д.). Для того чтобы выявить слабые места и внести необходимы корректировки в дизайн стенда, необходимо провести тестирование с участием незрячих людей.

Вся конструкция стенда и его насыщение призваны создать такое пространство, чтобы, быстро освоившись, человек, практически без посторонней помощи мог реализовывать свои художественные замыслы. Здесь же можно проводить мастер-классы по изобразительному и декоративно-прикладному искусству. Главное — сделать творчество доступным для всех.

Возможность участвовать в мастер-классах и творческих проектах станет действенным способом преодоления вынужденной изоляции, расширит кругозор, улучшит эмоциональное состояние, а также позволит обеспечить инвалидам с нарушением зрения равные возможности, повысит уровень их независимости и интеграциию в обществе.

К счастью, с каждым днем все чаще и чаще мы видим примеры успешного внедрения инклюзивного дизайна, что свидетельствует о росте внимания к проблемам людей и формирования доступной социокультурной среды.

Таким образом, пространство музеев и выставочных залов можно сделать более инклюзивным и одновременно помочь людям с проблемами зрения встать на путь творческой реализации, сделать их мир более радостным, объемным и цветным. Занятия живописью и скульптурой могут стать мощным инструментом самовыражения для незрячих людей, помогая им развивать творческие навыки и уверенность в себе.

Список литературы:

1. *Виллей П.* Психология слепых. — Москва; Ленинград, 1931. — 160 с.

2. Государственный Эрмитаж: [сайт]. Незримое искусство. Расширяя границы возможного [Электронный ресурс]. — URL: https://www.hermitagemuseum.org/what-s-on/cb868049c9ce30b826cfa178f98b3d95?lng=ru (дата обращения: 02.11.2025).

3. *Кантор В.З.* Инвалиды по зрению в педагогической системе социально-культурной реабилитации. — Санкт-Петербург: Издательство РГПУ им. А.И. Герцена, 2002. — 115 с.

4. *Кантор В.З.* Художественный потенциал инвалидов по зрению, как проблема реабилитационной тифлопедагогики и тифлопсихологии. (Методологический аспект). Текст: электронный // Журнал «Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. — 2009. [Научная электронная библиотека «КиберЛенинка]. — URL: https://cyberleninka.ru/article/n/hudozhestvennyy-potentsial-invalidov-po-zreniyu-kak-problema-reabilitatsionnoy-tiflopedagogiki-i-tiflopsihologii-metodologicheskiy (дата обращения: 02.11.2025).

5. *Лопасова В.С., Каримова А.Ю.* Адаптивная программа обучения: дизайн-образование в быстро развивающемся мире // Сборник материалов XI международной научно-практической конференции «Современный дизайн и проблемы Высшей Школы дизайна». — Москва, 2025. — С. 465–468.

6. *Наберушкина Э.К., Радченко Е.А., Мирзаева Е.Р.* Инклюзивный дизайн (обзор зарубежных концепций). Текст: электронный // Журнал «Теория и практика общественного развития». — 2023. [Научная электронная библиотека «КиберЛенинка]. — URL: https://cyberleninka.ru/article/n/inklyuzivnyy-dizayn-obzor-zarubezhnyh-kontseptsiy?ysclid=m95u7hzup6248014102 (дата обращения: 2.11.2025).

7. *Наберушкина Э.К.* Эволюция дискурса безбарьерной городской среды // Международная научно-практическая конференция «Инвалиды – инвалидность – инвалидизация» / под общей редакцией профессора З.Х. Саралиевой. — Нижний Новгород, 2018. — С. 799–803.

8. *Нашивочников Ю.А.* Об организации самодеятельного изобразительного творчества инвалидов по зрению // Организация самодеятельного художественного творчества инвалидов по зрению (Опыт работы Санкт-Петербургского правления ВОС) / составители В.З. Кантор, В.К. Рогушин. — Москва, 1992. — С. 27–35.

9. *Сверлов В.С.* Восприятие скульптуры слепыми // Особенности восприятия у слепых и компенсация отсутствующего зрения при помощи тифлотехники. — Москва, 1957. — С. 57–94.

10. Центральный выставочный зал «Манеж», Санкт-Петербург: [сайт]. Инклюзивный выставочный проект «Прикосновение» [Электронный ресурс]. — URL: https://manege.spb.ru/events/inklyuzivnyj-vystavochnyj-proekt-prikosnovenie/?ysclid=m95wk1wfv3388047357 (дата обращения: 12.11.25).

11. *Bieber M.* the struggle for Independence the struggle for Independence // Inclusive Design. Design for the whole population. — London, 2003. — P. 50–57.

12. *Clarkson J.P., Coleman R.* History of Inclusive Design in the UK // Applied Ergonomics. — 2015. — Vol. 46. — P. 235–247.

13. *Imrie R., Hall P.* Inclusive design. Design and development of accessible environments. — London & New York: Spon Press, 2001. — 202 p.

14. Inclusive Design. Design for the whole population / eds. by J. Clarkson [et al.]. — London, 2003. — 624 p.

15. *Pallotta V.I., Vasilenko E.V., Vasilenko P.G.* Socio-Cultural Aspect of Design and Construction of Modern Orthodox Churches // IOP Conference Series: Materials Science and Engineering. International Science and Technology Conference (FarEastCon 2020) 6th-9th October 2020, Russky Island, Russia. 2021.

Е.В. ВАСИЛЕНКО
Кандидат педагогических наук, доцент кафедры промышленного дизайна МГУТУ им. К.Г. Разумовского (ПКУ)
e-mail: elenalopasova@mail.ru

А.В. АФИНОГЕНТОВА
Доцент кафедры «Художественное стекло» РГХПА им. С.Г. Строганова
e-mail: aanna@bk.ru

В.В. ТИМОФЕЕВА
Студент кафедры графического дизайна МГУТУ им. К.Г. Разумовского (ПКУ)
e-mail: viktoria.tim7320@mail.ru

E.V. VASILENKO
Candidate of pedagogical Sciences, associate Professor of the Department design and applied arts Federal State Budget Educational Institution of Higher Education «K.G. Razymovsky Moscow State University of technology and management (the First Cossack University)»
e-mail: elenalopasova@mail.ru

A.V. AFINOGENTOVA
Associate Professor of the Art Glass Department of the Russian State Stroganov University of Design and Applied Arts
e-mail: aanna@bk.ru

V.V. TIMOFEEVA
Student of the Graphic Design Department of MGUTM named after K.G. Razumovsky (PCU)
e-mail: viktoria.tim7320@mail.ru

DOI: 10.37485/1997-4663_2026_1_2_126_135

ДИЗАЙН СИСТЕМ НАВИГАЦИИ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ МУЗЕЕВ. ТРЕТЬЯКОВСКАЯ ГАЛЕРЕЯ И ГМИИ им. А.С. ПУШКИНА

DESIGN OF NAVIGATION SYSTEMS FOR ART MUSEUMS. THE TRETYAKOV GALLERY AND THE PUSHKIN MUSEUM OF FINE ARTS

Статья посвящена анализу современной навигации художественных пространств. Навигация является основой зрительского опыта при посещении музеев. Графический дизайн в этой сфере выступает не как декоративное дополнение, а как инструмент визуальной коммуникации, формирующий удобный, доступный и целостный музейный опыт. Он позволяет посетителю ориентироваться в сложной пространственной структуре, не отвлекаясь от восприятия экспонатов. Система навигации часто остается «невидимой» — до тех пор, пока она не работает. Недостаточная или противоречивая графическая поддержка движения по выставке не только вызывает раздражение, но и отвлекает внимание от самого главного — искусства.

The article is devoted to the analysis of modern navigation of art spaces. Navigation is the basis of the viewer's experience when visiting museums. Graphic design in this area acts not as a decorative addition, but as a tool of visual communication, forming a convenient, accessible and holistic museum experience. It allows the visitor to navigate the complex spatial structure without distracting from the perception of the exhibits. The navigation system often remains “invisible” — until it does not work. Insufficient or contradictory graphic support for navigating the exhibition not only causes irritation, but also distracts attention from the most important thing — the art.

Ключевые слова: графический дизайн, музейная среда, визуальная коммуникация, современные тенденции, пространственной структуре
Keywords: graphic design, museum environment, visual communication, modern trends, spatial structure

Цель данной статьи — проанализировать, как графический дизайн используется в системах навигации ведущих московских художественных музеев, и вывить, какие решения способствуют эффективному ориентированию, а какие, напротив, вызывают трудности.

В качестве примеров рассматриваются Государственная Третьяковская галерея, включая исторический корпус и Новую Третьяковку, и Государственный музей изобразительных искусств имени А.С. Пушкина — учреждения с разной архитектурой и подходами к экспозиционному оформлению [3].

Анализ сосредоточен на графических элементах навигации — типографике, цвете, контрасте, композиции и их согласованности с айдентикой музея. Такой подход позволяет взглянуть на музей не только как на хранилище искусства, но и как на пространство, где каждая надпись, каждый указатель и каждая карта становятся частью диалога с посетителем.

Навигационный дизайн — это процесс создания визуально-коммуникационных систем, включающих в себя пиктограммы, графические символы, карты, ориентирующие человека в том или ином пространстве, объясняющие функции объектов в простой и доходчивой форме, рассказывающие об их назначении.

Какое отношение навигация имеет к классическому музею? Правильная навигация делает посещение музея более комфортным для гостей, особенно для тех, кто приходит в учреждение впервые.

Важно не растеряться в новом пространстве, а быстро понять месторасположение ключевых объектов (гардероб, касса, информационная стойка, уборная, сувенирный киоск) и экспозиций (постоянные, временные), чтобы выстроить удобную личную траекторию передвижения и получить удовольствие от процесса [6].

Порой то, что кажется сотрудникам музея очевидным и простым, у посетителя вызывает сложности и чувство раздражения, если интуитивно не ясно куда следовать.

Государственная Третьяковская галерея — самый известный и любимый художественный музей в России. Ее фирменный стиль развивается в русле современных тенденций графического дизайна и представляет собой лаконичную, ориентированную на людей визуальную систему. Айдентика музея строится вокруг логотипа в виде буквы «Т», отсылающей к традициям кириллического алфавита и эстетике русского авангарда.

Эта форма трансформируется в зависимости от контекста: ее геометрические элементы становятся акцентами в визуальном оформлении, а иногда служат рамкой для изображений экспонатов. Фирменный цвет галереи — золотой, символизирующий историческую ценность и мудрость, высочайшее качество и духовное просвещение.

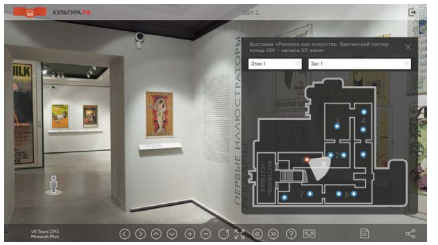


Рис. 1. Пушкинский музей. URL: https://www.virtual.arts-museum.ru/data/vtours/main/ (дата обращения: 15.12.2025)

Фирменный стиль галереи внедрен не только в официальные материалы, сайт, афиши, баннеры и рекламу, но и непосредственно в музейное пространство. Навигация в Третьяковской галерее реализована с помощью указателей, иконок, нумерации залов, табличек на экспонатах и картой здания. Визуальная коммуникация с посетителем начинается еще на улице.

Людей встречают вывески с названиями разных локаций — здание с основной экспозицией и Инженерный корпус с выставочными пространствами, кинотеатром и образовательным центром.

Основной входной указатель выполнен в стиле галереи: белый фон, черный текст и красный логотип. Остальные внешние указатели также выполнены в едином стиле. Внутренние указатели представляют собой прямоугольные таблички, размещенные на стенах с указанием направления движения и непосредственно перед нужным пунктом [9].

Они выполнены черным или темно-красным текстом с такого же цвета пиктограммой на белом фоне. Также есть инвертированный вариант с белым текстом на темно-красном фоне. Они все размещены на одном уровне в верхней части стен, где их будет легко заметить даже при большом количестве людей. Пиктограммы ускоряют восприятие информации за счет знакомых визуальных образов [4].

Главный корпус Третьяковской галереи на Лаврушинском переулке — историческое здание со своей многоуровневой планировкой и сложной архитектурой, которую нужно подчинить своей логике. Выставочная часть музея занимает два этажа.

В этой части здания навигационная система строится на нумерации. Каждый зал галереи имеет свой порядковый номер, который располагается на дверях и на раме между залами, чтобы посетитель сразу видел, в каком зале он находится, специально не поворачиваясь назад.

Залы следуют один за одним, плавно направляя зрителя по экспозиции [5]. Такой подход позволяет обходиться минимальными средствами

навигации, не перегружая пространство и не отвлекая от восприятия произведений. Лаконичная система нумерации освобождает ресурсы музея для кураторской работы и экспозиционных решений, что особенно уместно в историческом интерьере, где каждая деталь несет смысловую нагрузку.

Информация об экспонатах размещена на золотых табличках с черным текстом, закрепленных на рамах картин. Однако низкий контраст между табличками, золотыми рамами и темным текстом затрудняет чтение, особенно для пожилых посетителей и детей.

На официальном сайте музея доступна интерактивная карта. В ней есть вся информация о залах и их последовательной нумерации и примеры с расположением самых известных картин коллекции.

Залы сгруппированы по историческим периодам: живопись и скульптура XVIII века, живопись и скульптура первой половины XIX века, библейские эскизы А. Иванова, живопись и скульптура второй половины XIX века, живопись и скульптура рубежа XIX–XX веков, графика XVIII — начала XX века, сокровищница, древнерусское искусство.

Каждая зона имеет свой цвет в оттенках коричневого, желтого и зеленого. Такое решение облегчает ориентирование и заранее задает контекст восприятия экспонатов.

В историческом корпусе Третьяковской галереи графический дизайн навигации выстроен как продолжение архитектурной логики: минималистичный, сдержанный, но системный. Он сохраняет историческую атмосферу, не конфликтуя с экспонатами, однако в угоду эстетике частично жертвует функциональностью в части читаемости [2].

Тем не менее, за счет четкой нумерации, продуманного размещения указателей и согласованной визуальной айдентики музей обеспечивает базовый, но действенный уровень ориентирования, демонстрируя, как графический дизайн может быть тонким, но эффективным инструментом музейной коммуникации.

Навигация прослеживается и в ориентации между разными зданиями галерей — каждый корпус закодирован своим цветом. Исторический корпус Третьяковки кодируется красным цветом как главный корпус, с которого началась история. Новая Третьяковка — синим, как символ современности и нового взгляда на искусство.

Здание Новой Третьяковки — крупное современное пространство с высоким потенциалом для реализации графического дизайна. В отличие от исторического корпуса, здесь архитектура и экспозиция допускает более смелые и масштабные решения, что позволило дизайнерам в полной мере использовать возможности фирменного стиля.

Новая Третьяковка сохраняет оригинальную айдентику галереи, но развивает ее в соответствии с духом современного искусства, чтобы разграничить тематические отличия корпусов.

Ярким примером становится радикально укрупненный треугольник буквы «Т», образующий диагональ, которая символизирует движение, взгляд в будущее, новую точку зрения на искусство.

Система навигации в Новой Третьяковке построена в соответствии с современными принципами графического дизайна: она использует простые цветовые и типографские контрасты, сплошные заливки без градиентов и четкую иерархию информации. Навигация в Новой Третьяковке реализована с помощью указателей, крупной типографики, нумерации залов, табличек у экспонатов и картой здания. Масштаб визуальной коммуникации виден еще на фасаде здания.

И такой характер типографики сохраняется в навигации музея. Таблички с указателями заменены на монументальную типографику, привлекающую внимание своей контрастностью черного текста на белом фоне, которую видно с любой точки в пределах зала.

Надписи располагаются на стойках, на стенах, даже на стеклянных перегородках и работают в том числе и в качестве указателей. Иногда на помощь чистой типографики приходит цвет — фирменный синий цвет, появляющийся рядом с главными местами, например, над кассами, усиливающий визуальную структуру без перегрузки.

Основная экспозиция расположена на самом верхнем этаже и организована в виде линейного, но многовариантного маршрута: залы плавно перетекают друг в друга, почти не заставляя посетителя разворачиваться, чтобы дойти до следующего зала.

Плавные переходы создаются с помощью свободных проходов между залами: из одного пространства есть несколько проходов в другие. Номера располагаются рядом с рамой прохода на угловой контрастной табличке, дублирующих информацию с разных ракурсов, что исключает необходимость поиска указателя.

В отличие от исторического корпуса Третьяковской галереи, информация об экспонатах представлена в более современной манере: маленькие золотые таблички на рамах картин сменили прямоугольные минималистичные белые таблички рядом с картиной.

Помимо основной информации о названии и авторе произведений, на них открывается дополнительное пространство для описания исторического контекста или истории создания. На некоторых табличках добавляется QR-код с более подробной информацией — от аудиогидов до видеолекций. Это расширяет возможности взаимодействия с экспонатом и делает навигацию не только пространственной, но и контекстной.

Для Новой Третьяковки на официальном сайте также представлена интерактивная карта экспозиции. Схема показывает все этажи здания, где пронумерованы залы далеко за пределами основной экспозиции, где располагаются другие временные выставки. Все залы так же поделены на зоны в исторической хронологической последовательности, от искусства начала XX века до начала XXI века, и у каждого промежутка свой цвет в оттенках желтых, синих, зеленых и фиолетовых цветов.

В Новой Третьяковке графический дизайн навигации выступает как полноценный участник экспозиционного повествования. За счет масштабной типографики, четкой цветовой зональности и интеграции цифровых элементов музей создает современную, многоуровневую систему ориентирования, которая не только направляет, но и обогащает восприятие.



Рис. 2. Государственная Третьяковская галерея. Внешний указатель. URL: https://zlt.group/projects/tretiakovskaia-galereia (дата обращения: 15.12.2025)

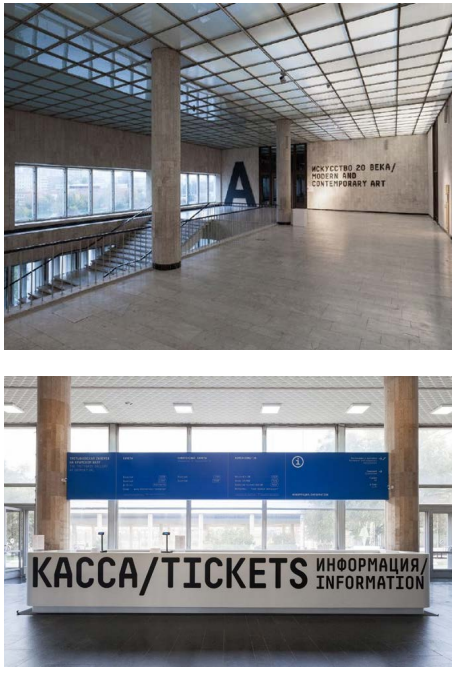


Рис. 3–4. Новая Третьяковка. Навигационные шрифтовые элементы. URL: https://zlt.group/projects/tretiakovskaia-galereia-2 (дата обращения 15.12.2025)

В отличие от исторического корпуса, где дизайн служит фоном, здесь он становится активным выразительным средством, что демонстрирует гибкость фирменного стиля и его способность адаптироваться к разным архитектурным и содержательным контекстам.

В Государственном музее изобразительных искусств имени А.С. Пушкина фирменный стиль сформирован вокруг образа самого здания: шрифтовой логотип визуально отсылает к величественным колоннам главного входа.

Айдентика завязана на мощи музея, на его эксклюзивности и уникальном подходе к искусству, выражая его миссию — показать и рассказать о взаимосвязи истории, культуры, идей на языке искусства [8].

Идея пространства, образы колонн и выразительный знак перекликаются с архитектурой музея имени А. С. Пушкина и подчеркивают его мощь. А позиционирование «Музей, чтобы научиться смотреть за горизонт» определяет его как бренд, который, несмотря на традиционность и консервативность, идет в ногу со временем [10].

В отличие от Третьяковской галереи, у ГМИИ им. А. С. Пушкина нет единого фирменного цвета. Визуальная система строится на контрасте светлого, почти белого оттенка фона и черного текста, что создает ощущение классической элегантности и лаконичности.

Архитектура ГМИИ им. А. С. Пушкина сложная, с многоуровневыми переходами, тупиковыми коридорами и нелинейной планировкой, что делает навигацию особенно важной. Однако визуальная коммуникация внутри выставочных пространств остается минимальной.

Навигация реализована с помощью указателей, пиктограмм, нумерации залов и карты на входе. Указатели расположены преимущественно в зоне, в которой нет экспозиции — у входа, гардероба и кассы. Они выполнены в виде бордовых прямоугольных табличек на стене с белым текстом. Пиктограммы используют в посетительских зонах. В самой экспозиции указатели не используются.

Экспозиция ГМИИ им. А. С. Пушкина располагается на двух этажах здания. На первом этаже залы составляют собой сложную систему, поэтому нумерация играет большую роль.

Коридоры на первом этаже часто заканчиваются тупиком, из-за чего приходится возвращаться через уже пройденные пространства или проходить через зоны с экспонатами иной эпохи [1]. Нумерация залов

играет ключевую роль: над каждым проемом размещены золотые цифры, что помогает не теряться на обратном пути.

Однако отсутствие указателей внутри маршрута создает нагрузку, так как посетитель вынужден полагаться исключительно на память или карту. На втором этаже ситуация упрощается: залы выстроены в линейной, почти кольцевой последовательности, что позволяет пройти экспозицию без возвратов и пропусков.

Информация об экспонатах подается на прямоугольных табличках, выполненных в цветах стен с контрастным текстом, белым или черным, из-за чего гармонично вписываются в интерьер. Зачастую они не прикреплены к стене, а стоят рядом с экспонатами на напольных подставках или на портиках, прислоненными к стене под углом.

Схема экспозиции размещена на стене у входа на выставку. На ней представлен план здания с нумерацией залов. В отличие от Третьяковской галереи, на схеме нет зон и цветового кодирования. Каждый зал представляет разные эпохи и является уникальным, отличным от остальных залов, что не позволяет разделить схему на определенные зоны.

Нумерация идет в исторической хронологической последовательности, поэтому важно соблюдать порядок залов, чтобы не запутаться в эпохах. На официальном сайте также доступна интерактивная карта, позволяя ориентироваться без возврата к физической схеме.

В ГМИИ им. А. С. Пушкина графический дизайн навигации выдержан в классическом духе, но из-за минимального количества указателей внутри экспозиции перекладывает основную нагрузку в ориентации на посетителя. Продуманная нумерация и эстетически выверенные таблички сталкиваются с проблемой отсутствия промежуточных навигационных точек, поэтому несколько снижает доступность пространства, что ярко отражается на первом этаже.

Анализ систем навигации в Третьяковской галерее и ГМИИ им. А.С. Пушкина показывает, что графический дизайн в московских музеях выполняет важную коммуникационную функцию, но его потенциал используется по-разному, в зависимости от архитектурного и исторического контекста.

В историческом корпусе Третьяковки дизайн остается сдержанным, поддерживающим статус галереи и сохраняющим эстетику. Новая Третьяковка, напротив, демонстрирует, как графический дизайн может стать активным участником экспозиции за счет масштабной типографики, цифровых элементов и системы зонирования. ГМИИ им. А.С. Пушкина чтит традиции и сохраняет свою миссию, отражая их как в архитектурной сложности здания, так и в визуальной коммуникации, подчиненной этой архитектуре.

Эффективная навигация — необходимое условие современного графического дизайна в организации художественных пространств. Визуальная коммуникация перестает быть вспомогательным элементом — она становится неотъемлемой частью содержания, равной по значимости кураторской идее и экспонатам.

Список литературы:

1. *Акулич Е.М.* Музей как социальный институт / Е.М. Акулич / Социологические исследования. — 2009. — № 6. — С. 78–89.

2. *Василенко Е.В., Лопасова В.С.* Рекламные вывески в России и их современный дизайн // Русский язык и русская культура в мировом культурном пространстве. сборник научных статей Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Печатается по решению Учёного совета Факультета социально-гуманитарных технологий ФГБОУ ВО «МГУТУ им. К.Г. Разумовского (Первый казачий университет» (протокол № 5 от 29 декабря 2022 г.). Материалы публикуются в авторской редакции. — Москва, 2023. — С. 247–254.

3. *Майстровская М.Т.* Музейный дизайн: понятие и актуальность // Исторические экспозиции региональных музеев в постсоциалистический период. — Санкт-Петербург: Алетейя, 2009. — 304 с.

4. *Желондиевская Л.В.* Функции дизайна в современной коммуникации // Вестник Оренбургского государственного университета. — 2014. — № 5 (166). — С. 19–24.

5. *Сичкарь Т.В., Паллотта В.И.* Графический дизайн в рекламно-выставочной коммуникации. Учебное пособие В двух частях / Том Часть 1. Москва, 2022.

6. Навигация для удобства посетителей. — URL: https://artmuseum.karelia.ru/news/navigatsiya-dlya-udobstva-posetitelej/ (дата обращения: 21.12.2025).

7. Новичкова О. Г., Натус Н.И. Дизайн навигационных систем как одно из направлений современного дизайна. — URL: https://cyberleninka.ru/article/n/dizayn-navigatsionnyh-sistem-kak-odno-iz-napravleniy-sovremennogo-dizayna (дата обращения: 21.12.2025).

8. Третьяковская галерея. — URL: https://www.tretyakovgallery.ru/?lang=ru (дата обращения: 25.10.2025).

9. Пушкинский музей. — URL: https://pushkinmuseum.art/ (дата обращения: 23.12.25).

10. Пушкинский музей. — URL: https://suprematika.ru/portfolio/pushkin/?ysclid=mmnpstfd7716659297 (дата обращения: 23.12.25).

М.Е. КРОШНЕВА

Доцент, кандидат филологических наук, преподаватель кафедры БПиБзП, Краснодарского высшего военного авиационного училища летчиков имени Героя Советского Союза А.К. Серова
e-mail: kroshneva@yandex.ru

M.E. KROSHNEVA

Associate Professor, Candidate of Philological Sciences, Lecturer in the Department of BP and BzP, Krasnodar Higher Military Aviation School of Pilots named after Hero of the Soviet Union A.K. Serov
e-mail: kroshneva@yandex.ru

DOI: 10.37485/1997-4663_2026_1_2_136_145

ДРАМАТУРГИЧЕСКИЙ ОБРАЗ СОВРЕМЕННОГО МУЗЕЙНО-ВЫСТАВОЧНОГО ПРОСТРАНСТВА И ЭСТЕТИКА ВОЕННЫХ ПАВИЛЬОНОВ

THE DRAMATIC IMAGE OF A MODERN MUSEUM AND EXHIBITION SPACE AND THE AESTHETICS OF MILITARY PAVILIONS

В статье исследуются теоретические и практические основания создания новых проектных решений современных музейно-выставочных пространств и комплексов. Явившиеся основанием для зарождения нового драматургического образа, новое художественное поле транслирует зрителю идейно-тематический выбор автора-художника выставки, разработанную им проблематику сценария-истории и пространственно-временное своеобразие подобранных им артефактов — объектов искусства.

The article examines the theoretical and practical foundations for creating new design solutions for modern museum and exhibition spaces and complexes on the subject of creating a new dramatic image and conveying its unique ideological and thematic choice, the problems of the script-story, spatio-temporal characteristics and the artifacts and objects of display contained within it.

Ключевые слова: искусство, музей, экспонирование, дизайн, вы-ставка, драматургический образ, военная эстетика.
Keywords: art, museum, exhibiting, design, exhibition, dramatic image, military aesthetics.

Рубеж XX–XXI вв. для отечественного музейного дела и экспозиционного искусства ознаменовался большими переменами. В этот период было возведено множество новых современных специальных зданий, в которых разместились не только музеи, востребованные временем, но и зародилось новое художественное пространство для размещения выставок, галерей, проведения творческих встреч и мероприятий. Это также было время пересмотра и модернизации крупнейших отечественных музеев и время совершенствования технологий экспонирования и представления зрелищного контента кураторских выставок.

Зарождению отечественного экспозиционного искусства и дизайна выставок во многом способствовали московские художники — выпускники ведущего художественного вуза России, в то время Московского высшего художественно-промышленного училища (ныне — Российского художественно-промышленного университета имени С.Г. Строганова), среди которых Ю. Решетников, Б. Мессерер, Э. Кузнецов, В. Литвинов, А. Ермолаев, А. Конов, О. Кирюхина, А. Шапин, Г. Кейхан. В Санкт-Петербурге активно развивали музейно-выставочные пространства и создавали концептуальные образы музея нового типа такие художники, как Я. Грачев, В. Коротков, К. Ростовский, В. Барский, В. Ключарей и другие.

Огромный вклад в формирование основных подходов, методологии, теоретического и проектного опыта современного дизайн-экспонирования, оказала «Сенежская студия», художественным руководителем которой являлся Е.А. Розенблюм (1919–2020). Здесь велась широкая подготовка художников разных профессий к проектной деятельности по созданию художественного образа среды, формированию общественного сознания через эмоционально-образное воздействие, подготовке режиссуры проектных искусств.

Среди крупных архитектурных и экспозиционных проектов современности выделяются: Центральный музей Великой отечественной войны на Поклонной Горе с монументальными комплексом и экспозициями (Москва, 1995); Палеонтологический музей имени Ю.А. Орлова (Москва, 1987); Дарвиновский музей (Москва, осн. 1907); Музей Хо Ши

Мина (Ханой, 1990); Музей-панорама «Бородинская битва» и его новые экспозиции (1990); Музей музыкальной культуры имени М.И. Глинки; новые экспозиции Музея этнографии (Санкт-Петербург); Музей тульского оружия (Тула, 1989); Музей Ф.М. Достоевского (Новокузнецк, 1993); Музей истории гражданской авиации (Ульяновск, 1983); Томский областной художественный музей (Томск, 1982); Орловский краеведческий музей (Орел, 1987).

Изучая развитие и становление экспозиционного искусства, отметим новые тенденции в работе музейных площадок над созданием драматургического образа современного музея. Основная работа крупных архитектурных и экспозиционных проектов была направлена на то, чтобы все пространство музея, включая его отдельные комплексы, залы и уголки, связать в единый и законченный экспозиционный ансамбль, созданный по законам искусства. Следовательно, с точки зрения создания концептуальности художественно-драматургического образа, в экспозиции музейно-выставочного пространства автор нового проекта обязан обеспечивать:

— передачу актуального научно обоснованного знания, сгруппированного в содержательную, пространственно-вербальную и предметную форму;

— трансляцию художественно и композиционно сгруппированной информации в ограниченные сроки заявленного проекта;

— динамичность, наглядность, привлекательность, зрелищность показа, рассчитанного на массового зрителя — участника культурного события;

— уникальность и неповторимость идейно-тематического выбора и проблематики проекта, а также содержания и развития композиции в пространстве площадки и заключенных в него в артефактах и объектах показа;

— информационную и технологическую конкурентоспособность собирающегося художественного образа в ряду информационно-коммуникационных систем современности;

— эффективную подачу информации как эмоциональное воздействие посредством личностного вовлечения и переживания от увиденного [4].

В экспозиционной практике для достижения этой цели авторами проектов использовались различные средства выразительности, способные создать художественный образ по законам и принципам пластического искусства: линия, форма, плоскость, пространство, свет, цвет, ритм, масштаб, пропорции и архитектоника.

Современная экспозиция складывалась из таких компонентов, как объемно-пространственная композиция, зонирование, масштабность, оборудование, специальные конструкции, цветовые схемы, режиссура освещения, факторы организации образной среды.

Большое внимание художник-создатель музейно-выставочного пространства, выставки или галереи уделял самому экспонату. Автор прорабатывал поиски решений для получения разнопланового экспонирования объектов искусства с целью как развития сюжета истории и создания динамики в повествовании, так и получения нового сюжетного витка или неожиданного поворота. За счет разновременности объектов выставки создавалось внутреннее напряжение показа и организовывались сложные взаимоотношения объектов показа и создаваемой экспозиции. Каждый вводимы объект обрастал новыми смыслами: произведения искусства, исторические раритеты, мемориальные вещи отражали идейно-тематические и композиционные взаимосвязи. Они придавали тем самым оригинальную интерпретацию содержания, формы, конструкции и фактуры художественного образа. Экспонат получил роль артиста в спектакле музейных экспозиций.

Новую динамику экспонату придавали также аудиовизуальные средства: кино- и фотохроники, аудио- и видеозаписи, тематические нарезки художественных и документальных кинолент; предметы и вещи событий и эпохи; дополненный информативный ряд других сведений, доступных пониманию и восприятию разными целевыми аудиториями. Все это способствовало активному включению зрителей в действо спектакля.

Кроме перечисленного выше, отметим рождение передовых технологических решений, позволивших зрителю укрепить новой взгляд на музейное пространство как зрелищное и увлекательное. Работа осветительных приборов позволила зрителям получить возможность эмоционально прочувствовать драматургический образ всего музейно-экспозиционного пространства. Действительно, при рассмотрении света в качестве художественного экспозиционного средства возникают аналогии с театральным, сценографическим светом. Например, акцентное освещение, когда нужно выделить объект показа из общей среды; различные типы освещения — от максимально яркого, праздничного по эмоциональному признаку до минимального отдаленного и приглушенного, концентрирующегося на конкретном экспонате или его детали.

Доктор искусствоведения, профессор РГХПУ им. С.Г. Строганова М.Т. Майстровская, рассматривая роль света в формировании экспозиционной среды и отдельных зон, демонстрирующих экспонаты в системе современных выставок и музеев, отмечает следующее. «В экспозиции применяется также движущийся и мигающий свет, изменяемый и динамичный свет, который по-разному освещает экспозиционный комплекс или фрагменты зала. В зависимости от концепции экспозиции и ее тематики, применяют цветной свет, не только освещая, но и меняя колористику. При наиболее ценных и хрупких к свету экспонатах применяют сенсорный свет, т. е. источник света срабатывает только на движущегося зрителя, когда тот подходит к экспонатам, например, многометровые исторические свитки китайских гравюр в Национальном музее Шанхая освещаются сенсорным светом. Когда зритель подходит к ним, свет загорается и освещает изображение; когда зритель проходит вдоль свитка, свет сопровождает его и гаснет, когда свиток не осматривается. Это оптимально бережное отношение к сохранности национального достояния» [5, с. 57].

Напомним, что в работе крупных архитектурных и экспозиционных проектов и музеев, кураторских дизайн-сценариев принято различать три степени светостойкости экспонатов, в зависимости от которых рекомендованы технические требования к их освещению. Высокой светостойкостью обладают камень, керамика, прозрачное стекло, драгоценные камни; средней светостойкостью — масляная и темперная живопись, дерево, металл и др.; низкой — ткань, бумага, акварель, фотография. Для экспонирования предметов с низкой светостойкостью привлекают пространства без естественного освещения, при этом искусственный свет должен быть чрезвычайно сокращен до точечного, тонко направленного на экспонат. Осветительные приборы при этом должны быть холодными, не нагревающими температуру рядом с предметами, нейтральными по температурно-влажному режиму. В практике музеев самыми оптимальными источниками света являются светодиоды.

Художественное осмысление светового сценария влияет на восприятие зрителей и по-своему трансформирует создаваемый драматургический образ экспозиционных проектных решений. Свет воздействует на посетителей галереи, поэтому свет выступает как художественное и драматургическое средство выставочного пространства. В этом случае свет должен обеспечить комфортный осмотр экспонатов. Он являет собой безграничный потенциал в создании уникальной и каждый раз неповторимой экспозиционной среды музея, галереи, выставочного пространства. При этом свет в комплексе с другими средствами построения экспозиции — архитектурой, интерьерным пространством, конструкциями, специальным оборудованием, цветом, фактурами, аудиовизуальными и мультимедийными устройствами. Роль света чрезвычайно важна, потому что без него экспозиции невозможны. Только свет обеспечивает событию значимую и главную экспозиционную и художественную функцию показа, осмотра и восприятия.

Современные архитекторы, дизайнеры, художники, используя минимальные по размеру и энергопотреблению источники света, а также его цветотемпературные настройки и светоотражающие способности, продемонстрировали различные варианты и типы световых потоков. Они создали эффектные динамические объекты, инсталляции, выставочные комплексы, композиционная задача которых сводилась к модуляции света и представлению нового светового пространства. Деятельность Уильяма Артура Смита Бенсона, Ле Корбюзье, Джо Понти, Этторо Соттсасса, Марко Санмикеле, Инго Маурера, Олафура Элиасона, Франциско Гомес, Марселя Вандерса, Ричарда Келли, Ярослава Росселя, Яромира Функе и многих-многих других является ярким тому подтверждением.

Итак, современная выставочная деятельность представляет собой огромное множество самостоятельных тематических, художественных и архитектурных решений. В этой связи выставку отличают активность художественного языка, пластичность использования приемов и принципов создания разнообразных экспозиций в качестве полигона для творческих экспериментов.

Ценность любой выставки заключается в обогащении современного музееведения теми открытиями, находками, неожиданно обретенными новыми смыслами и связями, которые затем по-особому воплотятся в культуре пространственных отношений, зазвучат в многоголосии современного музея и позволят различиям соприкасаться, а зрителям получать новые «наблюдения, сделанные на материале разных эпох и разных культур» через сближающие элементы показов [6].

Ссылаясь на мнение теоретиков-корифеев об искусстве экспозиции и востребованности выставочной практики, ее ассоциативности, эстетической организации и общего гармоничного характера, отметим следующее: «Выставки покоряют нас новизной видения <…> знакомых вещей, своеобразием их интерпретации, тонкими ассоциациями и самой

художественной формой экспозиционного построения, их эстетикой, организацией архитектурного пространства, ритмом и гармонией пластической композиции, световой и колористической аранжировкой и <…> единством художественного решения» [4, с. 297].

Кроме этого, на выставке разрабатываются творческие поиски постоянных и динамичных (временных) экспозиций:

— проходят апробацию принципы организации выставочного пространства;

— вырабатываются уникальная стилистика среды, дизайн экспозиции;

— формируются приемы аранжировки показа и концепция драматургии выставки;

— создаются оригинальные, выразительные приемы показа.

Рассмотрим несколько примеров авторских выставок с точки зрения подбора актуальных приемов экспонирования объектов искусства, формирующих культуру пространственных отношений при создании драматургического образа выставочного пространства.

Образу творческого человека посвящается «Выставка четырёх», 19–26 ноября 2023 г., прошедшая в Галерее Выхина (Москва). В своем проекте кураторы Лариса Климова и Александр Ермолаев обращают внимание на творчество Виктора Зенкова, Игоря Березовского, Евгения Богданова, Александра Ермолаева, начиная с 1970–х гг.

В разных плоскостях: от технологических экспериментов с шелкографией и графическим дизайном до эстетики художника как постановщика кино и выставочных экспозиций, авторы «Выставки четырёх» приближают зрителя к эпохе первой пост авангардной волны в искусстве. Привлекая приемы смешанной аранжировки показа, они прорабатывают стилистику того времени посредством средового дизайна, — создают новые художественные смыслы и свободно перемешивают между собой фотографии, архивные сведения, тексты, живопись, макеты, коллекции личных предметов и кинофрагменты. Объекты показа гармонично соседствуют друг с другом и, создавая единое целое, задают сеанс игры со зрителем в четырех измерениях искусства: трафаретной печати, дизайна, кино и музея [3].

Другой пример — выставка «Воображаемый музей Михаила Шемякина. Лестница в искусстве», которая проходила 21 июня — 17 сентября 2023 г. в Третьяковской галерее (на Крымском Валу). Тема выставки

подсказана исследованием художника Михаила Шемякина древнейшего архетипического символа лестницы, характерного для мифологического сознания различных культур в истории мировых цивилизаций.

Выставка как масштабная инсталляция создается по произведениям различных живописцев, среди которых представлены работы Михаила Ларионова, Бориса Кустодиева, Василия Паленова, Вячеслава Колейчука, Александра Лабаса. Для построения нужной драматургии показа в экспозиционное пространство вовлекаются приемы иммерсионного театра, живых картин, динамичных перформансов. Здесь лестница является образной и функциональной доминантой музея одного предмета [2].

Далее, в 2021 г., сотрудники Ленинского мемориала (г. Ульяновск) представили современному зрителю симфонию исторических хроник по фактурным материалам военного времени и современной эпохи.

На исторической территории Усадьбы семьи Ульяновых, в музейном квартале города Ульяновска, авторы дизайн-проекта создали уникальный выставочный павильон «Оружие подвига», посвященный Великой Отечественной войне и Победе русского народа над фашизмом. Создатели нового эстетического пространства погрузили зрителя в неподдельную атмосферу войны, с ее фронтовыми событиями и тыловыми буднями.

В музейной экспозиции, расположившейся на площадях многофункционального выставочного зала, в гармоничном единстве представлены поиски постоянных и динамичных элементов показа с оживающей подлинной графикой тех лет, письмами фронтовиков и их личными вещами, книгами, уникальными по силе воздействия представленных в них материалов о войне, — «Книга Памяти», «Солдаты Победы», «Солдаты трудового фронта», их более 30 томов.

Здесь же присутствуют современные объекты искусства, ставшие символическим хронотопом времени и пространства (своеобразным мостком между прошлым и будущим), — множественные станковые скульптуры солдат-героев той войны, эскизы к памятнику 30-летия Победы в городе Ульяновске, созданные ульяновским художником Р.А. Айрапетяном.

Эстетику военных павильонов углубляют бытовые и промышленные объекты того времени. Большое внимание зрителей-участников привлекает к себе оружие воинов в судьбоносной для России Великой Отечественной войне. Демонстрируется вооружение советских солдат: трехлинейная винтовка Мосина, противотанковое ружье системы Дегтярева,

танковый пулемет, пистолеты-пулеметы Сударева, пистолет-пулемет системы Шпагина, самозарядная винтовка Токарева, пистолет ТТ (Тульский Токарев), пулемет «Максим», глубинная морская мина и многое другое [7].

Посвященная выдающемуся советскому архитектору, заслуженному строителю РСФСР, лауреату Сталинской премии за проект высотного дома у Красных ворот (Москва, 1948 г.), профессору искусствоведения Борису Мезенцеву, 6 сентября — 30 ноября 2023 г. в Музее «Градостроительство и архитектура Симбирска-Ульяновска», в городе Ульяновске, состоялась выставка-исследование: «Борис Мезенцев. Творческий поиск архитектора».

Специально разработанный дизайн экспозиции музея напоминал собою городские улицы как провинциального Симбирска, так и современного Ульяновска, с содержащими в себе витрины по 16 проектам Б. Мезенцева, созданным в разные периоды архитектурно-творческой деятельности. Здесь были представлены материалы как из собрания Государственного музея архитектуры имени А.В. Щусева, так и по материалам исторических сведений, связанных со строительством Ленинского мемориального комплекса в Ульяновске, а также многих других личных архивов коллег и инженеров-строителей, включая демонстрацию макетов тех зданий, архитектором которых выступал Б. Мезенцев [1].

Таким образом, перед зрителями проходят различные в жанровом исполнении выставки — стилизация времени и пространства, выставка как театр, выставка как симфония исторических хроник, выставка-исследование, где в целом специфика создания драматургического образа выставочного пространства состоит в создании особой культуры пространственных отношений. Перед зрителем как участником событий проигрываются разные дизайн-сценарии: проработка максимально чувствительного отношения как к самим произведениям искусства, так и умение увидеть эти произведения в предельно широком заявленном контексте, с гармоничными и согласованными связями между собой; здесь и построение диалектики активного пространственно-временного поля как внутри музея, так и во вне его.

Современное музейно-выставочное пространство призвано создавать такой драматургический образ, который рождает собою большое культурное напряжение, распространяющееся далеко за пределы музея посредством эффектной и каждый раз новой и неповторимой подачи, актуального содержания, тщательно подобранной предметной формы и вербального сопровождения.

Примечания:

1. Борис Мезенцев. Творческий поиск архитектора // Русская архитектура: сайт. — URL: https://archi.ru/events/20687/boris-mezencev-tvorcheskii-poisk-arkhitektora (дата обращения: 12.02.2026).

2. Воображаемый музей Михаила Шемякина. Лестница в искус-стве // Государственная Третьяковская галерея: сайт. — URL: https://www.tretyakovgallery.ru/exhibitions/o/voobrazhaemyy–muzey–mikhaila–shemyakina–lestnitsa–v–iskusstve/ (дата обращения: 12.02.2026).

3. Выставка четырех: Галерея Выхино // Выставочные залы Москвы: сайт. — URL: https://vykhino.vzmoscow.ru/fourexpo (дата обращения: 12.02.2026).

4. *Майстровская М.Т.* Музей как объект культуры. XX век. Искусство экспозиционного ансамбля. — Москва: Прогресс-Традиция, 2018. — 680 с.

5. *Майстровская М.Т.* Свет в экспозиции: функция и образ // Искусство света: дизайн, архитектура, художественное и проектное творчество / составители А.Н. Лаврентьев, Н.Н. Ганцева, А.В. Сазиков. — Москва: МГХПА им. С.Г. Строганова, 2019. — С. 53–58.

6. *Обрист Х.У.* Краткая история кураторства. — Москва: Ад Маргинем Пресс, 2014. — 256 с. — URL: https://www.rulit.me/books/kratkaya-istoriya-kuratorstva-read-315744-12.html (дата обращения: 12.02.2026).

7. Павильон «Оружие подвига» // Ленинский мемориал: сайт. — URL: https://www.leninmemorial.ru/year-events/pavilon-oruzhie-podviga. php (дата обращения: 14.01.2026).

А.С. ВРУБЛЕВСКИЙ
Доцент, Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова
e-mail: vrublevskiy.as@bk.ru

В.Д. УВАРОВ
Доктор искусствоведения, профессор, Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии, Дизайн. Искусство)
e-mail: artuwaroff@yandex.ru

A.S. VRUBLEVSKIY
Senior lecturer. Plekhanov Russian University of Economics
e-mail: vrublevskiy.as@bk.ru

V.D. UVAROV
Doctor of arts, Professor. A.N. Kosygin Russian State University (Technology, Design. Art)
e-mail: artuwaroff@yandex.ru

DOI: 10.37485/1997-4663_2026_1_2_146_154

ОТ ФИЛИПС ЛУМАЛИВ К АДРЕСУЕМЫМ ТЕКСТИЛЬНЫМ ДИСПЛЕЯМ ИСТОРИКО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ ПЕРИОДИЗАЦИЯ LED-ТАПИССЕРИИ И ТРАНСФОРМАЦИЯ ЕЕ ФУНКЦИЙ В МОДЕ, СЦЕНОГРАФИИ И МУЗЕЙНОЙ ИНСТАЛЛЯЦИИ

FROM PHILIPS LUMALIVE TO ADDRESSABLE TEXTILE DISPLAYS: A HISTORICAL-TECHNOLOGICAL PERIODIZATION OF LED TAPESTRY AND THE TRANSFORMATION OF ITS FUNCTIONS IN FASHION, SCENOGRAPHY, AND MUSEUM INSTALLATION

Статья рассматривает становление и развитие скульптурной LED-таписсерии как междисциплинарного объекта, в котором текстиль функционирует одновременно как материальная поверхность, световая среда и экранная структура. Цель исследования состоит в уточнении историко-технологической периодизации «текстиля-экрана» от ранних практик вычислительного текстиля к адресуемым дисплейным сетям и в выявлении того, как технологическая база переопределяет функции и язык дизайна в моде, сценографии и музейном показе. На материале открытых академических публикаций, источников по консервации медиа, основанные на времени и кейсов Филипс Лумалив и Хусейн Чалаян показано, что переход от локальной подсветки к матрично управляемым, инкапсулированным и потенциально интерактивным дисплейным тканям сопровождается медиальным сдвигом, при котором время и сценарий воспроизведения становятся компонентами формы.

The article examines the emergence and development of sculptural LED tapestry as an interdisciplinary object in which textiles function simultaneously as a material surface, a luminous environment, and a screen-like structure. the aim of the study is to refine a historical-technological periodization of the “textile-as-screen” from early practices of computational textiles to addressable display networks, and to identify how the underlying technological base redefines functions and the language of design in fashion, scenography, and museum display. Drawing on open-access academic publications, sources on the conservation of time-based media, and the case studies of Philips Lumalive and Hussein Chalayan, the article demonstrates that the shift from localized illumination to matrix-controlled, encapsulated, and potentially interactive display textiles entails a medial turn in which time and playback сценария become components of form.

Ключевые слова: LED-таписсерия, текстильный дисплей, электронный текстиль, электролюминесцентная печать, OLED-волокна, носимые устройства, сценография, медиа, основанные на времени, музейная инсталляция, компьютерное моделирование.
Keywords: LED tapestry, textile display, e-textiles, electroluminescent printing, OLED fibers, wearables, scenography, time-based media, museum installation, computer modeling.

Статья является продолжением общего цикла работ, посвященных искусству таписсерии.

Введение. Поворот к цифровому проектированию и печати в текстиле обозначил переход от статического паттерна к медиально насыщенной поверхности. В книге Боулз и Айзек подчеркивается, что «цифровая печать на текстиле совершает революцию в текстильном дизайне» [1], а в прогнозе будущего печати формулируется ключевой для нашей темы тезис о тканях, на которых «изменяемые или движущиеся изображения можно загрузить» [1]. Эти положения задают искусствоведческий контекст для анализа «текстиля-экрана», где подвижное изображение переносится в материальность ткани и вынуждает пересматривать границы таписсерии как жанра, включая скульптурные варианты с развитой пластикой (в том числе на основе круга и шара).

Предысторию «подвижного изображения» в текстиле следует связывать с вычислительным текстилем и практиками интеграции электроники в ткань. Пост и соавторы вводят термин «электронная вышивка» и дают определение: «электронная вышивка, то есть нанесение рисунка на проводящие текстильные материалы с помощью процессов шитья или ткачества, управляемых числовым программным управлением» [2]. Здесь важен не только технологический аспект, но и логика компьютерного управления, которая позволяет рассматривать текстиль как интерфейс и как носитель сценарно организованной световой информации.

Индустриальная фаза «светящейся ткани» отчетливо проявилась в платформе Филипс Лумалив. В корпоративном издании Филипс Исследования заявлено, что «анимированная цветная подсветка — это новое творческое измерение, которое теперь смогут обеспечить текстильные изделия» [3]; при этом Лумалив вводит модель скрытой интеграции LED-массивов в мягкий материал, обеспечивая визуальные эффекты без утраты тактильной природы ткани. Параллельно кейс Хусейн Чалаян демонстрирует художественную апробацию световых тканей и их сопряжение с модой как системой показа: в обзоре Новости химической и инженерной промышленности Лумалив описывается как «ткани, в которых интегрированы гибкие массивы разноцветных светодиодов, не теряющие при этом мягкости и эластичности ткани» [4], а также фиксируется, что дизайнер «Хуссейн Чалаян сотрудничал с лондонской инженерной фирмой 2D3D» [4], то есть динамическая ткань осмысляется как продукт кооперации дизайна и инженерии.

Актуальность исследования определяется тем, что спектр технологий «подвижного изображения» на ткани расширяется, а их музейная судьба становится предметом самостоятельной проблематики. С одной стороны, развиваются печатные и волоконные светящиеся структуры, позволяющие приближаться к адресуемым дисплеям; с другой стороны, такие объекты требуют описания в категориях медиа, основанные на времени, где показ является частью произведения. Рамка «динамической ткани» в гуманитарном поле дополнительно проблематизируется вопросом повседневности: Макки и соавторы начинают статью с вопроса, «если бы одежда обладала способностью, подобной экрану компьютера, динамически отображать цвета, узоры, а также статичные и движущиеся изображения, каким бы мог быть этот опыт в повседневной жизни?» [5], тем самым закрепляя переход от «эффекта» к культурным сценариям использования.

Предметом настоящего исследования является историко-технологическая динамика формирования LED-таписсерии как «текстиля-экрана», то есть совокупность принципов интеграции светодисплейных технологий (LED/EL/OLED), режимов адресации и сценариев воспроизведения, определяющих трансформацию функций и выразительного языка объекта в моде, сценографии и музейной инсталляции.

Гипотеза исследования заключается в том, что переход от локальной подсветки к матрично адресуемым, инкапсулированным и потенциально интерактивным текстильным дисплеям сопровождается медиальным сдвигом: LED-таписсерия перестает быть преимущественно декоративной текстильной поверхностью и приобретает статус медиа, основанные на времени, при котором время, сценарий воспроизведения и дисплейная инфраструктура становятся структурообразующими компонентами формы и определяют смену ее функций и языка дизайна в разных институциональных контекстах (мода, сценография, музей).

Методы исследования. Работа выполнена в логике междисциплинарного искусствоведческого исследования, сочетающего историко-технологический анализ, типологизацию решений и сравнительное рассмотрение областей применения (мода, сценография, музейная инсталляция). Корпус источников включает рецензируемые статьи по электронному текстилю, светящимся тканям, печатным EL-структурам и OLED- тканям, а также открытые материалы по консервации медиа, основанные на времени. Эмпирическая процедура состоит в извлечении со-

поставимых параметров из публикаций (тип излучателя, способ интеграции в ткань, наличие матричной адресации, требования к инкапсуляции и устойчивости к деформациям, сценарии воспроизведения контента) и в их сопоставлении как оснований периодизации.

Для перевода технических описаний в искусствоведческую проблематику используется рамка медиа, основанные на времени, позволяющая рассматривать LED-таписсерию как объект, существующий в режиме показа. Лоренсон формулирует базовое определение: «медиа, основанные на времени – полезный термин для описания инсталляций, имеющих продолжительность» [12], а в той же работе уточняет, что такие произведения «они фактически не существуют, пока их не установят» [12]. Это положение методологически важно для LED-таписсерий и текстильных дисплеев, поскольку их эстетические свойства зависят от оборудования, протокола управления и среды экспонирования. Дополнительно учитываются музейные рекомендации консорциума «Вопросы медиаискусства», где подчеркивается, что временные произведения «полностью реализуются только в установленном виде» и являются «комплексной системой» [14], что позволяет связывать технологию с режимом восприятия.

Результаты исследования и их обсуждение

На основе сопоставления источников предложена историко-технологическая периодизация LED-таписсерии и смежных технологий «подвижного изображения» на ткани. Первый этап (конец 1990-х — начало 2000-х) связан с «вычислительным» текстилем и формированием производственных методов проектирования проводящих структур, где компьютерное управление позволяет конструировать «активную» ткань и интерфейсные элементы [2]. Второй этап (середина 2000-х) характеризуется институционализацией «светящейся ткани» как продукта и платформы: Лумалив вводит гибкие LED-массивы, способные к экранноподобной визуализации, и демонстрирует переход от декоративной подсветки к «анимированным» режимам света [3]. Третий этап (конец 2000-х — 2010-е) связан с художественными и сценическими практиками, где световая ткань включается в драматургию показа, а форма одежды становится носителем «временной композиции»; в этой логике индустриальные обзоры фиксируют, что изделия из Лумалив «может отображать гипнотическую анимированную графику» [4], а значит, «временность» рассматривается как параметр дизайна.

Четвертый этап (конец 2010-х) обозначается развитием печатных и других технологий, стремящихся сохранить «тканевость» при добавлении световой функции. В работе Янчак и соавторов прямо сказано: «Многослойные электролюминесцентные структуры были нанесены непосредственно на текстиль с использованием технологии трафаретной печати» [7], что переводит «подвижное изображение» в плоскость технологически воспроизводимых слоев и материалов. Пятый этап (2020-е) связан с адресуемыми OLED-тканями и переходом к матричным форматам. В статье Сонг и соавторов в аннотации формулируется ключевой результат: «В данной работе мы представляем текстильный OLED-дисплей на основе волокон, способный обеспечить большую площадь излучения и долговременную стабильность» [10], а в работе Чои и соавторов подчеркивается ориентация на телесную динамику, то есть дисплей «способен выдерживать активные движения человеческого тела» [11]. Параллельно обобщающая рамка электронного текстиля фиксируется в обзорной статье Чинкино и соавторов, где сказано: «электронный текстиль представляет собой перспективную технологию, позволяющую интегрировать дисплеи, датчики и другие электронные компоненты в текстильные изделия» [9].

Сопоставление областей применения позволяет уточнить функциональные трансформации LED-таписсерии. В сценографии ключевым является режим синхронизации, что выразительно сформулировано у Изута и соавторов: «контролируя время и цвет освещения в соответствии с музыкой и хореографией, можно создавать по-настоящему впечатляющие представления» [8]. В моде на первый план выходит проблема культурных норм и управления контентом, артикулированная вопросом «возможности компьютерного экрана» в одежде [5]. В музее, напротив, определяющей становится проблема идентичности произведения при смене оборудования; Лоренсон подчеркивает, что «демонстрационное оборудование заслуживает особого внимания» [13], тем самым фиксируя необходимость учитывать дисплейную инфраструктуру как часть произведения.

Полученная периодизация показывает, что технологическая эволюция LED-таписсерии прямо коррелирует с изменением художественного языка и статуса объекта. На ранних этапах активная ткань мыслится как носитель функций и сигналов, но по мере «экраноподобности» текстиль становится носителем контента, близкого к видео и графике, где изображение определяется временем. Это объясняет, почему в анализе

LED-таписсерии продуктивно использовать понятия медиа, основанные на времени и инструменты документирования показа.

В контексте скульптурной таписсерии особенно важен перенос экранной логики на объемную или криволинейную поверхность. Когда ткань становится дисплеем, пластика перестает быть «фоном» изображения и начинает определять способы адресации, читаемость и динамику. Для форм, построенных на круге и шаре, это означает переход от композиции орнамента к параметрическому сопряжению геометрии и сетки излучателей, к моделированию распределения светового поля и к прогнозированию воспринимаемого движения изображения. Таким образом, компьютерное моделирование становится не только способом проектирования формы, но и аналитическим инструментом, позволяющим описывать «событие показа» как часть художественной структуры.

Практические кейсы Лумалив и Хусейн Чалаян в обсуждаемой оптике выступают как маркеры медиального сдвига. Лумалив демонстрирует модель скрытой интеграции дисплейной функциональности в ткань, не разрушая ее материальной идентичности, тогда как практика Чалаян артикулирует переход к одежде как сцене, где время и изменение являются частью смысла. При музейном обращении эти свойства требуют фиксации «границ замены» оборудования и параметров аутентичности; именно поэтому Лоренсон предупреждает о рисках утраты при привязке идентичности работы к конкретным устройствам [13]. В итоге LED-таписсерия оказывается в поле пересечения дизайна, медиаискусства и музейной консервации, а ее исследование объективно требует как технологической типологизации, так и искусствоведческого описания сценариев восприятия.

Заключение

Исследование обосновывает, что линия от «вычислительного» текстиля и ранних LED-платформ к адресуемым OLED-тканям может быть описана как последовательная смена медиальности таписсерии, при которой временность и сценарность становятся формообразующими параметрами. Платформа Филипс Лумалив закрепляет переход к «анимированной» световой поверхности, а модные и сценические практики демонстрируют расширение функций от декоративной подсветки к экранной коммуникации. Современные исследования по печатным EL-структурам и адресуемым OLED-тканям подтверждают движение к мягким, устойчивым и матрично управляемым дисплейным тканям. Теоретическая значимость

работы заключается в предложенной историко-технологической периодизации LED-таписсерии и в уточнении методологической рамки ее анализа через медиа, основанные на времени и проблемы музейного показа. Перспектива дальнейшего исследования связана с разработкой искусствоведчески ориентированных критериев «свойства, определяющие работу» для текстильных дисплеев и с углублением роли компьютерного моделирования криволинейных поверхностей (круг, шар) в задачах описания и прогнозирования экранных режимов в скульптурной таписсерии.

Примечания:

1. *Bowles M., Isaac C.* Digital Textile Design. 2nd ed. London: Laurence King Publishing, 2012. 192 p.

2. *Post E.R., Orth M., Russo P.R., Gershenfeld N.* E-broidery: Design and fabrication of textile-based computing // IBM Systems Journal. 2000. Vol. 39, no. 3–4. P. 840–860. — URL: https://courses.media.mit.edu/2006spring/mas963/papers/e-textiles/E-broidery%20-%20Design%20and%20Fabrication%20of%20textile-based%20computing.pdf (дата обращения: 12.01.2026).

3. *Harold P.* Филипс Лумалив fabrics: creating a magic lighting experience with textiles // Password: Филипс Research Technology Magazine. Issue 28. Oct. 2006. [Электронный ресурс]. — URL: https://lucept.com/wp-content/uploads/2015/05/Филипс-research-_-Лумалив.pdf (дата обращения: 12.01.2026).

4. *Halford B.* Science Project Runway, Farming Fashion, Chemistry Costumes // Chemical & Engineering News. 2006. Vol. 84, Issue 44. Oct. 30. [Электронный ресурс]. — URL: https://cen.acs.org/articles/84/i44/Newscripts.html (дата обращения: 12.01.2026).

5. *Mackey A., Wakkary R., Wensveen S., Tomico O.* “Can I wear this?” Blending clothing and digital expression by wearing dynamic fabric // International Journal of Design. 2017. Vol. 11, no. 3. P. 51–65. [Электронный ресурс]. — URL: https://www.ijdesign.org/index.php/IJDesign/article/view/2872/790 (дата обращения: 12.01.2026).

6. *Choi M.K., Yang J., Kim D.C., et al.* Highly Flexible and Efficient Fabric-Based Organic Light-Emitting Devices for Clothing-Shaped Wearable Displays // Scientific Reports. 2017. Vol. 7. Article 6424. [Электронный ресурс]. — URL: https://www.nature.com/articles/s41598-017-06733-8 (дата обращения: 12.01.2026).

7. *Janczak D., Zych M., Raczyński T., et al.* Stretchable and Washable Electroluminescent Display Screen-Printed on Textile // Nanomaterials. 2019. Vol. 9, no. 9. Article 1276. [Электронный ресурс]. — URL: https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC6781060/ (дата обращения: 12.01.2026).

8. *Izuta R., Terada T., Yanagisawa Y., Fujimoto M., Tsukamoto M.* Design Guidelines on LED Costumes for Dance Performances // Designs. 2019. Vol. 3, no. 4. Article 51. [Электронный ресурс]. — URL: https://mdpi-res.com/d_attachment/designs/designs-03-00051/article_deploy/designs-03-00051-v2.pdf (дата обращения: 12.01.2026).

9. *Cinquino M., Prontera C.T., Pugliese M., et al.* Light-Emitting Textiles: Device Architectures, Working Principles, and Applications // Micromachines. 2021. Vol. 12, no. 6. Article 652. [Электронный ресурс]. — URL: https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC8229797/ (дата обращения: 12.01.2026).

10. *Song H., Song Y.J., Hong J., et al*. Water stable and matrix addressable OLED fiber textiles for wearable displays with large emission area // npj Flexible Electronics. 2022. Vol. 6. Article 66. [Электронный ресурс]. — URL: https://www.nature.com/articles/s41528-022-00199-z (дата обращения: 12.01.2026).

11. *Choi S., Jo W., Jeon Y., et al.* Multi-directionally wrinkle-able textile OLEDs for clothing-type displays // npj Flexible Electronics. 2020. Vol. 4. Article 33. [Электронный ресурс]. — URL: https://www.nature.com/articles/s41528-020-00096-3 (дата обращения: 12.01.2026).

12. *Laurenson P.* Developing Strategies for the Conservation of Installations Incorporating Медиа, основанные на времени with Reference to Gary Hill's Between Cinema and a Hard Place // Journal of the American Institute for Conservation. 2001. Vol. 40, no. 3. P. 259–266. [Электронный ресурс]. — URL: https://cool.culturalheritage.org/jaic/articles/jaic40-03-006_1.html (дата обращения: 12.01.2026).

13. *Laurenson P.* the Management of Display Equipment in Медиа, основанные на времени Installations // Tate Papers. 2005. No. 3. [Электронный ресурс]. — URL: https://www.eai.org/user_files/supporting_documents/Management%20Display.pdf (дата обращения: 12.01.2026).

14. Matters in Media Art: Collaborating Towards the Care of Медиа, основанные на времени // Museum of Modern Art. 2003– (страница проекта обновляется). [Электронный ресурс]. — URL: https://production-gcp.moma.org/research/conservation/matters-in-media-art (дата обращения: 12.01.2026).

А.Д. КОДАТЕНКО

Доцент кафедры дизайна рекламы Санкт-Петербургского государственного университета промышленных технологий и дизайна

e-mail: novure@yandex.ru

В.В. ЛАПТЕВ

Доктор искусствоведения, профессор кафедры дизайна рекламы Санкт-Петербургского государственного университета промышленных технологий и дизайна

e-mail: laptevsee@yandex.ru

A.D. KODATENKO

Docent, department of advertising design of the Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design

e-mail: novure@yandex.ru

V.V. LAPTEV

Doctor of Arts, department of advertising design of the Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design

e-mail: laptevsee@yandex.ru

DOI: 10.37485/1997-4663_2026_1_2_155_173

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ИЛЛЮСТРИРОВАННЫХ ЖУРНАЛОВ 1920–1930-х ГОДОВ

COMPARATIVE ANALYSIS OF ILLUSTRATED MAGAZINES OF THE 1920S AND 1930s

Настоящая статья посвящена сравнительному анализу дизайна иллюстрированных журналов 1920–1930-х годов, использующих фотоматериал как инструмент построения визуальных нарративов. Издание «СССР на стройке» выбран эталоном. Исследованы в сравнении с ним журналы «На стройке МТС и совхозов» (СССР), «Огонёк» (СССР), «Прожектор» (СССР), «Смена» (СССР), "Berliner Illustrirte Zeitung" (Германия), "Arbeiter-Illustrierte Zeitung"

(Германия), “Life” (США), “Look” (США), “Voila” (Франция), “Vu” (Франция), “FRONT” (Япония), “NIPPON” (Япония). Для этого использовались критерии характера содержания, технического исполнения и проектно-художественного оформления. Авторами была подтверждена уникальность иллюстрированного журнала «СССР на стройке» по отношению с аналогичными отечественными и зарубежными изданиями.

This article is devoted to a comparative analysis of the design of illustrated magazines from the 1920s and 1930s, using photographic materials as a tool for constructing visual narratives. the publication “USSR in Construction” was chosen as a reference. the magazines “MTS and State farms in construction” (USSR), “Ogonek” (USSR), “Projector” (USSR), “Smena” (USSR), “Berliner Illustrierte Zeitung” (Germany), “Arbeiter-Illustrierte Zeitung” (Germany), "Life” (USA), “Look” (USA), “Voila” (France), “Vu” (France), “FRONT” (Japan), “NIPPON” (Japan) are studied in comparison with it. For this purpose, criteria of the character of the content, technical execution and design were used. the authors confirmed the uniqueness of the illustrated magazine "USSR in Construction" in relation to similar domestic and foreign publications.

Ключевые слова: иллюстрированный журнал, проектно-художественное оформление, авангардная фотография, фотомонтаж, инфографика, «СССР на стройке».
Keywords: illustrated magazine, design, avant-garde photography, photomontage, infographics, “USSR in Construction”.

Появление иллюстрированных журналов, основанных на фотографическом материале, изменило восприятие периодических изданий. Подкрепление текстовой информации выразительным визуальным сопровождением стало важным этапом развития медиапространства во многих странах. Именно благодаря иллюстрированным журналам фотография и фотожурналистика получили мощный импульс к развитию. Особым периодом формирования и совершенствования основных жанров фотографического повествования и способом их презентации стала вторая четверть XX века [1]. Эта тема остается актуальной для современ-

ных исследователей, которые рассматривают различные аспекты иллюстрированной прессы: взаимоотношение журналистики и культуры [2] или фотографические нарративы в иллюстрированных журналах [3] или стилистическое влияние на их дизайн [4].

Среди иллюстрированных изданий журнал «СССР на стройке» считается уникальным явлением в истории журналистики и искусства [5]. Для подтверждения данного тезиса авторами был проведен анализ номеров издания, позволивший выделить черты характерного содержания, технического исполнения и проектно-художественного оформления «СССР на стройке» [6–9]. По содержанию — это многоязычность (выпуск номеров журнала на нескольких языках) и тематичность всех выпусков (единая тема номера; каждый номер был посвящен своей теме). По техническому исполнению — это полиграфические конструкции (использование форматных и штанцевальных конструкций в дизайн-макете: складней, вклеек и вставок, фигурной вырубки) и тонирование изображений (применение двух и более цветов в печати выпуска). Что касается проектно-художественного оформления «СССР на стройке», то рассматривается использование конструктивистских и крупных панорамных фотографий; применение приемов фоторепортажа; широкое использование фотомонтажа; включение в макет инфографики как самостоятельного элемента печатного медиа; использование типографики как инструмента выразительного повествования (типографский набор как способ создания визуального нарратива).

Для подтверждения или опровержения исторической значимости и уникальности «СССР на стройке» был проведен анализ по выявлению наличия этих же черт у подобных иллюстрированных журналов, выходивших в тот же временной период как в СССР, так и в других странах. Для этого были выбраны знаковые периодические издания своего времени, заложившие основы современной визуальной журналистики и создавшие стандарты для последующих иллюстрированных изданий. Это «На стройке МТС и совхозов» (СССР), «Огонёк» (СССР), «Прожектор» (СССР), «Смена» (СССР), “Berliner Illustrirte Zeitung” (Германия), “Arbeiter-Illustrierte Zeitung” (Германия), “Life” (США), “Look” (США), “Voila” (Франция), “Vu” (Франция), “FRONT” (Япония), “NIPPON” (Япония). Рассмотрим подробнее и сравним особенности проектно-художественного оформления, технического исполнения и содержательной части данных иллюстрированных журналов.

1. Проектно-художественное оформление

Конструктивистская фотография стала одним из интереснейших направлений фотоискусства первой половины XX века. Отвергая традиционные подходы к запечатлению реальности, конструктивистская фотография акцентировала в кадре внимание на формах, структурных особенностях, конструкторских элементах, позволяя увидеть мир в новом непривычном ракурсе. Для большинства изданий, особенно работающих на широкую аудиторию, традиционный подход к демонстрации реальности, показывающий зрителю знакомый мир, был наиболее привлекателен. Во многих изданиях наличие конструктивистских черт в композиции кадра фотографий, выглядит скорее случайным, чем основанным на какой-то идее или специально созданным решением, вышедшим из закладываемого фотографом посыла. К таким журналам можно отнести “Life”, “Vu”, «Огонёк», «Прожектор».

Единичное количество конструктивистских фотографий можно встретить в номерах журналов “Berliner Illustrirte Zeitung” и “Arbeiter-Illustrierte Zeitung”, в которых они используются как акцентные точки, главные снимки номера.

Французский “Voila” так же нельзя назвать изданием, формировавшимся на основе авангардной фотографии. В журнале для массовой аудитории конструктивистские приемы представлены в адаптированном упрощенном формате и используются для привлечения внимания к деталям. Наиболее частыми приемами в “Voila” являются: искаженная перспектива, использование приема «голландского угла», также встречается съемка с нижнего ракурса.

Советский журнал «На стройке МТС и совхозов» через массивы фотографий демонстрировал процессы индустриализации и коллективизации. Использование конструктивистских приемов в построение кадра создавало ощущение масштабности и динамичности происходящих в фокусе камеры событий. Наклоненный горизонт позволял создавать динамичные композиции даже в самых «бытовых» сценах, будь то ежедневный утренний обход больных или же ведущие дружескую беседу сидя за столом Сталин и Ворошилов. Постоянная смена высоких и низких ракурсов создавала динамику не только внутри фотографий, демонстрируя вещи с непривычных точек, но и способствовала формированию необходимого визуального ритма и темпа на разворотах.

С помощью камеры и правильной точки съемки фотографы издания превращали субъекты фотографии в элементы ритма композиции,

создающей общее впечатление от происходящих событий, а не только фиксировали момент, происходящий исключительно в кадре. Например, прямой ракурс на ярусы парт, заполненные однотипными фигурами, занимающими все учебные места, в том числе расположенные и за пределами кадра, на теме «Зимняя учеба» создает монотонный ритм, формирующий атмосферу умиротворенности и неторопливости. Обратная ситуация предстает на снимке кружка ворошиловских всадников, на котором они представлены в убывающей прогрессии, уходящей за край кадра. Ритмичное построение кадра усиливает динамику сцены и организует визуальное движение.

«Смена», будучи направленной на молодежную аудиторию, также стала площадкой для экспериментов. Основы визуального языка, заложенные в самом начале Густавом Клуцисом и Сергеем Сенькиным, использующим конструктивистские приемы при разработке обложек первых номеров, продолжили активно развиваться на страницах журнала. Среди фотографий можно увидеть выразительные конструктивистские работы, созданные такими известными фотографами, как Борис Игнатович, Георгий Петрусов, Эммануил Евзерихин и многими другими экспериментаторами. Динамичные ракурсы, нестандартная точка съемки, фрагментированная композиция кадра, «наклоненный» горизонт или вообще отсутствие горизонта (создание эффекта невесомости) — все это можно увидеть на фотографиях, размещенных в журнале.

Масштаб и плановый контраст в японском журнале “FRONT” стали выразительным языком для создания яркого образного визуального повествования. Масштаб внутри снимков помогал создать «правильное» для пропаганды впечатление от рассматриваемой темы. В журнале присутствуют целые развороты и отдельные фотографии, крупным планом показывающие отдельные детали (как правило части техники или механизмов). Выбор ракурса и фрагментация действительности превратили запечатленные объекты в общую динамичную массу. Задачей этих фотографий было не продемонстрировать отдельные современные станки, а продемонстрировать масштабность проводимых работ по строительству Большой Азии.

Смелый крупный план был важной особенностью дизайна. Так в номере, посвященном Военно-морскому флоту, можно увидеть разворот, на первой странице которого представлена фотография с дулами пушки, «вылезающими» из края разворота и направленными по диагонали на

маленькие, лишенные деталей и превращенные в силуэты корабли вдали. Данное композиционное решение не только подчеркивает мощь и значимость японского флота, но и создает визуальную отсылку к тиру, сглаживая страшную сторону военных действий.



Рис. 1. Разворот журнала “Arbeiter-Illustrierte Zeitung” с использованием панорамной фотографии (1931, № 15)

Схожие визуальные решения можно увидеть и в другом японском журнале “NIPPON”, чьим одним из основных конструктивистских приемов композиции кадра стала работа с масштабностью. Люди, объекты, детали — все, благодаря ракурсу и крупности плана, предстает тиражируемым на снимках журнала. Структурированность элементов конструкций и крупное их запечатления, создают ритмы внутри кадра.

Панорамная фотография относится к особому жанру передачи визуальной информации. Расширение границ позволяет показать зрителю масштабные виды, передающие атмосферу глобальности и значимости демонстрируемого. Во многих журналах панорамная фотография появлялась хотя бы раз за весь период существования издания. Однако, как правило, панорамная фотография была представлена скорее, как одно из изображений, а не как акцентная точка, в связи с чем особого внимания читателей такая фотография не получала. К подобным журналам, пожалуй, можно отнести “NIPPON”, “Voila”, “Vu”, «Прожектор», «Смена».

Иные журналы использовали панорамные снимки на постоянной основе, с их помощью реализовывали творческие задачи. “Berliner Illustrirte Zeitung”, “Arbeiter-Illustrierte Zeitung” и “Look” использовали технические средства при верстке номеров и с помощью панорамного решения кадра усиливали динамику и направленность движения внутри фотографии, «вытягивая» границы кадра в сторону направленности движения (рис. 1).

“FRONT” панорамные снимки использовал как акценты визуального повествования номера и отводил под них большой объем страницы. Одна панорамная фотография могла занимать ширину целого разворота, а то и разворота с распашными страницами. “Life” и «Огонёк» также с помощью фрагментирования снимков при сборке номеров создавали

масштабные панорамы, к которым добавлялись прочие снимки, раскрывая тему через крупные, уточняющие панораму фотографии. Схожим образом использовались панорамы и в журнале «На стройке МТС и совхозов», но здесь можно также увидеть решения, при котором вся страница была полностью сформирована из серии панорамных снимков.

Фотоочерки и фоторепортажи активно использовались для репрезентации действительности, позволяя показать происходящие процессы в динамике и развитии. С их помощью события не только фиксировались в подтверждающий визуальный документ, но и через художественное повествование подавались в желаемом ракурсе [1; 3]. Не удивительно, что в различных объемах серийные фотографии использовались во всех рассматриваемых журналах [10].

Одни издания, прибегали к использованию серийной фотографии для демонстрации нескольких ключевых моментов рассматриваемых событий. Такой подход является основным для таких журналов как «Прожектор», «Смена», “Berliner Illustrirte Zeitung”, “Arbeiter-Illustrierte Zeitung”, “Vu”. Журналы “Voila” и «Огонёк» часто представляли истории через фотоочерки, в которых можно было увидеть раскрытие темы от общего к частному и наоборот. Такие визуальные истории становятся понятными и раскрываются правильно только в том случае, если «прочтение» фотографий идет единым потоком, и перед читателем предстает фотографический рассказ с единой сюжетной линией.

Особую популярность и семантическую глубину фотоочерки получили в журналах, которые ограничивали количество тем на номер, в особенности в журналах “FRONT” и «На стройке МТС и совхозов». Здесь на протяжении нескольких разворотов, а то и на увеличенных распашных страницах, могла идти одна подтема, основанная на серии фотографий. Интересный пример можно увидеть в журнале “NIPPON”. В одном из номеров на весь разворот размещена фотография одного из помещений ткацкой фабрики с нитями, уходящими в даль, за край листа, а далее тема разворачивается уже на распашном развороте через большое количество разных по формату снимков, для каждого из которых подобрана своя внутрикадровая композиция, свой ракурс и масштаб плана.

В журналах можно увидеть фоторепортажи, показывающие пошаговое фиксирование действительности, при этом четких правил по количеству снимков и обозреваемому времени не было даже на страницах одного номера. Период фиксации изменений для каждой визуальной

истории был свой. Для демонстрации операции на мозге (из номера “Life” за 1936 год) фотограф фиксирует каждое ключевое действие врачей, а для иллюстрирования статьи с заголовком «Камера за границей, ночные восхождения студентов» из № 7 “Life” за 1937 год использовались те снимки, которые физически можно было сделать только в ночное время. В журнале “Look”, благодаря высокой частоте кадров смогли предоставить почти видео репортаж к статье «Авто убивает женщину на ваших глазах!», зафиксировав это трагическое событие в серии последовательных снимков.

Кроме того, серийная съемка использовалась для демонстрации одного и того же объекта с разной степенью крупности плана и под разным углом съемки. Такое повествование позволяло продемонстрировать большее количество зафиксированных деталей и создать ощущение более глубокого погружения в тему. Схожее ощущение складывается и при просмотре серий фотографий с фрагментированными на стадии съемки объектами. Однако такие фотографии направленны на создание внутрикадровых узоры и ритмов, которые создают интересные визуальные решения, влияют на подсознательное восприятие информации, но при этом почти не наделены действительной информацией. Большое количество подобных решений можно увидеть на страницах “FRONT” и “NIPPON”.

Создание визуальной истории в иллюстрациях журналов могло быть построено не только через серийную съемку, но и через монтаж фотографий. В большинстве иллюстрированных журналов рассматриваемого периода фотомонтаж присутствовал в ограниченном виде. Изображения размещались одно поверх другого, при этом сохранялась их визуальная независимость и не осуществлялась интеграция элементов и смыслов одного изображения в другое. В журналах “Berliner Illustrirte Zeitung”, «Прожектор», «На стройке МТС и совхозов» при наложении к фотографиям добавлялись рамки, четко отделяющие одну картинку от другой. Исключения составляли единичные иллюстрации, как правило состоящие из нескольких фрагментов по контуру вырезанных объектов, наложенных на основную фотографию.

В журналах “FRONT” и «СССР на стройке» применялся схожий монтаж: главный герой (один два человека) выделялся крупным планом и помещался поверх остальных фрагментов, подчеркивая героическую линию повествования [4]. Таким образом решена и сцена с парашютистом, за спиной которого размещены событийные снимки взаимодействия с самолетами, и монтаж с крупными портретами военных (снятых с нижнего ракурса), за которыми размещена фотография общего плана (с верхнего ракурса), и крупные портреты сельскохозяйственных работников, за плечами которых бескрайние поля. Есть и монтажи с «постепенным» погружением, например, на одной из страниц размещены три горизонтальные фотографии, запечатлевшие конные войска. Благодаря тому, что план на снимках меняется от общего к среднему, читатель, опускаясь взглядом по странице приближается к войскам. Уже этого было бы достаточно для понимания общего контекста единения пространства, но конструкторы журнала сохранив отступы между снимками, не давая им соединится в общее полотно и сохранив последовательность, соединили снимки с помощью небольших фрагментов фотографий, размещенных поверх предыдущих (рис. 2). Такой почти кинематографический подход к фотоколлажу позволяет создать постепенное развертывание сюжета — эффект, при котором зритель «прочитывает» историю поэтапно, словно просматривает серию кадров. Фотоколлаж становится визуальным нарративом, в котором все элементы становятся частью общего повествования, а зритель получает возможность раскрыть его для себя «почти» самостоятельно.

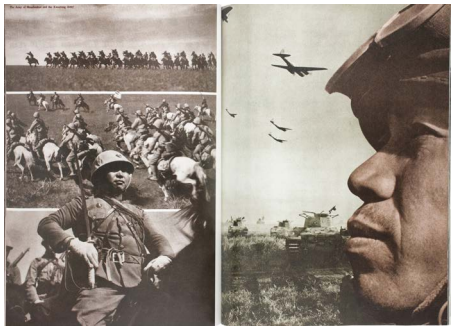


Рис. 2. Разворот журнала “FRONT” (1943, № 5–6)

Дизайн «Смены» формировался параллельно с общим развитием фотоискусства в СССР, и на своих страницах представлял разные способы соединения изображений. Здесь и фотофрагменты, накладываемые с белой или черной обводкой для выделения отдельных фрагментов и сохранения их целостности в малоконтрастных снимках, и наложение части фрагментов на фон других фотографий с объединением в общем пространстве, и постепенный переход через «размытие» края фотографии. Фотоколлаж стал ключевым языком визуального повествования журнала.

Во французских журналах “Vu” и “Voila” и японском “NIPPON”, фотоколлаж, в большинстве своем, также представлял серии фотографий, созданных на общую тему, и скомпонованных поверх друг друга, фотографические эссе стали революционным форматом подачи материала и занимали основной объем визуальной информации. Но также в этих

журналах присутствует и технически и концептуально более сложные иллюстративные решения, в которых можно увидеть, как создается единое изображение из тщательно выбранных и обработанных разрозненных фрагментов [11]. Фотомонтаж мог быть применен и как самостоятельная иллюстрация, и как доминанта разворота, собирающая информацию в единое целое повествование и в качестве способа тиражирование основной мысли через совмещение подобных изображений [12].

Много подобных идейно и композиционно выверенных решений монтажа можно встретиться в различных журналах. Это не удивительно, поскольку одни и те же темы были близки и интересны многим народам в различных странах. Способы репрезентации этих тем реализовывались с помощью схожих способов построения визуального нарратива. Сочетание документальных фотографий в художественном переосмыслении в коллажах и монтажах придавала особое звучание информации. Частым является интеграция фотографий людей в карты географических объектов, как отдельных территорий, так и целых стран. Еще одним вариантом, который можно встретить во многих журналах является компоновка изображений голов разных людей, объединенных в единую композицию. В этом случае художественная интерпретация фотофрагментов создает образ массы с конкретными лицами.

Многие журналы, в том числе иллюстрированные, выходившие в рассматриваемый период времени, имели стандартные решения размещения текстовых блоков. К таким журналам можно отнести “Berliner Illustrirte Zeitung”, “NIPPON”, «Огонёк», «Прожектор», “Life” и “Look”. Несмотря на схожесть решений данных журналов, стоит выделить некоторые их особенности их дизайна и типографики как инструмента выразительного повествования.

В изданиях “Berliner Illustrirte Zeitung”, «Огонёк», «Прожектор» можно встретить страницы, на которых почти на всю площадь размещено одно изображение. В таких случаях текст не разбивался на колонки, а выглядел (вне зависимости от того сколько строчек занимал) как единая подпись к иллюстрации. В журнале «Огонёк» часть текста размещалась поверх фотографии на отдельной плашке. «Прожектор» в единичных случаях прибегал к обтеканию текста по контуру коллажных композиций. В “NIPPON” и «На стройке МТС и совхозов» присутствуют единичные случаи, когда текст размещается не по четкой вертикальной колонке, а ступенькой со сдвигом, «продиктованным» компоновкой фотоматериалов.

В «Смене» использовалась трехколонная сетка, но при необходимости размещения фотографии большего размера, размер текстовых колонок изменялся. Поскольку в журнале использовались фрагментированные элементы изображений, обтекание текста при необходимости строилось не по прямым линиям, а по форме вырезанного объекта. В «Смене» и “Vu” прибегают к использованию различных шрифтов для создания акцентов. Особенно это присуще заголовкам и лозунгам, которые также начинают накладываются на фотографии и графические элементы. Для сохранения удобочитаемости текста, начинают использовать изменения цвета букв или их фрагментов.

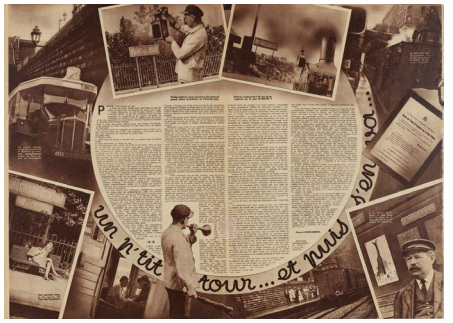


Рис. 3. Разворот журнала “Voila” от 28 июля 1934 года (1934, № 175)

В 1930-е годы появляются номера, в которых встречаются композиционные решения разворотов, где типографические элементы непосредственно взаимодействуют с графическими, создавая единую неделимую композицию. В ней текстовые блоки непосредственно были помещены в иллюстрацию. И именно изобразительные элементы определяют то, как на страницу будет набран текст. В журналах “Vu” и “Voila” фотографии диктуют правила для верстки текста, создавая уникальные страницы. Здесь можно увидеть наклоненные колонки с сохранением вертикального начертания текста или наклоненным под тем же углом. Текст начинает обтекать изображения по контуру, что выглядит особо выразительно рядом с округлыми, пластичными формами фотомонтажей, столь присущими иллюстративному материалу “Voila” (рис. 3). В рассматриваемых французских изданиях подчинение текстовых блоков направлению, заданному фотоматериалом страницы, является частым способом формирования структуры верстки, причем для каждой страницы своей.

В журнале “FRONT” нет как таковой устоявшейся сетки, да и объем текста очень мал. Большая часть информации передается именно за счет фотографического материала, а текст носит сопроводительный характер. Объем текстовой информации составляет всего несколько абзацев, а то и несколько слов. Размещение текста поверх изображений, а то и превращение их в часть композиции фотомонтажа является стандартным для

журнала решением. Текст может быть размещен как на подложке, так и непосредственно на самом снимке. По своей типографике и дизайну, пожалуй, он больше всех остальных схож с журналом «СССР на стройке». Главное отличие — очень редкое, практически единичное использование инфографического материала.



Рис. 4. Разворот журнала «Смена» (1943, № 20)

Инфографика как способ визуализации информации в легкодоступном и легко считываемом формате получила большое распространение во второй четверти XX века. Как правило, статистические данные в периодических изданиях, в том числе и среди рассматриваемых, если и демонстрировались, то с помощью стандартных схем, графиков и контурных карт. Однако некоторые журналы представляли инфографику так, что изначально сухие данные не только наглядно визуализировали информацию, но и заинтересовывали читателя интересным форматом.

Картографические данные — один из тех видов информации, который наиболее часто представляется в виде инфографики в иллюстрированных журналах. Соединение их с фотоматериалом стало возможным появление особого вида визуального сообщения — фотоинфографики. Фотографии или даже фотоколлажи своей формой представляли собой карту той самой местности, которая была запечатлена на снимке. Нередко фрагмент контурной карты или маршрут размещают непосредственно поверх снимка. Эти подходы позволяют «привязать» узнаваемые или характерные объекты, запечатленные на пленку, к географической информации.

Карта-схема маршрута с использованием фотографий при обозначении движения приобретает новое живое звучание, наделяя изначально сухие данные значимыми легко считываемыми фотоизображениями. Они могут накладываться поверх графических изображений, могут полностью их заполнять. Это эффектно решено на одном из разворотов журнал «Смены» № 20 за 1943 год. Здесь размещена фотоинфографика «По ту сторону Днепра», где стрелки, обозначающие направление движения Красной армии, выполнены не графическим способом, а заполнены фотографиями, сделанными на местах боевых действий (рис. 4).

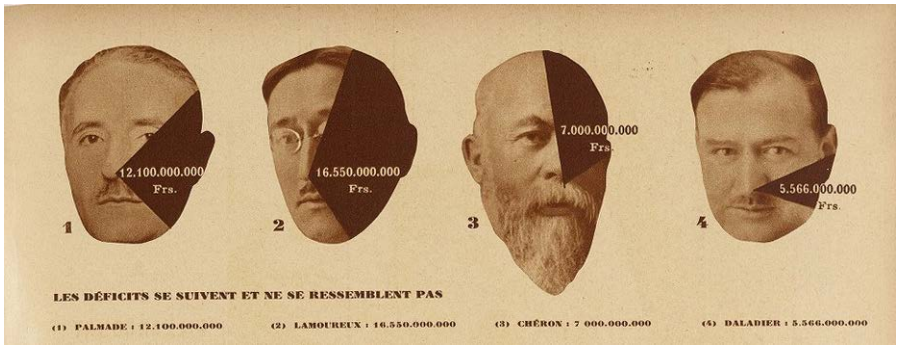


Рис. 5. Круговые диаграммы из журнала “Vu” (1933, № 257)

Фотографии, связанные с темой повествования, в разных комбинациях совмещались и с диаграммами, и с графиками, и со списковой инфографикой. Инфографика процессов, при использовании фотографий, получает новое раскрытие. Ведь теперь последовательность действий и взаимосвязи на реальных объектах становятся более детализированными и конкретными. Форма инфографики и ее отдельных элементов подстраивается под фотографии и ее фрагменты, что также позволяет наглядно демонстрировать то, о чем идет повествование. И хоть инфографика в таких случаях теряет в точности, но приобретает в выразительности и оказываемого эмоционального воздействия (рис. 5).

2. Техническое исполнение

Полиграфические конструкции — это технологические и композиционные решения в печатной продукции, выходящие за рамки стандартного листа, придающие изданию функциональность, эстетику и тактильную выразительность, усиливая вовлеченность читателя. В журнале «СССР на стройке» можно встретить использование различных полиграфических конструкций, среди которых: распашные листы/развороты, складни, вырубки, калька, вклейки. Использование нестандартных конструкторских решений для создания многостраничного полиграфического издания существенно увеличивало стоимость производства, в связи с чем очень малое количество подобных приемов можно встретить внутри периодических изданий, а «СССР на стройке» является исключением из этого правила.

Относительно малый объем использования распашных страниц, по сравнению с общим объемом номеров, можно встретить на страницах

журналов “Life” и “Look”. Также распашные развороты можно увидеть в журнале “NIPPON”, увеличенный масштаб разворота позволяет усилить значимость и масштабность раскрываемой, в том числе и физически читателем, темы. Композиция элементов разворота решена так, что воспринимать страницы по отдельности невозможно, не только фотографии переходят с одной страницы разворота на другую, но и текстовые блоки, не имея общего размера, располагаются на сгибах. Распашные страницы и складни в “NIPPON” прячут под собой дополнительную информацию, без которой прочтение журнала будет неполным, а тактильные паузы создают акценты в повествовании. Калька используется не только в качестве защитного элемента для репродукций, но и для создания дополнительной эстетической выразительности.

Для большинства современников такие решения оставались недоступными либо неоправданно дорогими, поэтому их отсутствие в других изданиях подчеркивает уникальность дизайна этих журналов. В отличие от них технология тонирования изображений была более доступной. До появления полноцветных фотографий их раскраска — это основной способ добавления цвета в печатные издания. Несмотря на наличие ограниченных технических возможностей, создаваемый эффект получался интересным и запоминающемся. Тонирование, благодаря художественной выразительности, позволяло выделится иллюстрированным изданиям среди подобных и завлечь читателя в повествование. Однако дороговизна использования данного инструмента не позволяла внедрить цвет повсеместно. Некоторые издания ограничивались размещением полноцветных репродукции картин и иллюстраций с использованием ограниченного количества цветов, другие применяли тонирование только для оформления обложки и/или рекламных изображений. Некоторые издания использовали тонированные в один цвет всех страниц сразу.



Рис. 6. Тонированные обложки иллюстрированных журналов “NIPPON” (1940, № 24) (задняя и лицевая сторонки) и “Vu” (1930, № 116)

Наибольший интерес с точки зрения цветовой эмуляция фокуса представляют обложки журналов “Vu”, “FRONT” и “NIPPON”. В них лицевая и задняя сторонки связаны между собой по смыслу и поддерживают тему с помощью цвета. Обложки данных журналов тонировались яркими насыщенными цветами, не ограниченными единой палитрой для всех номеров (рис. 6). Каждое решение по цвету и его количеству подбиралось непосредственно к каждому отдельному номеру.

Если в “NIPPON” в одних номерах использовался лишь один цвет, добавленный к черно-белому снимку, в других количество используемых цветов приближалось к полноценным цветным изображением, то в журналах «На стройке МТС совхозов», «Смена», “Vu” количество цветов было регламентировано. А цвет в “FRONT” был наделен символическим значением. Основными тонами для журнала являлись синий, зеленый, сепия и вариации красного. Выбор цвета определялся характеристиками тонируемого материала (синий цвет воздушного и морского пространства). Но, будучи журналом агитационным, цвет также нес и символическое значение (красный цвет за спинами военных).

В “Vu” на каждый из фотомонтажных разворотов выделялось не более двух цветов. Основными цветами были красный и синий, также можно увидеть использование зеленого, желтого, пурпурного, фиолетового. В “Vu”, нет привязки цвета к физическим характеристикам тонируемого объекта, но встречается наделение дополнительными смыслами подаваемой информации именно благодаря цвету: в синий окрашиваются снега, ночные пейзажи; в красный цвет тонируются военные и фотографии армии враждебной страны (он же становится фоном, на котором «разбросаны» оружие, патроны, гильзы); желтым цветом, исходя из сложившихся стереотипов, тонируется фотография китаянки. При этом нет единого устоявшегося условия подбора цвета. Гитлер и немецкие фашистские войска тонируются в красный цвет, а обложка с фотографией Бенито Муссолини, поднявшим руку в нацистском приветствии, имеет голубое тонирование. Также “Vu” использовал градиентное тонирование. Создание градиента позволяло создать плавные художественные изменения цвета и усилить ощущение пространства на одних страницах и разрушить плановость снимков и монтажей в других, стирая границы объектов, тем самым уменьшая контрастность снимков.

Цвет в журнале помогал создать пространство, подчеркнуть смысловую сторону объекта и его характеристики и добавить динамики

подаваемой информации. С помощью цвета формировался акцент отдельных элементов композиции. Также тонирование использовалось для разделения вида информации, при котором частичное тонирование в иллюстрации помогало создать разграничение планов и создать акцент между объектами Тонированными могли быть и фоновые элементы композиции, и центральные объекты. Важным являлось создание ритма и контраста.

3. Содержательная часть

Журнал “FRONT” так же, как и журнал «СССР на стройке» был направлен на широкую аудиторию, в том числе зарубежную. Основным направлением распространения журнала являлись страны азиатского региона, которые находились в сфере политических интересов Японии. Количество языков, на котором выходило издание менялось от номера к номеру, в общей сложности журнал выпускался на 15 языках.

Журнал “NIPPON” утверждал, что представляет «реальную жизнь и события современной Японии и Дальнего Востока» [13, с. 747], в том числе и международной аудитории, в связи с чем так же издавался на нескольких языках. Ежеквартальный журнал был направлен на зарубежную аудиторию и изначально публиковался на английском, немецком, французском и испанском языке. Часть номеров была опубликована только на английском и испанском языках. С 1941 года журнал стал выходить только на английском языке, а после начала войны на Тихом океане тексты на английском и японском стали набирать в номере вместе.

Журнал “Life” издавался на английском языке, а с 1953 года для стран Латинской Америки появилась версия на испанском языке под названием “LIFE EN ESPAÑOL”. Несмотря на то, что в испаноязычной версии издания печатались те же статьи, что в англоязычной версии, периодически появлялись репортажи, рассматривающие широкий круг тем о латиноамериканских сообществах, проживающих в Соединенных Штатах и о странах Латинской Америки. В данном случае можно говорить о том, что, несмотря на размещение одних и тех же тем, статей и фотографий, это были два отдельных журнала, хоть и связанные между собой, поскольку перепечатывание материала, в периодических изданиях являлось частой практикой. Остальные рассматриваемые журналы выходили исключительно на одном языке.

Большинство иллюстрированных журналов, издававшихся в 1920–1940-е годы в различных странах, имели новостной характер подачи материала. Именно поэтому, если тема выпуска и заявлялась (например, в виде анонса на обложке), то ей уделялось относительно небольшое количество страниц. Это можно увидеть в “Berliner Illustration Zeitung”, “Arbeiter Illustrierte Zeitung”, “Voila”, «Огонёк».

Для масштабных тем журналы публиковали так называемые специальные выпуски. Например, номер за 29 марта 1943 журнала “Life” полностью посвящен Советскому Союзу. А “NIPPON” выпустил тематический специальный выпуск «Японская ручная работа».

Однако имели случаи единства темы во всех выпусках журналов, схожих по модели представления информации в «СССР на стройке». “FRONT” создавался под сильным влиянием советского издания, что сказалось не только на его визуальном оформлении, но и на содержании. Каждый номер имел свою тему. Журнал «На стройке МТС и совхозов», как специализированное издание, также имело много схожего с «СССР на стройке». Но, в отличие от него, на своих страницах демонстрировало достижения на селе: совхозов и колхозов. Новый журнал также выпускал номера, посвященные отдельным темам: «Зимой в колхозе», «Знатные женщины нашей страны» и т. д.

Выводы

На основе рассмотренных и проанализированных иллюстрированных изданий была составлена таблица (таб. 1), в которой можно увидеть какие художественные и проектные черты присутствуют в оформлении и конструировании рассмотренных выше журналов. Анализ иллюстрированных журналов рассматриваемого периода позволил выделить наличие схожих черт с «СССР на стройке», что подтверждает преемственность визуального языка, тем и способов распространения идеологических идей, информации и фактов в разных странах и различных изданиях.

Отсутствие полного совпадения всех характеристик, присущих «СССР на стройке», в других анализируемых изданиях подчеркивает исключительность его проектно-художественных решений. На страницах этого выдающегося образца советской полиграфической продукции каждый элемент работал на создание целостного образа. А сформированный визуальный язык получил распространение в других иллюстрированных изданиях. Это подтверждает сделанные ранее предположения об уникальности «СССР на стройке», его феномене.

Таблица 1. Сравнительный анализ иллюстрированных журналов

ИЗДАНИЕ / ДИЗАЙН ЭЛЕМЕНТЫ		«СССР на стройке»	“Arbeiter-Illustrierte-Zeitung”	“Berliner Illustration Zeitung”	“FRONT”	“NIPPON”	“Life”	“Look”	“Voila”	“Vu”	«На стройке МТС и совхозов»	«Огонёк»	«Прожектор»	«Смена»
ПРОЕКТНО-ХУДОЖЕСТВЕННОЕ ОФОРМЛЕНИЕ	Конструктивистская фотография													
	Панорамная фотография													
	Серийная фотография (фоторепортаж)													
	Фотомонтаж													
	Типографика													
	Инфографика													
ТЕХНИЧЕСКОЕ ИСПОЛНЕНИЕ	Полиграфические конструкции													
	Тонирование изображений													
СОДЕРЖАТЕЛЬНАЯ ЧАСТЬ	Многоязычность													
	Единство темы номера													

Список источников и литературы:

1. *Лаврентьев А.Н., Лаврентьева Е.А.* Жанры визуального повествования в фотоизданиях 1920–1930-х годов // Теория и история искусства. — 2025. — № 2. — С. 8–26.

2. *Leiskau K.* Deutsche illustrierte Presse. Journalismus und visuelle Kultur in der Weimarer Republik / Katja Leiskau, Patrick Rössler, Susann Trabert. — Baden-Baden: Nomos, 2016. — 469 p.

3. *Holzer A.* Picture Stories. the Rise of the Photoessay in the Weimar Republic / A. Holzer // International Journal for History Culture and Modernity. — 2018. — № 6 (1). — P. 1–39

4. *Germer A.* Adapting Russian constructivism and Socialist realism. the Japanese Overseas Propaganda Photo Magazine FRONT (1942–1945) / A. Germer // Zeithistorische Forschungen. Studies in Contemporary History. — 2015. — № 12 (2). — P. 236–263.

5. *Wolf E.* «USSR in Construction: from Avant-garde to Socialist Realist Practice»: a dissertation submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy (History of Art) / Erika Maria Wolf. — Michigan, 1999. — 325 p.

6. *Лаптев В.В.* Монтаж факта. Фото- и инфографика в иллюстрированном журнале нового типа «СССР на стройке» / В.В. Лаптев // Известия высших учебных заведений. Технология легкой промышленности. — 2024. — № 4. — С. 133–141.

7. *Кодатенко А.Д.* Становление художественного образа журнала «СССР на стройке» / А. Д. Кодатенко // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета технологии и дизайна. Серия 2: Искусствоведение. Филологические науки. — 2019. — № 4. — С. 52–56.

8. *Кодатенко А.Д.* «СССР на стройке»: констуктивистская фотография и агитационный фотомонтаж / А.Д. Кодатенко // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета технологии и дизайна. Серия 2: Искусствоведение. Филологические науки. — 2020. — № 1. — С. 67–76.

9. *Кодатенко А.Д.* Колористика фотографики в журнале «СССР на стройке» / А.Д. Кодатенко // Дизайн. Материалы. Технология. — 2020. — № 4 (60). — С. 94–98.

10. *Hartmann R.* Kurt Korff: New Picture Thinking [Электронный ресурс]. — URL: https://visual-history.de/2023/04/11/hartmann-kurt-korff-new-picture-thinking/ (дата обращения: 15.01.2026).

11. *Clark J.* Vu Magazine: Photos, Robots and Cutting-Edge Design [Электронный ресурс]. — URL: https://bigmedium.com/ideas/vu-magazine.html (дата обращения: 14.01.2026).

12. *MacLeod C.* Elective Affinities: Testing Word and Image Relationships / C. MacLeod, V. Plesch, C. Schoell-Glass. — Amsterdam: Rodopi, 2009. — 421 p.

13. *Weisenfeld G.S.* Touring “Japan-As-Museum”: NIPPON and Other Japanese Imperialist Travelogues // positions: east asia cultures critique. — 2000. — Vol. 8. — №. 3. — P. 747–793.

О.Н. АВЕРЬЯНОВА
Доктор искусствоведения, зав. отделом искусства фотографии ГМИИ им. А.С. Пушкина
e-mail: olga.averyanova@pushkinmuseum.art

O.N. AVERYANOVA
Doctor of Art History, Head of the Department of Photography at the Pushkin State Museum of Fine Arts
e-mail: olga.averyanova@pushkinmuseum.art

DOI: 10.37485/1997-4663_2026_1_2_174_180

ФОТОГРАФИЯ И НАУКА. РАННИЕ ЭКСПЕРИМЕНТЫ В ФОТОИСКУССТВЕ XIX ВЕКА

PHOTOGRAPHY AND SCIENCE. EARLY EXPERIMENTS IN THE XIX CENTURY PHOTOGRAPHIC ART

Автор анализирует два эпизода из истории изобретения фотографии, связанные с двумя технологическими процессами: опытами Жозефа Нисефора Ньепса по получению светочувствительных материалов и естественно-научными опытами Анны Аткинс с фиксацией форм растений в рамках изучения различных видов морских водорослей. И тот, и другой опыт — гелиогравюры Ньепса и цианотипии Аткинс — привели к рождению новой изобразительности, новых визуальных характеристик изображений без участия инструментов художника, но выражающих определенные художественные наклонности и вкус обоих авторов XIX в., закладывая основы эстетики фотоискусства.

The author analyzes two episodes from the history of photography related to two technological processes: Joseph Nicéphore Niépce's experiments in obtaining light-sensitive materials and Anna Atkins's natural science experiments in capturing plant shapes as part of her study of various types of seaweed. Both experiences — Niépce's heliogravures and Atkins' cyanotypes — led to the birth of a new pictoriality, new visual characteristics of images without the participation of the artist's tools, but expressing certain artistic inclinations and taste of both authors of the 19th century, laying the foundations of the aesthetics of photographic art.

Ключевые слова: Жозеф Нисевор Ньепс, Анна Аткинс, гелиография, цианотипия, исследования светочувствительности материалов, исследования форм растений.
Keywords: Joseph Nisevour Niel, Anna Atkins, heliography, cyanotype, studies of light sensitivity of materials, studies of plant forms.

История зарождения фотографии — и как технологии получения изображения, и как нового вида искусства, и как инструмента — наполнена фактами, демонстрирующими тесную связь с научным экспериментальным поиском. Поиски рецептуры получения гарантированно светостойкого изображения зачастую велись методом бесконечных проб и ошибок на совершенно новой территории, где пересекались законы физики, оптики и химии. И в то же время, сами результаты — возникавшее изображение — оказывались новым инструментом познания. Инструментом мгновенной, объективной и изобразительно точной фиксации, какую допускали искажения линз объектива и светочувствительность материала.

Технологические опыты

Ранние эксперименты в области разработки фототехнологий проходили в русле научно-технических опытов и экспериментов. Первому технически успешному фотографическому процессу Жака Аманда Луи Дагера предшествовал значительный и трудоемкий этап поисков Жосефа Нисефора Ньепса Joseph Nicephore Niepce) в 1816-1833 гг.

Ньепс родился в 1765 г. самом сердце Франции, в городке Шалон-сюр-Сон (Chalon-sur-Saône, Bourgogne-Franche-Comte) недалеко от Парижа. Юноша начал свой путь с учебы в Ораторианском братстве в Анже, где его готовили к церковной карьере, но Жосеф увлекся науками, такими как физика и химия. Выходец из аристократического рода, симпатизирующего роялистам, Ньепс во время Французской революции присоединился к армии под командованием Наполеона Бонапарта. Уйдя в отставку по состоянию здоровья, он некоторое время работал государственным служащим, но впоследствии поселился недалеко от своего родного города, где вместе со старшим братом Клодом до конца жизни занимался исследованиями и научными опытами в различных областях [1].

С юности Ньепса увлекало искусство, особенно не так давно изобретенная литография, но занятиям препятствовало отсутствие умения и таланта рисовальщика. И все же, Ньепсу удалось обратить этот недостаток в достоинство и создать нечто революционное — новую форму изобразительности. Отношения фотографии с искусством начнутся позже, а сначала нужно было просто найти способ зафиксировать тени, которые оставляет солнечный свет.

Работа началась с домашних экспериментов с камерой-обскурой, которые впоследствии и привели Ньепса к открытию технологии создания изображений, названной им гелиографией («рисование солнцем»), что, по сути, ознаменовало изобретение фотографии. Попутно с поиском «верной формулы» светочувствительного раствора и способов закрепления «солнечных рисунков» Ньепс сделал ряд выдающихся открытий: вместе с братом разработал первый в мире двигатель внутреннего сгорания и проект гидравлического насоса, обеспечивавшего водой весь Версаль.

Однако ни одно его изобретение не было признано официально при жизни. Его сын, Исидор, продолжил дело отца и дяди, сотрудничая с Луи Дагером (Louis Jacques Mandé Daguerre) — более удачливым ученым и художником.

Первые эксперименты Ньепса со светочувствительными материалами и самодельной камерой-обскурой начались в 1816 г. Ему удалось запечатлеть виды из окна своей мастерской, используя бумагу, покрытую муриатом (muriate) или хлоридом серебра, но изображения не фиксировались, они угасали. Более того, это были единичные изображения, и попытки напечатать их не увенчались успехом. Тогда же он ставит опыты с использованием светочувствительных смол, нанесенных на металлическую или каменную пластину.

Вид из окна на фермерский двор семейного дома Ньепса в Ле Гра был снят между 1826 и 1827 гг. Ученый написал своему брату Клоду о снимке: «Я с удовольствием объявляю о том, что наконец, при усовершенствованном процессе, мне удалось получить снимок настолько хороший, насколько я мог бы этого желать. Этот снимок был сделан в твоей комнате, выходящей окнами на Ле Грас, и для его создания я воспользовался своей самой большой камерой-обскурой и самой большой пластиной.

Изображение объектов передано резко, с самыми незначительным деталями и тончайшими нюансами. Так как оттиск со снимка едва окрашен, ты можешь судить об эффекте лишь косвенно; он виден глазу за

счет теней и световых рефлексов, и этот эффект, могу сказать тебе, дорогой друг, — это, действительно нечто волшебное» (перев. автора) [2, p. 27].

В конце 1827 г. Ньепс показал гелио-графии, так он назвал полученные изображения, ботаническому иллюстратору Францу Бауэру (Franz Andreas Bauer) в Англии. Тот предложил изобретателю представить свою работу при дворе, однако Ньепс не пожелал раскрывать подробности процесса в докладе, новшество не получило публичного признания. Бауэр, однако, продолжал поддерживать Ньепса. Возвращаясь во Францию, фотограф подарил ему несколько примеров своих отпечатков, в том числе «Вид из окна на Ле-Гра».

Вклад Ньепса в историю фотографии был намного значительнее, чем считали современники, его гелиографии, сделанные в 1826–1827 гг., действительно, носят полностью фотографический характер. В предисловии к своей книге Ньепс так писал об открытой им технологии: «Она основана на наблюдении феномена света; это результат многолетних исследований в попытке решения проблемы, которая вытекает из поиска средства, способного точно и прочно запечатлеть изображения, передаваемые методами оптики, хоть и не в блеске и разнообразии цветов, но со всеми оттенками градиента от черного к белому. Если я и смею рекомендовать плод моих поисков к снисхождению общественности, то лишь как объект, по крайней мере привлекательный по своей новизне, и в надежде, что окажу полезную поддержку более способным, чем я» (перев. автора) [3, p. 495].

«Вид из окна в Ле Грас» долгое время считался утерянным, но историк фотографии и коллекционер Хельмут Гернсхайм (Helmut Gernsheim) обнаружил его в 1952 г. Сегодня мы можем увидеть «Вид из окна…» только на снимках, сделанных незадолго до того момента, когда изображение было полностью утрачено [4]. Таким образом, фотография в виде репродукции помогла сохранить свою собственную историю.

Исследование растений

Анна Аткинс (Anna Atkins) (1799–1871), английский ботаник и иллюстратор, первая стала использовать фотографический процесс для иллюстрирования своих трудов о растениях. Ее отец, Джон Джордж Чилдрен (ohn George Children), — химик, минеролог, член Королевского научного общества. Мать Анны умерла при ее рождении. Девочка с самого детства была окружена наукой; она также увлеклась рисованием, изучала различные художественные техники. Гравюры ракушек Анны Аткинс, около двухсот, можно найти в переведенном ее отцом издании Жан-Ба-

тиста де Моне Ламарка «Виды ракушек» (Genera of Shells, Jean-Baptiste de Monet Lamarck), опубликованном в 1823 г., но наиболее известной стала ее работа с цианотипами. Благодаря своему отцу, Анна познакомилась с Уильямом Генри Фоксом Тальботом, изобретателем процесса создания фотографии на бумаге, обработанной солью и раствором нитрата серебра, а также с сэром Джоном Гершелем (John Herschel), придумавшим цианотипный [5] метод печати. Аткинс очень заинтересовалась этой несложной процедурой. Убежденная, что внешний облик растений имеет как ботаническое значение, так и эстетическую привлекательность, она решила собрать и классифицировать водоросли, которые изучала в то время. Для создания иллюстраций Анна начала применять технологию, появившуюся всего несколько лет назад: фотографию, а если точнее, ее бескамерный вариант — цианотипию.

Сегодня Аткинс действительно известна своими ярко-синими отпечатками, немного похожими на палеонтологические слепки. Всю свою жизнь она посвятила ботанике и научной иллюстрации.

В викторианской Англии женщинам было непозволительно заниматься «серьезными» науками, быть профессиональными учеными, их считали «любителями». Брак Анны с богатым торговцем Джоном Пелли Аткинсом обеспечил ей финансовую стабильность и поддержку, а также возможность заниматься любимым делом.

Первый альбом «Фотографии британских водорослей: цианотипные отпечатки» (British Algae: Cyanotype Impressions) увидел свет в 1843 г. Было издано тринадцать экземпляров рукотворной книги. После завершения этого очень амбициозного проекта летом 1853 г. Анна обратилась к новым ботаническим объектам — папоротникам и цветущим растениям.

Скорее всего, в 1852 г. в процессе создания цианотипий с растений Аткинс сотрудничала со своей давней подругой Энн Диксон (Anne Dixon). Вместе они придумывали и трогательные «женские» композиции из цветов, перьев и кружева: отпечатки поражают тонкими теневыми градациями и разнообразными силуэтными решениями, очень согласованными. Освободившись от требований научной точности, Аткинс все больше и больше сосредотачивалась на визуальных свойствах отпечатков, таких как комбинация линии и пятен, глубина цвета, пространство, а также учитывала прозрачность и непрозрачность — качества объектов, которые позволяли манипулировать с тоном силуэтов.

Аткинс сохранила коллекцию засушенных водорослей, папоротников и других растений, которые использовала в своей работе, и в 1865 г. подарила ее Британскому музею. К концу века ее цианотипы были почти забыты, но один из исследователей, писавших о британских водорослях в 1889 г., предположил, что инициалы «АА» переводятся не как «анонимный любитель» (anonymous amateur), а означают имя фотографа.

Изучение растений в викторианскую эпоху считалось приемлемой наукой для женщин. Они всегда занимались растениями в саду, использовали их в качестве домашних средств от всяческих болезней, собирали гербарии, вышивали и даже делали ботанические зарисовки. «Ботаническая иллюстрация рассматривалась как “домашнее творчество”, это было занятие, которое позволяло женщинам развивать свои интеллектуальные и художественные способности» [6, p. 79].

«Диктиота дихотома» — так называется один из отпечатков водоросли, созданный Аткинс, демонстрирующий растение на разных стадиях его существования, от плотного до «паутинного». Латинское название растения впечатано на соответствующий лист альбома таким же образом, как и сама цинотипия. Четыре ветки полностью занимают фотографию, композиция почти симметрична, создана по всем правилам ботанической графики.

Аткинс представила свой труд о водорослях самым различным научным институциям Британии, демонстрируя возможности применения метода в сугубо прикладных целях. В предисловии к изданию она пишет, оправдывая неметодологический характер публикации, что «намеренно ушла от систематической установки, для того чтобы представить здесь образцы различных свойств и форм» [7, p. 94]. Подобный комментарий мог демонстрировать заботу об эстетическом качестве отпечатков, обнаруживая возможности пересечения науки и искусства в контексте фотографии как нового визуального феномена. Этот пример — важная веха в истории фотографии, особенно в связи с довольно неясной позицией, которую она занимала в то время, когда не оценивалась еще как художественное явление.

Примечания:

1. В родном городе Ньепса существует фотографический музей его имени, в котором сохранилось и оборудование его исследовательской лаборатории: Musee Nicephore Niepce.

2. *Newhall B.* Latent Image: the discovery of photography. — New Mexico: University of New Mexico Press, 1983.

3. *Bonnet M., Marignier J.-L.* Nicephore Niece. Correspondence et papiers. Maison Nicephore Niece, 2003. — P. 495.

4. Сейчас почерневшая пластина находится в Техасском университете в городе Остине.

5. Цианотипия — бессеребряный фотографический процесс, изобретенный Уильямом Гершелем и дающий при фотопечати изображение голубого (сине-зеленого) оттенка. В настоящее время является одной из популярных авторских художественных фотографических технологий, применяется также для печати фотоизображений на ткани.

6. *De Zegher C.* Ocean. Flowers and their Drawings // Ocean Flowers: Impressions From Nature. — Princetone: Princetone University Press, 2004.

7. *Hannavy J.* Encyclopedia of Nineteenth-Century Photography. Volume 1. — London: Routledge, 2007.

О.Н. АВЕРЬЯНОВА

Доктор искусствоведения, зав. отделом искусства фотографии ГМИИ им. А.С.Пушкина
e-mail: olga.averyanova@pushkinmuseum.art

O.N. AVERYANOVA

Doctor of Art History, Head of the Department of Photography at the Pushkin State Museum of Fine Arts
e-mail: olga.averyanova@pushkinmuseum.art

DOI: 10.37485/1997-4663_2026_1_2_181_188

РОМАНТИКА НАУЧНОЙ ФОТОГРАФИИ XIX ВЕКА. МИМОЛЕТНОЕ ДВИЖЕНИЕ

THE ROMANCE OF SCIENTIFIC PHOTOGRAPHY IN THE 19th CENTURY. FLEETING MOTION

Автор рассматривает значение специальных фотосъемок XIX в.: атмосферных явлений и фаз движения, проводившихся Гюставом Ле Гре и Эдвардом Мэбриджем как прототипов научно-исследовательской фотографии и важных примеров использования фотографии для расширения визуальных представлений об окружающем мира. Организацию и проведение подобных съемок можно рассматривать как ранние примеры систематической проектной фотографии.

The author examines the significance of special photographic studies of 19th-century: atmospheric phenomena and phases of motion conducted by Jean-Baptiste Gustave Le Gray and Eadweard Muybridge as prototypes of scientific photography and, important examples of using photography to expand visual perceptions of the world. The organization and execution of such studies can be considered early examples of systematic project photography.

Ключевые слова: атмосферные явления, хронофотография, Гюстав Ле Гре, Эдвард Мэйбридж, фотоэкспозиция.

Keywords: atmospheric phenomena, chronophotography, Jean-Baptiste Gustave Le Gray, Eadweard Muybridge, photo exposure.

Уже в момент своего зарождения фотография стала использоваться как своеобразный архив, база данных о визуальных образах окружающего мира. Выпускались альбомы с фотографиями представителей разных народов в национальных костюмах, которыми пользовались живописцы. Фотографические изображения пейзажей, виды городов также пользовались популярностью. Фотография как инструмент документации нашла применение в астрономии, географии и медицине.

Атмосферные явления и облака

Когда XVIII век подошел к концу и эпоха Просвещения уступила место романтизму, художники последовали за новыми культурными моделями, научными концепциями и технологиями.

Геология и метеорология только зарождались и в 1800-х годах обрели академическую основу, штат исследователей и популярность. Романтики Джон Констебл, Уильям Тёрнер в Англии и Эжен Делакруа во Франции демонстрируют свои наблюдения за природой, небом, действием ветра и солнечного света. Манера письма, палитра, освещение, композиция пейзажей — все менялось. Живописцы увлеклись преувеличенными драматическими эффектами. Они также интересовались современной наукой — от разработки пигментов до исследования зрения, от геологии до гидрологии, от теории цвета до недавно изобретенной фотографии.

В истории живопись облака представляются важным объектом многих полотен. Рядом с идеализированными небесами европейского искусства — величественными сводами Тьеполо или зефирными тучами Лоррена — этюды Констебла кажутся мелодраматичным, а небеса Тёрнера — апокалиптичными [1].

Излишне «метеорологическое небо» Джона Констебла по сравнению с вихрями фантасмагорий Уильяма Тёрнера явно свидетельствует о прогрессивном устремлении века к познанию мира. Многие английские поэты не обошли тему стороной.

В стихотворении Шелли «Изменчивость» (Mutability, 1816) облака, что часто бывает в романтической поэзии, символизируют мимолетности и перемены. Для Сэмюэла Кольриджа (Samuel Coleridge) они стали

метафорой свободы: «Вы, облака, чей вознесенный ход / Остановить не властен человек! / Вы, волны моря, чей свободный бег / Лишь вечные законы признает!» [2, с. 104].

Сюжеты ранних фотографий существовали «под безоблачным небосводом». Ни дагеротипы, ни бумажный негативный процесс Генри Фокса Тальбота не могли запечатлеть несущиеся тучи. Небо было представлено тусклым, однородным оттенком серого, без перспективы и глубины. Отсутствие плывущих объектов придавало изображениям пустынный, меланхоличный вид, отчасти даже загадочный. Действительно считалось, что запечатлеть движение облака на снимке невозможно, некоторые фотографы перед печатью даже рисовали их чернилами на обратной стороне бумажных негативов. Примерно в 1850 году компания Southworth & Hawes начала добавлять нарисованные вручную облака на заднем плане женских портретов. Это, несомненно, эстетическое решение, и вместе с тем благочестие почиталось добродетелью, дарованной женщинам Богом, да и небесное царство в западном искусстве издавна было представлено облачными кущами. С улучшением линз и изобретением процесса коллодиона передать небесные эффекты естественным путем, без уловок, стало проще.

Казалось ли отсутствие туч на отпечатке, запечатлевшем шторм, странным? Бурное море бушевало под парадоксально пустыми небесами. Французскому фотографу Гюставу Ле Гре (Jean-Baptiste Gustave Le Gray 1820–1884), очевидно, — да. Он «исправил» ситуацию и даже получил международную известность в 1856–1858-х годах за свои драматические морские пейзажи, на которых были изображены и большие облака, и неспокойная вода. Они были созданы с помощью комбинированной печати. Однако некоторые его современники подвергали такие работы критике: пейзаж, сделанный из двух отдельных негативов, не соответствовал законам фотографической природы.

Спустя тридцать лет после рождения фотографии запечатлеть движение все еще оставалось проблемой. Эдвард Мейбридж стал одним из тех, кто посвятил ее реализации все свои силы. Созданные им в 1869 году «Этюды облаков» представляют собой четыре кадра, зафиксировавшие их благородные арабески. Возможность передать красоту неба в отпечатках определила художественный потенциал фотографии в дополнение к ее практическим целям.

Движение как тема фотографического научного исследования

Эдвард Мейбридж (Eadweard Muybridge) (1830 – 1904), родился в Англии, в двадцать лет отправился на запад Америки в поисках успеха. В Калифорнии Мейбридж открыл книжный магазин, а позже занялся фотографированием различных жанровых сюжетов.

Снимал маяки, запечатлел величественные водопады национального парка Йосемити и его огромные гранитные скалы — виды, которые позже так вдохновили известного пейзажиста XX века Анселя Адамса.

Он получил известность благодаря «авантюрной», т. е. комбинированной, прогрессивной с технологической точки зрения пейзажной съемке, прежде чем стать военным и официальным государственным фотографом. Мейбридж сыграл важную роль в развитии мгновенной фотографии. Чтобы сделать ставшую знаменитой съемку фаз движений, он разработал собственный высокоскоростной электронный затвор и электротаймер, которые применял вместе с «батареей» из двадцати четырех камер! До Мейбриджа фотографы впускали свет на пленку, снимая крышку объектива руками, а затем снова закрывали ее. В начале 1870-х годов он изобрел механические жалюзи, систему, в которой две планки с помощью спускового крючка и пружин защелкивались перед объективом в промежуток времени до одной тысячной секунды.

Он сфотографировал летающих птиц и скачущих американских бизонов. Его одержимость всеми видами движений побудила женщин вытряхивать простыни перед камерами, мужчин — подносить сигареты к губам. Он заснял и другие, менее повседневные виды человеческой активности. В 1887 году вышло одиннадцать томов работ Эдварда Мейбриджа «Движение животных: электрофотографические исследования последовательных фаз передвижения животных», опубликованных под эгидой Пенсильванского университета, которые содержали все фотографические эксперименты Мейбриджа, осуществленные в период с 1872 до 1885 годы (более ста тысяч фотографий).

В 1901 году Мейбридж выпустил другую книгу — «Фигура человека в движении». Особый интерес представляют снимки людей с физиологическими нарушениями, среди которых инвалид с ампутированной конечностью, патологически тучная женщина и девочка с рассеянным склерозом. Эти изображения предвосхищают диагностическую роль, которую фотография будет играть в научных исследованиях, особенно в опытах французского естествоиспытателя Этьена-Жюля Маре (Etienne-

Jules Marey) и его коллег. Зафиксированные Мэйбриджем последовательности статичных образов произвели революцию в фотографии и послужили стимулом для развития кино [3].

Действительно, фотограф поразительно близко подошел к созданию фильмов со своим проекционным устройством под названием зоопраксиоскоп (англ. zoopraxiscope, от др. — греч. зоион — животное, живое + праксис — деятельность, движение). Это был проектор, разработанный по принципу фенакистископа Плато, со стеклянными дисками, на которых изображались нарисованные фигуры. С его помощью Мейбридж демонстрировал на своих лекциях в Европе и Америке анимацию движения человека и не только.

XIX век, несомненно, был склонен к прогрессу и инновациям, так же как Мейбридж и многие ранние фотографы-изобре-татели. К сожалению, его помнят в основном за его отпечаток, запечатлевший галоп лошади. Значение его работы гораздо существеннее: дойдя до абсолютных пределов статики, фотография не стала чем-то совершенно новым.

Действительно, Мейбридж задокументировал скачущее животное, и этот снимок помог в разрешении спора о том, отрывает ли лошадь все четыре ноги от земли во время галопа или нет.

Другая серия, например, изображала кошку, которую бросили вверх ногами, чтобы изучить ее поведение при приземлении. Фотограф открыл новую вселенную движения с помощью своей камеры, и это в значительной степени заслонило его выдающиеся достижения в других жанрах фотографии. «Этюды облаков», появившиеся в 1869 году, поначалу служили той же научной цели.

Ученому-естественнику, как правило, приходилось фиксировать атмосферные образования, чтобы изучать их классификацию, что, очевидно, было довольно ненадежным способом.

Фотография оказалась намного точнее рисунка, а изображения могли быть изучены неоднократно, чтобы сделать обобщающие или сравнительные выводы. Кроме того, она позволяла визуализацию в определенные моменты времени. До ее появления внезапные изменения конфигурации неба оставались только в памяти, которая не так сильна, как картинка. Снимки создавалась гораздо быстрее, чем рисунок, не нужно было тратить минуты или часы на эскизы.

Вера в безусловную правду фотографического отпечатка определяла ее идеологию. Однако исследователи обнаружили, что фотогра-

фии Мейбриджа, как и многих его современников, предлагали версию «реальности», которая порой противоречила фактам. Известно, что Эдвард Мейбридж, как и другой его современник, француз Ле Гре, использовал технику комбинированной печати для «улучшения» своих работ. «Бегущие облака» не могли быть сняты. Добавление облаков к сценам или пейзажам стало обычной практикой, ответом на технические ограничения камер. Стеклянные пластины, покрытые светочувствительной эмульсией, особенно чувствительны к синему свету, а это означало, что небо на отпечатке часто оказывалось почти белым. Фотографы делали одиночную экспозиции, чтобы лучше передать тонкие детали атмосферы на готовом отпечатке. Два отдельных негатива, небо и горы, например, впоследствии монтировались вместе, чтобы получился идеальный «натуральный» вид при печати [4].

Известный британский фотограф XIX века Генри Пич Робинсон особенно подчеркивал важность «небесных высей» в пейзажной фотографии. «Художественные возможности облаков, — отмечал он, — безграничны. Небо всегда перед нами, поэтому мы не осознаем, насколько оно красиво. Очень редко можно увидеть, как кто-нибудь приходит в восторг от чудес небосклона, но из всего, что происходит в мире, нет ничего, что могло бы приблизиться к его разнообразию, красоте, величию и бесконечности» [5].

С самого начала фотографии облака стали центральным элементом эстетических и технологических дебатов в профессиональных и любительских кругах. Более того, эта тема стала частью дискурса о природе самого носителя. Споры вокруг облаков демонстрируют концепцию фотографического медиума, зависящую от противопоставлений, таких как быстротечность против фиксированности, отражение против проекции, естество против комбинирования и монтажа.

Опубликованный в 1896 году «Международный атлас облаков» стандартизировал определения и описания облачных образований и изложил инструкции для дальнейшей их классификации. Атлас иллюстрирован хромолитографиями, сделанными по фотографиям. Ученые могли теперь использовать стандартный словарь для описания своих наблюдений. Фотография помогала исследователям во многих областях, утверждая свою прогрессивную миссию.

Вероятно, что у Мейбриджа имелась целая коллекция изображений облаков, которые он мог пролистывать, чтобы найти подходящее

сочетание для своих пейзажей. Можно представить его собрание в деревянном ящике, заполненном стеклянными негативными пластинами, упорядоченными и индексированными в соответствии с визуальными и эстетическими свойствами.

Фотограф отлично владел технологией комбинированной печати и широко использовал ее на протяжении всей своей карьеры. Конечно, соединить два негатива по прямой линии горизонта не составляло особых проблем, однако панорама горных хребтов требовала значительно более сложного монтажа, чтобы получился «естественный ландшафт».

Добавление облаков в сложных пейзажах предполагало очистку лишних пятен с линии стыка путем закрашивания непосредственно на исходном негативе ненужных деталей черными маскирующими чернилами. Таким способом фотографу было легче соединить «землю» с облачным небом, граница монтажа становилась довольно натуральной.

Хотя «Этюды облаков» так же тщательны, как и другие изображения Мейбриджа, в них есть свойства, которые придают им особые художественные достоинства. Отпечатки определенно создают ощущение, которое испытывает человек, лежащий на траве в погожий летний день, устремив взгляд в небесную высь. Черно-белый формат и некоторая нечеткость придают изображениям мечтательный характер. Подобному романтическому впечатлению способствуют сами образы. На каждом из четырех снимков представлены разные формы облаков, которые можно интерпретировать как «фантазии», что является обычной практикой при созерцании неба.

И Густав Ле Гре, и Эдвард Мейбридж представляют особую, востребованную сегодня разновидность фотоискусства, которую можно назвать «проектной фотографией». Подобный подход отличается заранее спланированной системой действий и технологических операций с учетом массы привходящих факторов, зачастую специальным конструированием инструментария (съемочной аппаратуры), серийной съемкой, а также своей системой каталогизации и хранения результатов. По сути, фотография становится объектом проектирования, а сам автор отчасти — дизайнером-проектировщиком.

Примечания:

1. Для иллюстрации атмосферных явлений в книге Камилла Фламмариона «Атмосфера» использовалась гравюра. Издание на русском языке: Фламма-

рион Камилль. Атмосфера. Общепонятная метеорология (перевод Толстой К.К.). С особым приложением: *К. Е. Вейгелин.* Завоевание воздушного океана. История и Современное Состояние Воздухоплавания. — Санкт-Петербург: Книгоиздательство П. П. Сойкина, 1910. — 524 с.

2. Сэмюэль Тейлор Кольридж. Франция: Ода. — В кн. Кольридж Сэмюэль Тейлор. Стихи. – Москва: Наука, 1974.

3. См. Sprung in die Zeit. Bewegung und Zeit als Gestaltungprinzipien in der Photographie von den Anfangen bis zur Gegenwart. — Berlin: Ars Nikolai, 1992. (Прыжок во времени. Движение и время как проектный принцип в фотографии с момента зарождения до современности. Каталог выставки в Берлинской галерее, 1992).

4. *Aubena S.* Gustav Le Gray: 1820-1884. — Los Angeles: Getty, 2002.

5. *H.P. Robinson*. The Elements of a Pictorial Photograph. — Bradford: Percy Lund & Co, 1896.

Е.Е. НЕМЧИНОВА

Доцент, Российский государственный университет туризма и сервиса

e-mail: nemchinova.yelena@internet.ru

E.E. NEMCHINOVA

Assistant professor of the Russian State University of Tourism and Service

e-mail: nemchinova.yelena@internet.ru

DOI: 10.37485/1997-4663_2026_1_2_189_199

КОМПОЗИЦИЯ ПЕЧАТНЫХ СРЕДСТВ РЕКЛАМНОГО СООБЩЕНИЯ

COMPOSITION OF PRINT MEDIA FOR ADVERTISING COMMUNICATIONS

Статья посвящена композиции печатных средств рекламного сообщения. В качестве объекта исследования рассматриваются: рекламный плакат, постер, листовка и флаер. Темой исследования является сравнительный анализ особенностей построения композиции рекламного плаката, постера и листовки. Данные печатные средства, в рекламных целях, являются визуальным воплощением миссии, духа компаний, они рекламируют их продукцию, способствуют росту репутации фирм.

Цель исследования — анализ характерных особенностей композиции рекламной продукции, общего и отличий в проектировании различных рекламных средств. Эффективная маркетинговая стратегия фирмы в современных условиях требует глубокого анализа специфики создания рекламного послания. В статье проанализирована работа с текстом, подчеркнута роль доминанты в композиции, роль цвета, рассмотрены специфика проектирования рекламной продукции и человек как доминанта композиции рекламного сообщения.

В статье рассмотрены тенденции проектирования в графическом дизайне, связанные с технологиями в сфере компьютерной графики.

Материалы статьи пополнят методологические материалы по теме разработки рекламного послания, помогут в решении проектных задач. Актуальность исследования состоит в практическом его применении при построении композиции рекламного материала.

The article is devoted to the composition of printed media of advertising message. as the object of research are considered: advertising poster, poster, leaflet and flyer. the theme of research is a comparative analysis of the features of the construction of the composition of advertising poster, poster, and leaflet. These printed media, for advertising purposes, are a visual embodiment of the mission, the spirit of companies, they advertise their products, contribute to the growth of the reputation of firms.
The purpose of the study is to analyze the characteristics of the composition of advertising products, as well as the similarities and differences in the design of various advertising media. in today's competitive market, an effective marketing strategy requires a thorough understanding of the intricacies of creating an effective advertising message. This article focuses on analyzing the work with text, highlighting the role of the dominant element in the composition, the significance of color, and the specific design of advertising products, as well as the role of the human factor in the composition of an advertising message. the article analyzes the trends in graphic design related to computer graphics technologies.
The article's materials will supplement the methodological materials on the development of advertising messages and help in solving design tasks. the relevance of the study lies in its practical application in the creation of advertising materials.

Ключевые слова: фирменный стиль, плакат, композиция, постер, листовка, проектирование.
Keywords: corporate identity, poster, composition, flyer, design.

Графический дизайн — один из самых динамичных видов дизайна. Время идет вперед, меняются технологии производства, появляются новые возможности компьютерной графики, меняются тренды — все это требует постоянного глубокого анализа [10]. Тем не менее, при

всей динамике жизни, в основе любого рекламного сообщения лежат законы композиции, которые остаются практически неизменными [8]. Задача дизайнера — скомпоновать рекламное сообщение таким образом, чтобы оно стало актуальным, интересным, а главное — эффективным.

Задачи, которые решает графический дизайн — это либо имиджевый дизайн, где основной целью является создание образа компании, который надо донести до целевой аудитории, или продуктовый дизайн, где основной целью является продать товар или услугу [3]. Продвижению продукта на рынок способствует наличие хорошего дизайна, который значительно повышает эффективность рекламы. Основополагающими принципам при проектировании всех рекламных сообщений являются такие требования, которые позволяют создать привлекательный, запоминающийся, целостный, понятный потребителю и достоверный образ. К требованиям, повышающим эффективность рекламного сообщения, относится необходимость учитывать интересы целевой аудитории, соответствие рекламы корпоративному стилю [13].

Задача — создать у потенциального клиента доверие к рекламируемой продукции. К требованиям к рекламному посланию компании можно отнести запоминаемость и узнаваемость. Необходимо описать ценности бренда и найти графические способы их донесения до потребителя, зафиксировать миссию, философию, принципы компании, достучаться до целевой аудитории. Необходимо отразить видение бизнеса, восприятие бренда, его приоритетов, целей компании в одном образе [7].

Рекламные материалы отличаются друг от друга форматом, содержанием и назначением. Можно перечислить некоторые виды печатной рекламы: плакаты, листовки, флаеры, буклеты, каталоги…

Закономерности композиции печатной рекламы включают основные принципы и приемы построения рекламного сообщения: принцип целостности, принцип уравновешенности — сбалансированность всех элементов; принцип пропорциональности всех характеристик изобразительного материала; принцип соподчиненности, который определяет последовательность восприятия рекламируемого товара. Принцип целостности предполагает взаимосвязь и взаимозависимость всех элементов композиции. К приемам достижения целостности рекламного сообщения относятся: использование единой цветовой гаммы, минимального количество шрифтов, прием изоляции. Принцип уравновешенности предполагает построение по осям в случае применения симметрии (фор-

мальный способ), асимметрии (неформальный способ). Принцип пропорциональности предполагает работу шаблонов естественного восприятия глазом человека, они диктуют определенную последовательность восприятия элементов композиции.

Шрифтовые, изобразительные, орнаментальные композиции являются основными в печатной рекламе, где основными элементами являются: логотип, изобразительная доминанта, слоган, заголовок, подзаголовок, основной текст и контактная информация.

К элементам композиции плаката относятся: фирменный блок (фирменный знак или логотип), слоган, дескриптор, фирменные цвета, фирменный комплект шрифтов, типографика, стилеобразующие элементы, изобразительный элемент-доминанта, возможно, корпоративный герой или постоянный коммуникант (лицо фирмы) и другие фирменные константы. Фирменный знак отсылает к компании, говорит о специфике рода ее деятельности, ассоциируется с ней. Графический образ знака дает возможность ярко донести информацию о фирме [2]. Фирменный знак лучше располагать в левой верхней части композиции, но возможны и другие варианты. Главное — знак должен хорошо читаться на расстоянии.

Графический элемент, служащий доминантой, — крупномасштабный, привлекает внимание издалека. Он сразу обозначает посыл плаката. Доминирующий элемент также сразу отсекает лишнюю аудиторию. Чаще всего — это фотография или рисунок с изображением самого товара или постоянного коммуниканта, рекламирующего товар. Обычно доминанту крупного размера располагают либо в центре плаката, либо по правилам золотого сечения. Расположение доминирующего элемента в центре имеет несколько «принудительный» характер. Оно как бы говорит, что надо купить, или поступить только так [1]. «Приказной» характер рекламного сообщения интуитивно может нравиться не всем и отпугнуть часть потребителей. Самым привлекательным образом для любого человека является другой человек. В визуальном решении рекламного сообщения человек, при многих других составляющих композиции, сразу станет доминантой. При этом совсем не важен его размер. Люди в рекламном сообщении работаю как «визуальный интерес». Самым привлекательным будет образ молодой красивой женщины [6]. Сегодня он используется чаще всего в области продаж косметики, парфюмерии, одежды. На заре создания первых плакатов с помощью образа женщины продавались довольно разные товары: реклама 1889 года Жюля Шере «Сигаретная бумага JOB», реклама вина 1920 года Her Martini — Henry Clive, реклама Жюля Шере «Праздник цветов в Баньер-де-Люшон»... На втором месте по привлекательности используется в рекламе образ мужчины. Молодые люди продают спортивные товары, парфюмерию, молодежную одежду, обувь. Чаще всего музыкальные группы рекламируют на постерах. Мужчины около 40 лет и старше продают товары премиум класса, это могут быть автомобили, дорогая одежда... Дети интересны детям. Образы детей используют при продаже детских товаров. Надо учитывать, что наличие в рекламном сообщении человека сразу делает его доминантой в композиции. Он перетянет на себя все внимание потребителя. Важно при этом уделить внимание взгляду рекламирующего товар человека, повороту его головы, указательному жесту в сторону рекламируемого объекта. Если в композиции присутствует несколько человек, то доминирующим, скорее всего, станет самый крупный образ. Но существуют способы сделать и самого мелкого человека доминирующим. Это выполняется за счет пустого пространства вокруг объекта.

Дескрипторы и слоганы различаются между собой, но схожи в своей функциональности. Слоган фирмы — фирменный лозунг, яркая фраза, которая служит продвижению продукта. Броский слоган привлекает внимание. Слоган — призыв к действию, главный посыл рекламной компании. Он должен быть понятен потребителю. Эта рекламная константа должна быть лаконична и значима. Она подчеркивает специфику и особенности рекламного сообщения. Корпоративные имиджевые дескрипторы направлены на повышение узнаваемости компании. Дескрипторы известных фирм звучат как призыв: фирма Nike «Только сделай это!»; Philips «Изменим жизнь к лучшему!». Рекомендации по размеру слогана — это около 15 процентов от общей высоты формата. Основная задача слогана — побудить потребителя к покупке товара конкретной торговой марки или бренда, донести до потребителя все преимущества товара, создать определенное эмоциональное отношение. Реклама всегда создается для конкретного потребителя [5]. Изучаются пол, возраст, потребности, образ жизни, приоритеты, стилевые предпочтения.

Особенности построения композиции плакатов и постеров имеют общие черты и определенные различия. Целевое назначение и функциональность у плаката постера различаются. Плакат рассчитан на быстрое считывание информации, мгновенно привлекает внимание и доносит до потребителя конкретное сообщение. Время считывания ин-

формации — секунды. Основное в плакате — быстрая передача информации. Он хорошо работает для рекламы массовых мероприятий. Привлекательность плаката поможет обратить на него внимание и будет нести положительные эмоции. Плакат должен «цеплять» человека, призывать к конкретным действиям. Минимализм приветствуется в плакате. Это можно наблюдать в рекламной продукции бренда «билайн» 2021 года. При поддержке креативного агентства Contrapunto и медиа-агентства StarCom он запустил интегрированную рекламную кампанию. Большинство плакатов включали в себя фирменный знак, образ героя или апперов (интерактивные персонажи), слоган и контактную информацию. Постер в своем композиционном построении — более сложный для восприятия. Это отражается в детализации элементов. Постер сериала «Метод» (российского производства) 2015 года содержит только название и довольно большой изобразительный ряд. Использование постеров как элементов интерьера предполагает его художественную ценность, возможность его длительного восприятия. Размеры постеров и плакатов также отличаются. Размер плакатов крупнее. Размеры постеров от — А4 до А0, тогда как размеры плакатов — от А1 до размеров билбордов и больше. Плакат — крупноформатное изображение, рассчитанное на восприятие с большого расстояния. Цвет фона желательно делать контрастным по отношению к среде расположения рекламы. Постеры используют в интерьерах, галерейных пространствах, выставках, а плакаты — часто на улицах города. Чем крупнее плакат, тем он заметнее. Размер сильно влияет на силу воздействия на потенциального потребителя. Чем больше плакат, тем сила воздействия его больше. Крупные вывески на крышах зданий — хороший тому пример.

Специфика плакатов и постеров прослеживается с истории их возникновения. Термин «плакат» происходит от французского «placard». Он обозначает «объявление, афиша», то есть уже изначально он несет в себе задачи информирования. Плакат универсален. Он бывает рекламным, информационным, социальным, имиджевым и не только. Плакаты используют для различных распродаж товаров, промоакций…

Слово «постер» произведено от английского глагола to post, и обозначает «размещать». Постеры первоначально были театральными афишами. Целью театральных плакатов было с помощью художественных средств донести идею. Постеры рассчитаны на более узкую аудиторию. Время жизни плаката и постера различны. Оно определяется своими

художественными качествами. Более долговременна жизнь постера, он служит декором, благодаря своей художественной ценности. Постер может выступать как сувенир, тогда текст вообще не обязателен, его заменит логотип или фирменный знак. Чаще всего в постере используют фотографию. Постер скорее декоративен, чем информативен. Он строится на использовании фотографий высокого качества, графики, иллюстративного материала, репродукций картин. Современные технологии помогают создать текстурные эффекты, применять металлизированные краски, комбинировать различные материалы. Текстовая часть в нем — не самое главное. Постеры чаще всего рекламируют музыку, фильмы, акцентируют внимание на красоте подачи материала. В плакате возможно только текстовое сообщение, которое служит целям информирования. Плакат имеет широкую сферу применения, может использоваться даже как информационный стенд, содержать различные схемы, правила работы, безопасности, инструкции. Композиция таких плакатов, скорее, бездоминантная. Все элементы равнозначны. Выделяться может только заголовок. Мелкомасштабные элементы данных видов плакатов не предполагают быстрое прочтение информации. Более привычно мы воспринимаем билборды в качестве рекламного носителя. Трудности вызывает вытянутый горизонтальный формат композиции. Если не учитывать композиционный центр листа, то работа может развалиться на две части. Удержать единство и цельность композиции всегда легче в вертикальном формате листа.

Использование модульной сетки позволяет упорядочить, сбалансировать композицию, избежать хаоса. При выборе шрифта необходимо обратить внимание на соответствие его поставленным задачам [11]. Шрифт должен быть гармоничным, соответствовать изобразительному элементу, органично включаться в общее композиционное решение. Цвет шрифта и фона должны быть контрастными, шрифт при этом легче читается и быстрее воспринимается. Подбор шрифта для слогана должен отвечать характеру фирмы, для этого могут использоваться акцидентные шрифты. Шрифтовые сообщения воспринимаются легче при разбивании текста на блоки. Постоянно происходит выравнивание всех элементов относительно друг друга. Количество текста в плакате ограничено. Это могут быть теглайны или слоганы, которые должны запомнить потребители продукта и дополнительная текстовая информация. Визуальный ряд прочитывается до самого мелкого шрифта в том случае, если человек является потребителем данного товара. Шрифты тонкие сложного рисун-

ка с контрастными засечками подчеркнут легкость, изящество послания. Шрифты рубленые передадут прочность, надежность, мощь фирмы. Помимо рисунка шрифта, не менее важно правильно выбрать его размер. Главным будет являться тот текст, который легче читается. Размер шрифта определяется расстоянием, с которого должен читаться текст. В плакате самая важная часть располагается в верхней части листа. Верхняя часть всегда больше «весит» так же, как правая сторона более видима, чем левая. Плакат должен быть воспринят, прочитан за 5–10 секунд, быть понятен уже при беглом взгляде на него. При этом акцидентные шрифты в плакате и постере применяются довольно часто.

Фирменные цвета (корпоративные цвета) являются одним из самых узнаваемых элементов корпоративной визуальной идентификации. Выбор фирменного цвета отражает характер фирмы, ассоциируется с ее образом [4; 10]. Аморфные, невыразительные цветовые сочетания плохо работают на рекламный образ. Цвет говорит о фирме, ее деятельности, характере работы, он должен подчеркивать ее индивидуальность. Чем презентабельнее фирма, тем цветов используется меньше. Если цветовая гамма в плакате контрастная, достаточно яркая, то в постере возможна и нюансная, сложная по цвету. Графическое решение в постере может быть достаточно детализировано, в отличие от обычно минималистичной графики плаката.

Современное использование возможностей сканирования QR-кодов добавляет привлекательности современным видам рекламы. Augmented reality (AR) технологии добавляют интерактивный элемент в традиционные форматы. Они повышают уровень взаимодействия с потребителем. Современные тенденции развития цифровых технологий адаптируют композицию рекламного сообщения под различные устройства пользователя. Минималистические решения позволяют быстрее воспроизвести изменения. Интерактивные компоненты, динамические элементы меняют в веб-дизайне визуальный контакт.

Известный дизайнер Эмиль Рудер писал: «Типограф должен учитывать современное и будущее развитие своей области, поскольку оно чревато новыми художественными формами. Техника и формообразование нерасторжимы, и любое печатное издание, будучи документом эпохи, должно соединять в себе присущие ей как технические, так и художественные черты» [9, с. 64].

Основной задачей плаката является информирование. Плакат, содержащий дату, время, место проведения мероприятия, — это афиша.

Она информирует о событии, содержит конкретную информацию: ссылки на сайты, телефоны, варианты покупки билетов, возрастные ограничения, список участников. Ее задача — анонсировать мероприятие. Для привлечения внимания чаще всего используют фотоматериалы предстоящих событий. Иллюстрация может добавить уникальность в работу. Оригинальные блоки с датами, с местами проведения мероприятий могут сделать особенной текстовую часть.

Чем ближе к нам находиться картинка, тем подробнее мы рассматриваем детали. А рассматриваем мы вблизи листовки, рекламу в журналах. В отличие от листовки, флаер дает бонус в виде скидки или подарка. Чаще всего, это самая крупная часть композиции, самая видимая часть флаера. Открытие нового бутика, информация о мероприятии, проведение различных акций, реклама товаров и услуг — донесение информации до потребителя является задачей листовки. Листовка, в отличие от плаката, постера, афиши, может содержать весьма объемный текст. Она может быть двусторонняя, тогда и информации больше. Цели, задачи, корпоративные принципы, мнение потребителей оказывают влияние на построение композиции. Элементами дизайна так же, как и в плакате, являются изобразительные элементы, слоганы, заголовки и подзаголовки, фирменный знак или логотип, промокод и основной текст. В листовке при работе с текстом используется принцип блоков. Человек плохо воспринимает большие объемы сплошного текста в сообщениях. Деление текста на блоки сильно облегчает чтение информации. Необходимо выделение отдельных слов в тексте по смыслу, игра с размерами, трекингом, интерлиньяжем… Типографика предоставляет много возможностей построения текстовой страницы [12]. Минимальное количество слов в заголовках и размещение их в одной строке улучшит восприятие материалов листовки. Шрифт должен быть читаемым. Определить, как будет выглядеть рекламное сообщение в реальности, можно отойдя от экрана и посмотрев на него с небольшого расстояния, или можно сделать размер плаката со спичечную коробку на экране. Количество шрифтов в одном рекламном сообщении рекомендуется применять не больше трех. Использование шрифтов одной гарнитуры сделает композицию цельной. Наличие крупной доминанты в листовке не повлияет на ее восприятие (ей не надо привлекать потребителей с большого расстояния), но использование изобразительного материала желательно. Картинка, в отличие от текста, в памяти человека сохраняется намного дольше, до трех дней. В

отличие от плаката, композиция листовки при четкой структурированности страницы более детализирована, содержит больше информационного текста. Здесь не требуется упрощение информации, минимализма для лучшего восприятия ее зрителем. Есть возможность близко и не спеша рассмотреть детали. Типовая листовка фирмы «ZIAS», занимающейся фасадными системами, была выполнена к выставке АРХ Москва 2024. Она содержит и фирменный знак, и номер стенда, приглашение и много информации о стенде. Указание контактов необходимо во всех рекламных материалах, будет ли это QR-код или текстовые развернутые сведения.

Композиция рекламного сообщения строится на трех типах размеров: большое, среднее и мелкое. При использовании трех размеров художественного материала, включая текст, композиция выглядит гармоничной. Фирменные константы, такие как паттерны, фирменная графика и другие, идентифицируют рекламу компании, отличают ее от конкурентов, помогают ей быть узнаваемой и запоминающейся. К базовым визуальным элементам относятся цвет, типографика, различные графические приемы [8]. На первый план могут выйти такие стилеобразующие элементы, как паттерны. По целой картинке, различным фрагментам, частям графики паттерна идет идентификация бренда и его рекламы. При этом необходимо избегать перегруженности композиции. Визуальный шум затрудняет восприятие рекламного послания. Качество исполнения в рекламе, от самого изображения до материала, на котором оно выполнено, очень важно. Мелованная высококачественная бумага делает продукт, изображенный как на постере, плакате, листовке, более ценным. Баланс, контраст, ритм всегда обеспечивают гармонию композиции. Баланс отвечает за визуальное равновесие, за направленность движения отвечает ритм. Динамику в композицию вносят контраст и применение асимметрии.

В данной статье были рассмотрены различные печатные рекламные средства, затронуты требования к их композиции. Подчеркнута роль эстетической концепции, определены особенности композиции на различных носителях. Положения статьи имеют методическую ценность для дальнейших наработок материала по теме, помогут в решении проектных задач, а также в оценке работ в области графического дизайна.

Актуальность работы для современного дизайна предполагает различные возможности применения основных положений в теории и в практике работ над композицией рекламного плаката, постера и листовки.

Список литературы:

1. *Акша Р.* Создание эффективной рекламы. Практическое руководство по креативной деятельности. — Москва: Вершина, 2003. — 268 с.

2. *Веркман К.Дж*. Товарные знаки. Создание, психология, восприятие. — Москва: Прогресс, 1986. — 520 с.

3. *Котлер Ф*. Маркетинг от А до Я. — Москва: Альпина Паблишер, 2018. — 242 с.

4. *Кумова М*. Айдентика. — Москва: КАК проект, 2014. — 512 с.

5. *Миллер Д.* Метод StoryBrand. — Москва: Альпина Паблишер, 2020. — 232 с.

6. *Макарова Т.Л*. Роль цвета в современном рекламном образе. Семантика и прагматика. Монография. — Москва: Директ-Медиа, 2022. — 156 с.

7. *Огилви Д.* О рекламе. — Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2023 — 304 с.

8. *Пигулевский В.О.* Визуальные коммуникации в рекламе и дизайне. — 2-е изд. — Москва: Гуманитарный центр, 2015 — 432 с.

9. *Рудер Э*. Типографика. — Москва: Аронов, 2017. — 286 с.

10. *Стоун Т., Адамс С., Мориока Н.* Дизайн цвета. Практикум. Практическое руководство по применению цвета в графическом дизайне. — Москва: Рип-Холдинг, 2006. — 240 с.

11. *Самара Т.* Типографика цвета. Практикум. Как выбрать шрифт. — Москва: Рип-Холдинг, 2006. — 256 с.

12. *Ткаченко О.Н.* Дизайн и рекламные технологии. — Москва: ИНФРА-М, 2026. — 176 с.

13. *Трайндл А.* Нейромаркетинг: Визуализация эмоций. — Москва: Альпина Паблишер, 2016. — 120 с.

Л.Б. ФРЕЙВЕРТ

Центр традиционной тульской керамики, г. Тула, искусствовед
e-mail: lbf1956@yandex.ru

L.B. FREIVERT

The Center of Traditional Tula Ceramics, t. Tula, the art historian
e-mail: lbf1956@yandex.ru

DOI: 10.37485/1997-4663_2026_1_2_200_211

В.Е. ТАТЛИН И КИТАЙСКАЯ ХУДОЖЕСТВЕННО-ПРОЕКТНАЯ КУЛЬТУРА: АНАЛОГИИ, ПЕРЕКЛИЧКИ, ТИПОЛОГИЧЕСКИЕ СОВПАДЕНИЯ

V.E. TATLIN AND CHINESE ART-DESIGN CULTURE: ANALOGIES AND RESONANCES TYPOLOGICAL COINCIDENCES

Интерпретация и анализ позволяют выявить множество параллелей и аналогий между произведениями Татлина — дизайнера и художника — и явлениями современной китайской художественно-проектной культуры: это промышленные образцы дизайна, объекты и фигуративная живопись. Здесь есть и прямые цитаты, и переклички. Хотя из доступных источников невозможно сделать вывод о прямом влиянии живописи Татлина на китайских художников, но существует «общий воздух культуры», о чем и свидетельствуют общие черты рассматриваемых произведений.

There are many coincidences and analogies between Tatlin's design and art works and artefacts of modern Chinese art-and-design culture: we tell about industrial design, avantgarde objects and figurative painting. The Chinese art works contain lots of quotes and analogies with Tatlin's examples.
It is impossible to take the conclusion that Chinese artists know Tatlin's painting, and the influence of Tatlin's painting on them was the case. But the general atmosphere of culture exists, and common features of the works manifest this.

Ключевые слова: проекты Татлина, живопись Татлина, современный китайский промышленный дизайн, современная китайская фигуративная живопись, Ай Вэйвэй, У Гуаньчжун, Сюй Бин, Мао Лянь, Лю Сяодун.
Keywords: Tatlin's design, Tatlin's painting, modern Chinese industrial design, modern Chinese figurative painting, Ay Weiwei, Wú Guānzhōng, Xú Bīng, Mao Lyan, Liú Xiǎodōng

Для начала — несколько предпосылок, почему такие переклички возможны.

В китайской традиции нет индивидуализма, как известно. Копии, варьированные копии, использование мотивов других авторов — все это составляет культурную почву, на которую ложатся заимствования из инонациональных источников, поэтому интерпретация образов и приемов европейской, в широком смысле, культуры входит в арсенал характерных стратегий культуры китайской.

Проблема индивидуализма как негативной характеристики интересовала и российских художников, конструкторов, теоретиков искусства. Неслучайно именно в работе о Татлине Н.Н. Пунин писал: «… отождествление красоты с наслаждением навсегда дало французскому искусству формы индивидуализма. Ограничение действительности, которое допускали французские мастера, понимая её лишь как красоту (вкус) и наслаждение (личность), ограничило их самих» [1, с. 29].

В китайской культуре нет противопоставления горнего и дольнего, чистого искусства и утилитарной вещи. При таких установках китайским деятелям художественно-проектной культуры позиция русских конструктивистов должна быть особенно близка. А высказывания Пунина о творчестве Татлина впрямую соотносятся с этими установками: «Мы… не знаем, что есть искусство, и пожалуй, имеем некоторое основание утверждать, что произведения человеческих рук становятся "искусством" … только после того, как их коснется время…они…живые участники нашей жизни…важно не столько их стилистическое значение, сколько их жизненный, бытовой,…символический смысл…» [2, с. 70].

Именно поэтому, в частности, так закономерен активный интерес художников и дизайнеров Китая к российскому конструктивизму и другим авангардным течениям. На этой почве и возникает явление, которое здесь может быть обозначено как «эхо Татлина в китайской художе-



Рис. 1. Ай Вэйвэй. Светильник по мотивам Татлина



Рис. 2. Ай Вэйвэй. Красные речные крабы

ственно-проектной культуре». Здесь будут рассматриваться объекты, авторы которых воспитаны на китайской культуре, а ныне проживают как в Китае, так и за его пределами.

Есть еще одно соображение. Из доступных источников невозможно сделать однозначный вывод о непосредственном влиянии Татлина на многие из рассматриваемых образцов. Но здесь возникает явление, подобное описанному А.П. Чеховым в его повести «Чёрный монах», когда из одного миража (читаем, внутреннего образа) таинственным образом возникают другие. И здесь для нас важны и факты прямого заимствования, и «случайные» совпадения, которые вполне объяснимы единством мирового духовного наследия, его общим воздухом — той «пустотой», тем самым «нет», из которого возникают все «да» — материальные вещи и идеи.

Наиболее откровенное проявление «татлинства» — естественно, светильник Ай Вэйвэя [5].

Здесь работает такая стратегия, как ирония, столь свойственная этому художнику.

Помимо превращения высокого символа в утилитарный объект, сама эта смысловая трансформация происходит одновременно с преобразованием внешнего облика. Свет заполняет всю структуру, парадоксально делает ее непрозрачной, и поэтому вторая спираль как бы исчезает. Таким способом снижение образа сопровождается его визуальным упрощением. Собственно, это демонстрация пути, который проходит серьезное «элитарное» искусство при нисхождении в массовую культуру.

Есть еще одна причина, по которой влияние Татлина так органично «легло» на китайскую почву. Символические комбинации геометриче-

ских фигур имеют в китайской культуре глубокую традицию. В частности, существует фигура с концентрическими кругами, половины которой соотносятся как позитив и негатив. Эта фигура имеет что-то общее с башней Татлина, ее видом сверху, а также с формами А.М. Родченко. Один из примеров таких параллелей – «Красные речные крабы» Ай Вэйвэя [6].

В своих идеях Татлин, как известно, предвидел многое из современных техник работы со светом.

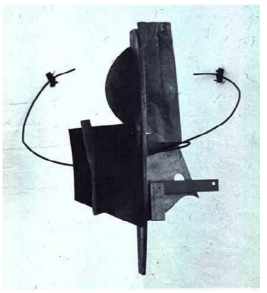


Рис. 3. В. Татлин. Контррельеф с проволокой

Синтез традиционных китайских и авангардных идей в татлинском духе можно увидеть в световой инсталляции из широких красных цилиндров, внутри которой находятся лампочки. Сама она напоминает по форме гигантскую ракушку. И ее общий силуэт также содержит отсылки к образности башни Татлина.

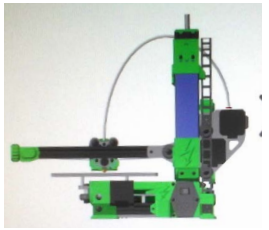


Рис. 4. Станок с ЧПУ, Китай

Она состоит не только из двойной спирали, как известно, а включает в себя также замкнутые стереометрические фигуры правильной формы. Поскольку они предполагали использование в качестве служебных помещений, очевидно, что они в темное время суток должны быть также освещены изнутри.

Аналогичный характер носит светящийся красный куб Ай Вэйвэя.

Совершенно другие грани «татлинства» можно увидеть в современном китайском промышленном дизайне. Некоторые проекты станков с числовым программным управлением, предназначенных для работы в трехмерной среде, в некоторых промышленных образцах ассоциируются с контррельефами Л.Е. Татлина. Для них художник выработал свой «набор излюбленных форм: парусообразная, полуцилиндрическая или полуконическая… длинные стержни и их различные комбинации, решетки, гибкие линии “тросов”, их пучки, сетки, консольные формы» [3, с. 30].

Характерно, что контррельефы Татлина состоят из очень контрастных материалов, фактур, из элементов, резко различающихся по габаритам и геометрии. В них нередко сочетаются плоскости, объемные элементы и тонкие пруты — струны. Последнее представляет особый ин-

терес, так как Татлин, как известно, выступал как бандурист и, как известно, свои инструменты создавал самостоятельно. Следовательно, образ и явление натянутых струн был частью его пространственного мира.

Во многих контррельефах Татлина между двумя вертикальными поверхностями, находящимися под прямым углом, находятся связующие элементы, которые вполне можно ассоциировать со струнами.

Это далеко не единственный пример, где Татлин воплощал драму взаимодействия плотного материала, металла, и окружающего пространства — пустоты, воздуха. Та же проблема отражена в большой инсталляции Ай Вэйвэя, созданной из велосипедов.

В некоторых контррельефах Татлина используются дугообразные элементы [7].

Нечто подобное можно увидеть в станках с ЧПУ, предназначенных для нанесения гравировки на поверхности. Такой элемент является функциональной необходимостью, но при этом он — существенная часть выразительности [8].

Среди знаковых, выдающихся, новаторских идей Татлина — знаменитый рессорный стул, спроектированный вместе с его учеником Рогожиным [9].



Рис. 5. В. Татлин, Н. Рогожин. Рессорный стул. Современное воплощение в металле



Рис. 6. Мебельный объект типа табурета, Китай

В 1920-е гг., как известно, появилось несколько дизайн-проектов стульев без привычных ножек. Но если у М. Бройера и Л. Мис ван дер Роэ это металлические изделия без опоры сзади, то у Татлина — гнутое дерево, и именно сзади находится опора. Отметим здесь, что такая конструкция более эргономична: безопаснее падать вперед, а не назад.

Прямых аналогий с этой конструкцией в китайской мебели автором данного текста не обнаружено. Но есть в современном дизайне проект, в котором прослеживаются некоторые параллели. Это мебельный объект типа табурета, заявка на патент № 202030455223.3, № регистрации 306708379 от 27.07.20221. [8].



Рис. 7. Сюй Бин. Феникс



Рис. 8. В. Татлин. Лук

При всей современности как бы интернационального облика этой вещи, в ней достаточно явно выражены китайские черты, и не только на подушке сидения. Поскольку основной конструктивный материал здесь металл, ассоциации со стулом Татлина могут показаться достаточно отдаленными. Но они закономерны.

Для китайской мебели характерны формы ножек, значительно отличающиеся от прямых. Их изогнутость здесь является зримым воплощением механического усилия, сопротивления силе тяжести. А эта черта уже явно сближает данный проект с татлинским, наряду с использованием округлой формы в качестве опоры. Отметим здесь также удвоение вертикальных линий, свойственное обоим образцам.

Еще один дизайнерский сюжет с длинной историей — летательные аппараты. Летатлин — часть этого процесса. Сравнительный анализ проектов Леонардо и Татлина находится за пределами темы данного текста.

Известно, что Татлин изучал анатомию птиц и их полет. Создавал он и скелеты гигантских фантастических птиц (эти работы не сохранились).

В современной китайской художественно-проектной культуре есть отражения этой темы: «Феникс» Сюй Бина [10].

В отличие от своих предшественников, он выглядит не как аппарат, а, скорее, как гигантское произведение декоративного искусства, по-китайски многодельное, насыщенное деталями. Но, как и предшественники, оно содержит в себе важную идею: сбережение ресурсов, внимание к экологическим проблемам. И, конечно, идею полета, взаимодействия с воздухом.



Рис. 9. У Гуаньчжун. Горы Юй-Лунь, покрытые снегом

Несколько «татлинских» тем сочетает в себе плетеная фигура человека — инсталляция, расположенная под потолком выставочного помещения. Ее автор Сюй Бин отсылает нас сразу к нескольким образцам творчества Татлина — это и Летатлин, и фактуры его башни, и некоторые участки его контррельефов.

У «Летающих бумажных рыб» структура напоминает Летатлин, особенно формы плавников и хвоста.

Отдельная проблема в данном плане — Татлин-художник в панораме искусства живописи XX–XXI вв. За пределами России его картины мало известны. Скорее, можно говорить не о влияниях, а о перекличках и аналогиях.

Живопись Татлина в поздний период его творчества удивительным образом рифмуется с общим направлением развития живописи в Западной Европе и не только.

Например, его «Лук» 1949 г. Здесь плоскость заднего фона не имеет пространственной определенности: она кажется вертикальной. Картина воспринимается как почти абстрактная. Это полностью соответствует тем тенденциям, по которым развивалась живопись в других странах. Балансируют между абстракцией и фигуративностью картины абстрактного пейзажизма, полотна Никола де Сталя и ряда других художников. Татлин, будучи в другой среде, в своей живописи двигался в аналогичном направлении [11].

Явление балансирования между фигуративностью и абстракцией есть и в живописи Китая. Особенно ярко это выражено в творчестве У Гуаньчжуна. Он, как известно, несколько лет провел во Франции. Это позволило ему наиболее успешно синтезировать приемы европейской и китайской живописи, поэтому естественно, что в ряде работ он сближает-

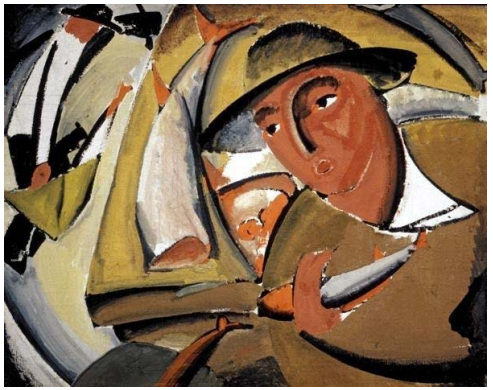


Рис. 10. В. Татлин. Продавец рыб



Рис. 11. В. Татлин. Автопортрет (Матрос)

ся с абстрактным пейзажизмом и некоторыми явлениями ташизма — не столько по конкретным приемам, сколько по духу, общему направлению поисков.

Интерес к абстрактным формам в китайской художественно-проектной культуре имеет глубокие корни в национальной традиции. «Магические квадраты», системы, состоящие из кругов, квадратов и точек [4, с. 10], содержатся, например, в «Карте Жёлтой реки» и в «Письменах реки Ло». Пронизанность композиций движением, сложная уравновешенность — все это соответствует основам китайской культуры: «…китайцы мыслили пространство в категориях не пластически законченной формы или статичной структуры, одним словом, не бытия, а события — реальности динамической, изменчивой даже по отношению к себе…» [4, с. 8].

Парадоксально, но это высказывание Малявина во многом можно соотнести с творчеством Татлина. Он был одним из тех художников-дизайнеров, которые особенно остро чувствовали динамизм и изменчивость пространства, его событийность, поэтому неудивительно, что параллели между его творчеством и явлениями китайской художественно-проектной культуры могут быть многочисленны.

Например, один из пейзажей У Гуаньчжуна, почти абстракция, даже композиционно напоминает «Лук» Татлина, вряд ли ему известный. Это изгиб пучка линий, напоминающих перевернутую букву U, плюс двуплановость — группы тонких линий на заднем плане, сопоставленных с главной группой.

В пейзаже У Гуаньчжуна «Горы Юй-Лунь, покрытые снегом» [12] также активно применяются U-образные линии, но здесь они пролегают в различных направлениях и создают более сложный ритм. Такая полифоничность, сочетание различных самостоятельных «голосов», может отдаленно ассоциироваться с контррельефами Татлина – по принципу, не по конкретным приемам.

Напомним здесь, что полифония, в строгом музыковедческом значении, — это не всякое многоголосие, а такое, где каждый голос обладает самостоятельной выразительностью и ритмической индивидуальностью.

Отдельная тема — портреты Татлина. В них есть нечто беспокоящее, тревожащее. Они производят впечатление некоей двойственности.

В портрете «Продавец рыб» мы сначала видим страшноватую маску с огромным подбородком и улыбкой-щелью, хотя реально это является формой второго плана. И только потом проявляется меланхоличное лицо с маленьким ртом и округлой линией подбородка, которая раньше казалась зловещей улыбкой, а нижняя часть этой маски — на самом деле видимый участок шеи [13].

Подобный прием часто встречается в его рисунках. Наличествует он в автопортрете в виде матроса с корабля «Стерегущий».

У матроса тоже как бы два овала разных по характеру лиц. Мягкий контур подбородка (собственно, граница пятна) заметно уступает по броскости острым линиям белого треугольника — участка шеи. Особую скульптурную выразительность придают лицу «пробела», образующие многоугольник [14].

В современном китайском реалистическом портрете встречаются аналогичные приемы. Художники не повторяют непосредственно кубофутуристические и подобные им композиционные ходы, но находят свои пути.

Так, психологический мужской портрет Мао Яня в целом выполнен в духе европейской реалистической живописи; это выглядит тем более органичным, потому что изображенный человек принадлежит к европеоидной расе [15].

Как и у Татлина, общий контур светлого пятна двойственен: овал лица очерчен достаточно четко, линия подбородка выделена светотенью. Но контраст с темной одеждой и фоном настойчиво выделяет еще одну светлую форму, включающую в себя голову и шею. При всей разности манер, выделенность светлых участков вокруг левого глаза и на шее

могут ассоциироваться с «пробелами» у Татлина, хотя здесь они не подчеркивают скульптурность объема, а, скорее, растворяют ее.

Аналогичные принципы подхода в совершенно иной стилистике демонстрирует в своих женских портретах Лю Сяодун.

Преобладание плоскостности, декоративность — все это указывает на то, что этот художник впитал в себя опыт европейского и, в частности, русского авангарда.

В портрете художницы Ян Лиу стилистика реалистического психологического портрета (лицо, руки) находится в известном противоречии с геометризованными линиями черного шарфа. Этот объемный предмет значительно уменьшает видимую зону шеи и рельефно выделяет линии правой щеки, что подчеркивает хрупкость, беззащитность модели.

Контуры светлого пятна — лицо, шея, левое ухо — образуют относительно плавную, но динамичную форму. Край шарфа на шее образует острый угол, что придаёт образу внутренний драматизм [16].

В «Портрете женщины с зубной щеткой в руке» Лю Сяодун также применяет сходные приемы. Аналогично, черный шарф вокруг шеи, образующий острый угол внизу, — это нижние края светлого пятна сложной формы, включающего в себя лицо и шею. (Подобные приемы есть и в графике Татлина.) Красная зубная щетка в руке отграничивает это пятно от формы правой руки [17].

Обращают на себя внимание и почти ташистские приемы в разработке фона. Аналогичным образом с яркими пятнами Татлин работал в своих цветочных натюрмортах.

Широко известно, что во ВХУТЕМАСе Татлин преподавал авторскую дисциплину «культура материала». Любовь к тактильности, раскры-



Рис. 12. Мао Янь. Мужской портрет



Рис. 13. Лю Сяодун. Портрет художницы Ян Лиу



Рис. 14. Лю Сяодун. Портрет женщины с зубной щеткой в руке

тие, или, наоборот, создание иллюзорных свойств материала — это одна из определяющих черт творческого облика Татлина. Подобные устремления свойственны деятелям китайской проектно-художественной культуры.

Подведем итоги. Попытки выявить возможные ассоциации и переклички между творчеством Татлина и явлениями китайской художественно-проектной практики создают нечто вроде «сада расходящихся тропок», если выразиться в духе Х.Л. Борхеса. Ссылка Вещи и проекты Татлина — это «вещи-идеи, вещи-задачи, вещи-загадки… дорога к искусству будущего» [3, с. 39]. Богатство его образов, приемов, идей сегодня стало частью мировой художественно-проектной культуры. Возможности их развития и синтеза с формами других культур еще далеко не исчерпаны. Именно поэтому так продуктивно их влияние и появление аналогичных идей и приёмов, в том числе в китайских творческих практиках.

Список литературы:

1. *Пунин Н.* Татлин (против кубизма) // Пунин Н. О Татлине. — Москва: издательство RA, 2001. — С. 27–41.

2. *Пунин Н.* Рутина и Татлин // Пунин Н. О Татлине. — Москва: издательство RA, 2001. — С. 68–72.

3. *Стригалев А.А.* Ретроспективная выставка Владимира Татлина // Владимир Татлин: ретроспектива/ Vladimir Tatlin: Retrospektive. — Koeln: DuMont Buchverlag, б/г. — С. 8–52.

4. *Малявин В.В.* Пространство в китайской цивилизации. — Москва: Феория, 2014. — 372 с.

Источники иллюстраций:

1. *Ай Вэйвэй.* Светильник. — URL: https://tr.pinterest.com/pin/690528555345773952/ (дата обращения: 19.01.2026)

2. *Ай Вэйвэй.* Красные речные крабы. — URL: https://www.pinterest.com/materialpie/ai-weiwei/ (дата обращения: 04.12.2025)

3. *В. Татлин.* Контрельеф с проволокой. — URL: https://allpainters.ru/tatlin-vladimir/27317-tatlin-relief-2-vladimir-tatlin.html#gallery (дата обращения: 15.10.2025).

4. Станок с ЧПУ, Китай. — URL: https://www1.fips.ru/ (дата обращения: 03.11.2022).

5. Мебельный объект типа табурета, Китай. — URL: https://www1.fips.ru/ (дата обращения: 03.11.2022).

6. *В. Татлин, Рогожин.* Стул. — URL: https://old.bigenc.ru/fine_art/text/2196620 (дата обращения: 05.11.2025).

7. *Сюй Бин.* Феникс. — URL: https://artifex.ru/инсталляция/сюй-бин/?ysclid=mgs6cgganz970553756 (дата обращения: 15.10.2025).

8. *В. Татлин.* Лук. — URL: https://rusmuseumvrm.ru/data/collections/painting/19_20/z-8376/index.php?ysclid=mmhpv0jfef964868420 (дата обращения: 29.01.2026).

9. *У Гуаньчжун.* Горы юйлун, покрытые снегом. — URL: https://dzen.ru/a/Zk0I9r49T398dQiI (дата обращения: 24.10.2025)

10. *В. Татлин.* Продавец рыб. — URL: https://artchive.ru/artists/2136~Vladimir_Evgrafovich_Tatlin/works/366537~Prodavets_ryb 29/-1 (дата обращения: 29.01.2026).

11. *В. Татлин.* Матрос. — URL: https://commons.wikimedia.org/wiki/Category:Paintings_by_Vladimir_Tatlin (дата обращения:15.10.2025).

12. *Мао Янь.* Мужской портрет. — URL: https://ru.pinterest.com/pin/335025659765335586/ (дата обращения: 24.10.2025).

13. *Лю Сяодун.* Портрет художницы Ян Лиу. — URL: https://www.mutualart.com/Artwork/LILI/41D44BCDA4D3D815 (дата обращения: 24.10.2025).

14. *Лю Сяодун.* Портрет женщины с зубной щеткой. — URL: https://www.pinterest.com/hudewei507/liu-xiao-dong/ (дата обращения: 24.10.2025).

Е.В. ГИЛЬМУТДИНОВА
Старший преподаватель Уфимского государственного нефтяного технического университета (ФГБОУ ВО «УГНТУ»)
e-mail: e-lena86@mail.ru

Т.В. БЕЛЬКО
Доктор технических наук, профессор Высшей школы дизайна и искусств Поволжского государственного университета сервиса (ФГБОУ ВО «ПВГУС»)
e-mail: belko@tolgas.ru

E.V. GILMUTDINOVA
Senior Lecturer at Ufa State Petroleum Technical University
e-mail: e-lena86@mail.ru

T.V. BELKO
Doctor of technical sciences, Professor of the Higher School of Design and Art of the Volga State University of Service
e-mail: belko@tolgas.ru

DOI: 10.37485/1997-4663_2026_1_2_212_222

ШРИФТЫ КАК ВАЖНЕЙШИЙ ВИЗУАЛЬНЫЙ ЭЛЕМЕНТ ОБЩЕЙ ДИЗАЙН-КОНЦЕПЦИИ ПОВЕСТВОВАНИЯ В КОМИКСАХ

FONTS AS THE MOST IMPORTANT VISUAL ELEMENT OF THE OVERALL DESIGN CONCEPT OF STORYTELLING IN COMICS

Исследование посвящено изучению влияния шрифтов на формирование общей визуальной концепции повествования в комиксах. Авторы рассматривают шрифты как важнейший визуальный элемент, определяющий стилистику и эстетику графической истории. Особое внимание уделяется ключевым особенностям выбора шрифта, анализу восприятия читателем гармонии текста и изображения, соответствия шрифтового решения общей дизайн-концепции. Исследуются также способы повышения экспансивной выразительности посредством вариативности начертания букв, размеров, наклона и толщины линий, используемых в оформлении диалогов и комментариев персонажей. Выявляются закономерности связи шрифтового сопровождения с жанром и настроением произведения, влияние характеристик шрифта на темпоритм чтения и восприятие динамики развития сюжета.

The research is devoted to the study of the influence of fonts on the formation of the overall visual concept of storytelling in comics. The authors consider fonts as the most important visual element that defines the style and aesthetics of graphic history. Special attention is paid to the key features of font selection, the analysis of the reader's perception of the harmony of text and image, and the correspondence of the font solution to the overall design concept. The author also explores ways to enhance expansive expressiveness through the variability of letter shapes, sizes, inclination and thickness of lines used in the design of dialogues and character comments. The patterns of the connection of font accompaniment with the genre and mood of the work, the influence of font characteristics on the reading time and perception of the dynamics of the plot development are revealed.

Ключевые слова: шрифты, гармония текста, эстетика графической истории, шрифтовая техника, комикс, композиция кадра, визуальное искусство.
Keywords: fonts, harmony of text, aesthetics of graphic history, font technique, comics, frame composition, visual art.

Комиксы представляют собой жанр искусства, объединяющий литературное творчество и визуальное искусство. Наряду с иллюстрациями, шрифт является важнейшим элементом дизайна, способствующим созданию целостного образа и формированию эстетики графического произведения. Выбор подходящего шрифта способен значительно усилить впечатление от сюжета, подчеркнуть атмосферу истории и вызвать определенные эмоции у читателей.

Искусство оформления текста в комиксах, известное как леттеринг, прошло длительный путь эволюции, начав свой путь с простых ручных техник и достигнув вершины технологического совершенства в наше время. Изначально выполняемый руками талантливых буквистов, летте-

ринг постепенно трансформировался из чисто функционального компонента в мощнейший инструмент визуального рассказывания историй. Он приобрел способность управлять вниманием читателя, задает ритм прочтения сюжета, усиливает экспансивную окраску происходящего, создает настроение и даже интегрируется в общий дизайн произведения, становясь неотъемлемой частью художественного образа.

Данные, представленные в таблице 1, отражают основные этапы становления и развития леттеринга. В данном случае выделяются три важнейших периода в истории развития шрифтового дизайна комиксов — Золотой век, Серебряный век и современная цифровая эра. Данная таблица дает представление о главных особенностях каждого этапа, раскрывает личность значимых мастеров своего времени и демонстрирует конкретные примеры шрифтов и стилей, повлиявших на формирование облика комиксов каждой эпохи. Здесь можно увидеть, как развивались техника, используемые инструменты и эстетические принципы, наблюдая постепенную трансформацию леттеринга из вторичного элемента комикса в самобытный и важный компонент художественной среды всей индустрии.

Таблица 1. Эволюция шрифтов в комиксах

Период	Ключевые особенности	Шрифты
Золотой век (1930–1950-е гг.)	Леттеринг выполнялся вручную художниками или специальными леттерерами. Преимущественное использование заглавных букв изза необходимости умещать текст в небольшие пузыри	Classic Comic (Adobe/Monotype) – реконструкция стандартного леттеринга 40-х. Oda (Comicraft) – цифровая версия почерка Бена Оды. Ironheart (Blambot) – имитация грубоватого леттеринга 1940-х. Golden Age (Comicraft) – «высокий» шрифт с засечками на «I» и «G». Технические стили. Body Copy – «комиксное письмо» (перо Speedball Pen № 5 или № 6). Open Lettering: объемные буквы с тенями («3D–блоки» или «Block Letters»). Газетные корни. HandLettered Sans Serif – заглавные буквы, «прыгучесть» строки
Серебряный век (1950–1970-е гг.)	Расцвет профессии леттерера. Стандартизация и начало цифровизации леттеринга. Смелый и динамичный стиль с акцентом на эффектные звуки и выкрики	Ames – ровный, высокий, чуть сжатый почерк с засечками на «I» и «G». Gaspar – стиль с острыми углами, динамичный, с «тяжелыми» восклицательными знаками. Schnapp – элегантный каллиграфичный стиль логотипов и обложек DC. Simek – плотный, «массивный» почерк для заголовочных блоков Marvel. Технические стандарты. The Crossbar I – перекладины на «I» только для местоимения «Я». Bold Emphasis – выделение ключевых слов жирным шрифтом. Звукоподражания (SFX). Blocky Impact – массивные буквы с тенями для взрывов. Dry Brush – эффект «сухой кисти» для шуршащих звуков
Цифровая эпоха (конец 1980-х гг. – наши дни)	Переход к цифровому леттерингу. Ускорение и упрощение процесса оформления комиксов. Сохранение рукописного стиля в цифровых шрифтах	Шрифты для диалогов (Dialogue Fonts) Wild Words (Comicraft) – стандарт для перевода манги, популярен в 90х и 2000х. Digital Strip (Blambot) – популярный бесплатный шрифт для вебкомиксов. Hedgehog (Comicraft) – шрифт с легким наклоном, использовался в сериях Marvel. Samaritan (Comicraft) – дух «старой школы» в цифровом формате. Шрифты для звуковых эффектов (SFX) Powerburst (Comicraft) – взрывные начертания для ударов и выстрелов. Beelzebrush (Blambot) – «грязный» мазковый шрифт для хорроров. Clobberin' Time (Comicraft) – ультражирный шрифт, отсылка к фразе существа из «Фантастической четверки»

История комиксов насчитывает десятилетия, и развитие шрифтов так или иначе сопровождало все этапы становления комикса как искусства (таб. 1). Изначально использовались стандартные готические шрифты, заимствованные из газетных заголовков и рекламных объявлений. Однако с течением времени художники-комиксисты начали экспериментировать с различными формами букв, создавая уникальные стили шрифтов специально для конкретных произведений [2].

Долгое время оформление текста в комиксах было исключительно ручным трудом леттереров – художников, специализировавшихся на создании визуального облика повествования посредством письменных знаков. Каждый графический роман обладал собственным стилем начертания символов, рожденным творческим воображением комиксиста, однако подобные стилистики зачастую имели общие черты, обусловленные эстетическими канонами жанра.

С приходом цифровой эпохи ситуация существенно изменилась. Теперь рисунок букв заменяется цифровыми аналогами, воспроизводящими характерные особенности классической рукописной техники.

Среди множества современных решений выделяются несколько популярных шрифтов, прочно ассоциирующихся именно с миром комиксов.

«Комика» («Komika») — семейство шрифтов, созданных для воссоздания аутентичного вида традиционного оформления текста в комиксах. Внутри семейства существуют многочисленные варианты, различающиеся толщиной линий, контрастностью форм и назначением: «Komika Axis», например, оптимален для основной текстовой массы, тогда как «Komika Title» предпочтителен для крупных надписей, заголовков и подчеркнуто выразительных элементов (рис. 1).

«Бадабум» («BadaBoom») завоевал популярность благодаря своей специфической декоративности и броскому стилю. Данный шрифт применяется преимущественно для выделения ключевых моментов сюжета — громких возгласов, криков и эмоциональных высказываний. Его крупные буквы привлекают внимание читателей и усиливают эффект драматизма сцены (рис. 1).

Еще одним примером востребованности являются гарнитуры вроде **«Акшн Мэн» («Action Man»),** обладающие сходством с предыдущими примерами: написанные крупными прописными символами, эти шрифты используются для аналогичных художественных задач — акцентирования внимания на важнейших элементах повествования (рис. 1).

Отдельного упоминания заслуживают специализированные решения для передачи звукового сопровождения сюжетов. Например, шрифт «Bangers», созданный непосредственно для нужд комиксов, позволяет легко моделировать звучание мощных взрывов («BOOM») или легких щелчков («CLICK»). Подобные эффекты достигаются путем стилизации рисунка букв, выраженной жирностью штрихов и отсутствием декоративных деталей, таких как засечки (рис. 1).

Особняком стоят японские аналоги, вошедшие в европейскую практику благодаря влиянию аниме-комиксов, манги. Так, гарнитуре **«Аниме Эйс» («Anime Ace»)** присущи минимализм линий и четкость контура, придающая ей универсальность и применимость вне зависимости от культурных особенностей произведения (рис. 1).

Наконец, особый случай представляет собой шрифт **«Фэнкбой Хардкор» («Fanboy Hardcore»),** отличающийся плотной структурой и массивностью графики. Подобный выбор помогает визуально подчеркнуть физическую силу персонажа, выразить агрессию или решительность героя, особенно когда речь идет о грубоватом, брутальном образе,

воплощенном на страницах графического романа (рис. 1).

Современный мир дизайна комиксов демонстрирует богатое разнообразие инструментов для передачи индивидуальных особенностей произведений, сохраняя связь с традициями прошлого, дополненными возможностями современной технологии.

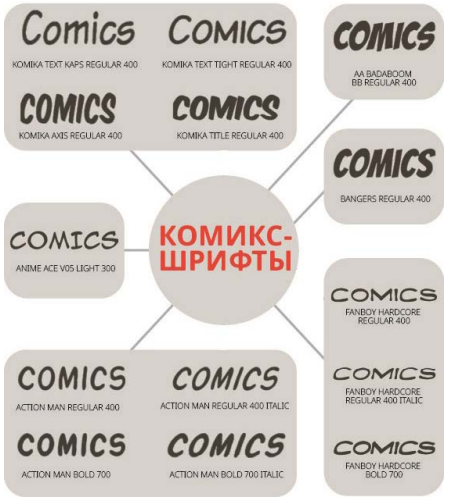


Рис. 1. Примеры вариативности шрифтовых стилей, применяемых в современных комиксах

Восприятие шрифтов зависит от множества факторов, включая культурный опыт, возраст и личные предпочтения читателя/пользователя. Наличия статистических исследований, сфокусированных исключительно на влиянии шрифтов в комиксах на интерпретацию текста, недостаточно для однозначных заключений и выводов в этом вопросе. Тем не менее, общие исследования в области психологии шрифтов, а также наблюдения из комикс-индустрии, подтверждают, что шрифт оказывает значительное воздействие на восприятие. Обращаясь к исследованию М.Л. Бернарда, Б.С. Чапарро, М.М. Миллса и К.Г. Халкомба [5], которое фокусируются на изучении особенностей восприятия цифрового текста учащимися начальной школы посредством анализа реальной и ощущаемой удобочитаемости четырех распространенных компьютерных гарнитур размерами 12 и 14 пунктов, можно увидеть, что по итогам эксперимента установлено, что шрифты Comic Sans MS, Arial и Times New Roman, вне зависимости от размеров, обладают большей эффективностью прочтения, по сравнению с гарнитурами типа Courier New. Скорость чтения участников эксперимента (27 детей, возраст от 9 до 11 лет) не зависела от комбинации используемых гарнитур. Гарнитуры размером 14 пунктов и рубленые варианты признаны наилучшими показателями простоты восприятия, быстроты распознавания, эстетической привлекательности и рекомендованы для оформления учебных пособий. Авторы отмечали, что заметное предпочтение участниками было в пользу шрифтов Comic Sans MS и Arial размером 14 пунктов перед гарнитурой Courier New 12-го пун-

кта. Данное исследование позволяет нам сформулировать вывод касательно выбора оптимальных сочетаний гарнитур при работе над дизайном шрифтового оформления комикс-продукта как для детского компьютерного чтения, так и для печатной версии.



Рис. 2 Визуальные возможности шрифта в комиксах

На наш взгляд, шрифт играет решающую роль в восприятии комикса читателями. Грамотно подобранные гарнитуры способны сделать чтение комфортным и увлекательным процессом, тогда как неудачный выбор шрифта может затруднить восприятие текста и отвлечь внимание от сюжета. Так, например, удобочитаемость шрифта можно достигнуть такими приемами, как четкость форм, размер и контрастность, единообразие и согласованность, соответствие аудитории.

Четкость форм в данном случае будут выражаться в простых и ясных очертаниях символов облегчая распознавание текста. Особенно важно это учитывать при воспроизведении диалогов героев. Размер и контрастность, в свою очередь, должны соответствовать размеру панелей и общему стилю иллюстраций. Так, высокий уровень контрастности позволяет избежать проблем восприятия текста на ярких изображениях. Что касается единообразия и согласованности, то здесь важно соблюдать единообразие начертания внутри отдельных элементов комикса (например, речь персонажей, мысли, звукоподражательные вставки). Однако небольшие отклонения возможны для выражения эмоциональных оттенков речи. Соответствие аудитории – это о выборе шрифта с учетом целевой аудитории комикса. Детям подходят более крупные и упрощенные шрифты, взрослым — шрифты меньших размеров и с большим количеством декоративных деталей.

Стоит отметить, что, помимо утилитарной роли передачи смысла, шрифт выступает важным элементом художественного решения комикса. Как графическое средство, шрифт участвует в формировании

общего впечатления от произведения, дополняя рисунок и усиливая экспансивное воздействие (рис. 2).

Шрифт в комиксе выполняет двойную функцию: обеспечивает комфортное восприятие текста и усиливает общее художественное решение произведения. Грамотно спроектированный шрифт становится неотъемлемой частью творческого замысла автора, помогая подчеркнуть важные моменты сюжета и обеспечить приятное зрительное восприятие всей графической истории [3].

В свою очередь, Хикару Икута, Лесли Вёлер и Киоара Аивада, проанализировали время просмотра панелей комиксов [3]. Результаты исследования авторов показали, что время просмотра панели напрямую зависит от количества текста в ней. Это подчеркивает, что даже в смешанном формате, где есть и изображения, и текст, чтение остается ключевым фактором, влияющим на вовлеченность читателя. По мнению авторов, временной фактор оказывает непосредственное влияние на восприятие сюжета и эмоциональное погружение зрителя [7]. Оптимизация длительности рассматривания каждой панели имеет решающее значение для гармоничного течения нарратива. Таким образом, выбор шрифта и его расположение внутри кадра становятся частью продуманного визуального решения, влияющего на читательские ожидания и ощущение ритма истории. Отсюда вытекают предположения, что четкость и узнаваемость шрифта играют ключевую роль в обеспечении плавности восприятия информации, позволяя сохранить внимание аудитории на протяжении всего произведения. Правильный подбор шрифта помогает подчеркнуть ключевые моменты сюжетной линии, обеспечить легкость чтения диалогов и эффективно распределять акценты, способствуя целостному восприятию графического рассказа. Хикару Икута, Лесли Вёлер и Киоара Аивада подразумевают тесную взаимосвязь между дизайном текста и общим построением композиции страниц комикса, подчеркивая значимость правильного подбора шрифтов для достижения необходимого эффекта вовлеченности и ясности изложения.

Стоит отметить, что, например, Чарльз Форсивил, Элизабет Эль-Рефаи и Герт Миестер уделяют особое внимание роли шрифтов в комиксах, утверждая, что шрифтовая составляющая оказывает значительное влияние на восприятие читателями текста и усиливает эстетическую ценность произведения [6]. Исходя из анализа работы Чарльза Форсивила, Элизабет Эль-Рефаи и Герта Миестера нами были выявлены ключевые особенности применяемых шрифтов в комиксах (таб. 2).

Таблица 2 Ключевые особенности применяемых шрифтов в комиксах

Ключевые аспект	Шрифтовые метрики	Отличительные особенности
Форма и дизайн букв	Шрифты в комиксах варьируются от простых и четких до декоративных и сложных	– выбор стиля отражает индивидуальность автора; – придает произведению уникальный внешний облик
Экспрессивность шрифтов	Визуальные параметры шрифта (размер, толщина линий, наклон) передают настроение и усиливают значение реплик	– крупный жирный шрифт: важные моменты, сильные эмоции; – мелкий и тонкий шрифт: шепот, мысли персонажа; – наклон букв: динамика, напряжение, спешка
Цветовая палитра	Цвет шрифта служит инструментом для передачи настроения и атмосферы сцены	– красный: гнев, опасность, тревога; – зеленый: юмор, сарказм, ирония; – черный: серьезность, трагизм, нейтральность; – другие цвета могут использоваться для акцентов или соответствия общей цветовой гамме кадра
Связь шрифта с культурой и традициями	Предпочтения в оформлении шрифтов зависят от культурных особенностей и традиций	– западные комиксы: четкость, простота, функциональность; – восточные комиксы (особенно японская манга): декоративность, детализация, вариативность форм
Индивидуальность художника	Каждый автор разрабатывает собственный подход к оформлению текста, создавая узнаваемый стиль.	– уникальный стиль повышает интерес читателей; – способствует ощущению целостности произведения; – может включать авторские вариации форм букв, особые приемы компоновки текста, фирменные цветовые решения

Таким образом, согласно данным, приведенным в таблице 2, можно сделать вывод, что шрифты в комиксах выполняют не только утилитарную функцию передачи текста, но и становятся полноценным художественным средством, способствующим раскрытию замысла автора и углублению читательского опыта.

К.В. Яковлева считает важной частью своего исследования рассмотрение влияния графического оформления текста на восприятие содержания комикса [4]. Автор уделяет особое внимание роли шрифтов и

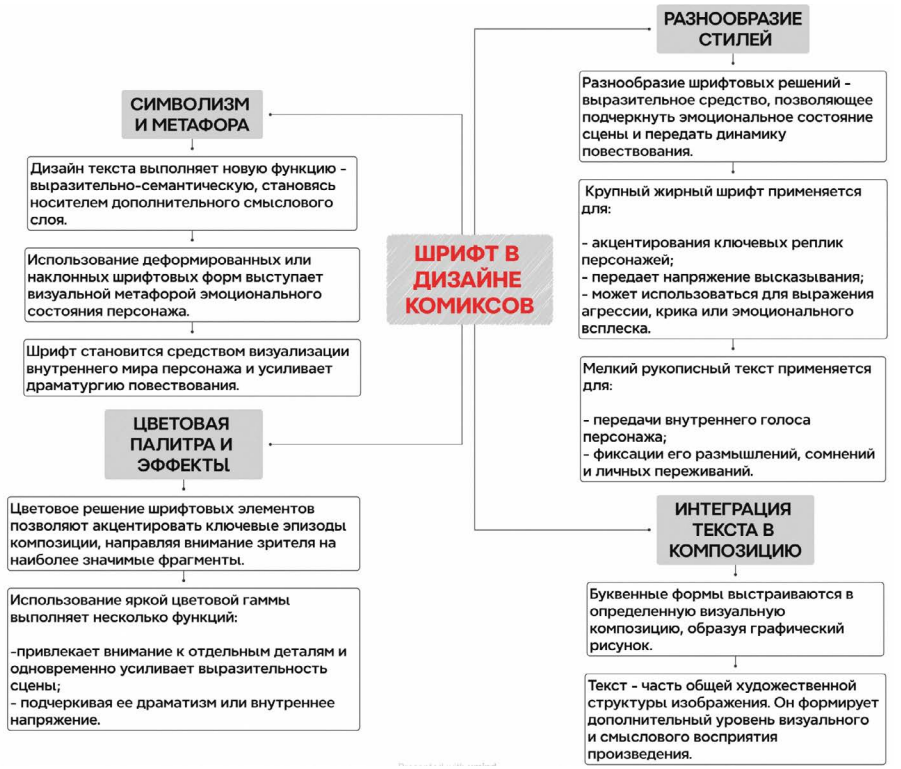


Рис. 3. Схема влияния шрифтов на дизайн-комикс

техники леттеринга, показывая, как изменения в размере, стиле и расположении текста влияют на общее впечатление от произведения. На рисунке 3 на основе анализа исследования К.В. Яковлевой представлена схема влияния шрифтов на дизайн комикс.

Таким образом, шрифты играют ключевую роль в формировании эстетики комикса, влияя на восприятие читателями как отдельных кадров, так и всей истории в целом. Это доказывает, что грамотное использование шрифтов существенно обогащает повествование, позволяя создавать многомерные и проработанные комиксы.

Знание особенностей восприятия шрифтов позволяет художникам и дизайнерам создавать более эффективные комиксы, способные воздействовать на аудиторию на экспансивном уровне [1]. Грамотный подбор гарнитур способствует лучшему восприятию сюжета, улучшает

понимание ключевых моментов истории и усиливает общий художественный замысел произведения.

Анализ влияния шрифтов на общую дизайн-концепцию повествования в комиксах показывает, насколько важен правильный выбор типа шрифта для достижения желаемого эффекта. Понимание особенностей восприятия шрифтов зрителем открывает новые возможности для творчества и улучшения качества создаваемых произведений. Таким образом, исследование подтверждает важность учета роли шрифтов в процессе создания комикс-произведений, подчеркивая необходимость тщательного подхода к выбору и применению гарнитур для достижения максимальной выразительности и привлекательности комикс-проектов. Шрифт — это не просто способ отображения текстового повествования, это полноценный инструмент, который, наравне с рисунком, помогает создать цельный и запоминающийся образ как персонажа, так и проекта в целом.

Список литературы:

1. *Валиулина С.В., Лю Давэй.* Лингвистические особенности русского комикса (на материале комикса «Чумной доктор») // МНКО. — 2022. — № 4 (95). — С. 270–273.

2. *Рукавишникова О.И.* Особенности текста китайского комикса как семиотической системы // МНКО. — 2022. — № 2 (93). — С. 350–352.

3. *Тихолаз А.В.* Семиотические особенности комикса как текста высокой степени креолизованности // Вестник науки. — 2025. — № 8 (89). — С. 254–265.

4. *Яковлева К.В.* Виды взаимодействия текста и рисунка в комиксе (на примере комикса «MOI EN DOUBLE») // Практики и интерпретации: журнал филологических, образовательных и культурных исследований. — 2024. — № 2. — С. 173–190.

5. *Bernard Michael L., Chaparro Barbara S., Mills Melissa M., Halcomb Charles G.* Examining children's reading performance and preference for different computer-displayed text // Behaviour & Information Technology. — 2002. — Volume 21. — Issue 2. — P. 87–96.

6. *Forswill K., El Refai E., Misters G.* Stylistics and comics // Guide to stylistics of the Rutledge publishing house. — London: Routledge, 2014. — pp. 485–499. — URL: https://www.researchgate.net/publication/327645047_Stylistics_and_Comics (дата обращения: 27.12.2025).

7. *Ikuta H., Wöhler L., Aizawa K.* Statistical characteristics of comic panel viewing times // Scientific Reports. — 2023. — № 13. — P. 1–10.

Л.Б. КАРШАКОВА

Доцент, кандидат технических наук, РГУ им. А.Н. Косыгина
e-mail: karshakova-lb@rguk.ru

А.Ю. МОИСЕЕВА

Студент РГУ им. А.Н. Косыгина
e-mail: moiseeva.sasha.2004@mail.ru

L.B. KARSHAKOVA

Candidate of technical science, assistant professor of the A.N. Kosygin Russian State University (Technologies. Design. Art)
e-mail: karshakova-lb@rguk.ru

A.Y. MOISEEVA

Student of the A.N. Kosygin Russian State University (Technologies. Design. Art)
e-mail: moiseeva.sasha.2004@mail.ru

DOI: 10.37485/1997-4663_2026_1_2_223_230

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ИММЕРСИВНЫХ СРЕД: ОТ ПРЕДМЕТНОГО ПРОСТРАНСТВА К МЕТАВСЕЛЕННОЙ

THEORETICAL FOUNDATIONS OF IMMERSIVE ENVIRONMENT DESIGN: FROM SUBJECT SPACE TO METAVERSE

Статья посвящена исследованию иммерсивного и сенсорного искусства. Рассматриваются исторические предпосылки этого направления. В фокусе внимания находятся современные технологии и теоретические концепции мультисенсорного восприятия, включая проприоцепцию и термоцепцию. Практическим кейсом выступает виртуальная выставка «Динамика материи», размещенная в метавселенной Spatial. Делается вывод, что современная цифровая трансформация искусства движется в сторону телесно-средового подхода, где ключевой ценностью становится целостное, мультисенсорное переживание конструируемого мира.

This paper explores immersive and sensory art. It examines the historical background of this field. It focuses on contemporary technologies and theoretical concepts of multisensory perception, including proprioception and thermoception. The virtual exhibition "Dynamics of Matter," hosted in the Spatial metaverse, serves as a practical case study. It concludes that the contemporary digital transformation of art is moving toward a body-environment approach, where the key value is a holistic, multisensory experience of the constructed world.

Ключевые слова: сенсорный поворот, цифровая материя, виртуальная выставка, аватар, цифровое искусство, инсталляция, цифровой двойник.
Keywords: touchscreen rotation, digital matter, virtual exhibition, avatar, digital art, installation, digital double.

Современное искусство начала XXI века формируется в условиях активной цифровизации культуры и междисциплинарного взаимодействия художественных, научных и технологических практик. Развитие цифровых технологий существенно изменяет не только художественный язык, но и способы восприятия произведений искусства, трансформируя роль зрителя и характер его взаимодействия с художественным объектом. В этом контексте особую значимость приобретают сенсорное и иммерсивное искусство [1].

Целью данной работы является исследование генезиса и современных форм иммерсивного искусства как нового художественного направления, а также разработка и анализ практического кейса цифровой выставки «Динамика материи». Для достижения поставленной цели в работе решаются следующие задачи: проведение теоретического анализа исторических предпосылок и ключевых концепций формирования иммерсивного искусства; обзор современных технологий и художественных практик, используемых для создания эффекта глубокого погружения; разработка концепции и реализация иммерсивной виртуальной выставки, демонстрирующей трансформацию цифровой формы в нарратив; анализ потенциала и перспектив сенсорно-иммерсивного искусства в условиях цифровизации культуры.

Люди воспринимают мир мультисенсорно. Иммерсивность как концепция охватывает множество аспектов восприятия и взаимодействия с пространством [2]. Эта идея выходит далеко за рамки простого

визуального восприятия, охватывая все органы чувств и вестибулярный аппарат. В последнее время к восприятию добавляют проприоцепцию (ощущение положения частей тела относительно друг друга и в пространстве), термпоцепцию (чувство температуры) [11], ноцицепцию (боль) [12]. В контексте искусства иммерсивность означает полное погружение в атмосферу, созданную художником, архитектором и социальными взаимодействиями среды. При таком подходе произведения воспринимаются за счет переживания истории, традиций и художественной идеи на глубоком эмоциональном уровне.

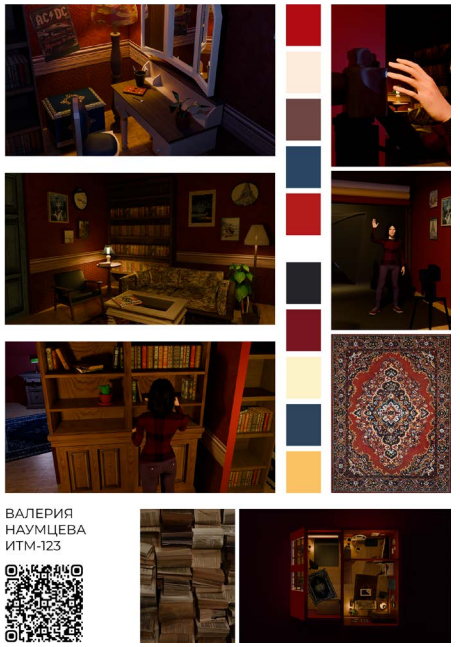


Рис. 1. Разработка пространства и QR-код на видеоролик, автор Валерия Наумцева

Исторические предпосылки формирования сенсорного и иммерсивного искусства прослеживаются в художественных экспериментах постмодернизма XX века. Практики хэппенинга (импровизационное событие со зрителем-участником, зародившееся в 1960-е) и перформанса (действие, где художник использует собственное тело, часто с заранее продуманным сценарием) были направлены на разрушение границы между произведением и зрителем, а также на включение пространства и телесного опыта в структуру художественного высказывания. Существенную роль в этом процессе сыграли пространственные инсталляции второй половины XX века, ориентированные на создание среды, воздействующей на зрителя не только визуально, но и физически [3]. Однако именно развитие цифровых технологий позволило данным практикам перейти на качественно новый уровень и сформироваться как самостоятельное направление современного искусства.

В 1990-х годах ученые начали активно изучать сенсорную историю: как люди разных эпох воспринимали мир через зрение, слух, вкус, запах и осязание. Констанс Классен и Дэвид Хоуз показали, что сенсорные

системы формируются культурой и исторически изменяются: например, в Средневековье обоняние было важнее, чем сегодня [4]. Сенсорные исследования помогают понять, как люди разных исторических эпох ценили разные виды чувств, а также как технологии изменяют сенсорное восприятие в современном мире. Развитие исследований в антропологии и культурологии, особенно работы упомянутого выше Дэвида Хоуза, способствовали расширению понимания сенсорного опыта и его значимости в различных культурных практиках, включая искусство [5].

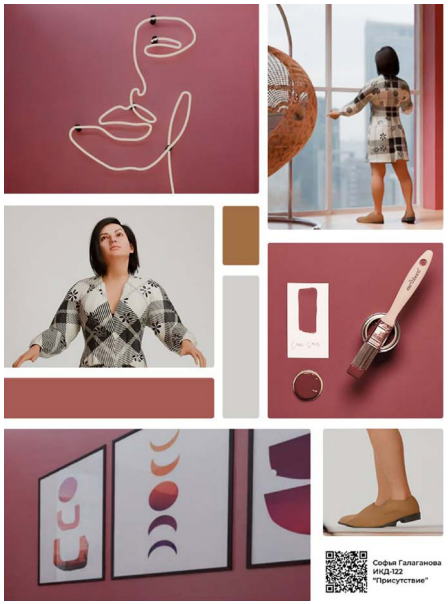


Рис. 2. Разработка аватара и QR-код на видеоролик, автор Софья Галаганова

Создание действительно иммерсивного опыта требует комплексного подхода, чтобы создать целостное и правдоподобное восприятие. В последнее время активно развиваются различные формы описываемого вида искусства, такие как перформансы, интерактивные инсталляции, иммерсивные театры и квесты, которые используют инновационные технологии для создания захватывающих и эмоционально насыщенных впечатлений [4]. В современной реальности, где времяпрепровождение часто ограничивается экранами мобильных устройств, сенсорное искусство возвращает человека в материальное, побуждая испытать мир в его разнообразном спектре. Процесс погружения включает в себя сочетание творчества и технологий [6]. Художники сотрудничают с экспертами в различных областях, используя такие инструменты, как звуковые ландшафты, тактильные материалы, ароматические диспенсеры и даже ароматизированные туманы для создания желаемой среды. Каждый элемент, от температуры в помещении до текстуры поверхностей, продуман так, чтобы создать уникальную сенсорную симфонию.

Иммерсивные выставки создаются с помощью комплекса информационных технологий, включая VR/AR (виртуальную/дополненную

реальность) для погружения, где, например, VR-очки позволяют полностью погрузиться в цифровой мир, а AR-приложения на мобильных устройствах накладывают цифровые слои (аудио, видео, 3D-модели) на реальное пространство, делая экспонаты «живыми», видеомэппинг для оживления поверхностей, интерактивные экраны и сенсорные панели, столы, киоски и витрины, которые реагируют на прикосновения, позволяя взаимодействовать с информацией и контентом, светодиодные видеостены, 3D-технологии, искусственный интеллект для генерации контента, акустические системы и 3D-звук, которые создают реалистичную звуковую среду, соответствующую происходящему на экране или в пространстве, чтобы превратить зрителя в участника, создавая эффект присутствия и глубокого эмоционального вовлечения [7].

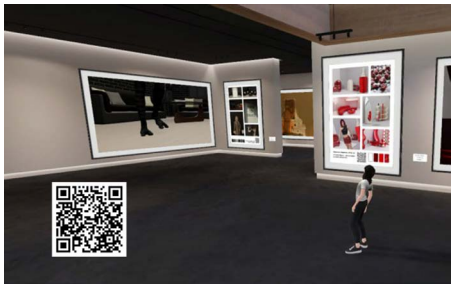


Рис. 3. Выставка студенческих работ «Динамика материи» в метавселенной Spatial и QR-код на описание, автор экспозиции Ирина Тарабенкова

Значимыми кейсами в направлении иммерсивного искусства являются работы современного художника Олафура Элиассона, он объединяет искусство, науку и природные явления, создавая необычный иммерсивный сенсорный опыт. Художник известен своими инсталляциями, которые используют свет, воду и температуру воздуха для преобразования среды и восприятия. Представляя природные явления в искусственном окружении, художник предлагает зрителю переосмыслить понимание и восприятие физического мира, а также обратить внимание на окружающую среду [8].

В России в настоящий момент развивается направление иммерсивных выставок, где искусство в сочетании с самыми современными технологиями предоставляет зрителям возможности полного погружения в виртуальные реальности. Ярким примером является Luminar-X — первое в Москве иммерсивное арт-пространство нового формата, которое расположилось в сердце культурной столицы — ВДНХ. Арт-пространство состоит из шести локаций: главный проекционный зал «Мир», зеркальная инсталляция «Аура», зал-купол «Сфера», в котором возможно совершить

путешествие 360° сквозь цифровые миры, LED-тоннель «Порта» со световыми текстурами, создающими иллюзию бесконечности и отсутствия границ и другие. Произведение в данном случае функционирует как открытая система, предполагающая множественность интерпретаций и сценариев взаимодействия.

В рамках данного исследование разработана выставка «Динамика материи» — это исследование трансформации цифровой формы от статичного объекта к живому повествованию. Выставка расположена в метавселенной Spatial, на ней представлены студенческие работы выполненные в рамках дисциплины «Технология трехмерного проектирования» студентами обучающимся по направлениям «Информационные технологии и индустрии медиа» и «Цифровое искусство» в РГУ им. А.Н.Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство).

В основе проекта лежит идея одушевления материи: как полигональная сетка, цвет и текстура подчиняются законам движения и художественного замысла, обретая характер и историю. На выставке представлены три взаимосвязанных раздела.

— Этап «Материя пространства» представляет собой интерьерные визуализации, созданные в трехмерном редакторе Blender, где застывшая форма демонстрирует текстуру и свет;

— Этап «Материя образа» создается из галерея цифровых аватаров и дизайнерской одежды, разработанной в Clo3D;

— Этап «Динамика» можно увидеть на финальных анимированных роликах, в которых пространство и персонаж вступают во взаимодействие, создавая эмоционально заряженное целое. При разработке ролика используется звуковое сопровождение, принципы его формирования похоже на принципы формирования при разработке виртуальных показов [9].

Метавселенная — цифровое пространство, объединяющее обычную или физическую, дополненную и виртуальную реальности. Это прогрессивный виртуальный мир, в котором можно делать почти то же самое, что и в настоящей жизни, но с расширенными возможностями. Попадая в этот мир, человек становится трехмерным аватаром и испытывает полный спектр ощущений [13].

Размещение выставки «Динамика материи» в метавселенной Spatial является логичным продолжением ее концепции, поскольку сама платформа представляет собой уникальную среду для экспериментов с цифровой материей, превращая процесс ее восприятия в иммерсивный акт.

Spatial, которую называют «Меккой для дизайнеров и художников», предлагает инструменты для создания настраиваемых виртуальных миров и обмена 3D-контентом [10]. Пространственный звук и технологии отслеживания усиливают эффект физического присутствия, позволяя исследовать, как статичные формы обретают движение, а аватар взаимодействует с предметами. Мультиплатформенность Spatial обеспечивает доступность выставки через VR-гарнитуры, мобильные устройства и компьютеры, демократизируя опыт и позволяя зрителю в буквальном смысле войти внутрь «ожившей материи», чтобы испытать синтез формы, света, текстуры и повествования.

Проведенное исследование демонстрирует, что иммерсивное искусство выполняет важную сенсорно-перцептивную функцию, с помощью которой осуществляется восприятие субъектом художественной среды, собственного сенсуалистического опыта и внутренних ощущений посредством технологий. Таким образом, сенсорное и иммерсивное искусство можно рассматривать как одно из наиболее перспективных направлений развития современной художественной культуры. Объединяя достижения искусства, науки и технологий, данные практики формируют новые способы художественного высказывания и взаимодействия со зрителем. В условиях дальнейшей цифровизации культуры сенсорные и иммерсивные формы искусства будут продолжать развиваться, расширяя границы художественного опыта и переосмысливая роль искусства в современном обществе. Дальнейшее развитие этого направления будет связано с углублением исследований телесного опыта в виртуальной реальности, разработкой более сложных интерактивных сценариев и осмыслением социальных аспектов существования искусства в метавселенных.

Список литературы:

1. Мультисенсорные музеи: будущее вовлечения в культуру посредством технологий / Ф.М. Каччиатори, А.С. Николаева, О.Каччиатори [и др.] // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник РГХПУ им. С.Г. Строганова. — 2025. — № 2–2. — С. 431–443.

2. *Чистова А.Д.* Иммерсия в современной культуре как средство формирования эмоциональной культуры // Культура и цивилизация. — 2024. — Том 14. — № 6–1. — С. 52–59.

3. *Лаврентьев А.Н.* Вячеслав Колейчук как двигатель русского кинетизма. Воображаемый диалог на выставке // Дом Бурганова. Пространство культуры. — 2021. — № 1. — С. 95–117.

4. *Двоскин А.С.* Телесное соприсутствие: сенсорный поворот и мультисенсорные практики в современном искусстве // Артикульт. — 2025. — № 4 (60). — С. 46–56.

5. *Соколовский С.В.* Антропология восприятия Дэвида Хауза // Сибирские исторические исследования. — 2024. — № 3. — С. 206–209.

6. *Козорезенко П.П., Ли Ю.* Художественное творчество в контексте медиаискусства // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник РГХПУ им. С.Г. Строганова. — 2024. — № 1–1. — С. 209–227.

7. *Лаврентьев А.Н., Жердев Е.В.* От обманок и диорам — к измененной и виртуальной реальности (виртуальная реальность в контексте истории визуальной культуры) // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник РГХПУ им. С.Г. Строганова. — 2022. — № 4–2. — С. 12–35.

8. *Захарченко И.Н.* Художественные проекты Олафура Элиассона в контексте современной экологической эстетики // Знание. Понимание. Умение. — 2017. — № 3. — С. 93–101.

9. *Каршакова Л.Б.* Потенциал звукового дизайна для виртуальных модных показов // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник РГХПУ им. С.Г. Строганова. — 2024. — № 2–2. — С. 146–155.

10. *Коробцева Н.А., Романов М.В.* Метавселенная как среда для развития цифровой моды // Костюмология. — 2023. — Том 8. — № 3. — URL: https://kostumologiya.ru/PDF/23IVKL323.pdf (дата обращения: 02.02.2026).

11. *Crucianelli L., Enmalm A., Ehrsson H.H.* Visuo-thermal congruency modulates the sense of body ownership // Communications Biology. — 2022. — Vol. 5. — Article 731.

12. *Green B.G.* Temperature perception on the hand during static versus dynamic contact with a surface // Attention, Perception, & Psychophysics. — 2009. — Vol. 71. — № 5. — P. 1185–1196.

13. *Xu W., Wang Y.* Emotional Visualization: The Metaverse Social in Embodied Cognitive Context // Technology and Language. — 2023. — № 4 (3). — P. 24–39.

Н.А. КОРОБЦЕВА
Доктор технических наук, профессор, РГУ им. А.Н. Косыгина
e-mail: rrr-home@yandex.ru

С.М. АРЕФЬЕВА
Кандидат педагогических наук, доцент, РГУ им. А.Н. Косыгина
e-mail: Arefeva-Sveta@mail.ru

М.В. РОМАНОВ
Преподаватель РГУ им. А.Н. Косыгина
e-mail: optusgrim@gmail.com

N.A. KOROBTSEVA
Doctor of Sciences (Engineering), Professor, Kosygin Russian State University
e-mail: rrr-home@yandex.ru

S.M. AREFYEVA
Candidate of Sciences (Pedagogical), Associate Professor, Kosygin Russian State University
e-mail: Arefeva-Sveta@mail.ru

M.V. ROMANOV
Lecturer, Kosygin Russian State University
e-mail: optusgrim@gmail.com

DOI: 10.37485/1997-4663_2026_1_2_231_237

ОТ СИМВОЛА К КОДУ: СМЕНА ПАРАДИГМЫ ВИЗУАЛЬНОГО ЯЗЫКА В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ

FROM SYMBOL TO CODE: A PARADIGM SHIFT IN VISUAL LANGUAGE IN THE DIGITAL ERA

В статье исследуется переход от классической парадигмы, основанной на символическом восприятии и рукотворной технике, к новой парадигме, где доминирующую роль играют алгоритми-

ческий код, генеративные нейросети и виртуальные среды. Делается вывод о формировании гибридного визуального языка, синтезирующего культурное символическое наследие с логикой цифрового кода, и определяются новые компетенции, необходимые современному дизайнеру.

This paper explores the transition from the classical paradigm, based on symbolic perception and manual techniques, to a new paradigm dominated by algorithmic code, generative neural networks, and virtual environments. It concludes that a hybrid visual language is emerging, synthesizing cultural symbolic heritage with the logic of digital code, and defines the new competencies required for a modern designer.

Ключевые слова: художественное проектирование костюма, генеративный дизайн, орнамент, искусство, визаж, искусственный интеллект, нейросети, метавселенная, техническая эстетика.
Keywords: costume design, generative design, ornament, art, makeup art, artificial intelligence, neural networks, metaverse, technical aesthetics.

Визуальная культура находится в состоянии глубокой трансформации, инициированной цифровой революцией. Если на протяжении столетий ее основу составлял символ — устойчивый образ, наделенный культурными коннотациями и требующий интерпретации, то сегодня его место все чаще занимает код — алгоритмическая инструкция, генерирующая визуальность [1]. Эта смена парадигмы от символа к коду кардинально меняет онтологию визуального объекта, процессы его создания и восприятия в дизайне и прикладном искусстве.

Актуальность темы обусловлена стремительным проникновением технологий искусственного интеллекта (ИИ) и генеративного дизайна в творческие индустрии, что приводит к появлению принципиально новых художественных форм и практик визуальной культуры [2]. Этот процесс знаменует формирование целостной новой художественной культуры цифрового искусства, основанной на синтезе технологических и традиционных творческих методов [7].

Как показывают исследования, нейросети, активно используемые в генеративном искусстве, перестают быть инструментом автоматизации, становясь источником принципиально новых форм и визуальных нарративов [2]. Эта трансформация меняет их роль на соавторскую, где они способны генерировать сложные силуэты и участвовать в творческом диалоге с дизайнером [3].

В ходе работы анализируются:

— трансформация культурных символов через алгоритмические системы;

— изменение роли дизайнера и логики формообразования под влиянием генеративного ИИ;

— свойства нового визуального языка в иммерсивных средах, систематизируются связанные с этим этические и культурные вызовы.

Рассмотрим трансляцию культурного символа через алгоритмический код. Яркой иллюстрацией взаимодействия символа и кода служит практика генерации изображений с традиционными видами росписи России (Хохлома, Гжель, Жостово). Классические орнаменты, выступающие символами национальной идентичности, здесь становятся входными данными для алгоритма. Анализ показывает, что адекватность результата генерации напрямую коррелирует с «обученностью» модели на релевантном культурном коде. Так, отечественные нейросети, обученные на массивах данных, включающих российский культурный контекст, демонстрируют высокое соответствие эталонным стилям, в то время как иностранные алгоритмы зачастую продуцируют образы, далекие от оригинала [4]. Это доказывает, что код не является нейтральным посредником; он обладает собственной «культурной предвзятостью», обусловленной тренировочными данными.

Таким образом, традиционный символ не исчезает, но его воспроизводство и развитие начинают подчиняться новой логике — логике алгоритмической интерпретации и синтеза на основе промта (текстового запроса), что требует от дизайнера уже не только знания канонов, но и навыков «промт-инженерии».

Генеративный код в современных технологиях выполняет роль полноценного соавтора, способствуя изменению сложившейся парадигмы дизайнерской деятельности [5]. Применение генеративных нейросетей, например, в художественном проектировании костюма, приводит не к простой автоматизации процессов, а к «визуальному расширению» инструментария дизайнера [2]. Эти технологии открывают доступ к принципиально новым и часто непредсказуемым формам и силуэтам, создание

которых традиционными средствами проектирования затруднительно или невозможно [5].

Практика применения нейросетей в дизайне демонстрирует их эффективным «виртуальным помощником», ускоряющим поиск визуальных решений [5]. С другой стороны, как показывают результаты экспериментов, искусственный интеллект не способен полностью заменить дизайнера, поскольку создание гармоничного образа или продукта требует комплексного понимания контекста, композиции и культурной семантики, что выходит за рамки алгоритмической комбинаторики [6]. Таким образом, в контексте генеративного искусства дизайнер выступает как создатель алгоритмов, задающий правила формообразования и визуализации для генерации уникальных объектов и сред на основе математических и программных методов [2]. Параллельно, как отмечается в исследовании по нейросетевым технологиям, современный дизайнер также приобретает роли промт-инженера и визуального сценариста, который управляет генеративными нейросетями для создания целостных цифровых нарративов — таких как виртуальные показы, где каждый образ формируется в результате диалога человека и алгоритма [3].

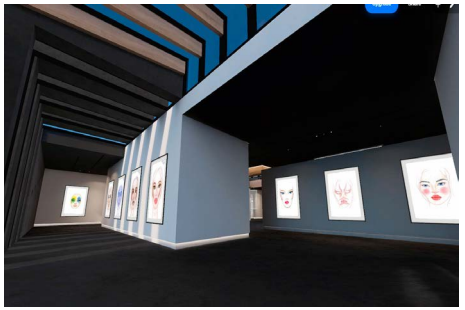


Рис. 1. Выставка работ студентов колледжа РГУ им. А.Н. Косыгина в метавселенной Spatial, 2024 г.



Рис. 2. Фейсчарт, выполненный в традиционной технике (автор Е. Карпова) и его генерация в нейросети Leonardo (автор М.Романов), РГУ им. А.Н. Косыгина

Визуальный язык обогащается, но его основанием становится гибридный акт творчества — синергия человеческого замысла и машинной генерации.

Эволюция визуального языка иммерсивных сред — от картины к метавселенной — определяет новую парадигму, ключевым аспектом которой становится организация виртуального выставочного пространства

и среды для показов. Если классическая картина или физическая выставка – это статичный символ, объект для созерцания, то виртуальная выставка в метавселенной или цифровой модный показ – это динамическая, интерактивная среда, управляемая кодом [1].

На примере организации выставки фейсчартов в метавселенной Spatial (рис. 1) и разработки архитектоники показа в Blender 3D видно, как визуальный объект приобретает новые свойства:

1. Интерактивность. Зритель может перемещаться внутри пространства, изучая работы с разных ракурсов.

2. Процессуальность. Статичное изображение (фейсчарт) становится сырьем для генерации нового цифрового образа, демонстрируя не результат, а процесс трансформации (рис. 2) [1].

3. Сценографичность. Объединение света, звука, анимации и взаимодействие с физическими объектами для создания интерактивных пространств и управления контентом в реальном времени [5].

В контексте текстильного дизайна визуальный язык орнамента формируется через алгоритмическую генерацию повторяющихся узоров и их интеграцию в цифровые эскизы, что обеспечивает создание целостных композиций с контролируемой ритмикой и симметрией, подходящих для виртуальной демонстрации [8]. В таких условиях визуальный язык становится по-настоящему «живым» и интерфейсным, а его создание требует от дизайнера компетенций 3D-моделирования, анимации, звукорежиссуры и режиссуры виртуального пространства [8].

Переход к кодоориентированной парадигме порождает комплекс этических проблем. Ключевые вызовы можно систематизировать следующим образом.

— Проблема авторства, связанная с определением прав творца в ситуации соавторства человека и алгоритма.

— Опасность стилистической унификации, когда алгоритмы, обученные на массовых данных, начинают воспроизводить усредненные формы, нивелируя индивидуальный почерк.

— Риск культурной апроприации при использовании ИИ, когда алгоритм, обученный на данных с культурными символами, мотивами или стилями без понимания их исходного контекста и смысла, применяет их поверхностно и вне связи с первоисточником. Это приводит к превращению культурного наследия в декоративный элемент, его девальвации и стиранию границы между вдохновением и эксплуатацией [3]. Эта про-

блема особенно актуальна при проектировании современной одежды с элементами народного орнамента, где необходимо тщательное изучение первоисточников для избежания искажения культурного наследия [6].

— Экологическая цена цифрового производства, обусловленная значительной энергоемкостью обучения и эксплуатации крупных нейросетевых моделей [3].

Эти вызовы указывают на то, что освоение нового визуального языка требует от дизайнера не только технической грамотности, но и развитого критического мышления и культурной ответственности.

Заключение

Проведенный анализ позволяет констатировать, что в цифровую эпоху визуальный язык в дизайне и прикладном искусстве действительно претерпевает смену парадигмы. Доминанта рукотворного символа, требующего интерпретации в рамках культурной традиции, сменяется доминантой алгоритмического кода, генерирующего визуальность на основе формальных правил и данных.

Однако это не означает упрощения или отказа от прошлого. Как показали исследования, традиционные символы (народные росписи, орнаменты) не исчезают, но начинают жить в новой среде, транслируясь и трансформируясь через код. Визуальный язык становится гибридным, возникающим в диалоге между человеческой интенцией, выраженной в промте, и машинной генерацией, основанной на алгоритме. Этот переход влечет за собой:

1. Расширение инструментария дизайнера за счет нейросетей и 3D-редакторов.

2. Трансформацию роли дизайнера в сторону куратора, режиссера и промт-инженера.

3. Усложнение визуального объекта, который становится интерактивным, процессуальным и иммерсивным.

4. Необходимость формирования новой этики, отвечающей на вызовы авторства, оригинальности и культурной ответственности в эпоху генеративного ИИ.

Таким образом, движение от символа к коду представляет собой не разрыв с традицией, а сложный процесс интеграции культурного наследия в новую, цифровую среду обитания визуального образа, что открывает как беспрецедентные возможности для творчества, так и требует осознанного и критического подхода к его практике [9].

Список литературы:

1. *Коробцева Н.А., Романов М.В.* Метавселенная как среда для развития цифровой моды // Костюмология. — 2023. — Том 8. — № 3. — С. 1–14. — URL: https://kostumologiya.ru/PDF/23IVKL323.pdf (дата обращения: 06.02.2026).

2. *Романов М.В., Коробцева Н.А*. Генеративное искусство в дизайне: новые формы визуальной культуры // Актуальные проблемы развития экономики и управления в современных условиях: Сборник материалов VII Международной научно-практической конференции, Москва, 27 ноября 2024 года. — Москва: Московский экономический институт, 2024. — С. 443–450.

3. *Каршакова Л.Б., Фирсов А.В., Новиков А.Н., Актанаев Д.А*. Нейросетевые технологии в дизайне: теория, практика, этика. — Москва: Мир науки, 2025. — 70 с.

4. *Добровольская Н.А., Каршакова Л.Б.* Генерация изображений с традиционными видами росписи России с помощью нейросетей // Традиционные виды искусства и современные инновации: опыт и перспективы взаимодействия: Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции, Москва, 17 декабря 2024 года. — Москва: РГУ им. А.Н. Косыгина, 2025. — С. 94–97.

5. *Каршакова Л.Б., Серков А.М., Груздева М.А.* Генеративный дизайн в индустрии моды // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник РГХПУ им. С.Г. Строганова. — 2018. — № 1-2. — С. 138–144.

6. *Возьмилова А.А., Петушкова Г.И*. Перспективы применения искусственного интеллекта в дизайне современного костюма с элементами народного орнамента // Либерально-демократические ценности. — 2023. — Том 7.— № 3. — С. 45–52.

7. *Заева-Бурдонская Е.А*. Художественная культура цифрового искусства и дизайна. К вопросу междисциплинарных связей и пересечений // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник РГХПУ им. С.Г. Строганова. — 2025. — № 3–2. — С. 11–21.

8. *Найденов Н.О., Литвинова Т.В.* Генеративные технологии в современной сценографии и мультимедиа дизайне. Практическое применение // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник РГХПУ им. С.Г. Строганова. — 2025. — № 1–2. — С. 246–253.

Т.В. ЛИТВИНА
Кандидат искусствоведения, профессор РГХПУ им. С.Г. Строганова
e-mail: tlitvina-prof@yandex.ru

А.В. АДЕЕВА
Магистрант РГХПУ им. С.Г. Строганова
e-mail: arina.adeeva@gmail.com

T.V. LITVINA
PhD in Art, Professor of the Russian State Stroganov University of Design and Applied Arts
e-mail: tlitvina-prof@yandex.ru

A.V. ADEEVA
Master's degree student of the Russian State Stroganov University of Design and Applied Arts
e-mail: arina.adeeva@gmail.com

DOI: 10.37485/1997-4663_2026_1_2_238_245

МЕСТО ЦИФРОВОГО ФОЛЬКЛОРА В СОВРЕМЕННОМ ИСКУССТВЕ И МЕДИА

THE PLACE OF DIGITAL FOLKLORE IN CONTEMPORARY ART AND MEDIA

Цифровой фольклор — феномен переходного типа между традиционными и постиндустриальными формами культуры. Особое внимание уделяется взаимосвязи фольклорных структур с художественными стратегиями цифрового искусства, аудиовизуальных медиа и сетевых коммуникаций. Анализируя механизмы адаптации устной традиции к условиям цифрового производства, можно понять, что интернет-фольклор является не столько «вторичной эстетикой», сколько фундаментальной моделью новой коллективности, основанной на распределенной креативности и мифологическом мышлении.

The article examines digital folklore as a transitional phenomenon between traditional and post-industrial forms of culture. Particular attention is paid to the interplay between folkloric structures and artistic strategies of digital art, audiovisual media, and network communications. the author analyzes the mechanisms of adaptation of oral tradition to the conditions of digital production and demonstrates that internet folklore is not so much a "secondary aesthetics" as a fundamental model of new collectivity based on distributed creativity and mythopoetic thinking.

Ключевые слова: цифровой фольклор, медиареальность, постфольклор, коллективное творчество, эстетика цифровой среды, медиалогия, ремифологизация, художественная культура цифрового искусства и дизайна, проектная культура цифрового искусства и дизайна.
Keywords: digital folklore, media reality, post-folklore, collective creativity, aesthetics of digital environment, media studies, remythologization, the artistic culture of digital art and design, and the project culture of digital art and design.

Введение: от коллектива к сети

Развитие цифровых технологий превращает пространство культуры в глобальную сеть взаимодействий, где границы между автором, исполнителем и аудиторией размыты. В традиционном фольклоре коллективный субъект определяется сообществом, в цифровом же — сетевой структурой. Как отмечает С.Ю. Неклюдов, фольклор «не исчезает, а меняет каналы бытования», переходя из устной коммуникации в мультимедийную [6].

Медиаискусство XXI века основано на тех же принципах, что и устное народное творчество: вариативность, повторяемость, воспроизводимость. Если раньше коллективная песня формировала идентичность сельской общины, то теперь мемы, челленджи и цифровые ритуалы определяют сетевые идентичности. Современные художники переосмысливают эти формы, создавая произведения, где «коллективное бессознательное» сети становится художественным материалом.

Теоретико-фольклористические основания

Фольклорная традиция, исследованная П. Г. Богатырёвым и Б.Н. Путиловым [1, 7], всегда предполагала форму социокультурного обмена, где коллектив выступает хранителем и редактором текста. Ю.М. Лотман [4] в семиотическом подходе рассматривал культуру как механизм самоперевода общества, где фольклор задает первичные модели репрезентации.

Цифровой фольклор следует рассматривать как фазу в эволюции этой семиосистемы. Он структурирует знаки не линейно, а сетевообразно. Каждый мем, виртуальный стикер или ремикс функционирует как «микротекст», включенный в систему вариаций. Подобно эпическим циклам, мемы создают многослойные нарративы с повторяющимися персонажами, мотивами и архетипами, адаптированными под текущую медиасреду.

Исследователи постфольклора (Гоголев А.И., Федорова А.Р.) подчеркивают, что интернет стал новой средой существования фольклорного дискурса: народное творчество здесь перешло от словесной импровизации к визуально-меметической [3].

В этом смысле цифровой фольклор является прямым продолжением структуры традиционного искусства, но подчинен логике цифрового воспроизводства, где каждый пользователь — не пассивный зритель слушатель или читатель, а активный редактор со-творчества.

Эстетика и экология участия

Современный цифровой фольклор основывается на принципе участия, где граница между автором и аудиторией исчезает. Это явление можно описать через концепцию эстетики участия (participatory aesthetics), предполагающую, что творчество становится результатом совместного действия множества субъектов. Как отмечает Н. Буррио, современное искусство основано на смежных практиках, где произведение существует только в процессе взаимодействия участников между собой [2]. Сообщество не просто интерпретирует художественный продукт, оно активно участвует в его создании, модифицирует и распространяет контент.

Подобная модель творчества перекликается с классическими принципами фольклора, описанными П.Г. Богатырёвым [1] и Б.Н. Путиловым [7], для которых важна была не оригинальность и единоличность авторства, а вариативность исполнения. В цифровой среде этот принцип

возрождается в новых формах — мемах, флешмобах, коллаборативных видео, ремиксах, фанфиках и многом другом. Каждый участник добавляет свою вариацию текста, изображения, звучания и смысла, формируя коллективное художественное пространство [5].

Феномен участия можно рассматривать и как элемент универсальной экологии. Подобно тому, как Ю.М. Лотман описывал культуру как живую семиотическую систему, цифровое сообщество функционирует по принципу самообновления [4]. Оно перерабатывает и переиспользует культурные ресурсы — изображения, звуки, шаблоны, видеозаписи, превращая их в основу новых смыслов. Таким образом формируется экология участия, в которой устойчивость обеспечивается многообразием взаимодействий и постоянным воспроизводством и переустройством контента.

Эстетика участия демонстрирует, что цифровой фольклор становится одной из ключевых моделей децентрализованного, коллективного искусства современности. Художественный акт перестает быть индивидуальным жестом — он превращается в сетевой процесс координации смыслов. Как подчеркивает Рансьер, зритель больше не пассивный наблюдатель, а активный со-деятель, создающий смысл вместе с другими людьми [8]. В этом и заключается новая коллективная поэтика цифрового пространства.

Цифровая ремифологизация

Современное искусство вновь обращается к фольклору как источнику архетипов. Визуальные практики художников Рефика Анадола, Ольги Фёдоровой, AES+F, teamLab строятся на принципах ремифологизации: данные, алгоритмы и цифровая визуализация становятся носителем коллективных мифов и образов.

— В проектах Анадола алгоритмы машинного обучения визуализируют память сообществ, создавая подобие «трансцендентальных узоров», преобразовывая всю историю в нечто неосязаемое, как предания, переходящие сквозь века и меняющиеся до неузнаваемости.

— В видеоопусах AES+F (например, Allegoria Sacra, Inverso Mundus) фольклорные мотивы переплавлены в постиндустриальный миф о человечестве данных и цифр.

— Перформансы художников, переходящие в VR-формат (Rising, the Life), демонстрируют, как трансформируется восприятие зрителя.

Таким образом, цифровое искусство не просто заимствует фольклорную символику или стилистику, а продолжает ее коллективную суть в иной материальности — данных и потоках информации.

Коллективное воображение и перформативность сети

Цифровой фольклор формирует особый тип коллективного воображения, где каждый пользователь одновременно участник и посредник. Участие в мем-чейне, челлендже, тренде или флешмобе обеспечивает эффект «цифрового обряда», где каждый человек, совершивший определенные действия, становится участником коллективного «ритуала».

Современные фестивали и кураторские платформы — «Ночь идей», CTM Festival (Берлин), the Wrong Biennale, ISSKRA Digital Performance — демонстрируют, как культурные институты интегрируют сетевые фольклорные формы в поле профессионального искусства. Именно здесь стирается граница между самодеятельностью и институциональным творчеством. Видеоарт и перформанс успешно присваивают методы меметической коллективности, превращая их в часть эстетической стратегии и развития общей среды.

Кино и анимация: кинофольклор XXI века

Кинематографическая и анимационная культура осваивают цифровой фольклор через язык фан-ремейков, AMV-видео, мэшап-практик. Короткометражные ленты Netflix и авторские анимации студий Blender Open Movies строятся на принципах открытого кода и сообщества, где каждый элемент перерабатывается коллективом зрителей.

Миры Marvel, DC и Star Wars уже рассматриваются исследователями как «современная мифология», поддерживаемая фан-творчеством. Эта полисемиотичная система функционирует абсолютно фольклорно: фанаты выступают хранителями канона, любительские и профессиональные перерисовки, неофициальный мерч и косплей становятся его распространителями, а мемы — способом переосмысления.

Анимационные практики (например, проекты Gobelins, PIXAR Short Films и многие другие) часто интегрируют формы «народного монтажа» — коллажности, повторов и аллюзий, напоминающих фольклорное варьирование мотива.

Звук, ритуал и телесность цифрового фольклора

Музыкальные формы (каверы, ремиксы, фан-сэмплы, TikTok-звуки) демонстрируют отказ от оригинальности в пользу повторяемости и вариативности. Саунд — новая «устная традиция», где важен не текст, а ритмическое тело и атмосфера «произведения».

Подкасты выступают современной аналогией сказительства. Как устный фольклор соединял повествование и присутствие, так и цифровой подкаст возвращает медиа-опыту голос и дыхание.

VR-перформансы (Marshmallow Laser Feast, Anastasia Ershova) создают иммерсивные обряды памяти — современные цифровые версии древних мистерий и ритуалов.

Возникает феномен телесности данных: взаимодействие с аудиовизуальным действом вызывает эмпатическое участие и всеобщее погружение, подобное коллективным танцевальным и песенным практикам.

Этические и онтологические аспекты цифрового фольклора

Фольклор всегда регулировался нормами неписаного права. В цифровой среде эти нормы смещаются в сферу алгоритмов. Кто сегодня хранитель традиции — сообщество или платформа? Алгоритмическая сортировка трендов задает то, что можно назвать автоматизированным общим местом — locus communis, определяемым кодом.

Этический вопрос об авторстве ремикса становится продолжением эстетики участия. В открытых проектах (например, Creative Commons, Open Culture) коллективность возведена в принцип культурного обмена.

С точки зрения философии искусства это означает смещение акцента с объекта на процесс: произведение становится событием (Буррио [2], Рансьер [8]), а художник — координатором цифровых ритуалов.

Цифровая память и медиамиф

Фольклор всегда выполнял функцию памяти — коллективного хранилища опыта и знаний поколений. В цифровую эпоху эту роль перенимают различные платформы. Мемы о глобальных событиях человечества, политические иронии, сетевые ностальгии формируют медиамифологию — динамичную систему смыслов, в которой прошлое и настоящее кодируется эмоцией.

Алгоритмические архивы (Google Photos, Instagram Memories) функционируют как «техническая память фольклора», где повтор актуализирует прошлое.

Как и традиционный фольклор, цифровой создает устойчивые символы коллективного переживания: пандемия — «эпос выживания», фан-арт — романтический коллективный сон.

Социальное измерение цифрового фольклора

Цифровой фольклор выступает не только как эстетическая категория, но и как инструмент самоорганизации сообществ и формирования новых идентичностей внутри них. В онлайн пространстве фольклорные формы выполняют функцию социальной навигации: с помощью мемов, визуальных шаблонов, настальгий, ироничных приемы пользователи определяют принадлежность к определенным культурным и поколенческим группам.

Мемы, флешмобы и фан-практики становятся своеобразными знаками принадлежности — они не только транслируют эмоции и мысли, но и выстраивают границы «своих» и «чужих». Такое использование фольклора возвращает обществу функции ритуала: повторяемость жестов, фраз и визуальных схем формирует чувство сопричастности, восстанавливая коллективную идентичность через совместное действие.

Одновременно цифровой фольклор способствует формированию горизонтальных структур взаимодействия. Сообщества пользователей не требуют централизованного управления — их жизнь поддерживается динамикой репостов, лайков, ремиксов и трендов. Эти сетевые ритмы заменяют традиционные формы собраний, праздников или обрядов, обеспечивая социальное скрепление за счет совместного вовлечения.

Таким образом, цифровой фольклор становится социальной экосистемой, где культурное выражение и коммуникация сливаются в единый процесс. Через него общество не только вновь и вновь воспроизводит коллективный опыт, но и разрабатывает новые способы адаптации к постоянно меняющейся медиареальности.

Заключение

Цифровой фольклор — не окраина творческой среды, а центральный механизм культурного производства XXI века. Он восстанавливает ритуальные и мифологические структуры в новых медиа форматах, превращая пользователя в полноправного соавтора. Современное искусство, интегрируя эти формы, обнаруживает новые способы говорить о коллективном — не через великих художников, а через совместное действие множества абсолютно разных голосов.

Эта форма сетевой народности становится ключом к пониманию медиа эпохи, в которой «народное» и «цифровое» больше не противопоставлены, а образуют цельную культурную пластичную материю.

Таким образом, цифровой фольклор можно рассматривать как грань между искусством и коммуникацией, где рождаются новые типы эстетической чувственности и формы коллективного воображения.

Список литературы:

1. *Богатырёв П.Г.* Вопросы теории народного искусства. — Москва: Искусство, 1971. — 536 с. — URL: http://istoriya-teatra.ru/books/item/f00/s00/z0000021/index.shtml (дата обращения: 05.02.2026).

2. *Буррио Н.* Реляционная эстетика / Relational Aesthetics / Пер. с фр. — Москва: Ад Маргинем Пресс, 2019. — 224 с.

3. *Гоголев А.И., Федорова А.Р.* Современная якутская страшная история как жанр городского постфольклора — Вестник Северо-Восточного федерального университета им. М.К. Аммосова. Серия: Гуманитарные науки. — 2022. — Т. 18. — № 2. — С. 61–89. — URL: https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennaya-yakutskaya-strashnaya-istoriya-kak-zhanr-gorodskogo-postfolklora (дата обращения: 05.02.2026).

4. *Лотман Ю.М.* Семиосфера. — Санкт-Петербург: Искусство-СПБ, 2000. — 704 с.

5. *Манович Л.* Язык новых медиа. — Москва: Ад Маргинем Пресс, 2017. — 320 с.

6. *Неклюдов С.Ю.* Фольклор и постфольклор: структура, типология, семиотика. — URL: https://www.ruthenia.ru/folklore/neckludov7.htm (дата обращения: 05.02.2026).

7. *Путилов Б.Н.* Фольклор и народная культура. — Ленинград: Наука,

8. *Рансьер Ж.* Эмансипированный зритель / Пер. с фр. — Москва: Ад Маргинем Пресс, 2017. — 208 с.

М.А. ГРУЗДЕВА
К.т.н., доцент кафедры информационных технологий и компьютерного дизайна в РГУ им. А.Н. Косыгина
e-mail: gruzdeva_ma@mail.ru

Ю.А. ФАЮРШИНА
Студент группы МИД 122 РГУ им. А.Н. Косыгина
e-mail: jufau@mail.ru

M.A. GRUZDEVA
Candidate of Technical Sciences, Associate Professor of the Department of Information Technologies and Computer Design at Kosygin Russian State University
e-mail: gruzdeva_ma@mail.ru

Y.A. FAIURSHINA
Student of the MFA 122 group of the Kosygin Russian State University
e-mail: jufau@mail.ru

DOI: 10.37485/1997-4663_2026_1_2_246_254

СИНТЕЗ ИСКУССТВА, ТЕХНОЛОГИЙ И ОБРАЗОВАНИЯ В ДИЗАЙНЕ ЦИФРОВЫХ УЧЕБНЫХ ИНСТРУМЕНТОВ НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ

SYNTHESIS OF ART, TECHNOLOGY, AND EDUCATION IN THE DESIGN OF NEXT-GENERATION DIGITAL LEARNING TOOLS

В статье рассматривается синтез искусства, дизайна и информационных технологий в контексте разработки цифровых учебных инструментов нового поколения. Исследуется, как взаимодействие художественных и технологических подходов формирует визуально выразительные и функциональные образовательные среды. Особое внимание уделяется роли дизайна как медиатора между пользователем и цифровой системой, обеспечивающего интуитивность, эмоциональную вовлеченность и эстетическую целостность. Анализируются современные принципы интеграции технологий AR, VR и 3D-визуализации, способствующие созданию интерактивных и адаптивных образовательных платформ. В качестве примеров рассмотрены российские проекты Varwin Education и DEVAR, демонстрирующие эффективное сочетание визуального языка и программной архитектуры. В результате выявлены ключевые принципы синтеза дизайна и информационных технологий, формирующие основу новых подходов к проектированию цифровых образовательных сред.

The article examines the synthesis of art, design and information technology in the context of the development of new-generation digital learning tools. The article explores how the interaction of artistic and technological approaches forms visually expressive and functional educational environments. Special attention is paid to the role of design as a mediator between the user and the digital system, providing intuitiveness, emotional engagement and aesthetic integrity. The modern principles of integration of AR, VR and 3D visualization technologies, contributing to the creation of interactive and adaptive educational platforms, are analyzed. The Russian projects Varwin Education and DEVAR, which demonstrate an effective combination of visual language and software architecture, are considered as examples. As a result, the key principles of the synthesis of design and information technology have been identified, forming the basis for new approaches to the design of digital educational environments.

Ключевые слова: дизайн, информационные технологии, цифровая образовательная среда, визуализация данных, интерактивный интерфейс, дополненная реальность, виртуальная реальность, иммерсивные технологии, синтез искусства и технологий, цифровой инструмент обучения.
Keywords: design, information technology, digital educational environment, data visualization, interactive interface, augmented reality, virtual reality, immersive technologies, synthesis of art and technology, digital learning tool.

Стремительное развитие информационных технологий изменило то, как мы взаимодействуем с информацией, предметами и друг с другом. Взаимосвязь визуальной культуры, технологических инноваций и образовательной практики становится все более тесной, формируя новое направление, где данные становятся объектом творческого и интерактивного осмысления. В рамках этой области дизайн цифровых инструментов обучения становится ключевым направлением, в котором искусство и информационные технологии сливаются воедино, создавая интерактивную, эмоционально привлекательную и интеллектуально стимулирующую среду.

Современные образовательные среды постепенно перестают быть статичными и становятся динамичными цифровыми системами, основанными на дизайне взаимодействия, визуализации данных и иммерсивных технологиях. В таких системах роль дизайна заключается не только в эстетике, но и в упрощении навигации и восприятии сложной информации, а также формировании эмоциональной связи между пользователем и контентом. Информационные технологии, в свою очередь, обеспечивают технический фундамент, который позволяет реализовать интерактивность, персонализацию и визуализацию с помощью AR, VR и 3D моделей (1). Вместе эти направления создают новые формы коммуникации, в которых функциональность сочетается с художественной выразительностью.

Сегодня связь между дизайном и информационными технологиями определяет развитие большинства цифровых сред. Обе области преследуют общую цель сделать информацию доступной, понятной и интересной для пользователей. Дизайн обеспечивает структуру и ясность, в то время как информационные технологии обеспечивают адаптивность, интерактивность и масштабируемость цифровых систем. Такое сочетание творческого и технического мышления особенно актуально в контексте цифрового образования. Учебные среды все чаще используют такие технологии, как виртуальная реальность, дополненная реальность, искусственный интеллект, которые создают визуальный материал, помогающий сфокусировать внимание обучающегося и сделать процесс более интерактивным и персонализированным [1]. Использование этих инструментов требует подхода, который фокусируется не только на визуальном качестве, но и на логике обработки информации и взаимодействия человека и цифровой среды.

Современные информационные технологии объединяют текст, изображения, анимации и звук в единую среду, где информацию можно изучать, а не просто потреблять. Внедрение информационных технологий представляет собой их практическое применение на всех стадиях образовательного процесса [2]. Сочетание технической инфраструктуры с дизайном интерфейса меняет способ представления и восприятия знаний, делая цифровое образование более доступным, наглядным и увлекательным.

В результате обучение становится процессом взаимодействия, в котором технологии структурируют информацию, а дизайн гарантирует, что эта информация остается понятной и вызовет эмоциональный отклик, повышая интерес и мотивацию с помощью обучения в геймифицированном формате [3].

Примером интеграции дизайна и информационных технологий в цифровые средства обучения служит Varwin Education (2).

Varwin Education — российская платформа виртуальной реальности, предназначенная для создания интерактивного образовательного контента без программирования.

Разработанная на движке Unity 3D, система позволяет пользователям создавать сценарии с помощью визуального модульного интерфейса. Этот подход преобразует сложную логику программирования в доступную среду, где пользователи видоизменяют сцены, объекты и их поведение непосредственно в виртуальном пространстве.

Платформа работает на основе архитектуры, которая поддерживает рендеринг в реальном времени и динамическую настройку сцены. Пользователи могут изменять пространственную композицию, освещение, иерархию объектов и правила взаимодействия, используя встроенные шаблоны.

Интеграция с внешними инструментами 3D-моделирования и библиотеками ресурсов расширяет гибкость системы, а ее совместимость с различными устройствами виртуальной реальности обеспечивает масштабируемость в различных учебных заведениях.

С точки зрения дизайна, Varwin Education сочетает в себе пространственное взаимодействие и структуру, ориентированную на пользователя. Интерфейс выполнен в минималистичном стиле, который снижает когнитивную нагрузку. Каждый элемент дизайна призван интуитивно направлять пользователя в сложных 3D средах от размещения объектов до последовательности событий. Акцент на удобство использования,

визуальную ясность и пространственную логику отражает синтез дизайнерского мышления и технологической инженерии.



Рис. 1. Пример урока в среде Varwin Education. Источник: https://lessons.varwin.com/chemistry (дата обращения 12.02.2026)

Varwin Education демонстрирует, как цифровые инструменты могут объединить художественную визуализацию с информационными технологиями. Платформа воплощает принципы иммерсивного дизайна, где визуальная составляющая и технологическая функциональность работают вместе, создавая интерактивный инструмент, позволяющий получить практический опыт.

Таким образом, Varwin Education представляет собой наглядный пример того, как художественное восприятие и ИТ-инфраструктура сосуществуют в современной образовательной среде.

Еще одним примером интеграции современных технологий в образование является платформа DEVAR (3), использующая дополненную реальность.

DEVAR — это платформа дополненной реальности, которая совершенствует взаимодействие с печатными книгами, сочетая 2D-иллюстрации с интерактивной 3D-анимацией.

Используя мобильное устройство, пользователи могут навести камеру на страницу и просмотреть дополнительный цифровой контент: анимированные модели, звуки, интерактивные визуализации.

Алгоритмы распознавания маркеров идентифицируют печатное изображение и отображают соответствующий 3D-контент, хранящийся в цифровой базе данных.

Использование 3D-моделирования и анимации обеспечивает динамичную визуализацию, а кроссплатформенная совместимость (iOS, Android) обеспечивает доступность для массовой аудитории. С технической точки зрения, DEVAR демонстрирует, как мобильные устройства и компьютерное зрение могут преобразовать физические носители информации в интерактивные цифровые технологии.

С точки зрения дизайна, DEVAR поддерживает тщательный баланс между традиционными печатными иллюстрациями и их цифровым

продолжением. Каждая сцена дополненной реальности построена на визуальной логике печатной страницы: цветовая гамма, композиция сохраняются, из-за чего цифровые элементы естественным образом интегрируются с физическим изображением.

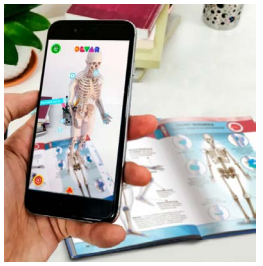


Рис. 2. Дополненная реальность печатного издания DEVAR. Источник: https://devar.ru/ (дата обращения: 03.02.2026)

Элементы интерфейса минимальны, что позволяет визуальному повествованию оставаться основным. Этот гибридный подход к дизайну превращает чтение в мультимодальный процесс, сочетающий тактильное, визуальное и интерактивное взаимодействие. DEVAR иллюстрирует, как художественное творчество и технологические инновации могут сосуществовать в рамках одной среды.

Эстетический язык иллюстрации обеспечивает эмоциональную и культурную глубину, в то время как технологии дополненной реальности привносят движение, звук и пространственность.

В результате получается интерактивная повествовательная система, в которой технологии расширяют выразительную силу визуального искусства.

DEVAR эффективно объединяет аналоговую и цифровую коммуникации, превращая привычный печатный контент в захватывающий учебный процесс, который развивает как визуальное, так и когнитивное восприятие.

Анализ современных тенденций в области цифровых образовательных сред показывает, что интеграция дизайна и информационных технологий стала фундаментальной движущей силой инноваций в образовании и коммуникации.

Современные цифровые системы больше не служат простыми хранилищами информации, они функционируют как интерактивные системы, в которых пользователи активно формируют свой собственный опыт обучения. Они также являются эффективным средством обеспечения адаптивности образовательной системы, ее способностью постоянно приспосабливаться к усложняющимся процессам [4].

Эти среды сочетают в себе визуальный дизайн, разработку пользовательского опыта и технологии, основанные на данных, для создания систем, которые являются одновременно когнитивно эффективными и эмоционально привлекательными.

Современные цифровые среды обучения характеризуются несколькими отличительными особенностями.

Во-первых, они мультимодальны: объединяют текст, изображение, звук, анимацию и пространственное моделирование в едином интерфейсе. Такое сочетание повышает глубину восприятия и поддерживает различные когнитивные стили обучения.

Во-вторых, они адаптивны и используют информационные технологии, такие как искусственный интеллект и аналитика, для персонализации взаимодействия на основе поведения и прогресса пользователей.

В-третьих, они обладают эффектом погружения, предлагая ощущение присутствия с помощью инструментов виртуальной, дополненной и смешанной реальности, которые позволяют пользователям исследовать абстрактные или отдаленные концепции в осязаемой визуальной форме.

В то же время роль дизайна в этих системах выходит за рамки эстетических соображений. Дизайн организует восприятие информации, навигацию по ней и эмоциональную обработку. Он преобразует технологические возможности в доступный и значимый опыт. [5]

Грамотно спроектированная цифровая среда поддерживает баланс между функциональной структурой и эмоциональной привлекательностью, позволяя пользователям чувствовать себя под контролем и вдохновленными.

Информационные технологии играют не менее важную роль, обеспечивая инфраструктуру взаимодействия.

Они обеспечивают коммуникацию в режиме реального времени, трехмерное моделирование, симуляцию сложных процессов и интеграцию различных типов носителей в единую среду.

В результате эффективность современных цифровых инструментов зависит от скоординированного взаимодействия дизайна и технологий — одно формирует форму, другое поддерживает процесс.

В совокупности эти тенденции указывают на переход к цифровым системам, ориентированным на человека, ведь в эру больших данных инструменты визуализации должны помогать, снижая сложность и выделяя полезные шаблоны [7].

Синтез художественного мышления и технологических инноваций превращает образовательное программное обеспечение в форму коммуникации, которая задействует чувства, интеллект и воображение.

Такие системы воплощают новое видение цифрового образования — не как технологической услуги, а как творческого и интерактивного культурного опыта, где границы между искусством, наукой и технологиями продолжают стираться.

Заглядывая вперед, можно сказать, что развитие технологий следующего поколения, таких как искусственный интеллект (ИИ), расширенная реальность (XR) и генеративный дизайн (4), еще больше расширит возможности творческой интеграции искусства и информационных технологий. Интеграция адаптивных образовательных платформ в систему образования представляет собой ключевой элемент цифровой трансформации, способный повысить качество и доступность обучения [6].

Персонализация, управляемая искусственным интеллектом, адаптивные алгоритмы обучения и 3D-среды реального времени позволят образовательным системам динамично реагировать на поведение пользователей и эмоциональную обратную связь.

По мере развития этих технологий, роль дизайна будет становиться все более значимой: он будет служить связующим звеном между творчеством человека, техническими системами и самим процессом обучения.

В заключение — синтез искусства и информационных технологий знаменует собой переход от цифровых инструментов к интеллектуальным средам, ориентированным на человека.

Такие среды объединяют функциональность и выразительность, превращая цифровое образование в пространство, где технологии взаимодействуют через дизайн, а обучение становится интерактивным, эстетичным и глубоко человеческим опытом.

Примечания:

1. AR (Augmented Reality — дополненная реальность) и VR (Virtual Reality — виртуальная реальность) — технологии, создающие цифровую среду с эффектом присутствия пользователя.

2. Varwin Education — платформа для создания виртуальных образовательных сценариев на базе движка Unity без программирования.

3. DEVAR — технология, использующая дополненную реальность для визуализации 3D-объектов поверх печатных материалов.

4. Генеративный дизайн — метод проектирования, при котором алгоритмы создают визуальные решения на основе заданных параметров и анализа данных.

Список литературы:

1. *Полевода И.И., Иваницкий А.Г., Миканович А.С., Пастухов С.М., Грачулин А.В., Рябцев В.Н., Навроцкий О.Д., Лихоманов А.О., Винярский Г.В., Гусаров И.С.* Технологии виртуальной и дополненной реальности в образовательном процессе // Вестник Университета гражданской защиты МЧС Беларуси. — 2022. — № 1. — URL: https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologii-virtualnoy-i-dopolnennoy-realnosti-v-obrazovatelnom-protsesse (дата обращения: 10.02.2026).

2. *Ибрагимова З.М., Зырянова С.А., Айбуев А.Х.А.М.* Подготовка педагогов к внедрению новых технологий в образовательный процесс // Экономика и управление: проблемы, решения. — 2024. — Том 6. — № 11 (152). — С. 117–121.

3. *Горбунова Н.В.* Применение технологий виртуальной реальности в контексте профессионального образования // Проблемы современного педагогического образования. — 2023. — № 79–1. — URL: https://cyberleninka.ru/article/n/primenenie-tehnologiy-virtualnoy-realnosti-v-kontekste-proffesionalnogo-obrazovaniya (дата обращения: 20.02.2026).

4. *Родионов М.А., Кочеткова О.А.* Подготовка будущих учителей к разработке и применению технологий дополненной и виртуальной реальности в профессиональной деятельности // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. — 2022. — № 4 (68). — URL: https://cyberleninka.ru/article/n/podgotovka-buduschih-uchiteley-k-razrabotke-i-primeneniyu-tehnologiy-dopolnennoy-i-virtualnoy-realnosti-v-professionalnoy (дата обращения: 15.02.2026).

5. *Борзунов Г.И., Груздева М.А., Рогачев Н.С.* Эмоциональный дизайн графики современных видео игр // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА / Московская государственная художественно-промышленная академия имени С.Г. Строганова. — 2025. — № 1. — Часть 2. — С. 281–289.

6. *Москвин А.Д., Зырянова С.А.* Цифровая трансформация высшего образования: вызовы интеграции адаптивных образовательных платформ на основе искусственного интеллекта и пути их преодоления // Инновации и информационные технологии в условиях цифровизации экономики: сборник тезисов III международной научно-практической конференции. — Алчевск, 2025. — С. 644–646.

7. *Lowe J., Matthee M.* Requirements of data visualisation tools to analyse big data: a structured literature review // Responsible Design, Implementation and Use of Information and Communication Technology. — 2020. — Vol. 12066. — P. 469–480.

Ю.И. ЗЕЛЕНОВА
К.т.н., доцент кафедры «Компьютерный дизайн» РТУ МИРЭА
e-mail: zelenova.julie@yandex.ru

Е.А. ЧЕРНЫШЕВА
Студент магистратуры кафедры «Компьютерный дизайн» РТУ МИРЭА
e-mail: eliza4bet@gmail.com

П.В. КОНЕВА
Студент магистратуры кафедры «Компьютерный дизайн» РТУ МИРЭА
e-mail: polina.koneva2017@yandex.ru

Y.I. ZELENOVA
Cand. Sc. (Engineering), Associate Professor, Department of Computer Design, RTU MIREA
e-mail: zelenova.julie@yandex.ru

E.A. CHERNYSHOVA
Master's degree student, Department of Computer Design, RTU MIREA
e-mail: eliza4bet@gmail.com

P.V. KONEVA
Master's degree student, Department of Computer Design, RTU MIREA,
e-mail: polina.koneva2017@yandex.ru

DOI: 10.37485/1997-4663_2026_1_2_255_267

НЕЙРОЭСТЕТИКА ВЕБ-ДИЗАЙНА: ИНСТРУМЕНТЫ УПРАВЛЕНИЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИМ ВНИМАНИЕМ

NEUROESTHETICS OF WEB DESIGN: USER ATTENTION MANAGEMENT TOOLS

В статье рассматриваются подходы, ориентированные на управление пользовательским вниманием через синтез принципов нейроэстетики и UX-паттернов: роль эстетического восприятия цифровых интерфейсов определяется взаимодействием трех нейронных систем мозга.
На основе выявленных закономерностей авторами исследования предложена концептуальная модель «Триада перцептивного контроля», включающая три базовых уровня системы: организации, навигации и соответствия, которые формируют проектную структуру целенаправленного управления вниманием пользователя для снижения когнитивной нагрузки и усиления вовлеченности.

The article discusses approaches focused on managing user attention through the synthesis of neuroaesthetics principles and UX patterns: the role of aesthetic perception in digital interfaces is determined by the interaction of three neural systems of the brain.
Based on the identified patterns, the authors of the study propose a conceptual model called the “Triad of Perceptual Control”, which includes three basic system levels: Organization, Navigation, and Congruence (or Compliance). These levels form a design structure for the targeted management of user attention to reduce cognitive load and enhance engagement.

Ключевые слова: нейроэстетика, пользовательское внимание, UX-дизайн, когнитивная нагрузка, перцептивная легкость.
Keywords: neuroaesthetics, user attention, UX design, cognitive load, perceptual fluency.

Введение

В современном UX-дизайне отмечается необходимость выхода за пределы чистой функциональности — это создание не просто удобных, но и эмоционально резонирующих интерфейсов для пользователей. На стыке когнитивной нейронауки и дизайна формируется новая научная дисциплина — нейроэстетика, которая изучает биологические основы восприятия красоты. Исходя из этого, целью данной работы является предложение трансляционной модели восприятия, объединяющей нейроэстетические механизмы и паттерны поведения пользователя для эффективного управления его вниманием.

Актуальность темы обусловлена растущей необходимостью эффективного управления пользовательским вниманием в условиях цифровой перегрузки, смещением фокуса UX-дизайна от строгой функциональности к эмоциональному и когнитивному опыту, а также достижениями нейронаук, позволяющими объективно изучать эстетическое восприятие. Интеграция принципов нейроэстетики и UX-паттернов формирует методологическую основу, отражающую ключевые требования современного проектирования: преодоление разрыва между лабораторными исследованиями и прикладным дизайном для реализации научно-обоснованного подхода к созданию интерфейсов, а также учет культурных и индивидуальных различий пользователей. Проектирование функционального удобства в сочетании с эмоциональным пользовательским комфортом в цифровых продуктах оказывает прямое влияние на бизнес-показатели и их конкурентоспособность.

Проблема исследования: когнитивная нагрузка как критическая переменная UX

Основная проблема современного веб-дизайна — это когнитивная перегрузка, возникающая при превышении возможностей рабочей памяти пользователя. Она проявляется в снижении концентрации, негативных эмоциях и отказе от взаимодействия с дизайн-продуктом [1]. В условиях высокой конкуренции и информационной перенасыщенности 38 % пользователей покидают сайт из-за некачественного визуального оформления, более того первое впечатление формируется всего за 50 мс [2]. Таким образом, существует острая потребность в методах, которые будут способствовать пониманию биологической основы пользовательского восприятия, что необходимо для разработки интерфейсов, удобных не только по функционалу, но и гармонично интегрированных в когнитивные процессы мозга. Именно на этом этапе на первый план выходит нейроэстетика — область, использующая нейробиологические данные для анализа и формирования эстетического опыта.

Традиционно подходы к снижению когнитивной нагрузки были основаны на поведенческом анализе пользователей и интуиции дизайнеров, но с развитием технологий появилась необходимость построения системной методологии в данной области. В 1988 году австралийский

психолог Джон Свеллер сформулировал теорию когнитивной нагрузки, разделив ее на три типа: внутреннюю (присущую самой задаче), внешнюю (вызванную способом подачи информации) и релевантную (связанную с обучением и освоением интерфейса) [2, 3]. В 2000 году американский UX-исследователь Стив Круг популяризировал идею минимализма в своей книге «Не заставляйте меня думать», предложив принцип согласно которому интерфейс должен быть настолько простым, чтобы пользователь никогда не задавался вопросом «что делать дальше?» [3]. Позднее, в 2014 году, американский нейробилог Анджан Чаттерджи и канадский нейробиолог Оливьер Вартанян разработали модель «Триадическая модель эстетического опыта», описывающую взаимодействие сенсорно-моторной, эмоционально-оценочной и когнитивной систем мозга в процессе эстетического восприятия [5]. Далее эта триадическая модель будет рассмотрена более подробно в качестве теоретико-методологической основы для разработки авторской концептуальной модели управления вниманием пользователя.

Приведенные выше подходы имеют практическую пользу для дизайнеров, но, вместе с тем, существует и ряд ограничений. К примеру, они не могут объяснить причины, по которым тот или иной дизайн вызывает перегрузку. Их применение часто сводится к соблюдению общих правил без глубокого понимания влияния на мозг человека.

Нейрофизиологическая основа эстетического восприятия. Триада сенсорно-моторной, эмоционально-оценочной и когнтивиной систем

Современная нейроэстетика предлагает сложную, многоуровневую картину, в которой эстетический опыт не сводится к одной области мозга, а представляет собой результат взаимодействия нескольких крупномасштабных нейронных сетей. Визуальные паттерны веб-интерфейсов (симметрия, контраст, простота, иерархия) не просто влияют на субъективную оценку «красоты», но и напрямую модулируют активность специфических нейронных систем, управляющих вниманием, эмоциональной оценкой и когнитивной нагрузкой. Эффективный UX-дизайн — это не эстетический выбор, а результат осознанного управления этими системами для достижения баланса между перцептивной лёгкостью и семантической насыщенностью.

Одной из наиболее влиятельных и подтвержденных многочисленными исследованиями моделей является «Триадическая модель эстетического опыта», составленная на основе трех взаимосвязанных нейронных систем, которая была предложена учеными-нейробиологами Аниджем Чаттерджи из США и Оливьером Вартанианом из Канады в 2014 году [5]. Эта модель может служить отправной точкой для анализа того, как такие фундаментальные принципы дизайн-проектирования как симметрия, простота и контраст, формируют нашу оценку и поведение в цифровой среде.

Первая система, составляющая триаду, — это сенсорно-моторная система. Ее основная функция — это обработка базовых перцептивных характеристик стимулов, таких как форма, движение, цвет и текстура. Эта система обеспечивает первичный, автоматический анализ входящей информации без необходимости в осознанном усилии. Она напрямую связана с низкоуровневыми зрительными путями и включает в себя широкий спектр областей коры головного мозга. Кроме того, эта система включает в себя зоны, ответственные за обработку движения, такие как зрительная область движения (visual motion area), что имеет значение для дизайна анимированных элементов и микровзаимодействий.

Вторая система — эмоционально-оценочная система. Если сенсорно-моторная система отвечает за зрительное восприятие образа (что видит пользователь), то эта система отвечает за эстетическую оценку (насколько пользователю это нравится). Эта система тесно связана с подкорковыми структурами, такими как стриатум (включая nucleus accumbens) и миндалевидное тело (amygdala). Стриатум играет центральную роль в интеграции перцептивных, оценочных и вознаграждающих компонентов для формирования эстетического суждения. Миндалевидное тело и передняя поясная извилина связаны с обработкой эмоций, в частности с реакцией удовлетворения. Активация этих областей объясняет, почему взаимодействие с хорошо спроектированным интерфейсом вызывает чувство удовлетворения и позитивных эмоций, мозг получает сигнал о вознаграждении, который часто связан с высвобождением дофамина.

Третья, когнитивная система, отвечает за интеграцию воспринятого стимула с имеющимся у нас знанием, опытом и контекстом. Он позволяет нам делать осмысленные суждения, а не просто реагировать на сенсорные данные. Эта система требует большего участия рабочей па-

мяти и задействует такие области, как дорсолатеральная префронтальная кора. Данная система объясняет, почему один и тот же дизайн может восприниматься совершенно по-разному, в зависимости от культуры, личного опыта или текущей задачи пользователя.

Эти системы, согласно триадической модели, не работают изолированно: эстетическое восприятие формируется как результат взаимодействия сенсорных процессов первичного восприятия, эмоционально-оценочных реакций, определяющих субъективную ценность объекта и когнитивных механизмов интерпретации, таким образом, взаимодействие и динамическая функциональная связность этих систем определяют весь эстетический опыт.

Ключевые принципы визуального восприятия в нейроэстетике. Симметрия. Контраст и простота (в динамике Bottom-Up и Top-Down)

Симметрия — одна из наиболее известных и универсальных эстетических категорий, которая занимает центральное место в нейроэстетике. Ее визуальное предпочтение у человека глубоко укоренено в фундаментальных принципах работы зрительной системы и имеет четкое нейробиологическое обоснование, выходящее за пределы культурных предпочтений. Это делает ее мощным инструментом для организации визуального потока, управления вниманием и создания ощущения гармонии и стабильности, что критически важно для UX-дизайна. Изучение принципа симметрии следует начать с самого низкого уровня — нейронных маркеров, чтобы понять, почему он имеет очевидно выраженную степень влияния на восприятие.

В контексте UX-дизайна нейроэстетические свойства симметрии находят прямое практическое применение. Во-первых, симметрия является ключевым элементом визуальной иерархии и структуры. Использование симметричных сеток и балансированных композиций помогает пользователям быстро понять структуру страницы, сгруппировать связанные элементы и предсказать расположение информации. Это снижает когнитивную нагрузку и создает ощущение порядка и стабильности, приводит к меньшему количеству зрительных фиксаций и меньшей продолжительности каждой фиксации, что является прямым показателем снижения когнитивного напряжения. Во-вторых, симметрия играет центральную роль в формировании F- и Z-паттернов сканирования, которые являются стандартными моделями визуального поведения пользователей в UX-дизайне [6]. При том, что эти паттерны часто объясняются исключительно ориентацией взгляда пользователя при чтении текста, более глубокий анализ данных айтрекинга показывает, что они являются следствием автоматической ориентации мозга на симметрию и порядок [7]. Горизонтальные строки текста создают естественную горизонтальную симметрию, а вертикальный ствол F-паттерна соответствует границе окна просмотра, которая является мощной вертикальной симметрией. Таким образом, F-паттерн — это не столько «сканирование текста», сколько быстрый поиск перцептивно легких, повторяющихся структур. Исследование, показавшее, что локальная симметрия является значительно лучшим предиктором человеческих фиксаций, чем контрастные модели, дополнительно подкрепляет эту гипотезу [8]. Симметрия действует как магнит для взгляда, направляя его по наиболее легким для обработки мозгом траекториям.

Если симметрия формирует фундаментальную структуру и порядок в человеческом восприятии, то контраст и простота (закон простоты или закон Прэгнанц — принцип в гештальт-психологии, согласно которому мозг стремится упрощать сложную информацию) являются двумя дополнительными основами, которые управляют динамикой пользовательского внимания в цифровой среде. Вместе они представляют дихотомию двух основных типов визуального внимания: bottom-up (низовое, стимулориентированное) и top-down (верхнеуровневое, цель-ориентированное) [9]. Понимание этой динамики является ключом к созданию интерфейсов, которые одновременно интуитивно понятны и эффективно направляют пользователя на выполнение его задач. Контраст, как правило, является двигателем нижнеуровневого внимания, автоматически привлекая взгляд, тогда как закон Прэгнанц создает условия для эффективного верхнеуровневого внимания, позволяя пользователю сосредоточиться на своей цели, а не на самом процессе обработки информации. Контраст характеризуется разницей в яркости, цвете, размере или форме между элементами на странице. Его особенность заключается в способности немедленно и автоматически привлекать внимание, поскольку он действует как мощный bottom-up сигнал. Bottom-up внимание, управляемое контрастом и простотой, отвечает за то, на какой участок пользователь посмотрит в первую очередь, что является критически важным для привлечения внимания к ключевым

элементам, таким как кнопки регистрации или предложения. Однако, еще советский психофизиолог Альфред Ярбус в своих ранних исследованиях показал, что истинное внимание и решение задачи определяются top-down контролем. Когда пользователь имеет четкую цель, например, найти цену билета на сайте авиакомпании, он будет целенаправленно искать нужную информацию, игнорируя яркие, но неважные для него элементы на странице.

Отмечается, что сами принципы простоты и контраста могут быть модулированы top-down влиянием: например, исследования показывают, что изменение контрастности чувствительности глаз можно измерять с помощью eye-tracking, что демонстрирует прямую связь между этим физиологическим параметром и поведением пользователя [10]. Также было отмечено, что простота и знакомые элементы увеличивают воспринимаемую эстетику сайта, в то время как сложность, даже если она знакома, снижает ее. Это говорит о том, что наша оценка простоты зависит от наших предыдущих знаний и ожиданий.

Рассмотренные базовые принципы визуального восприятия такие, как симметрия, контраст и простота способствуют снижению когнитивной нагрузки за счет оптимального взаимодействия Bottom-Up и Top-Down процессов обработки информации. Таким образом, можно сформулировать, что грамотный с точки зрения UX-дизайна интерфейс — это баланс между перцептивной легкостью и семантической значимостью.

Теоретическая модель «Триада перцептивного контроля»: синтез нейроэстетики и UX-паттернов

Существующие модели (теории) когнитивной нагрузки и нейроэстетической триады, которые были рассмотрены выше, описывают состояние пользователя, но не предоставляют дизайнеру способов для управления этим состоянием в реальном времени. Они статичны, тогда как взаимодействие с интерфейсом — динамический процесс, где каждый клик способен изменять контекст. Кроме того, они не разрешают противоречия между универсальными биологическими предпочтениями (например, склонность к предпочтению восприятием симметрии) и индивидуальным, культурным опытом.

На основе комплексного анализа нейроэстетических принципов и паттернов поведения пользователя авторами исследования предложена новая интегративная теоретическая модель, которая способствует раскрытию взаимосвязи между наукой о восприятии и практикой UX-дизайна и систематизирует эти данные (таб. 1). Модель «Триада перцептивного контроля» рассматривает разработку эффективного дизайна не как набор изолированных рекомендаций, а как синергетическую систему, работающую на трех взаимосвязанных уровнях. Каждый уровень соответствует определенному уровню нейробиологической обработки информации в мозге и направлен на управление вниманием пользователя с помощью специфических нейроэстетических инструментов. Эта модель позволяет дизайнерам мыслить не о «красивых» элементах, а об «эффективных» средствах управления когнитивными процессами.

Первый уровень или «Уровень 1 — Организация» строится на фундаментальных принципах симметрии, которые минимизируют когнитивную нагрузку. Его основная цель — создать интуитивно понятную структуру, которая позволяет мозгу пользователя мгновенно распознать иерархию контента без необходимости в дополнительных усилиях. На этом уровне применяются законы Гештальта, такие как близость (соседние элементы воспринимаются как группа), схожесть (визуально похожие элементы имеют общую функцию) и замыкание (мозг дополняет недостающие части для создания целостного образа).

Использование симметричных сеток, правильных иерархических структур и предсказуемых паттернов визуализации позволяет создать «бесшовный» опыт, в котором пользователь не осознает самого процесса обработки информации. Это прямое применение теории процессинговой легкости, согласно которой стимулы, легко обрабатываемые мозгом, вызывают положительные эмоции. Эффективность этого уровня подтверждается многочисленными исследованиями, которые показывают, что более симметричные и организованные интерфейсы приводят к значительно меньшему количеству фиксаций и меньшей продолжительности каждой фиксации, что является прямым показателем снижения когнитивного напряжения [11].

Второй уровень, «Уровень 2 — Навигация», отталкивается от принципов контраста и закона Фигуры/Фона, и его цель — это создать явные и понятные пути для взгляда и доступных действий. Он работает преимущественно в режиме bottom-up, используя мощные нижнеуровневые стимулы для немедленного привлечения внимания к критически важным

элементам интерфейса. Высокий контраст, яркие цвета, значительные различия в размере и уникальные формы используются для создания «фигур» (кнопки, ссылки, заголовки), которые резко выделяются на фоне остального контента. Это позволяет мозгу пользователя быстро идентифицировать функциональные элементы и целевые зоны, минимизируя время поиска и ошибки. Исследования подтверждают, что высококонтрастные элементы привлекают наибольшее количество фиксаций, что делает их подходящими для направления внимания [5, 6]. Этот уровень напрямую отвечает за создание визуальной иерархии, где первостепенное значение отдается наиболее важным элементам.

Третий уровень, «Уровень 3 — Соответствие» основан на контролируемом мышлении и динамике внимания, и его целью является синхронизация работы двух предыдущих уровней с целями, контекстом и индивидуальными особенностями пользователя. Он признает, что нижние уровни обеспечивают базовое внимание, но именно верхнеуровневый, целенаправленный контроль определяет, куда пользователь в конечном итоге обратит внимание. Дизайн веб-интерфейсов должен быть достаточно гибким, чтобы адаптироваться к различным задачам. Например, для задачи «быстрого поиска» (например, сравнение цен) будут важны крупные цифры, четкая вертикальная ориентация и высокий контраст для разделителей. В то же время, для задачи «глубокого чтения» (например, просмотр длинного документа) важны удобная типография, горизонтальное сканирование и минималистичный дизайн, чтобы не отвлекать пользователя от содержания. Этот уровень использует знание о том, что семантическая значимость объекта (его контекстуальная ценность) может перевешивать его перцептивную заметность. Например, лицо человека в изображении может привлечь внимание даже при меньшем контрасте, чем другие элементы, потому что оно имеет высокую семантическую значимость. Этот уровень также учитывает индивидуальные различия, такие как возраст, опыт и культурный бэкграунд, которые могут влиять на восприятие и взаимодействие с интерфейсом.

Синтез этих трех уровней в единую модель «Триада перцептивного контроля» предоставляет теоретическую базу для понимания того, как успешный UX-дизайн достигается через управление вниманием. Эти уровни не являются последовательными, а работают параллельно и взаимодействуют друг с другом.

Таблица 1. Теоретическая модель «Триада перцептивного контроля»

Уровень модели	Основной принцип	Цель	Механизм	Пример для UX-дизайна
Уровень 1 — Организация	Симметрия	Минимизация когнитивной нагрузки, создание перцептивной легкости	Использование сеток, баланса, законов Гештальта для быстрой идентификации структуры и иерархии	Чистый макет с четкой иерархией, использование белого пространства для изоляции элементов
Уровень 2 — Навигация	Контраст, Закон Фигуры / Фона	Создание явных путей и доступных действий	Использование высокого контраста, ярких цветов для создания «фигур» (CTA, заголовки), которые привлекают внимание автоматически	Яркая, высококонтрастная кнопка «Купить» на светлом фоне
Уровень 3 — Соответствие	top-down внимание, Динамика внимания	Адаптация дизайна к целям и контексту пользователя	Понимание, что цели пользователя определяют, куда он обратит внимание, и дизайн должен быть гибким для разных задач	Интерфейс для быстрого поиска использует Z- паттерн, а интерфейс для чтения — F-паттерн

Эта модель позволит дизайнерам принимать более обоснованные решения, с учетом понимания того, каким образом их решения влияют на когнитивные и эмоциональные процессы пользователя, а не только на внешний вид интерфейса. Она переводит дизайн из категории искусства в категорию науки, где каждое решение имеет нейробиологическое обоснование.

Заключение

Нейроэстетические принципы следует рассматривать не с позиции догматических правил, а как «законы физики» визуального восприятия, позволяющие осознанно снижать когнитивную нагрузку и управлять вниманием. Симметрия, контраст и простота — это необходимые базо-

вые инструменты: симметрия обеспечивает структуру и перцептивную легкость, контраст целенаправленно выделяет ключевые элементы (например, CTA), а принцип оптимизации когнитивной обработки информации через порядок и предсказуемость формирует доверие и положительный опыт. При этом эффективность дизайна определяется не внешней «красотой», а ответом на вопросы: «Как это помогает пользователю?» и «Как это минимизирует его когнитивные усилия?». Также, критически важен учет контекста: F- и Z-паттерны, уровень детализации и визуальная насыщенность должны адаптироваться под задачу (поиск либо глубокое чтение), а также под индивидуальные и культурные особенности пользователя. Будущие исследования должны выходить за лабораторные рамки — использовать мобильный eye-tracking в естественных условиях, изучать динамические интерфейсы (анимации, микроинтеракции) и интегрировать мультимодальные биометрические данные (ЭЭГ, КГР). В результате UX-дизайн трансформируется из интуитивной практики в когнитивно-инженерную дисциплину, где каждое решение — это проверяемая гипотеза о работе мозга. Нейроэстетика акцентирует внимание не на визуальной привлекательности дизайна, а на его когнитивной эффективности: каждое дизайнерское решение можно обосновать через его влияние на мозг. Качественный интерфейс — это синтез трех уровней «Триады перцептивного контроля» (Уровень 1 — Организация, Уровень 2 — Навигация, Уровень 3 — Соответствие). Будущее дизайн-проектирования интерфейсов будут определять разработки инклюзивных, адаптивных интерфейсов, где портативные нейросенсоры (fNIRS, ЭЭГ-шлемы) позволяют персонализировать UX-опыт в реальном времени.

Список литературы:

1. *Котюсов А.И.* Рабочая память и внимание при когнитивной перегрузке: индивидуальные различия и динамика нейрокогнитивных характеристик: диссертация на соискание ученой степени кандидата психологических наук: 19.00.02 / Котюсов Александр Игоревич. — Екатеринбург, 2023. — 203 с.

2. *Sweller J.* Cognitive Load During Problem Solving: Effects on Learning // Cognitive Science. — 1988. — Vol. 12. — № 2. — P. 257–285.

3. *Krug S.* Don't Make Me Think: a Common Sense Approach to Web Usability. — 1st ed. — Indianapolis: New Riders, 2000. — 208 p.

4. *Урбанович М.В.* Принципы разработки пользовательских интерфейсов / М. В. Урбанович, К. А. Ковалева // Современные инновации, системы и технологии. — 2023. — Т. 3. — № 4. — С. 363–374. — URL: https://cyberleninka.ru/article/n/printsipy-razrabotki-polzovatelskih-interfeysov (дата обращения: 25.09.2025).

5. *Chatterjee A., Vartanian O.* Review of computational neuroaesthetics: bridging the gap between neuroscience and aesthetics // Brain Sciences. — 2020. — Vol. 10. — № 11. — P. 798. — DOI: 10.3390/brainsci10110798.

6. *Nielsen J., Loranger H.* Prioritizing Web Usability / J. Nielsen, H. Loranger. — Berkeley: New Riders, 2006. — 352 p.

7. How Eye Movement Affects User Experience on Screens [Электронный ресурс] // Go Thrive MH: Mental Health & UX Insights. — 2024. — URL: https://gothrivemh.com/how-eye-movement-affects-user-experience-on-screens/ (дата обращения: 26.09.2025).

8. *Канан К. М., Тонг М. Х., Чжан Л., Коттрелл Г.В.* Прогнозирование точек фиксации глаз на сложных визуальных стимулах с использованием локальной симметрии / К.М. Канан, М.Х. Тонг, Л. Чжан, Г. В. Коттрелл // Journal of Vision. — 2011. — Том 11. — № 2. — Ст. 29. — С. 1–16. — URL: https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3059820/ (дата обращения: 28.09.2025).

9. Human attention and its implications for human-computer interaction / D.A. Engelhardt et al. // Proceedings of the Annual Conference on Human Factors in Computing Systems. — 2012. — P. 1–10.

10. *Sweller J.* Cognitive Load Theory and Educational Technology // Educational Technology Research and Development. — 2020. — Vol. 68. — P. 1–16.

11. Evaluation Method for Virtual Museum Interface Integrating Layout Aesthetics and User Visual Cognition / Z. Wang, Y. Li, H. Zhang // Applied Sciences. — 2024. — Vol. 14, iss. 16. — Art. no. 7006. — URL: https://www.mdpi.com/2076-3417/14/16/7006 (дата обращения: 08.10.2025).

Я.М. ШЕСТАК
Аспирант Российского государственного университета им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)
e-mail: shestak.jasmin@gmail.com

Н.Ю. КАЗАКОВА
Доктор искусствоведения, профессор Российского государственного университета им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)
e-mail: kazakova-nu@rguk.ru

J.M. SHESTAK
Postgraduate of the Russian state University A.N. Kosygin (Technology. Design. Art)
e-mail: shestak.jasmin@gmail.com

N.Y. KAZAKOVA
Doctor of arts, professor of the Russian State University A.N. Kosygin (Technology. Design. Art)
e-mail: kazakova-nu@rguk.ru

DOI: 10.37485/1997-4663_2026_1_2_268_275

ПРАКТИКИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ПРОЕКТИРОВАНИИ ЦИФРОВЫХ ИГР

THE PRACTICE OF USING ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN THE ARTISTIC DESIGN OF DIGITAL GAMES

В статье рассматриваются наиболее актуальные примеры практического использования технологии искусственного интеллекта (от англ. Artificial Intelligence, далее ИИ) в художественном проектировании цифровых игр. Сформулированы основные этапы внедрения технологии в инструментарий современных разработчиков и проанализированы успешные игровые проекты, реализованные в условиях концептуальной парадигмы Human-AiCo-Creation (совместное креативное проектирование человека и искусственного интеллекта). Также рассмотрены перспективы использования технологии по разным направлениям разработки, оптимизации и автоматизации рутинных процессов, предоставляемые ИИ-агентами.

This article examines the most relevant examples of the practical use of artificial intelligence (AI) technology in the artistic design of digital games. It outlines the key stages of technology implementation in modern development tools and analyzes successful game projects implemented within the Human-AiCo-Creation (human-AI collaborative creative design) paradigm. It also explores the potential for using this technology in various areas of development, optimization, and automation of routine processes provided by AI agents.

Ключевые слова: искусство, нейросети, искусственный интеллект, цифровые технологии, цифровые игры, художественные практики, алгоритмы.
Keywords: art, neural networks, artificial intelligence, digital technologies, digital games, artistic practices, algorithms.

История компьютерных игр ведет свое начало с 40-х годов XX века. Тогда, в условиях технологического подъема, обусловленного спецификой социокультурного контекста, были инициированы первые разработки в области прикладного программирования, направленные на изучение интерактивных вычислительных систем и вычислительной визуализации.

Благодаря междисциплинарному синтезу инженерии, ранней кибернетики и компьютерной графики, в 1940–70-е годы был создан целый ряд прототипов интерактивных произведений, впоследствии послуживших фундаментом для формирования современного образа цифровых компьютерных игр как неотъемлемой части медиаиндустрии.

Среди наиболее ранних попыток художественной интерпретации вычислительного процесса можно выделить интерактивную электронную игру Cathode Ray Tube Amusement Device, разработанную физиками Томасом Т. Голдсмитом-младшим и Эстл Рэем Манном в 1947 году. Развлекательное устройство было представлено как симуляция управления ракетами на экране электронно-лучевой трубки осциллографа. Это

изобретение было запатентовано, однако коммерческого эффекта не дало. Концептуальным продолжением эксперимента в области изучения возможностей аналогового моделирования можно считать игру Tennis for two (1958), созданную Уильямом Хигинботамом на осциллографе DuMont Type 304-A. Несмотря на то, что изначально прибор предназначался для анализа сигналов и имел утилитарный сценарий использования, У. Хигинботам применил его для визуализации траектории мяча, воссоздав симуляцию игры в теннис. Проект был продемонстрирован на выставке и получил колоссальное внимание общественности.

Конец 60-х — начало 70-х годов является точкой невозврата для всего экспериментального направления. Если ранее разработка реализовывалась в достаточно кулуарных условиях, то с изобретением первой в мире игровой консоли TV Game Unit #7, которую прозвали «коричневым ящиком», Brown Box (1966–1968), завершение доиндустриального этапа и переход к серийному производству оказался неизбежным. При участии инженеров Билла Харрисона и Билла Руша, Р. Баер создал универсальную приставку, предназначенную для подключения к домашнему телевизору, тем самым ознаменовав тенденцию массового распространения игровых технологий. Устройство поддерживало воспроизведение нескольких встроенных игр и стало прообразом первой коммерческой приставки Magnavox Odyssey (1972), ставшей культурно-экономическим феноменом.

Начиная со второй половины XX века и по настоящее время, исследователями отмечается переход от экспериментального технического проектирования к институционализированной модели производства и потребления игр, характерными для которой стали: а) интерактивность; б) развитие экранных пользовательских режимов; в) модульная логика игр (вариативность). Вместе со стремительным развитием вычислительных мощностей процесс разработки игровых проектов начал претерпевать существенные изменения, направленные на автоматизацию и оптимизацию процессов на всех направлениях разработки.

По-настоящему культовым проектом, иллюстрирующим ранний этап стабилизации новых принципов индустрии, является аркадная игра Тору Иватани Pac-Man (Namco) 1980 года. В основе игры лежит концепция модульного дизайна, в которой используется статичный лабиринт-сетка (maze-grid). По этой сетке происходит основное перемещение цифровых объектов, что позволяет контролировать их навигацию и взаимодействие. Для персонажей-призраков были разработаны уникальные модели поведения (преследование, предостережение, отступление), служащие примером прогрессивной ранжированной системы. Впервые между уровнями были интегрированы анимационные кат-сцены (англ. — cutscene), выступающие в роли автономных нарративных модулей, поддерживающих динамику повествования.

Аркадная игра Pac-Man стала знаковым прецендентом, предвосхитившим новые тенденции по автоматизации пайплайна (от англ. pipeline — «трубопровод»), обеспечивающего стандартизацию и визуализацию рабочих процессов на всех уровнях разработки и оказала значительное влияние на развитие всей игровой индустрии. Именно после 1980 года разработчики компьютерных игр начали активное внедрение алгоритмических систем, во многом повлиявших на современный образ игровых проектов, реализуемых уже с помощью более совершенных вычислительных систем, построенных на основе ИИ технологий — программ на базе искусственного интеллекта.

Мы провели многомерный анализ задействования искусственного интеллекта в процессе производства компьютерных игр, рассматривая современные многофункциональные технологии, приемы и методы в различных зарубежных проектах, отличающихся креативным подходом к созданию игры. В таблице 1 представлены результаты нашего исследования, отражающие наиболее популярные стратегии применения искусственного интеллекта в пайплане разработки современных игровых проектов, демонстрирующих состоятельность и практическую значимость концепции Human-AiCo-Creation. В столбце «Роли агентов (а)/(б)», под (а) агентом мы представляем автоматизированные процессы разработки, делегированные ИИ-агентам [6], а под (б) описываем роль человека (разработчика), отвечающего непосредственно за курирование контента, производство которого осуществляется по генеративным цепочкам ИИ.

На данный момент, в связи со стремительным совершенствованием технологий, игровая индустрия продолжает претерпевать значительные изменения. В 2025 году, по данным аналитического агентства Statista, внедрение агентов искусственного интеллекта присутствует в производственных планах более чем 80% разработчиков мобильных и AAA-игр [2]. Во многом это связано со способностью искусственного интеллекта значительно снижать затраты на создание, адаптацию и тестирование игрового контента, а также ускорять производственные процессы и повышать степень персонализации пользовательского опыта [3].

Таблица 1. Использование ИИ-агентов в разных направлениях разработки

Направление разработки	**Генеративная цепочка ИИ**	**Роли агентов** а) / б)
Концепт-арт	Midjourney [7], Krea AI [8], DALLE [9], Adobe Photoshop [10], Blender [11]	а) Генерирует концепты персонажей, окружения, предметов и т. д. б) Формулирует промпты, отбирает, комбинирует и дорабатывает вручную полученный контент.
3D моделирование	Kaedim [12], Meshi [13], Luma AI [14]	а) Генерация моделей по 2D-референсу, реконструкция объектов. б) Проверка топологии, ретопология, текстурирование.
Анимация (риггинг персонажей)	Cascadeur [16], Plask [17], Audio 2 Face [18]	а) Генерация движения, лицевой анимации, риггинг по видео или аудио. б) Коррекция пластики, финальная чистка анимации.
Нарративный дизайн	Inworld AI [19], Charisma.ai [20]	а) Генерация диалогов, биографий персонажей, ветвление сюжетов. б) Задает логику взаимодействий, редактирует структуру, утверждает сюжетную ось.
Геймдизайн	Unity ML-Agents [21], Promethean AI [22]	а) Прототипирование, тестирование: создание механик, их проверка и корректировка. б) Настройка и калибровка логики, симуляция, управление балансом.
Аудиодизайн	ElevenLabs [23], Replica Studios [24]	а) Синтез речи, адаптация голоса под персонажа. б) Расстановка нужных акцентов.
UI/UX-дизайн	Uizard [25], Galileo AI [26], Figma [27]	а) Генерация макетов интерфейсов, адаптивные элементы. б) Уточнение композиции, стиля, взаимодействие элементов.
Тестирование / QA	Modl.ai [28], Unity TestBot [29]	а) Автоматизированное тестирование поведения, поиск погрешностей и ошибок системы. б) Анализ и интерпретация полученных результатов.

Согласно определению медиафилософа Л. Мановича, современные цифровые игры — это «программируемые интерактивные среды», в которых пользователь взаимодействует не только с визуальными или повествовательными слоями, но и с процедурной логикой и вычислительными алгоритмами в режиме реального времени [4]. Отметим, что интеграция инструментов искусственного интеллекта в процессы геймдизайна приводит к усложнению как технологической, так и перцептивной составляющей игровых проектов. Современные игровые миры становятся не просто результатом ручного конструирования, а динамическими системами, в которых поведение объектов и персонажей генерируется или адаптируется на основе анализа данных, собранных во время взаимодействия с игроком [5].

В условиях новой культурной парадигмы стоит уже говорить и о становлении нового термина, интерпретирующего изменения тенденций в производстве современных игр, в которых искусственный интеллект выступает полноценным агентом. Концептуальная модель Human-AiCo-Creation представляет совместное творчество человека и искусственного интеллекта как гибридный творческий процесс, в котором, человек и ИИ взаимодействуют в равноценных условиях. Основной фокус модели смещен на поддержание баланса ответственности, при котором креативная интенция человека первична, а исполнение рутинных задач делегировано искусственному интеллекту.

В условиях беспрерывного развития инструментов генеративного ИИ и повсеместного внедрения автоматизации производственных процессов в игровой индустрии ключевой проблемой становится сохранение баланса между технологической эффективностью и экспериментальностью, новаторством. Несмотря на очевидные преимущества внедрения ИИ, среди которых отметим ускорение пайплайна, снижение затрат и расширение творческих возможностей, мы предполагаем, что чрезмерная автоматизация может привести к стандартизации контента, обесцениванию авторского подхода и риска утраты семантической глубины цифровых игр как целостного культурного явления. Таким образом, мы фиксируем, что устойчивое развитие игровой индустрии в эпоху ИИ-агентов возможно лишь при условии полноценной стабилизации роли человека как визионера и обладателя креативной интенции, и именно это должно оставаться приоритетом на последующих фазах автоматизации.

Список литературы:

1. Gitnux. Тенденции развития игр на 2024–2025 годы [Электронный ресурс]. — URL: https://gitnux.org/game-development-trends (дата обращения: 12.06.2025).

2. Статистика. Отчет об ИИ в индустрии мобильных игр за 2025 год [Электронный ресурс]. — URL: https://www.statista.com/statistics/ai-in-games (дата обращения: 21.06.2025).

3. Gartner. Новые технологии: игровые инструменты ИИ 2024 [Электронный ресурс]. — URL: https://www.gartner.com/en/newsroom/ai-game-2024 (дата обращения: 22.06.2025).

4. *Манович Л.* Язык новых медиа. — Москва: Новое литературное обозрение, 2019.

5. *Гудфеллоу И., Бенжио Ю., Курвиль А.* Глубокое обучение. — Москва: Издательство MIT, 2016.

6. IBM. Статья про AI-агенты [Электронный ресурс]. — URL: https://www.ibm.com/think/topics/ai-agents (дата обращения: 22.06.2025).

7. Midjourney. Основная страница проекта [Электронный ресурс]. — URL: http://midjourney.com (дата обращения: 10.07.2025).

8. Krea.ai. Основная страница проекта [Электронный ресурс]. — URL: https://www.krea.ai/ (дата обращения: 12.07.2025).

9. Dalle. Основная страница проекта [Электронный ресурс]. — URL: https://dalle.com.ru/ (дата обращения: 17.07.2025).

10. Adobe. Основная страница продукта [Электронный ресурс]. — URL: https://www.adobe.com/products/photoshop.html (дата обращения: 18.07.2025).

11. Blender. Основная страница проекта [Электронный ресурс]. — URL: https://www.blender.org/ (дата обращения: 18.07.2025).

12. Kaedim3d. Основная страница проекта [Электронный ресурс]. — URL: https://www.kaedim3d.com/ (дата обращения: 19.07.2025).

13. Meshy. Основная страница проекта [Электронный ресурс]. — URL: https://www.meshy.ai/ (дата обращения: 20.07.2025).

14. Lumalabs. Основная страница проекта [Электронный ресурс]. — URL: https://lumalabs.ai/ (дата обращения: 25.07.2025).

15. Cascadeur. Основная страница проекта [Электронный ресурс]. — URL: https://cascadeur.com/ (дата обращения: 26.07.2025).

16. Plask. Основная страница проекта [Электронный ресурс]. — URL: https://plask.ai/en-US (дата обращения: 26.07.2025).

17. Nvidia. Статья о современной технологии генеративного искусственного интеллекта Audio2Face с открытым исходным кодом. [Электронный ресурс]. — URL: https://developer.nvidia.com/blog/nvidia-open-sources-audio2face-animation-model/ (дата обращения: 27.07.2025).

18. Inworld. Основная страница проекта [Электронный ресурс]. — URL: https://inworld.ai/ (дата обращения: 28.07.2025).

19. Charisma. Основная страница проекта [Электронный ресурс]. — URL: https://charisma.ai/ (дата обращения: 28.07.2025).

20. Github. Страница проекта Unity Machine Learning Agents Toolkit (ML-Agents) [Электронный ресурс]. — URL: https://github.com/Unity-Technologies/ml-agents (дата обращения: 29.07.2025).

21. Prometheanai. Основная страница проекта [Электронный ресурс]. — URL: https://www.prometheanai.com/ (дата обращения: 29.07.2025).

22. Elevenlabs. Основная страница проекта [Электронный ресурс]. — URL: https://help.elevenlabs.io/ (дата обращения: 29.07.2025).

23. Deepgram. Основная страница проекта [Электронный ресурс]. — URL: https://deepgram.com/ai-apps/replica (дата обращения: 01.08.2025).

24. Uizard. Основная страница проекта [Электронный ресурс]. — URL: https://uizard.io/ (дата обращения: 01.08.2025).

25. Galileo. Основная страница проекта [Электронный ресурс]. — URL: https://galileo.ai/ (дата обращения: 02.08.2025).

26. Figma. Основная страница проекта [Электронный ресурс]. — URL: https://www.figma.com/ai/ (дата обращения: 05.08.2025).

27. Modl. Основная страница проекта [Электронный ресурс]. — URL: https://modl.ai/ (дата обращения: 07.08.2025).

28. Unity. Основная страница проекта [Электронный ресурс]. — URL: https://unity.com/ (дата обращения: 10.08.2025).

З.С. ШОГЕНОВА
Старший преподаватель кафедры «Архитектура и дизайн» КБГУ им. Х.М. Бербекова
e-mail: z.u.safar@mail.ru

М.Р. РЕЗАПУРОВА
Студент 4 курса направления Дизайн института архитектуры, строительства и дизайна КБГУ им. Х.М. Бербекова
e-mail: asultanova2801@yandex.ru

Z.S. SHOGENOVA
Senior Lecturer of the Department of Architecture and Design, KBSU named after Kh.M. Berbekov
e-mail: z.u.safar@mail.ru

M.R. REZAPUROVA
4th year student of the Department of Design at the Institute of Architecture, Construction, and Design of KBSU named after Kh.M. Berbekov
e-mail: asultanova2801@yandex.ru

DOI: 10.37485/1997-4663_2026_1_2_276_-282

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ПОРТРЕТ В СОВРЕМЕННОЙ ИЛЛЮСТРАЦИИ: МЕТОДЫ ВИЗУАЛЬНОЙ ТРАНСЛЯЦИИ ХАРАКТЕРА (НА ОСНОВЕ АВТОРСКОЙ СЕРИИ ЦИФРОВЫХ ПОРТРЕТОВ)

PSYCHOLOGICAL PORTRAITURE IN CONTEMPORARY ILLUSTRATION: METHODS OF VISUALLY CONVEYING CHARACTER (BASED ON THE AUTHOR'S SERIES OF DIGITAL PORTRAITS)

В статье рассматриваются художественные и выразительные стратегии передачи внутреннего мира человека в условиях цифровой среды. Авторы рассматривают психологический портрет как визуальный текст, в котором раскрытие характера достигается не через фотореалистичное изображение, а через целенаправленное использование цвета, линии, композиции, стилизации и визуальных метафор. На примере собственной серии цифровых портретов демонстрируется, что такие художественные средства, как монохромная палитра, минималистский фон, акцент на мимике и жестах, деформация формы и выразительный ракурс, способствуют концентрации внимания зрителя на ключевых эмоциональных проявлениях. Особое внимание уделяется роли цвета как инструмента эмоционального кодирования, а также композиционным приемам, формирующим пространственные метафоры личности.

The article examines artistic and expressive strategies for conveying a person's inner world in a digital environment. the authors approach a psychological portrait as a visual text, where character development is achieved not through photorealistic imagery but through the purposeful use of color, line, composition, stylization, and visual metaphors. Using their own series of digital portraits as an example, the article demonstrates how artistic techniques such as monochromatic palette, minimalist background, emphasis on facial expressions and gestures, deformation of form, and expressive angles can help the viewer focus on key emotional cues. Special attention is paid to the role of color as an emotional coding tool, as well as to compositional techniques that create spatial metaphors of the individual.

Ключевые слова: психологический портрет, цифровая иллюстрация, визуальная выразительность, цвет и композиция, эмоциональное состояние, визуальная метафора.
Keywords: psychological portrait, digital illustration, visual expressiveness, color and composition, emotional state, visual metaphor.

Интерес к психологическому портрету в изобразительном искусстве закономерно усиливается в условиях визуальной культуры XXI века, где лицо человека становится одной из главных «площадок» для коммуникации и само презентации. Современная цифровая иллюстрация активно наследует традиции классической портретной живописи и графики, одновременно предлагая новые технические и выразительные возможности. В этих условиях актуальной представляется задача определения специфики передачи характера средствами digital-портрета,

особенно в рамках авторских серий, фокусирующихся на тонких эмоциональных состояниях.

Психологический портрет традиционно рассматривается искусствоведами как изображение, в котором внешняя характеристика модели подчинена задаче раскрытия ее внутреннего мира, темперамента, эмоционального состояния. В отличие от «описательного» портрета, ориентированного на достоверную фиксацию внешних признаков, психологический портрет стремится визуализировать характер и переживание, нередко за счет усиления определенных мимических, пластических и светотеневых акцентов. Существенную роль играет также выбор момента — «секунды» эмоционального пика или, наоборот, затянувшейся паузы, указывающей на глубинное состояние.

Цифровая иллюстрация перенимает эти принципы, но вводит дополнительные уровни контроля над изображением: художник свободно варьирует интенсивность тона, степень мягкости переходов, масштабы обобщения формы, может легко модифицировать ракурс и композицию. При этом психологический эффект во многом достигается за счет сочетания традиционных художественных средств (рисунок, светотень, мимика) с возможностями цифровых кистей, позволяющих имитировать фотографическую мягкость либо, напротив, создавать жесткие графические контрасты. Важной особенностью становится сознательный отказ от избыточной детализации ради концентрации внимания зрителя на ключевых эмоциональных маркерах — глазах, губах, линии бровей, жесте рук.

Психологический портрет традиционно опирается на представления о личности как целостной системе, объединяющей темперамент, характер, мотивацию и эмоциональные паттерны поведения. В гуманистической традиции акцент делается на уникальности субъективного опыта, что стимулирует художника искать визуальные эквиваленты индивидуальности, а не универсальных типов. Подходы, связывающие эмоциональные реакции с формальными параметрами изображения (цвет, линия, сложность формы), подтверждаются эмпирическими исследованиями эмоционального отклика на визуальные стимулы.

Семиотический взгляд на иллюстрацию рассматривает портрет как текст, организованный через знаки и коды: каждая деталь — от выразительности взгляда до конфигурации фона — приобретает символическое значение. В результате психологический портрет оказывается «визуальным рассказом» о личности, где характер раскрывается через композицию признаков, а не через прямое повествование.



Рис. 1. М.Р. Резапурова «Одиночество», 2026



Рис. 2. М.Р. Резапурова «Весы», 2026

Цвет является одним из ключевых средств визуальной трансляции характера, поскольку он напрямую связан с эмоциональными и поведенческими реакциями. Исследования цветовой психологии показывают устойчивые ассоциации: красный соотносится с энергией, страстью и напряжением, синий — со спокойствием, стабильностью или печалью, желтый — с оптимизмом и тревогой, зеленый — с равновесием, свежестью или завистью.

В психологическом портрете иллюстратор использует цветовую палитру как эмоциональный код, задающий интерпретацию характера: теплые насыщенные оттенки подчеркивают экспрессивность и экстравертность, холодные и приглушенные — интровертность, дистанцию, меланхолию (рис. 1). Контрастные сочетания позволяют указывать на внутреннюю противоречивость личности, тогда как гармоничные тональные связи работают на образ внутренне цельного и стабильного персонажа. Эти различные способы проявления контраста холода и тепла говорят о его огромных выразительных возможностях, позволяющих добиться большой живописности и особой музыкальности общей атмосферы произведения (рис. 2) [1, с. 43].

Помимо цвета, эмоциональную нагрузку несут форма и характер линий, образующих пластическую структуру портрета. Экспериментальные данные подтверждают, что округлые, плавные формы чаще вызывают ощущение мягкости и доброжелательности, тогда как угловатость, резкие переходы и высокая визуальная сложность ассоциируются с напряжением, конфликтом и интенсивными эмоциями.

В современной иллюстрации подчеркнутая графичность, динамика штриха и вариативность контуров используются как средство «впи-

сывания» психологического состояния в саму ткань изображения. Мягкий, текучий контур визуально поддерживает образ гибкого, эмпатичного персонажа, тогда как фрагментированная, ломкая линия усиливает впечатление тревожности, импульсивности или внутренней раздробленности.

Композиция психологического портрета определяет, как персонаж соотносится с пространством изображения и, тем самым, метафорически — с окружающим миром. Центрированное размещение фигуры и доминирование персонажа над фоном визуализируют устойчивое чувство собственного «я» и субъектную позицию, тогда как смещение к краю, «обрезка» силуэта или сжатие пространства вокруг фигуры усиливают ощущение уязвимости, изоляции или внутреннего конфликта.

Работа с фоном и глубиной пространства также формирует психологический контекст: пустой, минималистичный фон подчеркивает интроспективность и концентрацию на внутреннем мире, насыщенная деталями среда показывает включенность героя в сложные социальные и культурные связи. Так формируется своеобразная метафора «выхода на свет» главного героя [2, с. 258].

Направление взгляда, наклон головы и ракурс становятся композиционными индикаторами открытости или закрытости, доминирования или зависимости.

Символизм и визуальная метафора являются одним из наиболее мощных инструментов психологического портрета, позволяя показывать сложные психические состояния через предметный ряд и образные ассоциации. В практике современного визуального сторителлинга (анимация, графические романы, концепт-арт) детали костюма, предметы окружения и элементы природы несут дополнительную информацию о прошлом, мотивации и ценностях персонажа.

Визуальные метафоры превращают абстрактные качества характера в конкретные образы: например, хрупкие растения, туман или трескающиеся поверхности выступают эквивалентами уязвимости, неопределенности и внутреннего разрушения. В анимации наглядно показано, как визуальные метафоры могут моделировать внутреннее состояние: «персонификация эмоций» и метафорические пространства используются для демонстрации изменений идентичности и эмоциональных кризисов.

Стилизация и осознанная деформация формы играют ключевую роль в современной иллюстрации, где точное анатомическое сход-



Рис. 3. М.Р. Резапурова «Хитрость», 2026



Рис.4. М.Р. Резапурова «Отчаяние», 2026

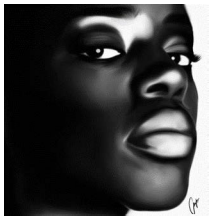


Рис. 5. М.Р. Резапурова «Надменность», 2026



Рис. 6. М.Р. Резапурова «Разочарование», 2026

ство нередко уступает место выразительной интерпретации. Преувеличение мимики, вытянутые пропорции, условные лица и акцентирование отдельных деталей усиливают эмоциональную ясность образа, позволяя фокусировать внимание зрителя на доминирующих чертах характера.

В психологическом портрете стилизация становится способом «вытащить наружу» скрытые аспекты личности: чрезмерно крупные глаза подчеркивают чувствительность и наблюдательность, чрезмерная жесткость позы демонстрирует внутренние ограничения и контроль. В цифровой среде деформация может сочетаться с фактурными и световыми эффектами, создавая многослойные образы, где визуальное искажение напрямую соотнесено с эмоциональной напряженностью.

Анализ авторской серии цифровых портретов показывает, что психологический портрет в современной иллюстрации опирается на комплекс взаимосвязанных выразительных средств: ракурс, крупное кадрирование, мимику, жест и светотень, цвет. На примере изображений видно, что изменение одного из элементов — положения головы, направления взгляда, степени контраста — приводит к считыванию принципиально разных эмоциональных состояний при сохранении общей стилистики. В некоторых работах (рис. 3, 4, 5, 6) черно-белая палитра и отказ от детализированного фона способствуют усилению психологической глубины образа, так как освобождают зрительское внимание от второстепенных деталей и фиксируют его на лице персонажа.

Художественное изображение объекта не может рассматриваться как скучное, утомительное копирование случайных внешних деталей [3, с. 21]. Полученные наблюдения могут быть использованы в образовательной практике художественных вузов и курсов по цифровой

иллюстрации, где важна тренировка навыков передачи характера через ограниченный набор визуальных средств. Перспективным направлением дальнейших исследований представляется расширение круга анализируемых работ за счет цветных портретов, а также сопоставление различных авторских стратегий психологического портрета в цифровые среды.

Список литературы:

1. *Иттен И.* Искусство цвета. — Москва: Д. Аронов, 2011. — 96 с.

2. *Кабакович Н.А.* Графический язык В.С. Баландина в Оформлении прозы А.Т. Черноусова: к проблеме иллюстративной интерпретации текста // Вестник РГХПУ им. С.Г. Строганова. — 2025. — № 2/ 1. — С. 254–265.

3. *Арнхейм Р.* Искусство и визуальное восприятие: психология творческого зрения. — Москва: Прогресс, 1974. — 384 с.

П.А. МИДОРИ

Магистрант Института графики и искусства книги имени В.А. Фаворского, Московский политехнический университет
e-mail: polinamidori@gmail.com

Е.И. ТУЛИН

Доцент кафедры ХТОПП Института графики и искусства книги имени В.А. Фаворского, Московский политехнический университет
e-mail: etulin@mail.ru

P.A. MIDORI

Master's student, Institute of Graphics and Book Art named after V.A. Favorsky, Moscow Polytechnic University
e-mail: polinamidori@gmail.com

E.I. TULIN

Docent, Institute of Graphics and Book Art named after V.A. Favorsky, Moscow Polytechnic University
e-mail: etulin@mail.ru

DOI: 10.37485/1997-4663_2026_1_2_283_304

GAMIFICATION И UX: СОЗДАНИЕ ИГРОВОГО ОПЫТА В НЕИГРОВЫХ ПРИЛОЖЕНИЯХ: ТИПОВЫЕ И УНИКАЛЬНЫЕ РЕШЕНИЯ

GAMIFICATION AND UX: CREATING A GAMING EXPERIENCE IN NON-GAMING APPLICATIONS: TYPICAL AND UNIQUE SOLUTIONS

Статья посвящена анализу влияния геймификации на пользовательский опыт в неигровых приложениях. На основе исследования десяти популярных приложений, включая Duolingo и Forest, и с использованием разработанной системы критериев оценки, выявлены типовые и уникальные подходы к интеграции игровых механик. Работа предлагает практические рекоменда-

ции для UX-дизайнеров, стремящихся эффективно использовать геймификацию для повышения вовлеченности пользователей и формирования привычки к использованию приложения.

The article is devoted to the analysis of the influence of gamification on the user experience in non-gaming applications. Based on a study of ten popular applications, including Duolingo and Forest, and using the developed evaluation criteria system, typical and unique approaches to the integration of game mechanics have been identified. the work offers practical recommendations for UX designers who seek to effectively use gamification to increase user engagement and build app usage habits.

Ключевые слова: геймификация, UX, пользовательский опыт, вовлеченность, формирование привычки, игровые механики, мобильные приложения, Duolingo, Forest.
Keywords: gamification, UX, user experience, engagement, habit formation, game mechanics, mobile applications, Duolingo, Forest.

Введение

Стремительное развитие рынка мобильных приложений обуславливает высокую конкуренцию и необходимость постоянного поиска новых способов повышения пользовательской вовлеченности. Успех приложения сегодня определяется не только его функциональностью, но и способностью удерживать внимание пользователя и формировать привычку к его использованию. Геймификация, интеграция игровых механик в неигровые приложения, представляется перспективным подходом к решению этой задачи.

Устоявшееся и прижившееся в современной науке определение геймификации дают Кевин Вербах и Дэн Хантер: «Геймификация — использование игровых элементов и игровых механик в неигровом контексте» [1, с. 14]. Целью геймификации является мотивация к выполнению определенных действий, а не создание самостоятельного игрового опыта. При рассмотрении сущности геймификации исследователи едины в том, что она не является процессом создания игры, а выступает лишь переносом отдельных позитивных элементов, механизмов и характеристик игры в неигровую сферу [2].

Перед тем как приступить к анализу влияния геймификации на пользовательский опыт в неигровых приложениях, необходимо уточнить ключевые понятия, используемые в исследовании. В данной работе под «игровыми элементами», «игровыми механиками» и «неигровым контекстом» мы будем понимать следующее:

Игровые элементы — это компоненты игровой системы, которые, будучи отдельными и самостоятельными единицами, в совокупности способствуют созданию и усилению игрового опыта. Они служат для мотивации, обратной связи, демонстрации прогресса и вовлечения пользователя. Эти элементы могут быть как конкретными (виртуальные предметы, персонажи, аватары, игровое поле, инструменты и так далее), представляя собой визуальные объекты, с которыми пользователь взаимодействует непосредственно, так и абстрактными (очки опыта, уровни, достижения, баллы, валюта, статус, рейтинги), которые пользователь воспринимает косвенно через их влияние на игровой процесс. Абстрактные элементы не имеют прямого визуального представления, но влияют на мотивацию и прогресс игрока [3].

Игровые механики — это совокупность правил, процессов и алгоритмов, определяющих взаимодействие пользователя с игровыми элементами и влияющих на его опыт в рамках неигровой системы. Они основаны на принципах игрового дизайна и служат для создания мотивации, обратной связи и ощущения прогресса, стимулируя пользователя к дальнейшему взаимодействию. В отличие от традиционных игр, в неигровых контекстах игровые механики направлены на достижение конкретных целей, таких как повышение вовлеченности, формирование полезных привычек, улучшение показателей продуктивности и т. д. Примеры таких механик включают системы наград, соревновательные элементы, прогресс-бары, систему очков и уровней, коллекционирование и другие [3].

Наконец, неигровой контекст — это неигровые цели, то есть в условиях геймифицированных систем стремление игрока к выполнению им игровых, внутренних целей приводит к выполнению и некоторых неигровых, внешних целей [1].

Внедряя игровые элементы, такие как очки, уровни и достижения, мы мотивируем пользователей к выполнению задач, которые в противном случае могли бы показаться рутинными или неинтересными. Стремление к игровому выигрышу (например, накоплению очков или достижению высокого уровня) становится мощным стимулом для дости-

жения неигровых целей. Таким образом, геймификация трансформирует неигровые задачи в увлекательные игровые процессы, повышая эффективность и вовлеченность.

К вопросу о внедрении игровых механик в приложениях обращались исследователи, рассматривая геймификацию в различных контекстах. Попова Т.В., Ермакова О.Е., Долгова А.А. и Черных Н.А. исследовали перспективы и риски геймификации в образовании, подчеркивая ее междисциплинарный характер и необходимость системного подхода, учитывающего психолого-педагогические особенности [4]. С.В. Титова и К.В. Чикризова сосредоточились на дидактическом и методическом потенциале геймификации в обучении иностранным языкам, анализируя различные способы интеграции игровых элементов и их влияние на мотивацию обучающихся [5]. М.И. Иголкина и В.С. Язынина продемонстрировали эффективность геймификации в обучении иностранным языкам в техническом вузе, отмечая положительное влияние на мотивацию и снижение страха перед ошибками: «Благодаря созданию информационно-обучающей игровой среды у студентов повышается уровень мотивации, вовлеченности и общей удовлетворенности от процесса приобретения коммуникативных навыков, снижается страх перед совершением ошибок» [6]. В сфере управления персоналом Е.Н. Першина, П.В. Масленников и Г.А. Подзорова рассмотрели геймификацию как метод нематериального стимулирования и пришли к выводу: «Геймификация не заменяет, а совершенствует существующие бизнес процессы дополнительными элементами и позволяет задействовать дополнительные каналы коммуникации и мотивации сотрудников» [7]. А.П. Авраменко и В.Н. Шевченко изучили роль мобильных приложений в геймификации языкового образования, анализируя влияние игровых механик на развитие коммуникативных навыков [8]. Исследования Самойленко И.С. посвящены в том числе внедрению игрового опыта в медиакоммуникации, предлагая UX-решения для построения омниканальных медиасистем брендов (моделей планирования, дистрибуции контента и адаптивных стратегий визуальной коммуникации) в условиях цифровизации и медиапросьюмеризма. В современной парадигме имиджа бренда и его аудитории работает активная взаимосвязь. Бренд не является единственным транслятором медиа. Поэтому современные коммуникационные стратегии должны быть нацелены не на вещание, а на диалог, вовлечение и совместное творчество. Игрофикация — один из мощных инструментов для такого вовлечения

— указывает Смойленко [9, 10]. Несмотря на разнообразие исследований, систематический анализ применения геймификации для создания положительного пользовательского опыта (UX) в неигровых приложениях остается недостаточно разработанным. Представленные работы закладывают фундамент для дальнейших исследований, направленных на разработку типовых и уникальных решений по интеграции игровых механик в неигровой контекст, с учетом особенностей различных платформ и целевых аудиторий.

Использование игрового мышления в неигровых контекстах

Высокий уровень вовлеченности пользователей в процесс геймификации кроется в психологии человека: выполняя небольшие задания, пользователь получает вознаграждения, что способствует выделению эндорфинов — гормонов счастья [11]. Желание получить удовольствие является одним из самых сильных мотивов, побуждающих человека увлеченно заниматься чем-либо, поэтому, используя механизмы игры, игровые элементы и формируя игровое мышление, можно добиться вовлеченности сотрудников или клиентов, а также создать обучающую среду организации, формирующую новый опыт и новые способы решения проблем [12]. Общая выборка показывает, что средний посетитель тратил на 50 % больше времени на страницу сайта после применения тактики геймификации [11]. Обладая такими характеристиками, как применение игровых элементов и игрового мышления в неигровых контекстах, введение дополнительных игровых правил в любую деятельность, мгновенная обратная связь, вовлеченность и добровольность, геймификация выступает средством повышения внутренней мотивации желаемого поведения пользователей или потребителей в решении стратегических задач организации [12].

В данном исследовании будет произведен анализ успешных кейсов применения геймификации в десяти популярных неигровых приложениях для того, чтобы определить, какие игровые механики и их сочетания наиболее эффективно способствуют повышению пользовательской вовлеченности и достижению целевых показателей. Анализ будет фокусироваться на выявлении конкретных игровых механик (системы баллов и уровней, достижения, лидерборды, социальные функции и т. д.), их взаимосвязи и влиянии на пользовательское поведение. Для каждого из отобранных приложений будет проведено качественное исследование,

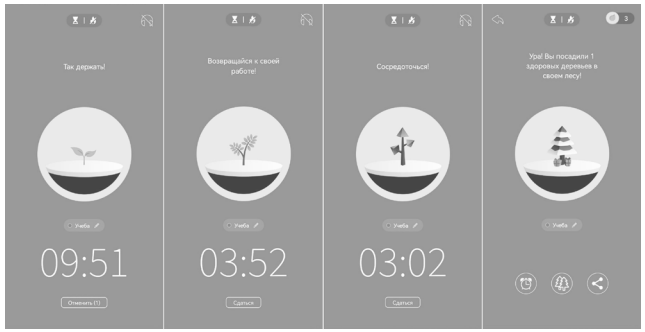


Рис. 1. Визуальное представление растущего дерева

направленное на идентификацию и описание используемых механик и их предположительного вклада в достижение целей приложения. Ожидается, что результаты анализа позволят сформулировать практические рекомендации по эффективному использованию геймификации для повышения вовлеченности пользователей в различных типах неигровых приложений.

Анализ кейса успешного применения геймификации в неигровом приложении для повышения продуктивности (Forest)

Forest: Stay focused, be present (или просто Forest) — это приложение для повышения продуктивности, разработанное компанией ShaoKan Pi и выпущенное 15 марта 2016 года. Сегодня оно является одним из самых популярных приложений в своем сегменте, помогая миллионам пользователей бороться с цифровыми отвлечениями и повышать концентрацию внимания. Основная цель приложения — помочь пользователям сосредоточиться на важных задачах, уменьшая время, проводимое в социальных сетях и других ресурсах, отвлекающих от работы или учебы.

Forest использует геймификацию как инструмент коррекции поведенческих привычек, направленный на осознанное управление вниманием и снижение цифровых отвлечений. Его основной механизм прост, но эффективен: пользователи запускают сессию фокусировки, в течение которой растёт виртуальное дерево. Если сессия прерывается досрочным переключением на другие приложения, дерево «погибает». Эта, на первый взгляд, простая механика на самом деле интегрирует ряд ключевых элементов геймификации, напрямую влияющих на вовлеченность пользователя.

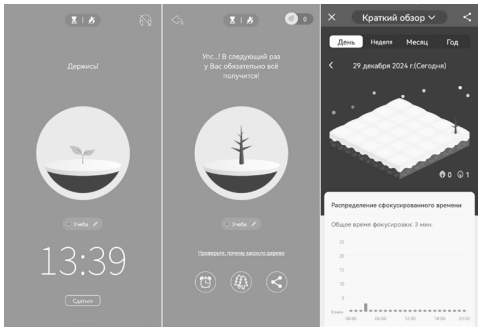


Рис. 2. «Смерть» виртуального дерева

Первым и центральным из них выступает визуальная метафора роста дерева (рис. 1). Данная механика реализует принцип немедленной положительной обратной связи: чем дольше длится сессия фокусировки (то есть чем дольше пользователь воздерживается от переключения на другие приложения), тем более развитым и ярким становится виртуальное растение. Это создает наглядное, эмоционально выразительное представление о прогрессе, трансформируя неосязаемое время концентрации в конкретный визуальный результат.

Следующим ключевым элементом выступает использование психологического принципа неприятия потерь (loss aversion), описанного Д. Канеманом и А. Тверски в рамках теории перспектив: субъективная ценность утрат примерно в 2.25 раза превышает ценность эквивалентных выигрышей [13, p. 263]. В приложении Forest этот принцип воплощен не через виртуальные очки типовых систем прогресса, а через эмоциональную привязанность к цифровому объекту — личному саду виртуальных деревьев. Пользователь инвестирует время (непрерывная фокусировка) в «рост» уникального дерева, которое становится визуальным воплощением его усилий и элементом коллекции. Риск «гибели» дерева превращает абстрактную потерю времени в конкретную, эмоционально окрашенную утрату части «собственного» леса. Таким образом, механику «гибели» дерева можно рассматривать как инструмент развития самоконтроля через формирование мгновенной ответственности за фокус внимания (рис. 2).

Включение механик коллекционирования и прогресса, выраженных в разнообразии разблокируемых видов деревьев и системе достижений, усиливает вовлеченность пользователей, обращаясь к инстинкту коллекционирования и поощряя упорство через систему наград (рис. 3).

Социальный аспект приложения, позволяющий пользователям взаимодействовать с друзьями, отслеживать их прогресс и совместно «выращивать» деревья, способствует сохранению концентрации на значимой для пользователя активности благодаря механизмам социального

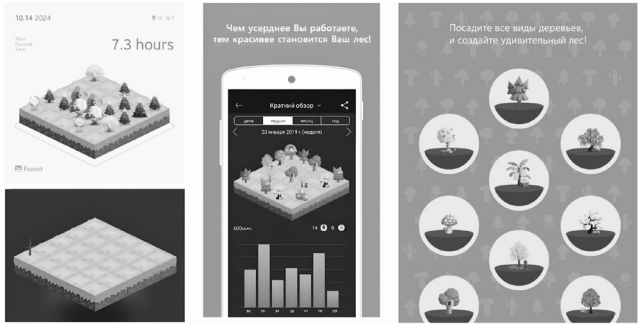


Рис. 3. Коллекционирование деревьев

давления и коллективной ответственности. При этом в приложении ограничена прямая интеграция с лентами социальных сетей, что снижает вероятность отвлечения (рис. 4).

Приложение Forest не только повышает продуктивность, но и вносит вклад в сохранение окружающей среды. Интегрированная эко-инициатива, реализованная совместно с организацией Trees for the Future, позволяет пользователям обменивать виртуальную валюту, заработанную за продуктивную работу без отвлечений на мобильное устройство, на реальные деревья. Стоимость одного саженца составляет 2500 внутриигровых монет, что превращает привычку к фокусировке в инструмент поддержки природоохранных проектов. Таким образом, приложение Forest демонстрирует, что вклад в сохранение лесов может быть простым и доступным, требуя лишь усилий по повышению собственной концен-

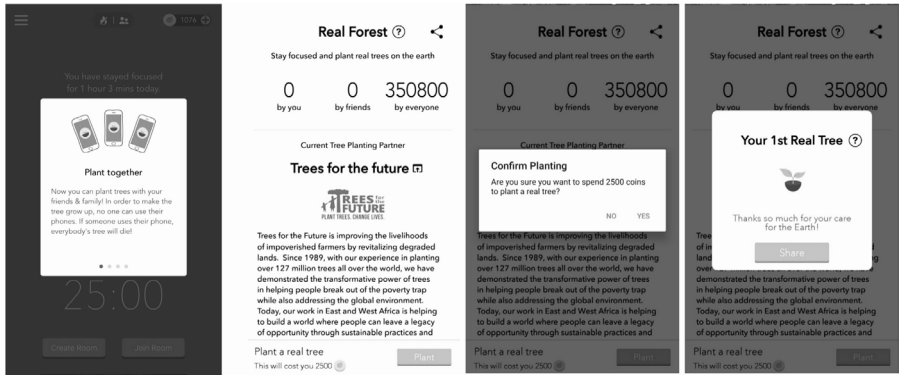


Рис. 4. Взаимодействие с друзьями в рамках приложения. Возможность вместе с друзьями сажать реальные деревья

трации и продуктивности. Однако поддержание фокуса в течение продолжительного времени представляет собой непростую задачу, что подчеркивает значимость достижений пользователей.

Интеграция с приложениями для генерации белого шума и другими инструментами повышения продуктивности, доступная после накопления внутриигровой валюты (за счет продолжительного использования приложения), улучшает пользовательский опыт и способствует концентрации. Эта интеграция, хотя и не является элементом геймификации в строгом смысле, поддерживает механику вовлеченности через систему наград (рис. 5).

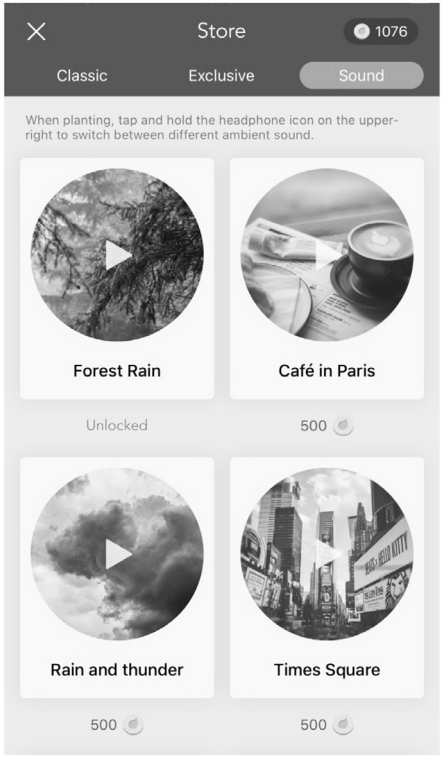


Рис. 5. Аудио-каталог

Эффективность описанных механик основана на глубоких психологических принципах: неприятия потерь и дофаминового подкрепления, что поднимает вопрос о риске подмены одной цифровой зависимости другой. Однако ключевое отличие приложения Forest заключается в том, что игровое вознаграждение пользователь получает строго за реальное, совершенное вне приложения действие- сохранение фокуса на работе или учебе. Таким образом, геймификация в данном случае выступает не как самоцель, а как вспомогательный стимул (scaffolding), который способствует формированию условного рефлекса на продуктивную деятельность и ведет к развитию внутренней дисциплины.

В Forest мы выявили, что внедрение игровых механик в мобильном приложении привело к ряду значимых результатов: визуализация роста дерева как основной механизм напрямую решает проблему отвлечения, предоставляя визуальный стимул для поддержания концентрации; механика риска «смерти» дерева служит высокоэффективным мотивато-

ром для значительного числа пользователей; приложение способствовало сокращению общего времени использования телефона, препятствуя непродуктивному прокручиванию и переключению между приложениями; повышение производительности в различных задачах обусловлено увеличением продолжительности фокусированных сессий; приложение позитивно влияет на самооценку, предоставляя пользователям представление об их моделях отвлечения, позволяя им выявлять триггеры и улучшать свои навыки управления временем.

Однако выявились и некоторые ограничения: жесткость основного механизма не подходит для пользователей с непредсказуемым рабочим графиком или тех, кому часто приходится переключаться между задачами; таймер не учитывает спонтанные прерывания или задачи, требующие перерывов; отсутствие сложности в механиках может привести к снижению долгосрочной заинтересованности; зависимость от визуальной стимуляции (эстетической привлекательности растущих деревьев) означает, что приложение может быть менее эффективным для пользователей, которые не мотивированы визуально.

Приложение Forest демонстрирует эффективный подход к геймификации продуктивности, сочетающий уникальные и типовые решения. Уникальность приложения заключается в использовании центральной метафоры растущего дерева — визуального индикатора прогресса, а также наказания за прерывание работы (увядание дерева). В дополнение к этому уникальному решению, Forest включает стандартные геймификационные элементы, например, систему вознаграждений в виде разблокировки новых видов растений. Однако реализация этих типовых механик отличается своим минимализмом и сосредоточением на основной игре, что подчеркивает эффективность простых, но наглядных инструментов для повышения продуктивности. Таким образом, успех Forest основан на удачном синтезе инновационного центрального элемента и простоты типовых решений.

Анализ кейса успешного применения геймификации в контексте онлайн-обучения на примере языкового приложения Duolingo

Запущенное в 2012 году в США, приложение Duolingo превратилось в всемирно известное приложение для изучения языков, эффективно используя геймификацию для мотивации пользователей в онлайн-обра-

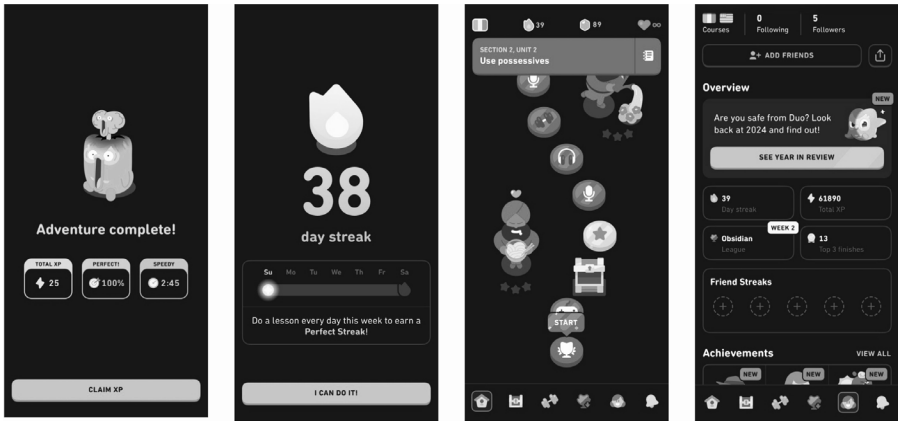


Рис. 6. Система уровней и прогресса

зовании. Проанализируем это приложение, анализируя использованные механики, достигнутые результаты и выявленные проблемы.

В Duolingo используется система уровней и прогресса, основанная на накоплении опыта (XP) и продвижении по линейной шкале уровней. Эта механика позволяет пользователю ощущать постоянное движение вперед и визуально отображает его достижения, стимулируя дальнейшее обучение за счет открытия новых возможностей на каждом уровне (рис. 6).

Немедленная обратная связь в приложении позволяет пользователю сразу же понять, правильно ли он усвоил материал, что, в свою очередь, ускоряет процесс обучения, предоставляя немедленное подкрепление. Положительная обратная связь укрепляет уверенность в себе, а отрицательная побуждает к повторению материала. Однако стоит отметить, что более подробная обратная связь, объясняющая причину ошибки, может улучшить эффективность обуче-

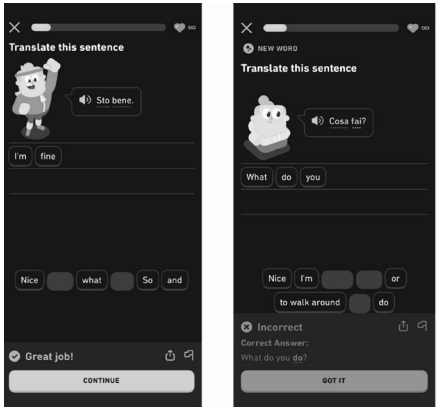


Рис. 7. Механизм немедленной обратной связи

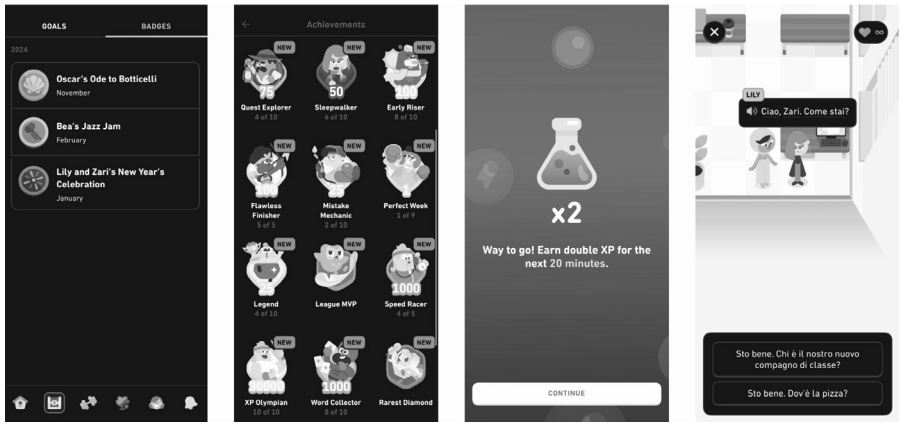


Рис. 8. Система вознаграждений

ния. Адаптация обратной связи к уровню знаний пользователя сделает обучение более персонализированным (рис. 7).

Система вознаграждений Duolingo (значки, виртуальные награды, разблокируемый контент) положительно влияет на мотивацию пользователей, подкрепляя их достижения и стимулируя дальнейшее обучение (рис. 8).

Соревновательный ас-пект, включающий рейтинги и возможность соревноваться с друзьями, повышает вовлеченность пользователей.

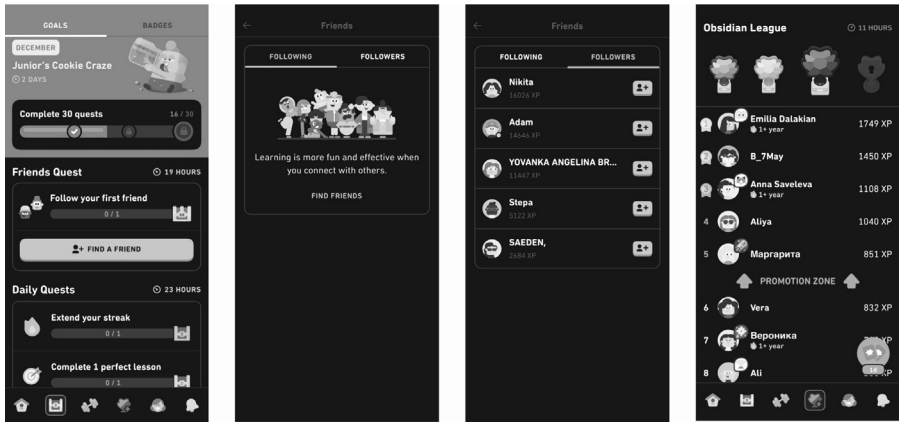


Рис. 9. Элементы соревновательности

Возможность сравнивать свой прогресс с друзьями и другими пользователями повышает мотивацию для тех, кто ориентирован на конкуренцию. Создает чувство принадлежности к сообществу (рис. 9).

Кейс Duolingo демонстрирует эффективное применение геймификации в онлайн-обучении языкам. Его успех, выражающийся в высокой вовлеченности и масштабируемости, основан на продуманном сочетании типовых и уникальных игровых механик. Типовые механики, такие как системы прогресса (уровни, XP, значки), вознаграждений (виртуальные награды, разблокируемый контент) и позитивной обратной связи, обеспечивают базовый уровень мотивации. Однако уникальные решения Duolingo, такие как система «лиг», предоставляющая мягкую конкуренцию, и ограничение ошибок «сердечками» способствуют усилению вовлеченности и формированию устойчивых привычек.

В ходе исследования также были выявлены и некоторые недостатки: недостаточная глубина обучения для достижения высокого уровня владения языком и потенциальная зависимость от внешней, а не внутренней мотивации.

Duolingo — яркое подтверждение эффективности геймификации в образовании. Их успех основан на том, что они не просто внедрили типовые игровые элементы, но и создали собственные, тесно связанные с учебным процессом. Успешный баланс между игрой и содержанием обучения является ключом к повышению мотивации и достижению результатов у пользователей онлайн-платформы.

Систематизация знаний и разработка критериев оценки успешного внедрения геймификации

В дополнение к исследованию кейсов Forest и Duolingo, было проведено сравнительное исследование восьми других популярных мобильных приложений, успешно использующих геймификацию для повышения вовлеченности пользователей: Habitica (формирование привычек), Headspace и Calm (медитация и релаксация), Elevate (тренировка мозга), Memrise и Drops (изучение языков), Strava (фитнес-трекинг), и Quizlet (обучение с помощью карточек). Анализ этих приложений, вместе с исследованием Forest и Duolingo, позволил сформировать систему объективных критериев для оценки эффективности геймификационных механик в неигровых мобильных приложениях. Данная система критериев

позволяет оценивать как выбор и реализацию конкретных механик, так и их интеграцию в общее пользовательское опыт, что способствует более точному определению факторов, влияющих на долгосрочную вовлеченность и достижение целей приложения.

Для объективной оценки эффективности геймификации в исследуемых приложениях будет использоваться разработанная система критериев, включающая следующие показатели:

1. Наличие системы прогресса: (наличие уровней, очков опыта, лент достижений и т. п.).

2. Наличие системы вознаграждений: (виртуальные награды, бонусы, разблокировки контента).

3. Соревновательный элемент: (рейтинги, таблицы лидеров, возможность соревноваться с другими пользователями).

4. Система мотивации: (напоминания, уведомления, персональные цели).

5. Интеграция с социальными сетями: (возможность делиться достижениями, приглашать друзей).

6. Позитивная обратная связь: (похвала, анимация, звуковые эффекты).

7. Сложность/баланс: (грамотное нарастание сложности заданий, избегание чрезмерной сложности или простоты).

8. Персонализация: (адаптация игрового опыта под индивидуальные предпочтения пользователя).

9. Интуитивность: (простота понимания и использования игровых механик).

10. Интеграция с основной функциональностью: (гармоничное сочетание игровых элементов с основными функциями приложения).

Детальный анализ применения геймификации в 10 приложениях

Ниже представлен подробный анализ применения геймификации в каждом из 10 выбранных приложений, сфокусированный на критериях, описанных ранее (таб. 1). Анализ будет носить качественный характер. Его цель — описание и сравнение применяемых игровых механик, а не их количественное измерение.

Таблица 1. Анализ геймификации в 10 приложениях

№	Приложение/ Основная функция	Ключевые игровые механики (Критерии 1–5)	Особенности реализации и взаимодействия (Критерии 6–10)
1	Forest Фокусировка и тайм-менеджмент	1. Прогресс: Визуальный рост дерева за время сессии. 2. Вознаграждение: Внутриигровая валюта, разблокировка видов растений. 3. Соревнование: Отсутствует. 4. Мотивация: Принцип неприятия потерь (гибель дерева). 5. Соц. сети: Нет интеграции; соц. функции внутри приложения	6. Обратная связь: Визуальная, положительная (рост). 7. Сложность: Отсутствует (фокус на длительности). 8. Персонализация: Минимальная (выбор растения). 9. Интуитивность: Интерфейс крайне прост. 10. Интеграция: Игровая механика- ядро основной функции
2	Duolingo Изучение языков	1. Прогресс: Уровни, XP, «дорожки» курсов. 2. Вознаграждение: Значки, линготы, новый контент. 3. Соревнование: Лиги, таблицы лидеров. 4. Мотивация: Ежедневные цели, серии (streaks). 5. Соц. сети: Делиться достижениями, друзья, лиги.	6. Обратная связь: Мгновенная, позитивная/корректирующая. 7. Сложность: Адаптивная, постепенно растет. 8. Персонализация: Настройка темпа, выбор тем. 9. Интуитивность: Интерфейс прост и понятен. 10. Интеграция: Механики гармонично вплетены в обучение
3	Habitica Управление задачами и привычками	1. Прогресс: Уровни, XP, HP (RPG-система). 2. Вознаграждение: Золото, снаряжение для аватара. 3. Соревнование: Групповые квесты, гильдии. 4. Мотивация: Геймификация рутин, наказание (потеря HP). 5. Соц. сети: Для гильдий; прямая интеграция ограничена	6. Обратная связь: Детальная (задачи, урон/лечение). 7. Сложность: Задается пользователем/группой. 8. Персонализация: Полная настройка задач и наград. 9. Интуитивность: Может быть сложна для новичков. 10. Интеграция: Игровая механика — основа приложения

№	Приложение/ Основная функция	Ключевые игровые механики (Критерии 1–5)	Особенности реализации и взаимодействия (Критерии 6–10)
4	Headspace Медитация и mindfulness	1. Прогресс: Уровни, отражающие общую практику. 2. Вознаграждение: Разблокировка курсов медитаций. 3. Соревнование: Отсутствует. 4. Мотивация: Курсы, напоминания, подборки. 5. Соц. сети: Минимальная (пригласить друга)	6. Обратная связь: Позитивная после сессии. 7. Сложность: Постепенно растет в рамках курса. 8. Персонализация: Выбор по настроению/цели. 9. Интуитивность: Интерфейс прост и интуитивен. 10. Интеграция: Механики поддерживают регулярность
5	Calm Медитация и сон	1. Прогресс: Счетчик дней подряд (streak). 2. Вознаграждение: Новый аудиоконтент. 3. Соревнование: Отсутствует. 4. Мотивация: «История дня», напоминания, курсы. 5. Соц. сети: Отсутствует	6. Обратная связь: Позитивная после сессии. 7. Сложность: Постепенно растет. 8. Персонализация: Выбор по длительности/теме. 9. Интуитивность: Простой и понятный интерфейс. 10. Интеграция: Механики поддерживают привычку
6	Elevate Тренировка когнитивных навыков	1. Прогресс: Отдельные уровни для каждого навыка. 2. Вознаграждение: Разблокировка тренировок. 3. Соревнование: Таблицы лидеров, сравнение со средним. 4. Мотивация: Ежедневная персональная тренировка. 5. Соц. сети: Делиться результатами	6. Обратная связь: Детальная статистика прогресса. 7. Сложность: Адаптивная, растет с уровнем. 8. Персонализация: Упражнения адаптируются к уровню. 9. Интуитивность: Интерфейс интуитивно понятен. 10. Интеграция: Механики стимулируют тренировки
7	Memrise Изучение языков	1. Прогресс: «Сад» слов, уровни, XP. 2. Вознаграждение: Разблокировка курсов медитаций. 3. Соревнование: Таблицы лидеров курса.	6. Обратная связь: Позитивная после заданий. 7. Сложность: Постепенно растет в рамках курса. 8. Персонализация: Адаптивное повторение слов.

№	Приложение/ Основная функция	Ключевые игровые механики (Критерии 1–5)	Особенности реализации и взаимодействия (Критерии 6–10)
		4. Мотивация: Ежедневные цели, напоминания. 5. Соц. сети: Делиться достижениями	9. Интуитивность: Простой и понятный интерфейс. 10. Интеграция: Игровые элементы поддерживают обучение
8	Drops Изучение лексики	1. Прогресс: Прогресс-бар урока, уровни языка. 2. Вознаграждение: Новые тематические подборки. 3. Соревнование: Отсутствует. 4. Мотивация: Короткие сессии, напоминания. 5. Соц. сети: Делиться результатами	6. Обратная связь: Позитивная после заданий. 7. Сложность: Постепенно растет. 8. Персонализация: Персонализированные напоминания. 9. Интуитивность: Простой интерфейс. 10. Интеграция: Элементы стимулируют запоминание
9	Strava Фитнес-трекинг	1. Прогресс: Уровни на основе дистанции, фитнес-показатели. 2. Вознаграждение: Трофеи, значки, KOM/QOM. 3. Соревнование: Сегменты, клубы, челленджи. 4. Мотивация: Цели, фитнес-аналитика, челленджи. 5. Соц. сети: Глубокая интеграция (лайки, клубы)	6. Обратная связь: Детальная статистика и анализ. 7. Сложность: Зависит от подготовки пользователя. 8. Персонализация: Настройка метрик и виджетов. 9. Интуитивность: Простой интерфейс. 10. Интеграция: Механики мотивируют к активности
10	Quizlet Обучение с карточками	1. Прогресс: Уровни, очки за занятия. 2. Вознаграждение: Разблокировка наборов карточек. 3. Соревнование: Отсутствует. 4. Мотивация: Напоминания, режимы обучения. 5. Соц. сети: Делиться результатами, наборами	6. Обратная связь: Позитивная после правильных ответов. 7. Сложность: Зависит от выбранного набора. 8. Персонализация: Создание собственных наборов. 9. Интуитивность: Простой интерфейс. 10. Интеграция: Элементы мотивируют к запоминанию

Таблица 2. Оценочная матрица

Приложение	Система прогресса	Вознаграждения	Соревнование	Мотивация	Соц. сети
1	2	3	4	5	6
Forest	+	+	-	+	-
Duolingo	+	+	+	+	+
Habitica	+	+	+	+	+
Headspace	+	+	-	+	-
Calm	+	+	-	+	-
Elevate	+	+	+	+	+
Memrise	+	+	+	+	+
Drops	+	+	-	+	+
Strava	+	+	+	+	+
Quizlet	+	+	-	+	+

Приложение	Обратная связь	Сложность	Персонализация	Интуитивность	Интеграция
1	7	8	9	10	11
Forest	+	-	-	+	+
Duolingo	+	+	+	+	+
Habitica	+	+	+	-	+
Headspace	+	+	+	+	+
Calm	+	+	+	+	+
Elevate	+	+	+	+	+
Memrise	+	+	-	+	+
Drops	+	+	-	+	+
Strava	+	+	-	+	+
Quizlet	+	+	-	+	+

Анализ результатов исследования

Анализ оценочной матрицы показывает, что большинство исследованных приложений эффективно используют систему прогресса, вознаграждений и мотивации. Соревновательный элемент и интеграция с социальными сетями применяются менее часто, но при этом демонстрируют

высокую эффективность в некоторых приложениях (Duolingo, Habitica, Strava). Позитивная обратная связь, интуитивность и хорошая интеграция с основной функциональностью являются практически универсальными элементами успешной геймификации. Персонализация, хотя и важный фактор, пока не является столь распространенной практикой.

Таким образом, наиболее эффективными подходами к геймификации являются: комбинирование системы прогресса с разнообразными вознаграждениями, индивидуальная система мотивации и грамотно продуманная система обратной связи. Включение соревновательного элемента и интеграции с социальными сетями может значительно повысить вовлеченность, но требует тщательного проектирования, чтобы избежать негативного влияния на пользователей.

Благодаря этому исследованию также удалось выявить как типовые, так и уникальные решения в применении геймификации. Типовые решения, встречающиеся практически во всех успешных приложениях, включают в себя систему прогресса (очки, значки, уровни), которая наглядно демонстрирует достижения пользователя и стимулирует его дальнейшее участие. Виртуальные награды, будь то новые уровни или доступ к эксклюзивному контенту, создают ощущение успеха и поощряют дальнейшее использование приложения. Ежедневные напоминания и персонализированные цели эффективно поддерживают вовлеченность пользователей, а позитивная обратная связь — звуковые и визуальные эффекты — усиливают положительное восприятие. Однако некоторые приложения выделяются уникальными решениями. Forest, например, использует метафору растущего дерева, наказывая пользователя за прерывание фокуса — оригинальный подход, идеально подходящий для повышения продуктивности. Habitica полностью интегрирует элементы RPG, превращая формирование привычек в игру. Strava делает ставку на социальное соревнование, предоставляя подробную статистику и возможность сравнения результатов. Duolingo же использует «лиги», стимулируя улучшение результатов в группе, избегая при этом прямого соперничества между пользователями. Эти уникальные решения демонстрируют, что успешная геймификация часто основывается на креативном подходе, адаптированном к специфике приложения.

Важно отметить, что граница между типовыми и уникальными решениями может быть размытой. Например, система уровней и значков — типовое решение, но конкретная ее реализация (дизайн, функции,

связь с остальными механиками) может быть уникальной для каждого приложения.

В целом, эффективная геймификация часто основывается на комбинации типовых и уникальных решений, подбираемых с учетом специфики приложения и целевой аудитории. Успех зависит от гармоничного объединения стандартных и инновационных подходов.

Некоторые выводы и возможные рекомендации для внедрения игрового опыта в неигровые приложениях

На основе проведенного исследования, направленного на выявление наиболее эффективных подходов к геймификации неигровых мобильных приложений, были сформулированы следующие рекомендации для UX-дизайнеров. Анализ показал, что систематическое применение механизмов прогресса, вознаграждений и мотивации является критическим фактором повышения вовлеченности пользователей. Рекомендовано адаптировать эти механизмы под специфику каждого конкретного приложения, учитывая его функциональные особенности и целевую аудиторию. Включение соревновательных элементов и интеграции с социальными сетями представляется перспективным направлением, однако требует тщательного анализа потенциальных негативных последствий и осторожного внедрения. Необходимо обеспечить постоянную положительную обратную связь, а также интуитивно понятный интерфейс для игровых механик. Ключевым аспектом успешной геймификации является гармоничная интеграция игровых элементов в основную функциональность приложения, исключая ощущение навязанности и искусственности. В своей исследовательской работе М.И. Иголкина и В.С. Язынина отмечали: «Благодаря неосознанной вовлеченности происходит подмена внешней мотивации на внутреннюю, активируется непроизвольное внимание…» [6]. Дальнейшие исследования должны быть направлены на изучение возможностей персонализации игрового опыта, с целью оптимизации эффективности геймификационных стратегий.

Заключение

Подводя итог, можно сказать, что геймификация в неигровых приложениях обладает значительным потенциалом для повышения вовлеченности пользователей. Ее успешное применение зависит от продуманного подхода и баланса между игровыми элементами и основной

функциональностью приложения. Было выявлено, что эффективны комбинации систем прогресса, наград и обратной связи, а также специфические механики (лидерборды, социальные функции), адаптированные под контекст. Эти выявленные типовые и уникальные решения могут служить основой для рекомендаций по разработке новых геймифицированных приложений. Тем не менее, важно помнить, что технологии развиваются, постоянно создавая новые возможности для креативной интеграции игровых элементов. UX-дизайнерам стоит опираться на изученные решения, но активно искать инновационные подходы для создания по-настоящему захватывающих и результативных продуктов.

Список литературы:

1. *Салин А.С.* Геймификация: осмысление и переосмысление // Видеоигры: введение в исследования. — Томск: Национальный исследовательский Томский политехнический университет, 2018. — С. 296–334.

2. *Горлова Е.А., Артюхин Л.В., Ильина Е.А., Логунова Т.В.* Понятие геймификации в различных сферах // Математическое и программное обеспечение систем в промышленной и социальной сферах. — 2022. — Том 10. — № 2. — С. 30.

3. *Вербах К., Хантер Д.* Вовлекай и властвуй. Игровое мышление на службе бизнеса; перевод с английского А. Кардаш, под общей редакцией Е. Малаховой. — Москва: Манн, Иванов, Фербер (МИФ), 2015. — 224 с.

4. *Попова Т.В., Ермакова О.Е., Долгова А.А., Черных Н.А.* Перспективы и риски внедрения геймификации в современном образовании // Вестник Костромского государственного университета. Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика. — 2022. — № 2. — URL: https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-i-riski-vnedreniya-geymifikatsii-v-sovremennom-obrazovanii (дата обращения: 15.01.2025).

5. *Титова С.В., Чикризова К.В.* Геймификация в обучении иностранным языкам: психолого-дидактический и методический потенциал // Педагогика и психология образования. — 2019. — №1. — URL: https://cyberleninka.ru/article/n/geymifikatsiya-v-obuchenii-inostrannym-yazykam-psihologo-didakticheskiy-i-metodicheskiy-potentsial (дата обращения: 15.01.2025).

6. *Иголкина М.И., Язынина В.С.* Использование элементов геймификации в обучении иностранному языку в техническом вузе // Гуманитарный вестник. — 2021. — № 1 (87). — С. 4. — URL: https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-elementov-geymifikatsii-v-obuchenii-inostrannomu-yazyku-v-tehnicheskom-vuze (дата обращения: 15.01.2025).

7. *Першина Е.Г., Масленников П.В., Подзорова Г.А.* Использование геймификации в управлении персоналом на предприятии // УЭкС. — 2017. — № 2 (96). — С. 11. — URL: https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-geymifikatsii-v-upravlenii-personalom-na-predpriyatii (дата обращения: 15.01.2025).

8. *Авраменко А. П., Шевченко В. Н.* Мобильные приложения как инструмент геймификации языкового образования // Московский педагогический журнал. — 2017. — №4. — URL: https://cyberleninka.ru/article/n/mobilnye-prilozheniya-kak-instrument-geymifikatsii-yazykovogo-obrazovaniya (дата обращения: 15.01.2025).

9. *Самойленко И.С.* Влияние цифровизации экономических и социальных процессов на систему визуальной коммуникации бренда // Маркетинг: проблемы, решения и перспективы / Под научной редакцией В.В. Никишкина. Том 2. — Москва: Общество с ограниченной ответственностью «Русайнс», 2022. — С. 386–399.

10. *Самойленко И.С.* 2.1 Типовые медиасистемы в интернет коммуникациях, контролируемые компанией // Актуальные вопросы развития маркетинга: опыт, тенденции, инновации. — Москва : Общество с ограниченной ответственностью «Русайнс», 2021. — С. 53–64.

11. *Мастюгин А.Ю., Суранов А.Ю.* Привлечение, удержание и возвращение потребителя посредством геймификации // Практический маркетинг. — 2020. — № 8 (282). — С. 19–24.

12. *Артамонова В.В.* Развитие концепции геймификации в XXI веке // Историческая и социально-образовательная мысль. — 2018. — Том 10. — № 2–2. — С. 37–43.

13. *Kahneman D.* Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk / D. Kahneman, A. Tversky // Econometrica. — 1979. — Vol. 47, № 2. — P. 263–291.

Т.В. ЛИТВИНА

Кандидат искусствоведения, профессор РГХПУ им. С.Г. Строганова
e-mail: tlitvina-prof@yandex.ru

С.Н. СМИРНОВ

Аспирант РГХПУ им. С.Г. Строганова
e-mail: D.constep24@yandex.ru

T.V. LITVINA

PhD in Art, Professor of the Russian State Stroganov University of Design and Applied Arts
e-mail: tlitvina-prof@yandex.ru

S.N. SMIRNOV

Postgraduate student of the Russian State Stroganov University of Design and Applied Arts
e-mail: D.constep24@yandex.ru

DOI: 10.37485/1997-4663_2026_1_2_305_314

СОВРЕМЕННЫЙ ДИЗАЙН И ПРОЕКТИРОВАНИЕ ОБУВИ

MODERN DESIGN AND ENGINEERING OF SHOES

Сложно переоценить влияние Третьей промышленной революции на обувное производство. В это время произошли смешение и синхронизация целой системы ключевых условий для полноценного создания современной обуви: популярные виды спорта, машинно-вычислительные системы, инновационные материалы, технологии для производства, рекламная революция и мода на уличный стиль. Размещение логотипов на обуви перестало быть просто рекламой для спортивных соревнований и трансформировалась в неотъемлемую часть дизайна и уличной культуры.

It is difficult to overestimate the impact of the Third Industrial Revolution on footwear production. During this period, a convergence

and synchronization of an entire system of key conditions for the full-scale creation of modern footwear took place: popular sports, machine-computing systems, innovative materials, manufacturing technologies, the advertising revolution, and the rise of street fashion. the placement of logos on footwear ceased to be merely an element of advertising for sporting events and transformed into an integral part of design and street culture.

Ключевые слова: промышленная революция, автоматизация, ЭВМ, спортивная обувь, материал, дизайн, производство, символизм, уличная культура, аддитивные технологии, моделирование, визуализация, искусственный интеллект.
Keywords: Industrial Revolution, automation, electronic computers (ECM), sports footwear, materials, design, production, symbolism, street culture, additive technologies, modeling, visualization, artificial intelligence.

Третью промышленную революцию, начавшуюся в послевоенные десятилетия, можно объективно рассматривать как системный перелом в эволюции обувной индустрии: она объединила электронику, новые полимерные материалы, механизацию и, позднее, компьютеризацию в единый производственно-дизайнерский цикл. Разработка и массовое внедрение электронно-вычислительных машин (ЭВМ), — ключевое изобретение XX века, радикально ускорившее инженерные расчеты и планирование. Они позволили перейти от эмпирически-ремесленного подхода к проектированию и методам, основанным на моделировании, параметризации и быстрой итерации. Исторически тот же импульс автоматизации затронул кожевенные, ткацкие и формующие операции: от раскроя и строчки до литья подошв и высокоточной приклейки. В результате темпы восстановления и роста отрасли в 1950–1970-е годы превзошли довоенные, а сама обувь стала проектироваться как «инженерная система», в которой эстетика формы следует за свойствами материала, анатомией, биомеханикой движения и технологическими допусками сборки.

К середине XX века складывается производственная архитектура, узнаваемая и сегодня: механизированные линии с участками литья подошвы из полиуретанов и термопластов, клеймо-креплёные (cemented) и строчено-литые (Strobel) конструкции, стандартизированные колодки

и размерные сетки, а также многоуровневый контроль качества от входящих материалов до ресурсных испытаний изгиба и истирания. В те же годы формируется «материаловедческая грамматика» современного кроссовка: этилен-винилацетат и пенополиуретаны как настраиваемые демпферы межподошвы; термополиуретан и полиамиды как жесткие стабилизаторы и торсионные мосты; трикотажные и сетчатые верхи из нейлона и полиэстера как легкая, воздухопроницаемая альтернатива коже. Эти решения не просто снижали массу и повышали долговечность — они переопределяли саму композицию изделия: геометрия каналов и полостей межподошвы, локальная жесткость в зонах переката, конфигурация протектора под тип покрытия — все это становилось предметом целенаправленного проектирования, а не дальнейшей «подгонки» готовой формы [6]. Так зародилась полноценная профессия промышленного дизайнера, в чьи обязанности входило: создавать концепт, эскиз обуви, 3д модель выбранной идеи, выбор цветовых сочетаний, подходящих материалов и как итог — визуализация будущего прототипа.

После начала Третьей революции производство обуви уже сформировалось примерно таким, каким его можно увидеть сегодня: использование механических и автоматических технологий, литье подошвы, зарисовки дизайнерских решений обуви, использование компьютерно-вычислительной техники для разработки 3д модели обуви, а также для управления роботами, используемых в производственных целях. Несмотря на такой обширный спектр новшеств, все они требовали серьезной доработки и усовершенствования.

Спортивные мероприятия — в большинстве футбол, легкая атлетика, баскетбол и теннис — все больше влияли на обувную культуру конца XX, начала XXI века. Крупные компании XX века на протяжении своего развития соревновались качеством и инновациями в области спорта, постепенно усовершенствуя спортивные модели и выпуская новые. Революция в обработке и производстве различных материалов дала возможность экспериментировать и создавать новые более надежные решения в области производства обуви. Одну из значимых событий в начале 1970-х журнал Runner’s World назвал «нейлоновой революцией». Использование нейлона в качестве материала для верха обуви позволяло добиться большей легкости и гибкости по сравнению с классическим кожаным верхом. Со временем на рынке была представлена беговая, теннисная и баскетбольная обувь, которую люди постепенно начинали носить в повседнев-



Рис. 1. Обувь Converse Chuck Taylor «All-Star»

ной жизни. Лаконичный и универсальный дизайн, а также производство приемлемого уровня открыли новую нишу производства около спортивной обуви в качестве «casual» по доступной цене [3, с. 26–31]. Существенную роль сыграла и технологическая революция в обработки материалов: появление водных клеев вместо растворимых, инфракрасной активации, плазменной подготовки поверхностей, автоматизированного раскроя и бесшовных термопленок — все они позволили одновременно повысить качество, сократить отходы и расширить эстетику — от чистых, «технически читаемых» линий до сложных, но ремонтопригодных узлов.

С появлением интернета реклама вышла на принципиально новый уровень влияния на общественность. С конца 1970-х начинается «видимая инженерия» дизайна: технологический узел становится не скрытой деталью, а визуальным аргументом. Система амортизации, торсионная вставка, гелевая капсула или воздушная камера демонстрируются как часть композиции и маркетингового нарратива. Дизайн кроссовок стал объектом рекламной кампании и символизма для привлечения внимания к конкретной теме или событию. Например, лучшей по эффективности и самой дорогой по оплате рекламой до сих пор считается амбассадор бренда. В профессиональном спорте можно часто наблюдать, как популярный и влиятельный спортсмен участвует в спортивном мероприятии. Для компании «Converse» Баскетболист Чак Тейлор был первым в истории амбассадором бренда. В 1921 году, обувная компания предложила ему стать официальным представителем бренда. [2; 3; 5]. В этом сотрудничестве родилась легендарная пара обуви Converse Chuck Taylor «All-Star» (рис. 1). С этого момента в спорте появилась не только технологическая гонка, но и маркетинговая конкуренция крупных производителей обуви, в дальнейшем ставшая клю-

чевым фактором глобального влияния на обувную культуру и модную индустрию.





Рис. 2. NIke Cortez 1972 года и отрывок из фильма "Forest Gump" 1994 года

От ранних кейсов в баскетболе до звёзд легкой атлетики и футбола — Амбассадор бренда становится не просто рекламной фигурой демонстрации механики и преимуществ спортивной новинки компании, а помощником в совместном конструировании дизайна. Комментарии спортсмена по сцеплению, демпфированию и фиксации используются в следующей итерации модели, благодаря чему чаще всего имя амбассадора становится названием пары обуви (Чак Тэйлор, Майкл Джордан, Леброн Джеймс, Стэн Смит и т. д.).

Не менее эффективным маркетинговым ходом был метод продвижения обувной компании за счет релиза кроссовок, приуроченных к какой-либо знаменательной дате: например, усовершенствованная или новая модель спортивной обуви для использования на олимпийских играх или с дизайном, символизирующим событие олимпийских игр. Так сделали в компании Nike в 1972, выпустив модель под названием Nike Cortez в качестве символичного ответа для Adidas Azteca Gold. Исторически Эрнан Кортес был конкистадором, уничтожившим государственность ацтеков в XVI веке. Через 21 год был выпущен фильм «Forest Gump», широко известный сегодня своим кадром с новоиспеченной парой обуви Nike Cortez, которую Дженни подарила главному герою (рис. 2) [5].

Гибкое и автоматизированное производство обуви дало возможность сфокусировать внимание на дизайне самого изделия, с ориентиром на повседневную носку. В тот же период кроссовки стали появляться в релизах мировых представителей люксовых брендов, окончательно размывая прежнюю границу между «инструментом спорта» и «модным высказыванием». Одними из первых таких кроссовок считаются, теннисные кеды от компании «Gucci» в 1984 году, которые вдохновили люксовые бренды на выпуск собственной спортивной обуви (рис. 3). С этого времени дизайн обуви перестает ассоциироваться исключительно с рекламной



Рис. 3. теннисная обувь "Gucci tenis 84"

кампанией на спортивных соревнованиях; кроссовки становится частью уличной культуры и объектом самовыражения носящего.

Благодаря популяризации спорта в повседневной жизни, люди все чаще стали надевать кроссовки вместо обычной обуви. К тому же пара выходила гораздо дешевле обуви ручного производства. Постепенно кроссовки стали неотъемлемой частью гардероба людей из самых разных сфер деятельности. Ключевую роль в продвижении кроссовок в уличную и молодежную культуру сыграла музыкальная индустрия. Начиная от рок- и джаз-исполнителей и заканчивая хип-хоп музыкантами и рэперами, обувь стала важным атрибутом культуры и стиля личности. Всемирно известный Курт Кобейн в свое время ходил в Converse all star, а исполнители рэпа и хип-хопа начинали с Nike Air Jordan 1 и Adidas superstar. В частности, баскетбольная обувь стала первой волной популярности в уличной моде в момент, когда чернокожие представители хип-хопа и рэпа начали носить эту обувь, так как практически каждый из них регулярно играл на улице в баскетбол. Так начались коллаборации не только брендов со спортсменами, но и с другими медийными личностями, во главе списка — музыкальные исполнители. Постепенно сотрудничество дошло и до творческих фигур. Представители разных творческих профессий начали демонстрировать свой стиль в рамках обувной кастомизации и коллаборации с крупными фирмами обуви.

Сегодня для проектирования кроссовок и обуви используют несколько методов:

Модульное проектирование. В современном обувном производстве важное значение приобретает модульное проектирование, основанное на компьютерных технологиях и использовании матриц базовых геометрических форм. Эти формы выступают в роли «условно постоянной информации, которая вводится в базу данных ЭВМ» и позволяют дизайнеру варьировать конструктивные решения за счет трансформаций



Рис. 4. Кроссовки Adidas Futurecraft 4D

— растяжения, сжатия, масштабирования. Применение буквенно-цифрового кодирования ускоряет процесс генерации унифицированных элементов, а сокращение числа деталей и соединений делает обувь легче и эргономичнее. Таким образом, модульное проектирование не только оптимизирует конструкцию, но и создает основу для дальнейшей автоматизации, внедрения САПР и гибких производственных технологий [1].

Системы автоматизированного проектирования (САПР). САПР — это 2д и 3д моделирование формы и дизайна изделия с возможностью подбора материалов с последующей визуализацией. Например, АСКО-2Д (в отечественной практике) и Shoemaster, Delcam Crispin (ныне Autodesk) и др. (на глобальном рынке) представляют из собой системы автоматизированного проектирования, где есть возможность не только моделировать форму, но и рисовать, вырезать шаблоны деталей обуви, проводить расчет, получать паспорт модели и в целом градировать модель. С помощью этих современных технологий дизайнеры могут смело экспериментировать и создавать максимально точные заготовки для производства обуви. Есть также множество других программ автоматизированного проектирования, в каждой из которых есть свои преимущества и недостатки. Ознакомившись по ближе с программами, дизайнеры выбирают для себя более подходящий вариант из списка, который удовлетворяет их потребности [8; 9].

Аддитивные технологии. Начиная с 2014 года, технологии аддитивного прототипирования начали активно использовать в производстве. Методы 3д и 4д печати обувных модулей, литой подошвы и обуви целиком изменили подход к производству [9]. Впервые технологию 3д печати использовали Adidas в сотрудничестве с компанией Materialise, выпустив модель Adidas Futurecraft 3D. Следующим этапом повышения

качества Adidas Futurecraft стало взаимодействие с Carbon, благодаря которой была разработана технология Digital Light Synthesis (DLS) и выпуск модели Futurecraft 4D в 2017 году (рис. 4). «Кроссовки отличает уникальная ячеистая структура промежуточного слоя подошвы, напечатанной из биополимерной, основанной на растительном сырье смолы Carbon EPU 44, и обеспечивающей устойчивость и смягчение ударов стопы о поверхность» [7]. Эта модель стала первым массовым продуктом, в котором аддитивное прототипирование перешло в стадию серийного производства. Подхватив производственную идею конструирования обуви, вслед за Adidas многие компании начали экспериментировать с технологией 3д печати. Сегодня почти у каждой крупной обувной компании есть своя модель с элементами печати или целиком напечатанная на принтере.

Дизайнеры постоянно экспериментируют и работают над композицией элементов обуви и сочетанием разных материалов.

Цифровой скетчинг. Навык рисования на графических планшетах и в мобильных приложениях ускоряет этап формирования и утверждения концепта, до начала проектирования и 3д моделирования формы. Сегодня вместо множество художественных инструментов, с помощью сенсорного стилуса, можно создавать скетчи обуви прямо на планшете в разном стиле и разными красками, без страха ошибиться.

Технологии искусственного интеллекта. Технологии ИИ используют в большинстве направлениях обувной отрасли: проектирование (промт изображения, генеративный дизайн, расчеты, предиктивное моделирование) производство (аддитивные технологии, оптимизация, логистика), управление жизненным циклом продукта (экология, экономика), анализ рынка и спроса (тренды, материалы, решения), взаимодействие с потребителем (пользовательский опыт, индивидуальный подход). ИИ упростил задачу дизайнера на креативном этапе разработки концептуальных эскизов. Сегодня на рынке представлено множество различных приложений для генерации дизайна по запросу, что однозначно помогает в поиске дизайнерских решений. На этапе моделирования формы в объеме алгоритмы машинного интеллекта подбирают конфигурации ячеек таким образом, чтобы достичь максимального баланса между гибкостью, долговечностью и энергопоглощением. В результате создаются изделия, которые почти невозможно было бы сконструировать вручную или при помощи традиционных методов. Одним из первых примеров вышеупомянутая модель Adidas Futurecraft 4D [4; 7].

Заключение

Влияние Третьей промышленной революции на обувной дизайн и производство проявляется не в одном «выдающимся изобретении», а в синхронизации множества инновационных трансформаций: от электронно-вычислительных технологий до рулона ткани на раскрое, от биомеханических метрик до семиотики логотипа. Именно эта синхронизация объясняет, почему кроссовки заняли центральное место в повседневной и уличной культуре: они оказались носителями одновременно утилитарной эффективности, инженерной новизны и социального смысла.

По дизайну обуви можно четко проследить каждую эпоху. Внешний вид, технологии изготовления и качество обуви постоянно менялись. Благодаря развитию технологий, человеческий труд все чаще исключался из производственного цикла. Внешний вид обуви стал одним из ключевых факторов влияния на конечное решение покупателя между представленными в магазинах моделями. Особенно это касается личностей, которые относят себя к конкретной субкультуре. Дизайнеры, художники и технические специалисты постоянно работают над усовершенствованием и развитием обувной культуры, расширяя ее границы. Эволюция последних десятилетий показывает, что конкурентоспособность обуви определяется не только формой и материалом, но и зрелостью всей экосистемы — от цифрового проектирования и экологичных процессов до способов коммуникации с теми сообществами, для которых эта обувь создается.

Список литературы:

1. 4 метода проектирования обуви [Электронный ресурс]. — URL: https://vk.com/wall42496392_7562?w=wall-93960978_1751 (дата обращения: 10.08.2025).

2. Искусственный интеллект и обувной бизнес: следующая революция в индустрии уже началась! [Электронный ресурс]. — URL: https://www.magazineleather.com/ru/искусственный-интеллект-и-обувной-би/ (дата обращения: 10.08.2025).

3. История кроссовок, или Как «уличная» обувь стала основой современной моды [Электронный ресурс]. — URL: https://kulturologia.ru/blogs/080221/48916/ (дата обращения: 10.08.2025).

4. *Кулиничева Е.* Культурная биография спортивной обуви. — Москва: Новое литературное обозрение, 2018. — 644 с.: 174 ил.

5. Подошвы: материалы и методы крепления [Электронный ресурс]. — URL: https://forma-odezhda.com/encyclopedia/podoshvy---o-materialah-i-krepleniyah/ (дата обращения: 10.08.2025).

6. Разбор современных аддитивных технологий в изготовлении обуви [Электронный ресурс]. — URL: https://topstanok.ru/articles/razbor_sovremennyh_additivnyh_tehnologij_v_izgotovlenii_obuvi/ (дата обращения: 10.08.2025).

7. САПР для обуви [Электронный ресурс]. — URL: https://dzen.ru/a/XE8BYQ1EaACtOsLn (дата обращения: 10.08.2025).

8. Ekb-shoes. История создания кроссовок [Электронный ресурс]. — URL: https://ekb-shoes96.ru/blog/istoriya-sozdaniya-krossovok (дата обращения: 10.08.2025).

9. Shoe design software: What are the best options? [Электронный ресурс]. — URL: https://www.sculpteo.com/en/3d-learning-hub/3d-printing-software/shoe-design-software/ (дата обращения: 10.08.2025).

Л.В. МИХАЙЛОВА

Кандидат искусствоведения, профессор кафедры художественного текстиля ФГБОУ ВО «СПГХПА им. А.Л. Штиглица»
e-mail: ludmilamihaylova@mail.ru

Д.В. РОМАНОВ

Кандидат искусствоведения, доцент кафедры художественного текстиля ФГБОУ ВО «СПГХПА им. А.Л. Штиглица»
e-mail: dimasony23@gmail.com

А.М. ФАТЕЕВА

Профессор кафедры художественного текстиля ФГБОУ ВО «СПГХПА им. А.Л. Штиглица»
e-mail: fateyeva-anna@mail.ru

L.V. MIKHAILOVA

PhD in Arts, Professor of the Department of Artistic Textiles, Saint Petersburg State Academy of Art and Design named after A.L. Stieglitz
e-mail: ludmilamihaylova@mail.ru

D.V. ROMANOV

PhD in Arts, Assistant professor of the Department of Artistic Textiles, Saint Petersburg State Academy of Art and Design named after A.L. Stieglitz
e-mail: dimasony23@gmail.com

A.M. FATEEVA

Professor of the Department of Artistic Textiles, Saint Petersburg State Academy of Art and Design named after A.L. Stieglitz
e-mail: fateyeva-anna@mail.ru

DOI: 10.37485/1997-4663_2026_1_2_315_328

ПРОВЕДЕНИЕ РЕКОНСТРУКЦИИ ТЕКСТИЛЬНОГО ОФОРМЛЕНИЯ ОКОН ЗАЛА ЛЮДОВИКА XIV СПГХПА им. А.Л. ШТИГЛИЦА

RECONSTRUCTION OF THE TEXTILE DECORATION OF THE WINDOWS OF THE LOUIS XIV HALL OF THE SAINT PETERSBURG STATE ACADEMY OF ART AND DESIGN NAMED AFTER A.L. STIEGLITZ

Статья содержит историко-теоретическую базу для проведения практической реконструкции текстильного оформления оконных проемов Зала Людовика XIV ФГБОУ ВО «СПГХПА им. А.Л. Штиглица». Анализ объекта исследования подкреплен изучением исторических аналогов и архивных материалов обозначенной эпохи, что позволяет с высокой точностью реконструировать орнаментальный декор текстильного оформления оконных проемов Зала Людовика XIV. Результаты научно-исследовательской работы могут быть востребованы художниками-реставраторами при проведении работ по воссозданию текстильного декора исторического интерьера.

This article provides a historical and theoretical basis for a practical reconstruction of the textile decoration of the window openings in the Louis XIV Hall of the Saint Petersburg State Academy of Art and Design named after A.L. Stieglitz. the analysis of the research object is supported by the study of historical analogues and archival materials of the designated period, which allows us to reconstruct with high accuracy the ornamental decor of the textile decoration of the window openings of the Louis XIV Hall. the results of this research can be used by art restorers when recreating the textile decoration of historical interiors.

Ключевые слова: декоративно-прикладное искусство, реконструкция текстиля, Зал Людовика XIV, жаккардовое ткачество, историзм.
Keywords: decorative and applied arts, textile reconstruction, Louis XIV Hall, jacquard weaving, historicism.

Здание музея ЦУТР барона А.Л. Штиглица, возведенное в 1885–1896 гг. по проекту архитектора М.Е. Месмахера (1842–1906), является выдающимся памятником историзма, где проявились главные принципы эпохи, связанные с анализом и изучением искусства прошлого, интерпретацией художественно-пластических форм и их актуализацией в контексте искусства конца XIX — начала XX в. [17, с. 13; 7, с. 7; 4, с. 40]. Данный архитектурный комплекс изначально проектировался для художественно-промышленного музея, где, по замыслу архитектора, интерьер каждого зала должен быть оформлен в соответствии с определенным историческим художественным стилем. М.Е. Месмахер стремился создать своего рода наглядное пособие, на примере которого обучающиеся могли получить комплексное представление о декоративно-прикладном искусстве и архитектуре прошлого. По этой причине тщательно продумывалась отделка и наполнение интерьеров. «Цель, которую преследовал зодчий в музейных интерьерах, очевидна, так как благодаря “цитированию” или творческой переработке элементов декора конкретных исторических памятников он создавал определенный фон для экспонирования предметов искусства, относящихся к конкретной исторической эпохе» [16, с. 11].

За многие годы функционирования здание претерпело множество утрат и реконструкций исторических фасадов и интерьеров. Особенно глобальные повреждения музей получил в годы Великой Отечественной войны, которые привели к необходимости значительной реставрации декоративного убранства интерьеров и элементов прикладного искусства [12, с. 64]. В 1979 г. здание официально было признано уникальным памятником историзма, после чего началась регулярная реставрация залов [8, с. 313–314].

В настоящее время проведение реставрационных и реконструкционно-восстановительных работ является приоритетной и актуальной задачей в рамках сохранения музея академии. Следует отметить, что значимый вклад в воссоздание культурного и художественного наследия архитектурного ансамбля вносят преподавательский состав и студенты, силами которых восстанавливаются утраченное убранство интерьеров и экстерьеров здания. Данная практика не является новой, поскольку традиционно преподаватели и обучающиеся привлекались к проектированию, строительству, декорированию и реконструкции здания [3, с. 210].

Проведение подобных работ предполагает всестороннее и углубленное изучение имеющихся на данный момент сведений. В рамках

статьи подробнее остановимся на текстильном убранстве Зала Людовика XIV, в частности, на графической реконструкции орнаментального текстиля оконных проемов.

Одной из значимых проблем в реконструкционно-восстановительной практике можно считать воссоздание исторического текстильного орнамента. Обозначенная проблематика недостаточно освещена в современной отечественной научной литературе, что затрудняет разработку целостных и структурированных практических методов по данной теме. Принимая во внимание высокую распространенность тканей в историческом интерьере, в частности, в интерьере Франции XVII в., а также их относительную нестойкость к внешним воздействиям, теоретические и практические наработки по реконструкции текстильных орнаментов могли бы значительно расширить имеющиеся на сегодняшний день научные знания.

Целью исследования является искусствоведческий анализ и графическая реконструкция текстильного оформления оконных проемов Зала Людовика XIV в контексте стилевого решения интерьера. В соответствии с поставленной целью определяются следующие задачи:

1. Выявить основные особенности интерьерного текстиля Франции периода правления Людовика XIV.

2. Составить краткую историческую справку об интерьере Зала Людовика XIV, описать и изучить основные стилевые особенности интерьера.

3. Разработать проект графической реконструкции текстильного оформления оконных проемов Зала Людовика XIV.

В каждый период развития прикладного искусства, в частности, при правлении Людовика XIV, интерьерный текстиль имел свои уникальные особенности. «Это был действительно выдающийся деятель, время правления которого ознаменовалось как эпоха ожесточенных войн и усиление роли Франции среди Европейских государств. Период его правления называли веком абсолютизма, “Великим веком” и эпохой расцвета искусства и культуры» [5, с. 98].

В этот период Франция определила вектор развития искусства Европы и России, вытеснив преобладавшие ранее итальянские и испанские тенденции развития изобразительного искусства [11, с. 99; 1, с. 81]. Наблюдался всеобщий расцвет французского искусства, который был сформирован под значительным влиянием академизма как в мышлении, так и в репрезентации художественных образов. «В 1666 году указом Людовика

XIV была основана Французская академия в Риме, целью которой являлось обучение и совершенствование французских художников» [18, с. 247–248].

Все изобразительное искусство данного периода было посвящено прославлению королевской фамилии и, в первую очередь, самого Людовика XIV [5, с. 99]. «В XVII в. власть короля сделалась неограниченной, а королевский двор стал политическим и культурным центром Франции <…> Выдающиеся архитекторы, живописцы, скульпторы работают по заказам короля, стремясь придать особый блеск королевскому двору, подчеркивая этим могущество и престиж королевской власти» [20, с. 159].

Данный период искусства во Франции получил название «Большой стиль», который сформировался на стыке классицизма и барокко. Классицизм позволял показать взаимосвязь между французской монархией и римским государством, в то время как барочные элементы придавали стилю особую торжественность. Чаще всего классицизм находил отражение в архитектуре, в то время как интерьеры и предметы прикладного искусства в большей степени ориентировались на принципы барокко [18, с. 248].

Стиль Людовика XIV традиционно принято разделять на три исторических этапа. Первым считается период детства короля (1643–1660 гг.) и регентство Анны Австрийской, когда в искусстве преобладали черты эпохи Людовика XIII. Вторым считается период вступления короля в личное правление (1660–1690 гг.), когда сформировались главные художественные принципы стиля. Третий этап (1690–1715 гг.) связан с деятельностью придворного архитектора Ж. Ардуэн-Мансара и декоратора Жана Берена, которые определили развитие стиля в сторону легкости и изящности, что в дальнейшем перешло в стиль рококо.

Интерьеры периода правления Людовика XIV отличались особой роскошью и контрастировали со строгими фасадами зданий. «Франция того времени занимала лидирующую позицию среди европейских государств, а придворный художник Шарль Лебрен, ставший своего рода культурным диктатором, стремился усилить внутреннее благополучие, внедряя в интерьеры полихромные мраморы, позолоченную бронзу, рельефы и плафонную живопись. В помещениях использовались ордерные элементы, вроде пилястр и полуколонн, однако основное внимание уделялось отделке стен, карнизов, а также элементам декора, размещённым над дверными проёмами и на потолках» [18, с. 251].

Особое внимание сосредотачивалось на отделочных материалах, в том числе полихромных тканях, которые часто выполнялись с

использованием золотых и серебряных нитей. Во многом применение в интерьере богато украшенных тканей можно объяснить борьбой с роскошью правления Генриха IV, в результате которой костюм приобрел более скромный вид. «К примеру, запрещалось шить одежду из златотканых и сребротканых материй, украшать ее вышивками, шнуром, золотой нитью, одеваться в бархат, атлас или тафту с золотым шитьем» [1, с. 80–81]. Все это привело к тому, что производители тканей начали уделять особое внимание производству интерьерного текстиля, на который запрет не распространялся.

Пришедший к власти Людовик XIII стремился развить французские производства, в том числе и текстильные, поэтому в период его правления вводился запрет на импорт тканей, что позволило развиться ткацким и отделочным мануфактурам внутри страны [1, с. 81]. Поражают разнообразие однотонного шелка, тафты, муара, штофа, утрехтского бархата (шерсть, вытканная в технике бархата на льняном фоне противоположного цвета), китайского плюша, персидских и индийских тканей, муслинов и множества других материалов [1, с. 85]. Производство тканей всячески поощрялось и в период правления Людовика XIV. Например, в 1667 г. министр финансов Кольбер издает закон, «согласно которому мануфактуры и фабрики должны были каждый год выпускать новые узоры» [13, с. 89; 2, с. 66].

К наиболее распространенным орнаментальным мотивам можно отнести изображения экзотических плодов и цветов, листьев аканта, арабесок, мильфлеров, ракушек и мифологических сюжетов. Можно отметить, что такие мотивы зачастую строились по принципу строгой симметрии по вертикальной или горизонтальной оси, что придавало композиции величественность и устойчивость [11, с. 100; 1, с. 85]. Чаще всего орнаментальные мотивы сочетались с сюжетными на основе античных мифов, исторических событий, воинских подвигов, сцен охоты [1, с. 86].

Колористическое решение орнаментальных тканей имело значительное разнообразие, однако неоспоримым остается преобладание красного цвета и его оттенков, которые символизировали власть и величие короля. Также распространение имели противоположные по спектру цвета — зеленый и синий [1, с. 86]. Кроме окрашенных волокон, широко применяли золотые и серебряные нити различных оттенков, при помощи которых выполняли вышивку, включали в ткачество или использовали в качестве тесьмы [1, с. 85].

Многие элементы стиля Людовика XIII и впоследствии Людовика XIV заимствованы из периода Ренессанса второй половины XV–XVI вв., где применение текстильных драпировок в интерьере имело широкое распространение. «В данный период текстильные украшения интерьеров приобретают черты вычурности и чрезмерного объема и вариативности складок с применением роскошных, богато отделанных тканей» [10, с. 206]. Именно стремление к роскоши дало распространение дорогим отделочным текстильным материалам, которые в некоторых случаях сочетались с драгоценными металлами и трудоемкими техниками декорирования текстиля, такими как ткачество и вышивка. Для этих целей использовали крупноузорчатые орнаментальные ткани, в том числе генуэзский бархат, золотную парчу, дымчатый и рубчатый шелк, атлас, муар и тафту [10, с. 206]. «В период правления Людовика XIV произошли серьезные изменения в декоре. Именно в эту эпоху появляются двойные шторы <…>. Модными становятся бандо и ламбрекены, они располагаются в верхней части декора кроватей и двойных штор» [14, с. 123].

Таким образом, проведя обзор развития интерьерного текстиля периода правления Людовика XIV, можно выявить некоторые общие стилевые черты, основными из которых являются: принцип симметрии орнамента, изобилие золотых и серебряных отделочных элементов, использование тесьмы для обработки краев изделия и преобладание красного цвета.

Зал Людовика XIV расположен на втором этаже Музея прикладного искусства СПГХПА им. А.Л. Штиглица, по правую сторону от главного Выставочного зала, и входит в анфиладу комнат, посвященных французским монархам. Как следует из названия, декоративное оформление репрезентирует искусство Франции второй половины XVII в. [8, с. 312; 9, с. 467; 12, с. 62]. В зале были выставлены предметы французского прикладного искусства: мебель XVII–XVIII вв., в том числе шкафы, комоды, кресла, часы, фарфор.

Зал имеет прямоугольную форму, вытянутую по центральной оси здания с востока на запад. На южной и восточной стене расположены массивные двустворчатые дверные порталы с декоративной резьбой и монохромным орнаментом. Центральную часть западной стены и своеобразную ось всего зала формирует камин с мраморной отделкой и зеркало в деревянном обрамлении в виде пилястр [8, с. 313]. Стены и потолок богато украшены живописью, позолоченной лепниной и текстильным декором [15, с. 298].

Поскольку ни на эскизах архитектора, ни на исторических фотографиях не встречаются светильники, существовала необходимость в естественном освещении интерьера. Для этих целей на северной стене расположены пять больших арочных окон с тонкими переплетами, через которые происходило освещение зала. Такое решение было оправдано, учитывая необходимость использования помещения только в дневное время.

Центральную часть росписей формируют фрески, выполненные в традиционной для XVII в. античной манере. На них изображены четыре аллегории стихий (вода, воздух, огонь и земля). Интервалы между композициями заполнены орнаментальными вставками и полихромным рельефом из листьев аканта. Нижняя часть стен декорирована прямоугольными орнаментальными вставками с полихромным растительным орнаментом [8, с. 313].

Потолок Зала Людовика XIV имеет многоуровневую отделку с использованием традиционных для XVII в. орнаментальных мотивов. Периметр организован при помощи прямоугольных картушей с белым рельефом из акантов и вазонов на терракотовом фоне. Некоторые элементы изображения выделены позолотой. В центре потолка расположен овальный плафон с лепным рельефом, внутри которого изображены облака.

Текстильное убранство зала заслуживает внимания. Стиль Людовика XIV в интерьере невозможно представить без изобилия шпалерного ткачества с многофигурными сюжетными композициями, которые и здесь нашли значимое место. Шпалеры относятся к серии «Месяцы или королевские замки», состоявшие из двенадцати произведений, выполненных на парижской мануфактуре Гобеленов в конце XVII — начале XVIII в. по эскизам Шарля Лебрена и других художников. Три шпалеры из этой серии «Май. Сен-Жермен. Король с дамами на прогулке», «Сентябрь. Шамбор. Кортеж короля», «Октябрь. Тюильри. Прогулка короля» были приобретены в 1887 г. у парижского антиквара М.А. Лово на средства барона А.Л. Штиглица специально для Зала Людовика XIV [9, с. 467; цит. по. 8, с. 312–313].

Отдельно следует отметить текстильную отделку оконных проемов, которые играли значительную композиционную роль в формировании южной стены и являлись неотъемлемой частью всего ансамбля. По замыслу архитектора, оформление окон должно было состоять из симметричных штор красного цвета, отороченных золотыми кистями с внутренней боковой и нижней сторон. Верхнюю часть завершал жесткий ламбрекен того же цвета с золотым бордюром из пальметт, декоративных

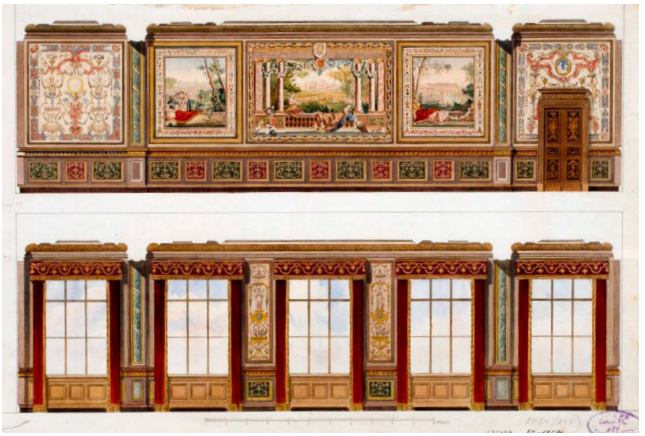


Рис. 1 Проект Зала Людовика XIV Музея ЦУТР барона Штиглица. Развертки южной и северной стен. Архитектор М. Е. Месмахер, 1885–1890 е гг. Источник: Музей прикладного искусства СПГХПА им. А. Л. Штиглица.

лент и бахромы, который был закреплен на прямоугольном резном карнизе. Следует отметить, что орнаментальное и колористическое решение ламбрекена перекликалось с росписью нижнего регистра северной стены, которую изобразил М.Е. Месмахер на авторской акварели. При реализации проекта элементы росписи были изменены, но данная деталь позволяет говорить о единстве замысла и подчинении каждой детали целому.

В орнаменте ламбрекена можно наблюдать применение равномерного ритмического строя, строгую симметрию и крупный масштаб орнамента, что в значительной степени перекликается с декором зала. Кроме того, в оформлении штор проявлена тектоника, свойственная для всего интерьера: монументальная роспись потолка переходит в декоративный рельеф, который продолжается на стенах и далее через карниз переходит на ламбрекен и завершается строгими вертикальными складками ткани.

При воссоздании орнаментальных композиций отделки окон зала Людовика XIV одной из главных проблем являлось отсутствие исторического образца или фотографии в хорошем разрешении, что полностью исключило произведение натурной реконструкцию по фрагменту. Следует отметить, что подобный опыт воссоздания текстильного оформления музейных залов применялся в 2016 г., когда профессором кафедры художественного текстиля А.М. Фатеевой была проведена художественная реконструкция оконного текстиля в Зале Совета, приуроченная к 140-летию основания академии. «Особенность декорирования художественным текстилем исторического интерьера состоит в сохранении его стилистики, учете традиций культурного наследия, передающихся от поколения к поко-

лению и сохраняющихся в течение длительного времени» [19, с. 51]. Структуру орнамента составили симметрично расположенные ветви и плоды в духе венецианских тканей. Чтобы подчеркнуть причастность к юбилею, на полотне был размещен вытканный рисунок с датами «1876–2016».

На сегодняшний день, одним из достоверных источников с изображением отделки Зала Людовика XIV можно считать две акварели М.Е. Месмахера, одна из которых изображает южную стену с оформлением оконных проемов (рис. 1). Высокое сходство эскиза с сохранившимся до нашего времени декором зала позволяет утверждать, что данный проект являлся итоговым и именно по нему производилась отделка интерьера.

Главным акцентом являлся жесткий ламбрекен, с орнаментом из перевернутых пальметт, обрамленных лентами с декоративными завитками. По ширине ламбрекена вмещаются шесть пальметт с лентами (четыре видимые и по одной на каждом завороте) и пять пальметт без обрамления. Каждый растительный мотив состоит из пяти листьев, дугообразно расходящихся от центра. Орнамент имел золотистый оттенок и был нанесен на гладкий фон темно-красного цвета. Из этой же ткани выполнены шторы, которые на эскизе не имеют явно выраженного декора. Все текстильные элементы обрамлены золотистой бахромой в цвет основного орнамента.

Масштаб орнамента, его размеры и пропорции можно рассчитать с относительно высокой точностью на основе акварели путем соотнесения рисунка с частями интерьера. Натурные обмеры оконных проемов показали, что габариты боковых штор с галунами составляют 525 х 195 см, а размеры ламбрекена — 340 х 90 см, с учетом бахромы. Соответственно, высота орнаментальной каймы ламбрекена составляет около 66 см.

К сожалению, по эскизу не представляется возможным определить материал ткани и технику исполнения орнамента. Тем не менее, исходя из специфики оформления зала и его назначения, можно предположить, что материал для штор был плотный и тяжелый для придания монументальности оконному проему и формированию жестких складок. Орнамент, вероятнее всего, был выполнен в технике аппликации или ткачества, поскольку данные техники позволяют получить эффект золота, что характерно для стиля Людовика XIV.

На акварели отчетливо заметен общий строй орнаментальной каймы, который лег в основу дальнейшей практической работы. Тем не менее, существует ряд элементов, которые требуют уточнения. К ним



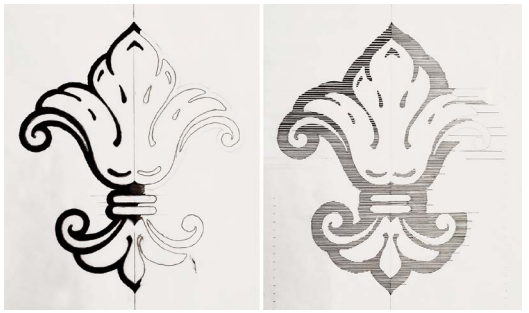


Рис. 2. Колористическая прорисовка орнамента ламбрекена. Автор: А.М. Фатеева
Рис. 3. Графическая прорисовка орнамента штор. Автор: А.М. Фатеева

можно отнести декоративные завершения лент, формы листьев пальметт и др. Было принято решение обратиться к сбору аналогов орнаментов Франции XVII в. с целью выявления наиболее типичных пластических форм для данного периода и региона.

После изучения и художественного анализа первоисточников, включающих в себя проект М.Е. Месмахера, тематическую литературу из фондов библиотеки СПГХПА им. А.Л. Штиглица, аналогов интерьеров в стиле французского барокко и раннего классицизма, начался процесс графического воссоздания орнаментальной композиции. Для этого акварель М.Е. Месмахера была отсканирована в высоком разрешении для определения основных пропорций и размеров реконструируемого орнамента. После выявления основных пропорциональных отношений элементов орнамента: лент, пальметт и завитков — была осуществлена ручная прорисовка деталей изображения (рис. 2). Одной из главных проблем стало восстановление отдельных элементов раппорта, которые не видны на акварели. Для этого проводилась работа по сбору аналогов интерьерного текстиля и мебельной обивки стиля Людовика XIV.

Следующим этапом стала натурная примерка эскиза в интерьер зала для сверки масштабного и цвето-тонального решения композиции. На этом этапе было принято решение дополнить боковые полотнища штор раппортным изображением пальметт и вертикальных линий для формирования целостного пластического ансамбля (рис. 3).

Цветовое решение орнамента определялось оригинальным эскизом, в котором преобладают оттенки золотого и красного цветов. Было решено сохранить оригинальные цветовые отношения и ввести в

структуру рисунка дополнительные оттенки, которые добавили орнаменту сложность и визуальную выразительность.

Результатом проведенного исследования стала графическая реконструкция орнаментов текстильного оформления окон Зала Людовика XIV. Приведенные в работе сведения позволили провести обзорный анализ развития интерьерных тканей стиля Людовика XIV в контексте обозначенной темы. В исследовании приведены материалы по интерьерному решению Зала Людовика XIV и сделаны выводы о том, что данный интерьер можно охарактеризовать как целостный и завершенный ансамбль архитектуры и декоративно-прикладного искусства, в котором текстильное убранство играло значимую роль. Совокупный анализ орнаментального решения Зала Людовика XIV, исторических аналогов обозначенной эпохи и архивных материалов позволяет с высокой степенью научной достоверности реконструировать орнаментальный декор текстильного оформления окон Зала Людовика XIV, что является значимой задачей в контексте проведения реставрационных работ по воссозданию указанного интерьера.

Список литературы:

1. *Бородина С.* Эволюция мебельных тканей в контексте королевских стилей французской мягкой мебели XVI–XIX веков // Мир искусств: Вестник Международного института антиквариата. 2021. № 2(34). — С. 80–99.

2. *Булгакова А.* Технология художественного ковроткачества XVII–XVIII веков // Мир искусств: Вестник Международного института антиквариата. — 2017. — № 2 (18). — С. 64–84.

3. *Векслер А.К.* Орнамент в художественно-промышленном образовании XIX — начала XX века в училищах технического рисования графа Строганова и барона Штиглица // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. 2022. — № 203. — С. 207–217.

4. *Власова Г.А.* Максимилиан Егорович Месмахер — архитектор, художник, педагог — по свидетельствам современников и в воспоминаниях учеников // Месмахеровские чтения — 2022: Материалы международной научно-практической конференции. Сборник научных статей, Санкт-Петербург, 21–22 марта 2022 года / редакторы-составители М.Е. Орлова-Шейнер, Н.Н. Цветкова, А.М. Фатеева, научный редактор А.И. Бартенев, Г.Е. Прохоренко. — Санкт-Петербург: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургская государственная художественно-промышленная академия имени А.Л. Штиглица», 2022. — С. 32–44.

5. *Войтенко М.В.* Образ европейского правителя XVII — нач. XVIII веков на примере изображения Людовика XIV // Наука и практика регионов. — 2021. — № 2 (23). — С. 98–109.

6. Иллюстрированный словарь терминов по западноевропейскому декоративно-прикладному искусству XIV–XIX веков / О.К. Пичугина, рецензент: С.К. Хабибуллина, ФГБОУ Уральский государственный архитектурно-художественный университет. — Екатеринбург: Уральский государственный архитектурно-художественный университет, 2016. — 68 с.

7. *Карпов А.В., Мутья Н.Н.* Резные панели Зала Совета Музея училища барона А.Л. Штиглица: изобразительные источники и иконография // Terra Artis. Искусство и дизайн. — 2023. — № 4. — С. 6–31.

8. *Кривулько Т.А.* Исследование и атрибуция декоративной отделки зала Людовика XIV СПГХПА им. А.Л. Штиглица // Сохранение памятников изобразительного искусства и культуры. Исследования и реставрация: Материалы III Международной научно-практической конференции, посвященная вопросам сохранения и атрибуции памятников изобразительного искусства и культуры, Санкт-Петербург, 16–19 ноября 2018 года. — Санкт-Петербург: Чистый лист, 2019. — С. 312–318.

9. *Кривулько Т.А., Жукова П.А.* Превентивные исследования в реставрации. Бытование Зала Людовика XIV в СПГХПА им. А.Л. Штиглица, современное состояние настенной живописи // Месмахеровские чтения — 2018: Материалы международной научно-практической конференции. Сборник научных статей, Санкт-Петербург, 21–22 марта 2018 года / Научный редактор А.О. Котломанов. — Санкт-Петербург: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургская государственная художественно-промышленная академия имени А. Л. Штиглица», 2018. — С. 466–474.

10. *Ланская П.Д., Пятков С.В.* Драпировка в историческом интерьере IX–XIX вв. // Новые идеи нового века: материалы международной научной конференции ФАД ТОГУ. — 2020. — Том 3. — С. 203–210.

11. *Махлина С.Т.* Эволюция интерьера Франции XVII — начала XIX века // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. — 2014. — № 2 (19). — С. 98–106.

12. *Нарышкина Н.А.* Музей барона Штиглица // История Петербурга. — 2003. — № 2 (12). — С. 59–64.

13. *Нургаязова А.* Искусство художественного текстиля Франции: эволюция стилей — сохранение технологий // Мир искусств: Вестник Международного института антиквариата. — 2013. — № 4 (04). — С. 88–92.

14. *Нургаязова А.* Эволюция стилей в декоративном оформлении окон // Мир искусств: Вестник Международного института антиквариата. — 2014. — № 2 (06). — С. 121–125.

15. *Павловская А.В.* Монументально-декоративная живопись в интерьерах музея прикладного искусства СПГХПА им. А.Л. Штиглица: к определению основных задач исследования // Искусство и дизайн: история и практика: материалы VII Всероссийской научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 30 мая 2022 года. — Санкт-Петербург: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургская государственная художественно-промышленная академия имени А.Л. Штиглица», 2022. — С. 293–304.

16. *Прохоренко Г.Е.* «средневековье» в интерьерах музея Центрального Училища технического рисования барона Штиглица. К вопросу о принципе умного выбора // Витраж «Моисей со скрижалями»: история одного памятника: Коллективная монография. — Санкт-Петербург: Санкт-Петербургская государственная художественно-промышленная академия им. А.Л. Штиглица, 2024. — С. 10–24.

17. *Прохоренко Г.Е.* Музей Центрального училища технического рисования барона А.Л. Штиглица. История создания и формирования коллекции: специальность 07.00.12: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата искусствоведения / Прохоренко Галина Евгеньевна. — Санкт-Петербург, 2000. — 22 с.

18. Роль стиля Людовика XIV в развитии французского искусства / В.А. Левченко, В.О. Ноткина, В.Е. Фомина, М.А. Сомова // World of science: сборник статей VII Международной научно-практической конференции, Пенза, 30 января 2024 года. — Пенза: Наука и Просвещение (ИП Гуляев Г.Ю.), 2024. — С. 247–251.

19. *Фатеева А.М.* Декоративный текстиль в исторических интерьерах СПГХПА им. А.Л. Штиглица (зал Совета) // Три архитектурные школы — 2019: Материалы научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 25 апреля 2019 года. — Санкт-Петербург: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургская государственная художественно-промышленная академия имени А.Л. Штиглица», 2019. — С. 50–57.

20. *Филимонова Ю.А.* Возвышение культуры Франции как результат французского меркантилизма // Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. — 2012. — № 6 (78). — С. 148–151.

21. *Berain J.* Ornaments Inventez par J. Berain Et se vendent Chez Ledit Autheur Aux Galleries du Louvre Avec Privilege du Roi. — Paris: Chez l'auteur, [1710]. — [2] p.: 76 grav.

Е.В. ВАСИЛЕНКО

Кандидат педагогических наук, доцент кафедры «Промышленный дизайн» МГУТУ имени К.Г. Разумовского (ПКУ)
e-mail: elenalopasova@mail.ru

П.Г. ВАСИЛЕНКО

Кандидат педагогических наук, доцент кафедры «Промышленный дизайн» МГУТУ имени К.Г. Разумовского (ПКУ)
e-mail: pavelvasilenko@list.ru

А.В. АФИНОГЕНТОВА

Доцент кафедры «Художественное стекло» РГХПА им. С.Г. Строганова
e-mail: aanna@bk.ru

E.V. VASILENKO

Candidate of pedagogical Sciences, associate Professor of the Department design and applied arts Federal State Budget Educational Institution of Higher Education «K.G. Razymovsky Moscow State University of technology and management (the First Cossack University)»
e-mail: elenalopasova@mail.ru

P.G. VASILENKO

Candidate of pedagogical Sciences, associate Professor of the Department design and applied arts Federal State Budget Educational Institution of Higher Education «K.G. Razymovsky Moscow State University of technology and management (the First Cossack University)»
e-mail: pavelvasilenko@list.ru

A.V. AFINOGENTOVA

Associate Professor of the Art Glass Department of the Russian State Stroganov University of Design and Applied Arts
e-mail: aanna@bk.ru

DOI: 10.37485/1997-4663_2026_1_2_329_341

ХУДОЖЕСТВЕННОЕ СТЕКЛО В ДИЗАЙНЕ КОСТЮМА. ПУГОВИЦЫ

ARTISTIC GLASS IN COSTUME DESIGN. BUTTONS

Данная статья представляет собой комплексное исследование, посвященное истории и эволюции стеклянной пуговицы как уникального феномена на стыке декоративно-прикладного искусства, дизайна костюма и материальной культуры. Прослеживая ее путь от архаичных магических оберегов до статусных символов аристократии и предметов массового производства, автор раскрывает глубокие социальные, ритуальные и технологические аспекты, заложенные в этой малой детали костюма. Особое внимание уделено ключевым историко-культурным центрам производства: Европе эпохи Ренессанса и Барокко, чешской Богемии (Яблонец-над-Нисоу), а также России — от мануфактур Ломоносова до советских фабрик в Гусь-Хрустальном и легендарной «Пуговички». В заключительной части анализируется ренессанс стеклянной пуговицы в XXI веке, обусловленный трендами устойчивой моды и интересом к уникальным артефактам ручной работы. Статья демонстрирует, как через призму истории одной детали можно рассмотреть масштабные культурные и технологические процессы.

This article is a comprehensive study of the history and evolution of the glass button as a unique phenomenon at the intersection of decorative and applied arts, costume design, and material culture. By tracing its journey from archaic magical amulets to status symbols of the aristocracy and mass-produced items, the author reveals the profound social, ritual, and technological aspects embedded in this small detail of the costume. Special attention is given to the key historical and cultural centers of production: Europe during the Renaissance and Baroque periods, Czech Bohemia (Jablonec nad Nisou), and Russia, from Lomonosov's manufactories to the Soviet factories in Gus-Khrustalny and the legendary “Pushivochka”. the final part of the article analyzes the renaissance of the glass button in the XXI century, driven by sustainable fashion trends and the interest in unique handmade artifacts. the article demonstrates how the history of a single detail can provide insights into broader cultural and technological developments.

Ключевые слова: стеклянная пуговица, дизайн, декоративно-прикладное искусство, художественное стекло, материальная культура, советская легкая промышленность.
Keywords: glass button, design, decorative and applied arts, artistic glass, material culture, Soviet light industry.

Применение художественного стекла в дизайне костюма является одной из самых живых и развивающихся традиций, объединяющих ремесло, искусство и технологию.

Эта традиция — не просто история декоративного элемента, а масштабное культурное явление, отражающее эволюцию человеческого общества, технологические революции и смену эстетических парадигм.

На протяжении всей истории человечества стеклянные элементы — от древних бус и амулетов до изысканных брошей и пуговиц — служили не только для украшения, но и выполняли глубокие социальные, ритуальные и эстетические функции, выступая в роли магического щита, социального паспорта и, наконец, объекта самостоятельного художественного высказывания [2].

Стеклянная пуговица, в частности, представляет собой уникальный феномен: будучи сугубо утилитарной деталью, она смогла пройти путь от магического оберега до статусного символа и, наконец, до самостоятельного произведения искусства в современных коллекциях высокой моды.

Ее блеск, многообразие форм и цветов, способность преломлять и удерживать свет делают ее мощным инструментом в руках дизайнера, способным кардинально преобразить визуальный образ, придав ему уникальность, историческую глубину и неповторимый шарм. Это микроскопическая линза, сквозь которую можно рассмотреть целые пласты истории, искусства и технологического прогресса.

История пуговицы как концепции уходит корнями в глубь тысячелетий. Археологические находки, датируемые III тысячелетием до нашей эры, свидетельствуют о существовании костяных и каменных застежек, отдаленно напоминающих пуговицы.

Однако их первоначальная функция была гораздо шире, чем просто скрепление краев одежды. В архаичных обществах одежда была не только защитой от холода, но и сложной символической системой, «буфером» между хрупким человеческим миром и враждебными силами хаоса, миром духов и непознанного [4]. Каждый элемент костюма, особенно застежки, располагавшиеся на жизненно важных «воротах» — вороте, манжетах, разрезах, нес сакральную нагрузку.



Рис. 1. Пуговицы. XI–XIII вв. URL: https://www.nkj.ru/archive/articles/23036/?ysclid=m2iqn5qwfj795339231 (дата обращения 12.11.25)

Этимология слова «пуговица» в русском языке красноречиво указывает на ее сакральную, магическую роль. Оно родственно словам «пугало» и «пугать». Пуговица служила оберегом, «пугалкой» для злых духов.

Наши предки считали, что самые уязвимые для нечисти места на теле — это шея, запястья и подол, поэтому эти границы обильно украшались защитной вышивкой-оберегом и, что важно, пуговицами-амулетами.

Их изготавливали из кости, дерева или металла и покрывали солярными знаками (свастиками, кругами), символами плодородия (ромбами, точками) и другими «заговоренными» узорами, призванными отгонять зло.

Для усиления эффекта внутрь пуговицы часто помещали кусочек металла, дробину или круглый камешек, который при движении издавал приглушенный звук, подобный звону бубенца, что, по поверьям, также отпугивало нечисть [6].

Эта акустическая функция роднит ранние пуговицы с оберегами-погремушками, распространенными у многих народов мира, создавая своеобразную «систему звуковой защиты».

Параллельно с магической, пуговица очень рано начала выполнять и социальную функцию, став одним из первых инструментов невербальной коммуникации. Уже в древних цивилизациях Шумера, Египта и Китая по качеству отделки, материалу и количеству застежек на одежде можно было безошибочно судить о статусе, богатстве и роде занятий их владельца.

На территории будущей России, например, в IV–III тысячелетиях до н. э., жители поселений на месте современного Подмосковья использовали для своей одежды пуговицы из янтаря, которые имели форму диска

с двумя отверстиями. Янтарь, ценный материал, привозимый с берегов Балтики, уже тогда указывал на особое положение человека в племенной иерархии, его доступ к дальним торговым путям.



Рис. 2. Английские и французские серебряные пуговицы с изображением насекомых, покрытые стеклом в стиле модерн. 1900–1910 гг. URL: https://www.livemaster.by/topic/103481-istoriya-pugovitsy?utm_referrer=https%3a%2f%2fyandex.ru%2f (дата обращения 12.11.25)

Эта тенденция достигла своего апогея в допетровской Руси. В Московском государстве XVI–XVII веков пуговица стала настоящей «визитной карточкой», а ее ношение — строго регламентированным действом. Их количество на кафтане, сложность орнамента (узорчатые «гирьки», чеканные «кляпыши»), использование серебра, олова или позолоченной меди — все это было прописано в указах.

Боярин мог носить кафтан, сплошь усыпанный дюжиной дорогих серебряных пуговиц с чернью, в то время как простолюдину полагались скромные оловянные или деревянные пуговицы, а военные (стрелецы)— медные, с государственным гербом. Пуговица стала инструментом социального контроля и демонстрации верности государю [8].

Европейский Ренессанс и «золотой век» — технологический прорыв и рождение индустрии. Массовое распространение пуговицы в Европе получили в XIII веке, что было напрямую связано с революцией в крое и социальными изменениями.

Если ранее одежда была преимущественно свободной, накидной и часто надевалась через голову, то совершенствование портновского искусства позволило создавать облегающие, сложно сконструированные костюмы, повторяющие контуры тела [12]. Это потребовало надежных и многочисленных застежек. Пуговица стала незаменимым элементом как мужского, так и женского гардероба, символизируя новый идеал человеческой личности — индивидуальной, активной, подчеркивающей свою телесность.

Эпоха Ренессанса стала точкой отсчета для профессионального пуговичного дела. В Париже, Лондоне, Нюрнберге и других крупных ремесленных центрах возникли первые цеха пуговичников (button-makers), обладавшие своими уставами, гербами и строгой внутренней иерархией.

Эти ремесленники строго специализировались: одни работали с металлом (литье, чеканка, филигрань), другие — с костью и рогом (резьба), а третьи — со стеклом, создавая непрозрачное молочное или цветное стекло, имитирующее драгоценные камни [10]. Производство пуговиц быстро превратилось из кустарного промысла в весомую и доходную отрасль европейской экономики, экспортирующую свою продукцию по всему миру.

Истинным «золотым веком» пуговицы стал XVIII век. Это была эпоха барокко и рококо, когда в моде царили изобилие, сложность, театральность и роскошь. Пуговица идеально вписалась в эту эстетику, став не просто застежкой, а главным акцентом костюма.

Ассортимент материалов стал поистине безграничным: для их изготовления использовали золото, серебро, олово, сталь, латунь, черепаховый панцирь, перламутр, слоновую кость, эмаль и, конечно, стекло. Стеклянные пуговицы того времени, особенно французские, были настоящими шедеврами миниатюрного искусства.

Их изготавливали методом выдувания в формы, прессования, украшали алмазной гранью, позолотой и многоцветными эмалями, создавая сложные цветочные и сюжетные композиции. Утонченность и высокохудожественное качество этих изделий придавали костюму аристократии особый, неповторимый шик и сияние [14].

Любопытно, что вплоть до середины XIX века пуговица оставалась в основном «мужской» привилегией. По некоторым оценкам, до двух третей всех производимых пуговиц использовалось для мужской одежды, которая была более сложной, многослойной и застегивающейся (камзолы, жилеты, сюртуки), в то время как женские платья часто застегивались на крючки, шнуровались или имели свободный силуэт.

Ситуация кардинально изменилась с расцветом Haute Couture во второй половине XIX века. Великие кутюрье, такие как Чарльз Фредерик Ворт, осознали, что пуговица в женском платье может быть не просто функциональной деталью, но и мощным декоративным элементом, способным расставить акценты, подчеркнуть линию талии, манжеты и завершить образ, сделав его элегантным и целостным [1].

Чешский феномен и черное стекло королевы Виктории — отдельная, блестящая глава в истории стеклянной пуговицы. Написали ее мастера Чехии (Богемии) и, в частности, города Яблонец-над-Нисоу.

С 1764 года, благодаря богатым залежам кварцевого песка и многовековым традициям стеклоделия, этот регион стал мировым эпицентром

производства стеклянной галантереи, бижутерии и пуговиц. Изначально пуговицы здесь делали со стеклянными вставками в металлическую оправу, но с совершенствованием технологий литья и прессования перешли к массовому производству цельностеклянных изделий невероятного разнообразия [3].

Рост спроса в XIX веке и жесткая конкуренция заставляли яблонецких мастеров постоянно экспериментировать с формами, цветами и декором. Они освоили технику «глазка» (с инкрустацией в виде зрачка), «лампворк» (с использованием газовой горелки для создания миниатюрных фигурок), наплавление цветных нитей и гравировку.

К концу столетия их ассортимент включал в себя десятки тысяч наименований — от простых, но элегантных пуговиц для массового рынка до изысканных, почти ювелирных изделий с имитацией агата, малахита или опала для домов моды Парижа и Лондона. Богемское стекло стало синонимом качества и изобретательности [5].

Отдельного внимания заслуживает история пуговиц из черного стекла. Их популярность — это хрестоматийный пример влияния монаршей особы на моду. Королева Виктория после смерти своего супруга принца Альберта в 1861 году погрузилась в глубокий траур и до конца жизни носила одежду исключительно черного цвета [7].

Ее траурные пуговицы изначально были изготовлены из гагата (черного янтаря) — редкого и дорогого материала.

Однако спрос со стороны подданных, желавших подражать королеве и соблюдать строгий траурный этикет, был так велик, что его не мог удовлетворить редкий гагат. Богемские мастера быстро нашли гениальное решение, наладив массовый выпуск пуговиц из черного стекла.

Их поверхность часто украшали серебряным «люстром» (блестящим напылением солями серебра) или гравировкой, что делало их одновременно элегантными, сдержанными и подходящими для скорбного этикета викторианской эпохи. Эта история показывает, как мода, технология и социальный заказ сплетаются воедино.

Развитие стеклоделия в России, имевшее глубокие корни в традициях венецианских и немецких мастеров, оказало прямое влияние и на производство стеклянных пуговиц. Знаковую роль здесь сыграл Михаил Васильевич Ломоносов.

Будучи не только ученым-энциклопедистом, но и художником, увлеченным возможностями цветного стекла, он в 1753 году основал в Усть-Рудице под Ораниенбаумом фабрику по производству цветного

стекла и смальты для своих грандиозных мозаичных полотен.

Побочной, но важной продукцией этого предприятия стали стеклянные пуговицы. Благодаря новаторским технологиям Ломоносова, в России научились создавать стекло насыщенных, чистых и стабильных цветов — от густо-синего «кобальта» до яркого «золотого рубина», что сразу же отразилось на качестве и красоте фурнитуры [9].



Рис. 3. Пуговицы из стекла различного колорита со сложным рельефом. URL: https://se.pinterest.com/pin/217650594463950073/ (дата обращения 12.11.25)

Широкое распространение стеклянные пуговицы получили в эпоху правления Екатерины II, когда двор стремился ни в чем не уступать европейской моде, а национальное производство всячески поощрялось.

В советский период главным центром производства стеклянных пуговиц стал завод в Гусь-Хрустальном. В 1940-е годы после послевоенной реконструкции и внедрения полуавтоматов для прессования здесь было налажено массовое, конвейерное производство не только стаканов и блюдец, но и стеклянных пуговиц для всей страны [13].

Это были высокохудожественные изделия, в которых угадывались черты советского ампира и ар-деко: их покрывали яркими, жизнеутверждающими красками (алой, солнечно-желтой, изумрудной), наносили рельефные узоры (серпы и молоты, колосья, звезды) и абстрактные рисунки, отвечавшие запросам советских модниц, стремившихся к яркому и индивидуальному образу в условиях унифицированной моды.

Однако настоящей легендой, «пуговичной Меккой» СССР стала Крюковская пуговичная фабрика (впоследствии — «Пуговичка»). Ее история — это микромодель советской промышленности, с ее драматическими поворотами и удивительной адаптивностью. До войны фабрика была знаменита на весь Союз своими елочными игрушками, создавая атмосферу праздника. С началом Великой Отечественной войны она была мгновенно перепрофилирована на выпуск продукции для фронта — в цехах наладили производство противотанковых ампул и другой военной продукции.

Новая, «золотая», жизнь фабрики началась в 1950-м году. На оборудовании, вывезенном по репарациям из Германии, здесь начали выпускать пуговицы для женской и детской одежды из цветного глушеного (матового) стекла методом горячего прессования [11].

Секрет их уникальной матовости и приятной тактильности заключался в добавлении талька в стекольную массу. С 1953 года, в период «оттепели», пуговицы стали отделывать жидким золотом и серебром, что делало их особенно нарядными, праздничными.



Рис. 4. Пуговицы Зеленоградской пуговичной фабрики. URL: https://www.zelenograd.ru/story/pugovichka/ (дата обращения 12.11.25)

Сложная экосистема советской легкой промышленности обеспечивала фабрику материалами: полуфабрикаты — цветные стеклянные шарики и полая соломка для стекляруса — поступали на фабрику со стекольного завода «Красный май» (того самого, что делал рубиновое стекло для кремлевских звезд). Краски и пигменты поставлял Дулёвский красочный завод.

В 1950–60-е годы фабрика переживала свой пик: она была первой и единственной в СССР, кто представлял модный во всем мире тренд на цветные стеклянные пуговицы. Ее продукция — яркая, с продуманным дизайном — расходилась миллионами штук по всей стране, от Прибалтики до Дальнего Востока.

Ассортимент был невероятно широк и демократичен: детские пуговицы с фигурками зверей, паровозиками и вишенками; нарядные для платьев и блузок с цветочными узорами, геометрическим тиснением и «жатым» стеклом; строгие форменные для военных и солидные, крупные для пальто и плащей. Коллектив фабрики, включая талантливых художников-технологов, неоднократно получал награды ВДНХ за разработку новых моделей, отвечающих духу времени.

Однако к середине 1990-х годов, с упадком системы массового пошива и тотальным наплывом дешевой пластиковой фурнитуры из Юго-Восточной Азии, рентабельность уникального производства упала. Фабрика, переименованная в «Смальту», безуспешно пыталась перейти на выпуск материалов для реставрации, но вскоре и вовсе закрылась, поставив точку в целой эпохе.

Стеклянная пуговица в XXI веке — переживает настоящее возрождение в эпоху устойчивой моды. В современном мире, на фоне растущего критического интереса к устойчивой моде, осознанного потре-

бления, винтажу и ручной работе, стеклянные пуговицы стали поистине уникальным средством для создания современного образа.

Дизайнеры и сознательные потребители ценят их за ряд неоспоримых преимуществ, которые делают их актуальными в новом тысячелетии.

— Уникальность и история: каждая винтажная пуговица — это артефакт, несущий на себе отпечаток времени, обладающий собственной душой и историей. Коллекционеры и дизайнеры охотятся за раритетными экземплярами из Богемии, советскими «пуговичками» или французскими пуговицами эпохи ар-нуво, видя в них готовые миниатюрные произведения искусства, наделенные нарративом.

— Экологичность и этичность: в отличие от массового пластика, производство которого основано на нефтехимии и который веками разлагается на микропластик, стекло — натуральный материал, состоящий из песка, соды и извести. Оно поддается бесконечной переработке без потери качества и, будучи инертным, не выделяет в природу вредных веществ, что соответствует философии «зеленой» моды.

— Энергетика и тактильность: стекло физически приятно держать в руках, оно обладает особой весомостью, прохладой и способностью преломлять свет, создавая игру бликов и теней. Эта «живая» материальность придает вещи, украшенной такими пуговицами, особую ценность, контрастируя с холодной синтетикой масс-маркета.

— Современные технологии, такие как лазерная резка и 3D-печать со стеклом, открывают перед дизайнерами неограниченные возможности для создания пуговиц со сложной геометрией, ажурными узорами, микротекстурами и внутренними инклюзиями.

Тем не менее, по-прежнему невероятно высоко ценится ручной труд. Мастера-стеклодувы, продолжая традиции Яблонца-над-Нисоу, Гусь-Хрустального и венецианского Мурано, создают уникальные коллекционные пуговицы в технике «лампворк», муранской мозаики или фьюзинга, которые являются самостоятельными арт-объектами и ценятся наравне с ювелирными изделиями.

Современные направления использования стеклянных пуговиц:

— Haute Couture и авторский дизайн. Ведущие дома моды (например, Schiaparelli, Dolce & Gabbana, Gucci) и независимые дизайнеры используют винтажные или современные художественные пуговицы в качестве ключевого акцента, создавая диалог между прошлым и настоящим. Они могут быть центральным элементом вечернего платья, жакета или пальто, придавая образу роскошь, театральность, нарративность и уникальность, недостижимую для стандартной фурнитуры.

— Этнический и фольклорный стиль (бохо). Стеклянные пуговицы, особенно с техникой «глазка», «ляписного стекла» (имитация лазурита), сложным рельефом или яркими витражными цветами, идеально вписываются в философию стиля бохо и этнику, добавляя костюму цвета, фактуры, рукотворной эстетики и намек на магию древних амулетов.

— Апсайклинг и кастомизация. Вторая жизнь старых вещей — один из главных трендов современности. Замена стандартных пуговиц на новых или винтажных вещах на стеклянные — это простой, эффективный и творческий способ полностью преобразить и индивидуализировать предмет гардероба, вдохнув в него новую душу и сделав его эксклюзивным.

— Бижутерия и аксессуары. Историческая функция пуговицы как подвески в ожерельях и украшениях вернулась с триумфом. Сегодня из красивых стеклянных пуговиц, особенно крупных и фактурных, создают бусы, серьги, браслеты и броши, комбинируя их с бусинами, металлическими элементами и натуральными камнями. Это направление позволяет создавать действительно эксклюзивные, рассказывающие историю украшения, находящиеся на стыке моды и декоративно-прикладного искусства.

Пуговица из стекла, пройдя тысячелетний путь от магического амулета у горловины древнего охотника до статусного символа на мундире европейского аристократа, от яркого продукта советской легкой промышленности до вожделенного объекта для современных коллекционеров и кутюрье, сегодня окончательно утвердилась как полноценный материал для глубокого художественного высказывания в дизайне костюма, стала малой деталью большого культурного кода.

Ее история — это не просто хронология изменений в моде и технологиях, это многослойное зеркало, отражающее технологический прогресс, смену эстетических идеалов, социальные изменения, суеверия и вечное, неугасимое стремление человека к красоте, индивидуальности и самовыражению.

От янтарных дисков древности и ажурных шедевров эпохи Рококо до ярких прессованных пуговиц советской эпохи и концептуальных дизайнерских объектов современности — стеклянная пуговица неизменно демонстрирует свою утилитарную и декоративную ценность, гибко адаптируясь к запросам каждой новой эпохи.

Она является ярким и наглядным доказательством того, что даже самая малая, на первый взгляд, сугубо функциональная деталь может нести в себе глубокий культурный код, многовековые традиции мастерства и безграничный потенциал для творчества.

Традиция применения стекла в создании пуговиц — это живая, дышащая и непрерывно развивающаяся история, в которой прошлое встречается с будущим, открывая широкий простор для создания неповторимого визуального образа, наделенного смыслом, красотой, историей и душой.

Список литературы:

1. *Богданова В.В., Василенко П.Г.* Дизайн современного художественного стекла и его технологии // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник РГХПУ им. С.Г. Строганова. — 2021. — № 2-1. — С. 318–322.

2. *Киреева Е.В.* История костюма. Европейские костюмы от античности до XX века. — Москва: Просвещение, 1976. — 174 с.

3. *Кондюкова А.С., Василенко Е.В.* Эстетический язык цвета в дизайне // Наука. Культура. Искусство: актуальные проблемы теории и практики. сборник докладов Всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции: в 3 т. — Белгород, 2020. — С. 261–264.

4. *Паллотта В.И., Кузнецова Л.В.* Социально-экономические аспекты промышленного дизайна // Образование. Наука. Культура. материалы международного научного форум. — Гжель: ГГУ, 2018. — С. 157–159.

5. *Семенова Е.А., Василенко Е.В., Василенко П.Г.* Дизайн авторского студийного стекла Алекса Габриэля Бернштейна // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник РГХПУ им. С.Г. Строганова. — 2021. — № 4–1. — С. 285–294.

6. *Фаччини С.* Пуговицы. Иллюстрированный альбом. — Москва: Издательство «АСТ», 2018. — 240 с.

7. *Hughes B.* the Story of the Button. — London: Button Queen Publications, 2014. — 192 p.

8. *Pallotta V.I., Vasilenko E.V., Vasilenko P.G.* Socio-cultural aspect of design and construction of modern orthodox churches // IOP Conference Series: Materials Science and Engineering. International Science and Technology Conference (FarEastCon 2020) 6th–9th October 2020, Russky Island, Russia. — Vladivostok, 2021. — С. 042090.

9. *Peacock P.* Buttons. — Oxford: Shire Publications, 2010. — 64 p.

10. Официальный сайт Ассоциации коллекционеров пуговиц (The National Button Society). — URL: https://www.nationalbuttonsociety.org/ (дата обращения: 25.09.25).

11. Материалы Музея стекла в Яблонце-над-Нисоу (Museum of Glass and Jewellery in Jablonec nad Nisou). — URL: https://www.msb-jablonec.cz/ (дата обращения: 25.09.25)

12. «Пуговичка» — в сердце навсегда. — URL: https://bru-museum.ru/o-muzee/onas-pishut/260-pugovichka-v-serdtse-navsegda-3?ysclid=mkzpo2ysm5145037774 (дата обращения: 25.10.25).

13. На все пуговицы. — URL: https://www.nkj.ru/archive/articles/23036/?ysclid=m2iqn5qwfj795339231 (дата обращения: 25.10.25).

14. Пуговки. История и факты… — URL: https://www.livemaster.ru/topic/1429503-pugovki-istorii-i-fakty?ysclid=m2iqk0khta243587428 (дата обращения: 25.10.25).

П.Г. ВАСИЛЕНКО
Кандидат педагогических наук, доцент кафедры промышленного дизайна МГУТУ имени К.Г. Разумовского (ПКУ)
e-mail: pavelvasilenko@list.ru

А.В. АФИНОГЕНТОВА
Доцент кафедры «Художественное стекло» РГХПА им. С.Г. Строганова
e-mail: aanna@bk.ru

С.Д. ВАСИНА
Студент кафедры промышленного дизайна МГУТУ имени К.Г. Разумовского (ПКУ)
e-mail: pavelvasilenko@list.ru

P.G. VASILENKO
Candidate of pedagogical Sciences, associate Professor of the Department design and applied arts Federal State Budget Educational Institution of Higher Education «K.G. Razymovsky Moscow State University of technology and management (the First Cossack University)»
e-mail: pavelvasilenko@list.ru

A.V. AFINOGENTOVA
Associate Professor of the Art Glass Department of the Russian State Stroganov University of Design and Applied Arts
e-mail: aanna@bk.ru

S.D. VASINA
Student of the Department of Industrial Design at the K.G. Razumovsky Moscow State University of Technology and Management (PKU)

DOI: 10.37485/1997-4663_2026_1_2_342_352

ДИЗАЙН БЕЗ ОТХОДОВ. ПОЛНЫЙ ЦИКЛ ЖИЗНИ МАТЕРИАЛОВ

WASTE-FREE DESIGN. FULL LIFE CYCLE OF MATERIALS

Статья посвящена критическому переосмыслению принципов выбора и применения материалов в современной ландшафтной архитектуре с позиций устойчивого развития. Автор обосновывает необходимость перехода от традиционной, линейной модели («взять-сделать-выбросить») к парадигме экодизайна, в основе которой лежит анализ полного жизненного цикла материалов (ЖЦМ). В работе детально проанализированы ключевые экологические проблемы отрасли: высокая ресурсоемкость и углеродный след производства (например, цемента), нарушение гидрологического режима из-за непроницаемых покрытий, образование отходов, токсичность материалов и сокращение биоразнообразия. В качестве решения предлагается системный подход, интегрирующий принципы циркулярной экономики, биомимикрии и эко-минимализма. Статья структурирует практические стратегии для всех этапов существования объекта: от проектирования (приоритет местных, возобновляемых и вторичных материалов) через строительство и эксплуатацию (внедрение проницаемых покрытий, использование ксерофитов) до утилизации (легкий демонтаж, апсайклинг). Теоретические положения иллюстрированы детальным разбором успешных международных кейсов: остров «Мур Инзель» в Граце (биомимикрия и экологические коридоры), «Вертикальный лес» в Милане (функциональная экосистема и расчет ЖЦМ), «Водная площадь» в Роттердаме (адаптивный дизайн для управления ливневыми стоками) и зеленая крыша Академии наук в Сан-Франциско (восстановление биоразнообразия). Делается вывод, что интеграция экодизайна и анализа ЖЦМ является необходимым условием для создания жизнеспособных ландшафтов, которые минимизируют экологический след и способствуют восстановлению городских экосистем.

The article is devoted to a critical rethinking of the principles of choosing and using materials in modern landscape architecture from the perspective of sustainable development. the author substantiates the need to move from the traditional, linear model (“take-make-throw away”) to the eco-design paradigm, which is based on the analysis of the full life cycle of materials (LCLM). the paper pro-

vides a detailed analysis of the key environmental problems in the industry: the high resource intensity and carbon footprint of production (for example, cement), the disruption of the hydrological regime due to impermeable coatings, the generation of waste, the toxicity of materials, and the reduction of biodiversity. the solution proposed is a systemic approach integrating the principles of circular economy, biomimicry and eco-minimalism. the article structures practical strategies for all stages of an object's existence: from design (prioritising local, renewable and recycled materials) through construction and operation (implementing permeable coatings, using xerophytes) to disposal (easy dismantling, upcycling). the theoretical concepts are illustrated by a detailed analysis of successful international cases: the Moore Island in Graz (biomimicry and ecological corridors), the Vertical Forest in Milan (functional ecosystem and life cycle assessment), the Water Square in Rotterdam (adaptive design for stormwater management), and the green roof of the Academy of Sciences in San Francisco (biodiversity restoration). It is concluded that the integration of eco-design and LCA is a prerequisite for creating sustainable landscapes that minimize the ecological footprint and promote sustainability.

Ключевые слова: экодизайн, жизненный цикл материалов (ЖЦМ), устойчивая ландшафтная архитектура, циркулярная экономика, экологические материалы, биоразнообразие, биомимикрия, вторичное сырье, управление ливневыми стоками, углеродный след, зеленая инфраструктура, городская экология
Keywords: eco-design, material life cycle (MLC), sustainable landscape architecture, circular economy, eco-friendly materials, biodiversity, biomimicry, recycled materials, stormwater management, carbon footprint, green infrastructure, urban ecology

Современная ландшафтная архитектура стоит на перепутье. С одной стороны, она призвана создавать эстетически привлекательные, функциональные и комфортные пространства для человека. С другой — перед лицом глобальных экологических вызовов, таких как изменение климата, утрата биоразнообразия и истощение ресурсов, она обязана пересмотреть свои фундаментальные принципы.

Ключевым инструментом в этом преобразовании становится экодизайн — системный подход, рассматривающий объект проектирования (от малого сада до крупного парка) как часть единой экосистемы. Неотъемлемой составляющей экодизайна является анализ жизненного цикла материалов (ЖЦМ), который позволяет оценить совокупное воздействие проекта на окружающую среду от момента добычи сырья до его утилизации. Рассмотрим проблематики применения материалов в ландшафтной архитектуре и пути их решения через призму экодизайна.

Традиционный выбор материалов в ландшафтной архитектуре часто основывается на критериях стоимости, эстетики и долговечности, при этом их полный экологический след остается «за кадром».

Это порождает ряд серьезных проблем, среди которых — высокая ресурсоемкость и углеродный след. Производство таких популярных материалов, как цемент, бетон, асфальт, керамическая плитка и пластмассы, связано с колоссальными энергозатратами и выбросами парниковых газов. Например, на производство цемента приходится около 8 % глобальных выбросов CO2. Еще одной проблемой является нарушение гидрологического режима из-за использования непроницаемых покрытий.

Асфальт и бетон «запечатывают» почву, препятствуя естественной инфильтрации воды, что приводит к поверхностному стоку, перегрузке ливневой канализации и локальным затоплениям. Одновременно страдает почвенная микрофлора.

Линейная экономическая модель «take-make-dispose» («взять-сделать-выбросить») доминирует в отрасли, порождая огромное количество отходов. Демонтированные конструкции и замененные элементы часто отправляются на полигоны, так как их переработка затруднена из-за композитного состава или загрязнения.

Токсичность материалов также представляет угрозу. Пестициды и гербициды, используемые для ухода за растениями, загрязняют почву и грунтовые воды. Некоторые виды пропитанной древесины, обработанной токсичными консервантами, могут выделять в окружающую среду вредные вещества, такие как мышьяк или хром. Синтетические покрытия, например резиновая крошка, способны выделять летучие органические соединения и тяжелые металлы.

Наконец, традиционный подход ведет к снижению биоразнообразия. Монокультурные газоны, лишенные видового разнообразия, превращаются в «зеленые пустыни», а чрезмерное использование инертных

материалов сокращает жизненное пространство для растений, насекомых и мелких животных.

Преодоление указанных проблем требует перехода к новой парадигме, где экодизайн и анализ жизненного цикла материалов становятся основой проектирования.



Рис. 1. Остров на реке Мур, Грац, Австрия. URL: https://sochidialog.ru/austria/ostrov-na-mure-skrytaya-zhemchuzhina-gratsa/ (дата обращения: 14.11.2025)

Среди ключевых принципов экодизайна — эко-минимализм, предполагающий приоритет сохранения существующего ландшафта и минимального вмешательства. Биомимикрия предлагает подражание природным формам и процессам, например, создание дренажных систем, работающих по принципу естественных ручьев.

Циркулярная экономика направлена на замкнутость циклов, где отходы одного процесса становятся ресурсом для другого. Поддержка биоразнообразия достигается за счет создания экологических коридоров, использования местных видов растений и устройства специальных сред обитания для насекомых и животных [8].

На стадии проектирования и выбора материалов важны такие стратегии, как использование местных ресурсов, что снижает транспортный след и поддерживает местную экономику. Предпочтение отдается возобновляемым и быстро воспроизводимым материалам, таким как бамбук или древесина из сертифицированных лесов. Активно применяется вторичное сырье: бетонный щебень, переработанный пластик и рекультивированная древесина.

На этапе строительства и эксплуатации ключевыми являются проницаемость покрытий, использование засухоустойчивых растений (ксерофитов) для снижения потребления воды, а также отказ от токсичных пропиток в пользу натуральных альтернатив (термообработанная древесина, масла).

На стадии утилизации и трансформации важны легкий демонтаж и разделение материалов, использование биоразлагаемых компонентов и творческий апсайклинг — преобразование отходов в арт-объекты или функциональные элементы ландшафта.

Один из примеров успешной реализации — проект «Остров на реке Мур» (Murinsel), Грац, Австрия.

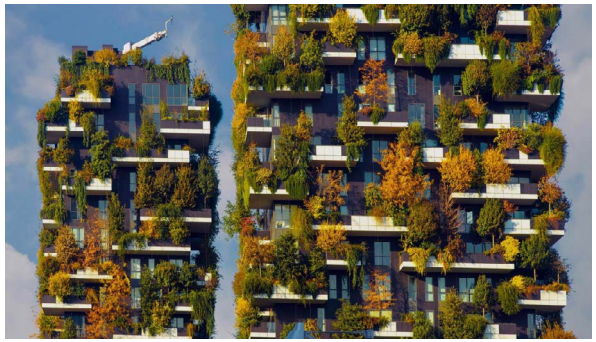


Рис. 2. Вертикальный лес, Милан, Италия. URL: https://netpulse.ru/info/1077.html (дата обращения: 14.11.2025)

Этот знаковый проект ревитализации городской набережной реки Мур в Граце является мировым образцом интеграции экодизайна, общественного пространства и инженерных решений. Остров, созданный по проекту нью-йоркского архитектора Вито Аккончи, демонстрирует, как можно сочетать урбанистику и экологию [8].

Форма острова, напоминающая раскрывшуюся раковину, является элементом биомимикрии. Его плавные изогнутые линии создают разнообразные микропространства — от солнечных лужаек до тенистых уголков, что способствует разнообразному досугу и создает различные экологические ниши.

Сам остров представляет собой монолитную бетонную конструкцию, что обеспечило его долговечность и минимальные эксплуатационные расходы, исключающие необходимость частого ремонта [6].

Остров стал ключевым экологическим коридором, соединяющим две части городского парка, разделенные рекой. Он служит «перевалочным пунктом» для птиц, насекомых и даже летучих мышей. Берегоукрепление выполнено не как вертикальная бетонная стена, а как пологий спуск к воде, заселенный влаголюбивой растительностью (осока, ирисы, камыш). Это создало среду обитания для водных и околоводных организмов и улучшило способность реки к самоочищению [9].

Несмотря на бетонную основу, проект включает элементы проницаемости. Водостоки с кафе и зон отдыха на острове направляют дождевую воду не прямо в реку, а через систему «дождевых садов» — углублений с фильтрующим грунтом и специальными растениями, которые задерживают и очищают воду перед ее сбросом в Мур.

Остров на реке Мур стал не просто популярным местом отдыха, а многофункциональной экосистемной службой. Он решает несколько

задач одновременно: рекреация, повышение биоразнообразия, улучшение экологического состояния реки и укрепление защиты от паводков. Проект доказал, что даже в историческом центре европейского города можно создавать смелые современные объекты, работающие в гармонии с природой, и служить эталоном для подобных проектов по всему миру.



Рис. 3. Вертикальный лес, Милан, Италия. URL: https://sumfinity.com/ru/photos/%D0%B8%D1%82%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D1%8F-ru/bosco-verticale/ (дата обращения: 14.11.2025)

Этот всемирно известный жилой комплекс, спроектированный Стефано Боэри, — не просто архитектура, а работающая экосистема, демонстрирующая интеграцию природы в урбанистическую среду на принципах экодизайна и анализа жизненного цикла материалов.

На балконах двух башен высотой 111 и 76 метров высажены более 800 деревьев, 15 000 кустарников и 5 000 многолетних растений 50 различных видов. Это не декоративное озеленение, а функциональный экологический фильтр. Каждое растение было выбрано после многолетних исследований и тестирований в ботаническом саду. Разработаны специальные бетонные кашпо с учетом веса взрослых деревьев, корневой системы и ветровых нагрузок.

Создана автономная система орошения, использующая фильтрованную сточную воду из зданий, что на 50 % снижает потребление питьевой воды для полива. Долговечность конструкций и материалов (бетон, сталь) рассчитана на столетие, что минимизирует необходимость ремонта и замены [5].

Растительность ежегодно поглощает около 30 тонн CO_2 и производит 19 тонн кислорода. Зеленая масса поглощает мелкодисперсную пыль (PM10) и шум, создавая здоровый микроклимат для жителей. Растения создают естественную термоизоляцию, снижая затраты на кондиционирование летом и отопление зимой на 20–30 %. Башни стали домом для более 1600 видов птиц и бабочек, которые самостоятельно заселили этот «вертикальный лес». Это пример созданного экологического центра в мегаполисае[4].



Рис. 4. Бентхем Плейн, Роттердам, Нидерланды. URL: https://landezine.com/water-square-benthemplein-by-de-urbanisten/ (дата обращения: 14.11.2025)

Проект доказал экономическую и техническую целесообразность «вертикального озеленения». Это пример перехода от «зеленых декораций» к функциональной экологической инфраструктуре, которая напрямую улучшает качество городской среды [10].

Это не просто здание с растениями, а продуманная экосистема, где каждый материал, растение и инженерная система подчинены единой цели — созданию устойчивой, живой и самоподдерживающейся среды обитания [11].

«Бентхем Плейн» (Benthemplein) «Водная площадь», Роттердам, Нидерланды — это инновационный проект представляет собой первую в мире специально спроектированную «водную площадь» (water square) — многофункциональное общественное пространство, которое в сухую погоду служит скейт-парком и местом отдыха, а во время ливней превращается в систему сбора и временного хранения ливневых вод. Это выдающийся пример биомимикрии, адаптивного дизайна и циркулярного управления водными ресурсами [3].

Площадь состоит из трех бетонных «чаш» разной глубины. Неглубокие чаши наполняются водой даже при небольшом дожде, в то время как самая глубокая (вмещающая до 1,7 млн литров воды) активируется только во время сильных ливней. Вместо того чтобы направлять воду в перегруженную ливневую канализацию, она по открытым каналам стекает на площадь, где временно накапливается, а затем медленно дренируется в грунт или сбрасывается в водоемы после пика осадков [12].

Для строительства использовался высокопрочный бетон с добавлением рециклированного заполнителя, что обеспечило долговечность и снизило углеродный след. Поверхности имеют разную фактуру для обеспечения безопасности и визуальной привлекательности [2].

Экологический и социальный эффект. Снижение нагрузки на канализацию: Проект ежегодно предотвращает сброс около 30 000 литров неочищенных ливневых стоков в реку Маас, что происходит при переполнении канализации. Испарение воды с поверхности площадей в жаркие дни естественным образом охлаждает микроклимат прилегающей территории[13].



Рис. 5. Крыша Калифорнийской Академии наук, Сан-Франциско, США. URL: https://gardener.ru/library/architectural_panorama/page413.php (дата обращения: 14.11.2025)

В сухое время года пространство активно используется молодежью (скейтеры, подростки) и местными жителями, что решает проблему монофункциональности многих инженерных сооружений.

Стоимость реализации «Водной площади» оказалась на 30 % ниже, чем стоимость модернизации подземной канализационной инфраструктуры для обработки аналогичного объема ливневых стоков. Это доказывает экономическую эффективность решений на основе экодизайна [1].

Этот проект — блестящий пример того, как экологическая инфраструктура может быть не просто скрытой инженерией, а публичным многофункциональным образовательным и эстетически значимым объектом, который повышает устойчивость города к изменению климата и качество жизни его жителей.

Примером выдающегося достижения в области устойчивой архитектуры и гармоничного сочетания городской среды с природой является озеленение крыши Академии наук (California Academy of Sciences) в Сан-Франциско, США.

«Живая» крыша этого музея — это не просто элемент дизайна, а сложная экосистема, работающая на принципах эко-минимализма и поддержки биоразнообразия.

Крыша площадью около 1 га имеет волнообразную форму, повторяющую естественные холмы Калифорнии. Она засажена девятью видами местных засухоустойчивых многолетников, подобранных так, чтобы цвести в разное время года, обеспечивая пищей опылителей.

Грунтовый слой выполняет роль естественного терморегулятора, снижая затраты на кондиционирование летом и обогрев зимой. Растительность поглощает до 98 % ливневых осадков, предотвращая сток.

Крыша стала домом для птиц, бабочек и пчел прямо в центре мегаполиса, являясь наглядным примером того, как урбанизированная среда может быть интегрирована в природный контекст.

Ландшафтная архитектура сегодня должна стать инструментом экологической реставрации и устойчивого развития, где красота созданная в ландшафте основывается на экологической целесообразности. Анализ жизненного цикла материалов предоставляет специалистам объективные данные для принятия решений, позволяя минимизировать воздействие на окружающую среду.

Важную роль играет также образовательная и нормативная работа, включая внедрение «зеленых» стандартов в градостроительную практику.

Интеграция принципов экодизайна и глубокого анализа жизненного цикла материалов — это не временный тренд, а насущная необходимость для ландшафтной архитектуры XXI века. Это сложный, но единственно верный путь, который позволяет создавать не просто «зеленые декорации», а жизнеспособные, устойчивые и справедливые ландшафты, которые будут служить людям и природе долгие годы, не перекладывая бремя экологических долгов на будущие поколения.

Список литературы:

1. *Анисимов А.В., Барановский В.А., Потапов В.В.* Экологический менеджмент и оценка жизненного цикла продукции: учебное пособие. — Санкт-Петербург: НИУ ИТМО, 2013. — 140 с.

2. *Браунгарт М., МакДоноу У.* От колыбели до колыбели. Меняем подход к тому, как мы создаем вещи. — Москва: Три квадрата, 2013. — 208 с.

3. *Курбатова А.С. (ред.).* «Зеленая» инфраструктура для устойчивого развития городов: методические рекомендации. — Москва: МГУ, 2020. — 185 с.

4. *Тетиор А.Н.* Устойчивое развитие территорий. Градостроительная экология: учебник для вузов. — Москва: Академия, 2013. — 272 с.

5. *Шевцова А.В.* Принципы и методы формирования устойчивой архитектурно-ландшафтной среды: монография. — Москва: Архитектура-С, 2017. — 264 с.

6. *Ясовеев М.Г., Шевцова А.В., Судник Ю.А.* Ландшафтное проектирование и экодизайн: учебно-методическое пособие. — Минск: БГУ, 2018. — 179 с.

7. *Лыков В.Н., Прищепа А.А.* Экологические аспекты жизненного цикла строительных материалов: учебное пособие. — Москва: МГСУ, 2020. — 215 с.

8. *Голованов А.И., Золотаревский В.С.* Ландшафтоведение и экодизайн: учебное пособие. — Москва: КолосС, 2018. — 327 с.

9. *Kibert C.J.* Sustainable Construction: Green Building Design and Delivery. — 4th ed. — John Wiley & Sons, 2016. — 432 p.

10. *Calkins M.* Materials for Sustainable Sites: a Complete Guide to the Evaluation, Selection, and Use of Sustainable Construction Materials. — John Wiley & Sons, 2008. — 456 p.

11. *Guy B. & Shell S.* Construction and Demolition Waste Management: a Guide for Architects and Builders. — the AlA Press, 2002. — 112 p.

12. *Russ T.H.* Site Planning and Design Handbook. — McGraw-Hill Professional, 2009. — 608 p.

13. Сайт программы SITES (Sustainable SITES Initiative). — URL: https://www.sustainablesites.org/ (дата обращения: 14.11.2025).

О.А. СКРЫЛЬНИКОВА

Кандидат технических наук, доцент кафедры промышленного дизайна, факультета дизайна ФГБОУ ВО «МГУТУ имени К.Г. Разумовского (ПКУ)»
e-mail: Olga_1707@mail.ru

Е.А. СЕМЕНОВА

Доцент кафедры «Художественное стекло», РГХПУ имени С.Г. Строганова
e-mail: kato.semenova@mail.ru

М.Д. БЕЛЯКОВА

Студент кафедры графического дизайна, факультета дизайна ФГБОУ ВО «МГУТУ имени К.Г. Разумовского (ПКУ)»
e-mail: mariabel60@mail.ru

O.A. SKRYLNIKOVA

Candidate of Sciences (PhD), Associate Professor, Department of Industrial Design, Faculty of Design, K.G. Razumovsky Moscow State University of technologies and management (the First Cossack University) (Razumovsky MSUTM (FCU))
e-mail: Olga_1707@mail.ru

E.A. SEMENOVA

Associate Professor of the Art Glass Department of the Russian State Stroganov University of Design and Applied Arts
e-mail: kato.semenova@mail.ru

M.D. BELYAKOVA

student of the Department of Graphic Design, Faculty of Design, K.G. Razumovsky Moscow State University of technologies and management (the First Cossack University) (Razumovsky MSUTM (FCU))
e-mail: mariabel60@mail.ru

DOI: 10.37485/1997-4663_2026_1_2_353_363

ТРАНСФОРМАЦИЯ ОБРАЗА РУСАЛКИ В МАССОВОЙ КУЛЬТУРЕ: КАК DISNEY ПЕРЕОСМЫСЛИЛ МИФ В ОБРАЗЕ АРИЭЛЬ

PRESENTATION THE TRANSFORMATION OF THE MERMAID'S IMAGE IN POPULAR CULTURE: HOW DISNEY REIMAGINED THE MYTH IN THE IMAGE OF ARIEL

В статье рассматривается трансформация образа русалки от мифов до культового диснеевского мультфильма «Русалочка» 1989 года. Исследуется, как студия Disney создала героя, повлиявшего на прежние представления о русалках в массовом сознании.

This article examines the transformation of the mermaid image from myth to the iconic 1989 Disney animated film “The Little Mermaid”. It explores how Disney created a character that influenced previous ideas about mermaids in the public consciousness.

Ключевые слова: русалка, морская дева, мультфильм, мифология, трансформация.
Keywords: mermaid, cartoon, mythology, transformation.

В современном русском языке произошло смешение понятий, и сейчас слово «русалка» стало общим термином как для славянских мифологических персонажей, так и для западноевропейских морских дев. Однако исторически и в фольклористике это два разных образа.

1. Русалка (в славянской мифологии) — это дух умершей некрещеной девушки или утопленницы, который обитает в озерах, реках и выходит на сушу в Русальную неделю. Она выглядит как красивая девушка, с распущенными волосами и бледной кожей, часто носит белые одежды или длинные рубахи. Русалка изображалась не с рыбьим хвостом, а с ногами. Ее опасность заключалась в заманивании людей на суше или у берега в воду, чтобы утопить или защекотать до смерти [1].

2. Морская дева (в мировой мифологии) — это неуловимое водяное существо, обитающее в морях и океанах. В основном они изображались с верхней частью тела человека и рыбьим хвостом вместо ног. Основное оружие морской девы — это чарующее пение, которым она губит моряков, разбивая их корабли о скалы [2].



Рис. 1. И.Н. Крамской. «Русалки», 1871 г., холст, масло. — URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Русалки_(картина_Крамского) (дата обращения 29.12.2025)

Смешение этих двух образов произошло по нескольким основным причинам, связанным с культурным обменом и влиянием массового восприятия.

1. Переводы и терминология: при переводе западных сказок и мифов на русский язык для обозначения существа с рыбьим хвостом использовалось единственное близкое по смыслу слово — «русалка», поскольку отдельного устоявшегося термина для «морской девы» в широком обиходе не было. Слово «mermaid» (от «mere» — море — и «maid» — дева) стало повсеместно переводиться как «русалка».

2. Литературное влияние XIX века: в русской литературе XIX века под влиянием европейского романтизма авторы начали смешивать образы. Например, Александр Пушкин в своей драме «Русалка» использовал славянское название для героини, чьи черты уже несли отпечаток западных представлений о романтизированных водных духах (ундинах и сиренах) [9].

3. «Русалочка» Ханса Кристиана Андерсена (1837 г.): именно эта литературная адаптация доминировала в культуре до появления диснеевского фильма. В оригинале героиня была именно морской девой, но при переводе на русский язык название закрепилось как «Русалочка», что прочно связало в сознании читателей образ существа с рыбьим хвостом с русским словом «русалка» [10].

Образ Русалочки Х. К. Андерсена

Визуальный и психологический образ героини Х.К. Андерсена отличается выраженным трагизмом и меланхолией. Она описывается как существо невероятной красоты, с рыбьим хвостом, прозрачной кожей и удивительным голосом. Писатель говорит о Русалочке как о чуждой человеческому миру. Акцент делается на ее неприспособленности к земному существованию: каждый шаг по земле причиняет невыносимую боль, сравнимую с ходьбой по острому ножу. Это физическое страдание явля-

ется постоянным напоминанием о ее потусторонней природе и цене, которую она платит за попытку стать человеком.

Мотивация героини исключительно духовна и экзистенциальна. Ее цель — не выйти замуж за принца, как кажется изначально, а обрести бессмертную душу. Морские девы в мире Х.К. Андерсена живут 300 лет, а затем превращаются в морскую пену, тогда как люди имеют вечную душу. Любовь к принцу — это лишь путь к достижению этой высшей, духовной цели, требующий от героини самоотверженности и величайшей жертвы. Ее любовь трагична и безответна в земном понимании; она не требует вознаграждения в рамках традиционного счастливого финала [11].



Рис. 2. Д.У. Уотерхаус. «Русалка» (морская дева), 1900 г., холст, масло

Как Х.К. Андерсен создал образ Русалочки?

Образ Русалочки в сказке Х.К. Андерсена (1837 г.) сформировался под влиянием древних германских и скандинавских легенд об ундинах — водных духах, которые, по поверьям, не имели души. Писатель объединил эти языческие мотивы с идеями немецкого романтизма, придав знакомому сюжету новую глубину и моральную сложность. Ключевым литературным источником стала повесть Фридриха де ла Мотт Фуке «Ундина» (1811 г.).

По концепции автора, водные духи живут беззаботно, но их существование конечно — после смерти они исчезают. Героиня стремилась обрести бессмертную душу, и это было ключевым религиозным элементом, отсутствующим в большинстве языческих мифов. Однако получить ее она могла только благодаря искренней любви и браку с человеком, а дальнейшая судьба полностью зависела от его верности.

Андерсен воспринял и адаптировал эту идею, сделав ее центральным экзистенциальным мотивом своей сказки. Однако он сознательно дистанцировался от модели Фуке, считая такую зависимость души от «чужого существа» неправильной и искусственной. Вот как он объяснял свою позицию в письме другу: «Я не позволил своей русалке, как де ла Мотт Фуке в “Ундине”, обрести бессмертную душу через чужое существо, через любовь человека. Я уверен, что это неправильно! Я не приму такое

в этом мире. Я позволил своей русалке следовать более естественным, более божественным путем» [12]. Это расхождение проявляется в кульминации сказки — принц женится на другой, но героиня отказывается от мести и убийства возлюбленного. Благодаря этому самопожертвованию, она демонстрирует высшую степень духовной чистоты.

Помимо влияния романтических ундин, при формировании своей героини Андерсен обратился к более древним, античным прообразам — сиренам. Изначально в древнегреческой мифологии сирены изображались как химерические существа с телом птицы и головой женщины. Однако со временем, особенно в средневековой и ренессансной иконографии, их образ трансформировался в морских дев с рыбьими хвостами — именно он лег в основу внешности Русалочки. Главным же атрибутом сирен был их невероятный, гипнотический голос, которым они заманивали моряков на верную гибель. Автор сохранил этот мотив, но изменил его функцию: дар Русалочки стал выражением ее души, любви и печали. В кульминационный момент героиня отказывается от него, отдавая морской ведьме в качестве платы за возможность выйти на сушу.

Именно этот устоявшийся, трагический и философски нагруженный образ предстояло сломать студии «The Walt Disney Company», которая предложила миру кардинально новый, энергичный и жизнерадостный образ Ариэль.

Революция от Disney: создание нового образа

В 1989 году студия Disney выпустила анимационный фильм «Русалочка», существенно адаптировав сюжет оригинальной сказки Андерсена. Отойдя от меланхоличного и трагического первоисточника, авторами был создан новый персонаж — Ариэль, которая стала символом энергии, любопытства и подросткового бунта. Этот образ был столь ярким и запоминающимся, что практически полностью вытеснил все предыдущие представления о морских девах в массовом сознании [4].

Disney провел глубокую идеологическую переработку сюжета, сместив фокус с экзистенциальных поисков на темы личного счастья и самореализации в материальном мире. Ариэль движима желанием «быть частью того мира» (цитата из главной песни «Part of Your World» [13]), что служит выражением стремления к новой жизни с открытыми возможностями. Эта мотивация — яркий пример воплощения американских ценностей 80-х годов: идеи приоритета личного успеха, свободы выбора и

независимости. Ариэль отказывается от предначертанной ей роли принцессы, нарушает правила отца ради своей мечты [4; 5].



Рис. 3. Кадр из мультфильма «Русалочка» от Disney, Ариэль с сестрами. — URL: https://www.film.ru/movies/rusalochka-nachalo-istorii-ariel/frames (дата обращения 29.12.2025)

Disney сознательно снизил уровень конфликта с тяжелого философско-экзистенциального и духовного до подростково-семейного [3]. Это превратило сюжет в историю о взрослении и инициации. Ариэль находится в том возрасте, когда подросток начинает отделяться от родительской семьи и формироваться как личность. Желание покинуть море — это метафора естественного процесса сепарации. Обретение ног и способности ходить становится символом права на самореализацию и выбора собственной судьбы.

Подводное царство Атлантики представляет собой упорядоченное и консервативное общество, где превыше всего ценятся законы, традиции и соблюдение правил. Это замкнутая среда обитания с предсказуемым образом жизни, основанным на подчинении и авторитарном контроле короля Тритона, здесь индивидуальность подавляется в угоду порядку и безопасности.

В противовес этому, мир людей на суше выступает как символ свободы, независимости и романтики. Он манит Ариэль своей новизной, огромным неизведанным пространством и возможностью принимать собственные решения. Это мир спонтанности, приключений и неограниченных возможностей, который контрастирует с жесткими рамками Атлантики.

Изменение типа конфликта прослеживается и в ключевых деталях сюжета. В оригинале Андерсена сделка носит фаустовский характер: она требует немыслимой физической боли при каждом шаге по земле и риска смерти, что служит метафорой высшей жертвы и страдания. В диснеевской версии физическое страдание полностью исключено. Ариэль лишается лишь своего голоса — важного, но не критичного для жизни дара.

Образ антагониста также претерпел трансформацию. Урсула — это яркое воплощение манипулятивного зла. Она обманывает, заключает кабальные договоры и использует других в своих корыстных целях. Если в оригинале ведьма выступала скорее как нейтральный торговец и часть

морального испытания героини, то в версии Disney она становится классическим злодеем.



Рис. 4. Кадр из мультфильма «Русалочка» от Disney, образ Урсулы. — URL: https://ru.kinorium.com/name/107831/gallery/?photo=48579418 (дата обращения 29.12.2025)

Такое четкое разграничение добра и зла помогает зрителю сосредоточиться на борьбе с внешними препятствиями и торжестве справедливости, тогда как в оригинале внимание было приковано к страданиям героини и ее неотвратимой судьбе.

Логическим следствием всех этих изменений в мотивации, конфликте и образах антагонистов становится финал истории. У Андерсена финал — это трагедия и возвышенное самопожертвование. Русалочка не может убить принца, чтобы спасти себя, и в итоге превращается в морскую пену, лишь через служение людям обретая шанс на бессмертие души. Это послание о жертвенной любви. У Disney финал кардинально иной — это триумф личного выбора и классический хэппи-энд. Зло в лице Урсулы наказано и уничтожено, принц и Ариэль воссоединяются, а отец, король Тритон, принимает выбор дочери. Послание фильма становится прямым и позитивным: если ты идешь за своей мечтой, борешься за свое счастье и отстаиваешь свои желания, ты обязательно получишь желаемое. Этот финал идеально отражает дух американских ценностей того периода и делает образ Ариэль символом успеха и веры в себя.

Визуальное новаторство: рождение новой русалки

Смена идеологии и сюжета потребовала от студии Disney радикально нового визуального языка, поэтому художники-аниматоры под руководством Глена Кина создали соответствующий образ русалки. В классической европейской традиции и живописи морские девы часто изображались в статичных, пассивных или отстраненных позах — как объект созерцания или как зловещий, неподвижный призрак из глубин. Ариэль же стала воплощением энергии и экспрессии [4].

Студия Disney сознательно отошла от этой традиции, наделив свою героиню уникальной, захватывающей пластикой. Ее перемещения под водой быстры, резки, наполнены любопытством и жизненной силой. Длинные волосы, анимированные с особой тщательностью, развеваются

в потоках воды, подчеркивая неукротимый характер героини.

Гиперэкспрессивная мимика Ариэль позволяет моментально считывать любое ее чувство. Основной акцент сделан на больших, распахнутых глазах — фирменной черте диснеевской анимации. Это делает героиню живой, уязвимой и вызывает эмпатию, подчеркивая ее искренность и доверчивость.

Дизайн антагонистов, напротив, строится на контрасте: их глаза часто изображаются узкими, прищуренными или скрытыми тенью. Такое исполнение отражает коварство, холодный расчет и закрытость натуры.



Рис. 5. Кадр из мультфильма «Русалочка» от Disney, образ Ариэль. — URL: https://pin.it/5gbBzla2r (дата обращения 29.12.2025)

В контексте визуального новаторства образ русалки Ариэль представляет собой пример стратегического использования цветовой палитры. Дизайн сознательно отходит от монохромности, характерной для многих ранних изображений русалок, и вместо этого использует триаду контрастных оттенков: огненно-красные волосы, бирюзово-зеленый хвост и лиловый лиф. Такое цветовое решение служит для создания запоминающегося облика и глубокого семиотического анализа.

Ключевым аспектом является применение теории цвета для обеспечения максимальной видимости и эмоционального резонанса. Огненно-красный цвет волос Ариэль, находящийся в резком контрасте с сине-зелеными тонами подводного окружения, создает визуальный акцент, гарантируя, что главный герой остается центральным фокусом в любой сцене и доминирует над фоном.

Выбор конкретных оттенков неслучаен. Зеленый цвет хвоста, для которого Disney разработал уникальный пигмент, получивший название «Ариэль», символизирует природу, свободу и принадлежность к морской стихии. Лиловый же оттенок лифа, ассоциирующийся с королевским достоинством, загадочностью и духовностью, намекает на ее уникальный статус принцессы и одновременно подчеркивает ее стремление к иному, неизведанному миру.

Таким образом, палитра Ариэль — это тщательно продуманная система кодирования, которая усиливает нарратив, отражает внутренние



Рис. 6. Кадры из мультфильма «Русалочка» от Disney, Чайка Скаттл, рыбка Флаундер и Ариэль. — URL: https://pin.it/7GuKeVkcg; https://pin.it/201ZoLRpd (дата обращения 29.12.2025)

противоречия персонажа и обеспечивает визуальную узнаваемость образа в истории анимации.

Роль комедийных персонажей в мультфильме «Русалочка» от Disney

Комедийные персонажи в мультфильме — рыбка Флаундер и чайка Скаттл — выступают в качестве зеркала главной героини. Через их взаимодействия, реакции и образы раскрываются черты характера Ариэль.

Флаундер служит прямым контрастом, который оттеняет решительность Ариэль. Он — ее лучший друг и верный спутник, но при этом крайне труслив и тревожен. Когда Ариэль отправляется в опасные места, например, к затонувшим кораблям, испуганное поведение Флаундера подчеркивает ее собственное бесстрашие [6]. Его трусливость и нежелание рисковать лишь усиливают впечатление от смелости Ариэль, которая готова идти наперекор опасностям ради своей страсти к миру людей.

Чайка Скаттл вносит элемент абсурда и легкомыслия в серьезное стремление Ариэль. Он является комическим источником «экспертной» информации о человеческих предметах, называя вилку «чесалкой» для волос, а курительную трубку — «дуделкой» [7]. Эти нелепые интерпретации, с одной стороны, обеспечивают юмор, а с другой — подчеркивают наивность и невинность Ариэль в ее увлечении чужим миром. Такая наивность и искренность являются движущей силой ее характера.

Таким образом, Флаундер и Скаттл, через контраст трусости и абсурда, помогают раскрыть ключевые черты обновленного образа русалки — ее смелость, независимость и активную жизненную позицию.

Влияние мультфильма «Русалочка» от Disney

Влияние «Русалочки» 1989 года на последующие медиа трудно переоценить, поскольку фильм задал новый эталон для дальнейших интерпретаций. Большинство дружелюбных и героических русалок, появлявшихся в кино и мультфильмах, предназначенных для семейной аудитории, так или иначе вдохновлены образом Ариэль. Этот коммерческий успех также показал брендам, что данный персонаж может быть весьма прибыльным, что привело к созданию множества других проектов, использующих схожую эстетику и нарративные приемы.

Одним из наиболее ярких примеров доминирования диснеевского образа является индустрия игрушек. Если раньше куклы-русалки были редкостью, то сегодня их дизайн повсеместно основан на каноне Ариэль, и они стали столь же популярны и широко представлены на рынке, как и стандартные куклы-принцессы [8]. Это имеет значение для формирования представлений детей, поскольку их первое знакомство с образом русалки зачастую происходит именно через игрушку, а не через мифы или литературу.

Ключевым итогом этой трансформации стало закрепление нового образа в массовом сознании. Для современных детей и многих взрослых в западной и российской культуре слово «русалка» теперь является олицетворением позитивной и романтичной диснеевской принцессы. Она транслирует важный для молодой аудитории посыл: целенаправленное следование своей мечте, сопровождаемое готовностью преодолевать препятствия и уверенностью в собственных силах, позволяет достичь личного счастья и реализовать желаемый жизненный сценарий.

Список литературы:

1. Мифологическая энциклопедия — Русалка. — URL: https://mythological.fandom.com/ru/wiki/%D0%A0%D1%83%D1%81%D0%B0%D0%BB%D0%BA%D0%B0 (дата обращения: 29.12.2025).

2. Мифологическая энциклопедия — Морская дева. — URL: https://mythological.fandom.com/ru/wiki/%D0%9C%D0%BE%D1%80%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F_%D0%B4%D0%B5%D0%B2%D0%B0 (дата обращения: 29.12.2025).

3. НЭН — Русалочка: всё, что вы хотели знать о самом загадочном мифологическом существе. — URL: https://n-e-n.ru/rusalochka/ (дата обращения: 29.12.2025).

4. Disney Wiki — Ариэль. — URL: https://disney.fandom.com (дата обращения: 29.12.2025).

5. DTF — Disney, который мы любили. Часть IV: Русалочка. — URL: https://dtf.ru (дата обращения 29.12.2025).

6. Disney Classic — Флаундер. — URL: https://disney-classic.ru/flounder/ (дата обращения: 29.12.2025).

7. Disney Wiki — Scuttle. — URL: https://disney.fandom.com/wiki/Scuttle#:~:text=Scuttle%20describes%20Ariel's%20discovered%20fork,make%20music%20to%20entertain%20themselves (дата обращения: 29.12.2025).

8. Игрушкопедия — Русалочка Ариэль. — URL: https://i-igrushki.ru/igrushkapedia/rusalochka-ariel-.html?srsltid=AfmBOoqT12zau81MIW1w4c_dIytc8rRTM2QbFoN0IlNtUCBc8tU982Ke (дата обращения: 29.12.2025).

9. КиберЛенинка — К проблеме трансформации системы архетипов сюжетов о морских девах. — URL: https://cyberleninka.ru (дата обращения: 29.12.2025).

10. Википедия — Морская дева. — URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Морская_дева (дата обращения: 29.12.2025).

11. B17 — Анализ сказки «Русалочка». — URL: https://www.b17.ru/article/558463/ (дата обращения: 29.12.2025).

12. Wikipedia — the Little Mermaid. — URL: https://en.wikipedia.org/wiki/The_Little_Mermaid (дата обращения: 29.12.2025).

13. Disney Wiki — «Весь этот мир». — URL: https://disney.fandom.com/ru/wiki/Весь_этот_мир#Оригинальный_текст (дата обращения: 23.01.2026).

ЦЗЭН ДАНЬ
Аспирант РГУ им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)
e-mail: 895474734@qq.com

Ю.В. НАЗАРОВ
Доктор искусствоведения, профессор РГУ им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)
e-mail: nazaret48@yandex.ru

ZENG DAN
Postgraduate student of the Russian State University A.N. Kosygin (Technologies. Design. Art)
e-mail: 895474734@qq.com

Y.V. NAZAROV
Doctor of Arts, Professor of the Russian State University A.N. Kosygin (Technologies. Design. Art)
e-mail: nazaret48@yandex.ru

DOI: 10.37485/1997-4663_2026_1_2_364_372

ПРИМЕНЕНИЕ СИСТЕМ «УМНЫЙ ДОМ» НА ВИЛЛАХ

APPLICATION OF SMART HOME SYSTEMS IN VILLAS

В современных жилых помещениях «умные дома» стали важным средством повышения качества жизни, безопасности и удобства проживания. Благодаря стремительному развитию технологий, технология «умный дом» постепенно входит в повседневную жизнь людей. Виллы из-за своей обширной площади и сложной функциональной планировки предъявляют более высокие требования к интеллектуальному управлению и контролю. Основные области применения «умных домов» в таких помещениях включают интеллектуальные системы освещения, интеллектуальные системы безопасности, интеллектуальные системы контроля температуры, интегрированную интеллектуальную бытовую технику, голосовых помощников и центры управления «умным домом», системы управления энергопотреблением, мониторинг здоровья и окружающей среды, а также интеллектуальные системы управления шторами и жалюзи. В данной статье рассматриваются характеристики современных жилых помещений, исследуется и анализируется концепция технологии «умный дом», применяемая на виллах. Это помогает понять тенденции развития технологии «умный дом» в жилых помещениях вилл и предоставляет полезные рекомендации для будущего проектирования домов подобного типа и их интеллектуального оснащения.

In modern residential spaces, smart homes have become an important means of enhancing quality of life, safety, and convenience. Thanks to rapid technological advancements, smart home technology is gradually becoming a part of people's daily lives. Villas, due to their large spaces and complex functional layouts, place greater demands on intelligent control and monitoring. Key areas of smart home application in such spaces include intelligent lighting systems, intelligent security systems, intelligent temperature control systems, integrated smart home appliances, voice assistants and smart home control centers, energy management systems, health and environmental monitoring, and intelligent curtain and blind control systems. This article examines the characteristics of modern residential spaces and explores and analyzes the concept of smart home technology applied in villas. This article provides insight into the development trends of smart home technology in villa living spaces and provides useful recommendations for the future design of similar homes and their intelligent equipment.

Ключевые слова: умный дом, интеллектуальные технологии, обширные жилые помещения, жизненные процессы, домашний комфорт, теория сценариев.
Keywords: Smart home, intelligent technologies, large living spaces, life processes, home comfort, scenario theory.

Умный дом называется «умным», потому что он способен настраивать жизненную среду в соответствии с личными предпочтениями: регулировать температуру и влажность в помещении, устанавливать индивидуальные сценарии освещения, предоставлять персонализированные развлекательные услуги, удовлетворяя стремление потребителей к высокому качеству жизни. Кроме того, экологичность «умного дома» привлекает все больше внимания — интеллектуальные энергетические системы позволяют эффективно использовать ресурсы, сокращать потери, что соответствует стремлению современного человека к экологичному образу жизни [1].

Тема применения технологии «умный дом» в современном жилом пространстве возникла из-за резкого изменения социальных потребностей, движимых технологиями. «Умный дом» — это комплекс, где в центре находится жилое пространство семьи. Такое интеллектуальное жилище всесторонне использует такие передовые информационные технологии, как большие данные, облачные вычисления, Интернет вещей, мобильный интернет, в сочетании с аудиовизуальными технологиями, технологиями автоматического управления и т. д. Это позволяет подключить все устройства в доме, включая бытовую технику, средства связи и охранные устройства к единой системе интеллектуального управления домом. Цель такого процесса — обеспечить локальный или удаленный мониторинг и управление домом в реальном времени, тем самым повышая безопасность, удобство, комфорт и согласованность жилой среды.

Технология «умный дом» состоит из нескольких подсистем, где каждая обладает уникальными функциями. Устройства и подсистемы взаимодействуют и кооперируются между собой, различные типы интеллектуальных устройств могут совместно выполнять сложные задачи, вместе создавая для пользователя удобную, комфортную, безопасную и энергоэффективную жилую среду [2]. Например, «умная» колонка может не только управлять освещением, приборами и шторами, но и взаимодействовать с «умным» дверным замком. Пользователь может голосовой командой попросить «умную» колонку попросить гостя у двери подождать, одновременно удаленно просматривая изображение с камеры у входа, подтвердить личность и затем дистанционно открыть дверь. Такое междивайсовое взаимодействие ломает ограничения функций отдельных устройств, делая пользовательский опыт в частном доме более плавным и эффективным. Система «умный дом» позволяет пользователям создавать персонализированные сценарии, в соответствии со своими предпочтениями и привычками. В опасных или чрезвычайных ситуациях интеллектуальные устройства «умного дома» способны координировать помощь. Например, если пожилой человек внезапно почувствует себя плохо дома и нажмет кнопку экстренного вызова, «умный» дверной замок автоматически откроет дверь для спасателей, одновременно включится свет внутри дома, указывая верное направление, а камеры будут транслировать обстановку в помещении в реальном времени спасателям и родственникам, выигрывая драгоценное время. Такая домашняя автоматизация особенно полезна для пожилых людей, детей или лиц с ограниченными возможностями [3].

Системы «умный дом» на виллах, благодаря интеграции передовых технологий и оборудования, обеспечивают комплексную интеллектуализацию жилого пространства, значительно повышая комфорт и безопасность, а также предоставляя безграничные возможности для персонализированного дизайна. Некоторые системы «умного дома» реализуют настройку сценарных режимов в рамках индивидуального дизайна. Настройка интеллектуальной безопасности, персонализированного здоровья и комфорта, персонализированного управления, развлекательных возможностей, «умной» кухни и персонализированного управления питанием, интеллектуального управления энергопотреблением, персонализированного «умного» садоводства и т. д. позволяет пользователям регулировать параметры освещения и музыкальной среды, в соответствии с такими сценариями, как просмотр фильмов, чтение и сон, создавая атмосферу, соответствующую их личным предпочтениям. Технология «умный дом» не только обеспечивает удобство и комфорт, но и значительно повышает конфиденциальность и безопасность, создавая более безопасную и приватную жилую среду, что особенно важно на виллах. Что касается конфиденциальности, приложение «умный дом» гарантирует, что доступ в жилище имеют только уполномоченные лица, повышая конфиденциальность и безопасность виллы, а права доступа посетителей можно удаленно контролировать и управлять ими через мобильное приложение. Члены семьи могут в любое время регулировать освещение в помещении, автоматически или вручную управляя «умными» шторами. «Умные» шторы могут автоматически закрываться, блокируя обзор снаружи в течение дня или при защите частных помещений. «Умные» системы безопасности включают в себя камеры высокого разрешения, датчики обнаружения вторжений и т. д. [4]. Интеллектуальная система сигнализации может осу-

ществлять непрерывный мониторинг периметра и внутренних помещений жилища. В случае обнаружения аномалий, она немедленно отправляет предупреждение жильцам или службам безопасности, обеспечивая защиту членов семьи. В рамках настроек защиты приватности такие устройства «умного дома», как умные колонки и камеры, могут быть переведены в режим конфиденциальности. Когда жильцы находятся дома, функции мониторинга могут быть временно отключены, что гарантирует шифрование и безопасность данных о повседневной активности.

Между системами «умного дома» для вилл и аналогичных городских жилых комплексов существуют некоторые различия. Виллы можно рассматривать как упрощенную версию городских жилых комплексов, но они предлагают большую независимость и персонализацию, поэтому разработка систем «умного дома» должна быть стандартизированной и рациональной, строго придерживаясь следующих принципов:

1. Принцип удобства эксплуатации. В коттеджах обычно проживает больше людей, поэтому необходимо в полной мере учитывать особенности пожилых особ и детей. Система должна отличаться простотой управления, доступностью, легким освоением и удобством контроля.

2. Принцип практичности. Исходя из потребностей домашней жизни и требований к окружающей среде, следует практически решать проблемные моменты в повседневной жизни людей, повышать функциональность и удовлетворять потребности в комфорте, удобстве и безопасности жилища. Следует избегать излишних и непрактичных элементов дизайна.

3. Принцип удобства обслуживания. В процессе эксплуатации системы возможны сбои в работе отдельных функций, поэтому требуется, чтобы проектирование обеспечивало легкое обслуживание и поддержание нормального функционирования системы.

4. Принцип расширяемости. Система должна обладать возможностью расширения для реализации интеллектуального управления несколькими этажами и общей средой жилого помещения.

Виллы обладают уникальными характеристиками как с точки зрения планировки, так и в плане потребностей, что позволяет создавать системы «умного дома» на основе модульных элементов. Процесс и результат модульного разделения «умного дома» предполагают, что каждый модуль представляет собой подфункцию системы. «Умный дом» включает в себя множество подфункций, а устройства различных типов могут взаимодействовать для выполнения сложных задач (рис. 1).

<table>
<tr><td rowspan="15">Общие функции умного дома</td><td>Управление освещением</td><td>Модуль интеллектуального освещения</td><td rowspan="15">Система «умный дом» для виллы</td></tr>
<tr><td>Противопожарная безопасность</td><td rowspan="3">Модуль интеллектуальной безопасности</td></tr>
<tr><td>Предотвращение краж</td></tr>
<tr><td>Предотвращение утечек газа</td></tr>
<tr><td>Контроль температуры</td><td rowspan="3">Модуль регулирования внутренней среды</td></tr>
<tr><td>Контроль влажности</td></tr>
<tr><td>Контроль качества воздуха</td></tr>
<tr><td>Ежедневные напоминания</td><td rowspan="7">Модуль повседневной жизни</td></tr>
<tr><td>Уборка дома</td></tr>
<tr><td>Управление шторами</td></tr>
<tr><td>Гарантированный сон</td></tr>
<tr><td>Гардеробная</td></tr>
<tr><td>Макияж</td></tr>
<tr><td>Санузел</td></tr>
<tr><td>Телевидение, Фильмы</td><td rowspan="4">Модуль развлечений и досуга</td></tr>
<tr><td>Компьютерные игры</td></tr>
<tr><td>Музыкальные программы</td></tr>
<tr><td>Фитнес-программы</td></tr>
</table>

Рис. 1. Система «умный дом» для виллы

Модуль интеллектуального освещения

Как первый и наиболее распространенный модуль в системе «умный дом», модуль интеллектуального освещения используется наиболее часто и является незаменимой потребностью в повседневной жизни. С помощью датчиков, таймеров и дистанционного управления система интеллектуального освещения автоматически регулирует свет, в зависимости от времени суток, условий освещенности и поведения жильцов, создавая комфортную и энергосберегающую среду. Свет выполняет не только функцию освещения: с повышением качества современной жизни освещение также может создавать различную атмосферу, в зависимости от условий использования и настроения пользователя, привнося в домашнюю жизнь утонченный и комфортный опыт.

Модуль интеллектуальной безопасности

Модуль интеллектуальной безопасности имеет высочайшую практическую ценность, поскольку безопасность жизни всегда находится на первом месте. Он незаметно обеспечивает как безопасность жильцов, так и охраняет имущество семьи. Модуль включает «умные» дверные замки, камеры видеонаблюдения и системы сигнализации о вторжении, повышающие безопасность дома за счет удаленного мониторинга и своевременных оповещений. «Умные» замки могут управляться с помощью

отпечатков пальцев, системы распознавания лиц или паролей, а камеры обеспечивают мониторинг видеопотока в реальном времени.

Модуль регулирования внутренней среды

Качество воздуха и температура в доме являются определяющими факторами жилой среды. Комфортная среда оказывает благоприятное влияние на жильцов и вызывает ответную цепную реакцию. Данный модуль аналогичен системе кондиционирования воздуха в «умном доме» [5]. Система может автоматически регулировать температуру в помещении, обеспечивая персонализированный контроль, в соответствии с привычками и предпочтениями жильцов, одновременно экономя электроэнергию. На основе стандартных функций, с учетом поведения жителей частных домов система автоматически поддерживает соответствующие кондиции воздушной среды, например, включает кондиционер с подходящей температурой перед сном или выключает его после ухода жильцов из дома. Кроме того, она может взаимодействовать с системой оповещения модуля безопасности: при обнаружении опасных газов подается сигнал тревоги, что улучшает качество воздуха в доме и повышает безопасность жилища [6].

Модуль повседневной жизни

Этот модуль, в основном, связан с бытовой техникой, используемой в повседневной жизни. На виллах обычно размещается большое и разнообразное количество бытовой техники и других вещей. Их можно классифицировать и группировать в рамках единой системы управления, расширяя интеллектуальные функции традиционной бытовой техники с помощью данного модуля. Такая «умная» бытовая техника, как «умный» холодильник, «умный» робот-пылесос, «умная» стиральная машина и другие устройства, может управляться удаленно через мобильное приложение, обеспечивая функции предварительной настройки, дистанционного запуска и мониторинга, что повышает качество жизни обитателей виллы. «Умные» шторы способны автоматически регулировать степень открытия, изменяя освещенность в помещении, в зависимости от времени суток или условий освещения, сочетая энергоэффективность и эстетику. Продукты для повседневной жизни служат базовым, физиологическим потребностям людей. Поскольку современные устройства уже успешно удовлетворяют данные потребности, акцент смещается на средний и высший уровень запросов, состоящие в оптимизации пользовательского опыта и в повышении удобства жильцов, делая продукты более гуманными.

Модуль развлечений и досуга

Значение отдыха и развлечений чрезвычайно велико: сегодня жизнь людей невозможна без них, поскольку многие потребители испытывают все большее давление на работе в психическом плане, поэтому досуг в свободное время помогает расслабиться и снять стресс. Интеллектуальная аудиовизуальная система в составе «умного дома» как раз выполняет развлекательную функцию, включая такие продукты, как «умный» телевизор и акустические системы. Однако с ростом количества развлекательных устройств и способов проведения досуга, помимо базовых компонентов системы, следует добавлять и другие устройства, например, внешние игровые консоли для разнообразия развлечений. Также возможна интеграция с такими устройствами для «умного» здоровья и фитнеса, как «умные» весы-анализаторы тела и мониторы здоровья, которые могут подключаться к смартфону или «умным» часам, помогая отслеживать состояние здоровья и управлять ритмом жизни.

Модуль «умный двор»

Истинная ценность системы «умный дом» для вилл заключается в расширении возможностей как внутри, так и снаружи здания. Интеллектуальная садовая система включает опцию «умный полив», автоматически орошающую растения при отклонении уровня влажности почвы и регулирующую условия роста зеленых насаждений [7]. Опция «умный полив» также может управлять очисткой или наполнением бассейна и кормлением домашних питомцев. Благодаря высокоадаптированным решениям, система «умный полив» точно соответствует уникальным потребностям жильцов и учитывает потенциальные риски, в конечном итоге преобразуя жизнь в частном доме в более умную, комфортную и беззаботную.

Заключение

Применение технологии «умный дом» в частном владении позволяет собственникам удаленно управлять устройствами через смартфон или голосовые команды, исключая необходимость физического взаимодействия с каждым прибором, что существенно экономит время и усилия. Особенно заметно это преимущество в условиях просторного жилища. Внедрение технологии «умный дом» в частных резиденциях, без сомнения, представляет собой революцию в образе жизни состоятельных потребителей. Благодаря передовой технологичной архитектуре и разно-

образным функциональным модулям, система «умный дом» глубоко интегрируется в каждый уголок просторного здания, обеспечивая жильцов беспрецедентным комфортом. В перспективе такие системы будут обладать усиленными способностями к самообучению и адаптации, что позволит точнее распознавать намерения и запросы пользователей, предлагая более персонализированные и гуманные услуги.

Примечания:

1. Удалова А.С. Система «Умный дом» в двухэтажном доме // Материалы областного профильного семинара «Школа молодых ученых» по проблемам технических наук: Материалы семинара, Липецк, 21 ноября 2024 года. — Липецк: Типография ООО «Позитив-Л», 2024. — С. 189–193. — EDN EZMIDW.

2. Умный дом яндекс. — URL:https://alice.yandex.ru/smart-home (дата обращения: 08.11.2025).

3. Цю Цзилун. Путь исследования умного дома и комфортного для пожилых людей жилого пространства — на примере основных внутренних помещений [J]. Архитектура, строительные материалы и отделка, 2021 (10): 180–181.

4. Ли Мэн, Тан Цзюшэн. Этические риски, причины и рекомендации по управлению умным домом [J]. Социальные науки Нинся, 2024 (1): 104–113.

5. Ли Цинъян. Исследование влияния периодических колебаний температуры и скорости ветра в помещении на тепловой комфорт человека [J]. Жилье и недвижимость, 2023 (11): 26–29.

6. Дун Цяохуэй, Чжао Син. Обсуждение проектных аспектов системы притока свежего воздуха в жилых помещениях [J]. Жилищные сооружения Китая, 2024 (7): 39–40.

7. Бельгибаев Б.А. Абдрахим С.Б., Шаяхметова А.С. «Smart үй» жобасының құраушы бөлігі ретінде қалалық шағын жылыжайлардың тамшылап суғару үдерісін микроконтроллерлер базасында автоматтандыру // Молодой ученый. — 2021. — № 46 (388). — P. 381–385.

Е.В. ЖЕРДЕВ

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

ТАНЬ ИФУ

Аспирант РГХПУ им. С.Г. Строганова
e-mail: 277981887@qq.com

E.V. ZHERDEV

Doctor of Art History, Professor of the Department of Industrial Design, Russian State Stroganov University of Design and Applied Arts
e-mail: zerdev-design@yandex.ru

TAN YIFU

Postgraduate Student at the Russian State Stroganov University of Design and Applied Arts
e-mail: 277981887@qq.com

DOI: 10.37485/1997-4663_2026_1_2_373_383

СОВЕТСКИЙ ПОЛИТИЧЕСКИЙ ПЛАКАТ ВО ВРЕМЯ ГРАЖДАНСКОЙ ВОЙНЫ

SOVIET POLITICAL POSTER DURING THE CIVIL WAR

В статье рассматриваются плакаты, выпускаемые «Окнами сатиры РОСТА», с осени 1919 года по январь 1922 года во время Гражданской войны и интервенции в Российской Советской Республике.

The article examines the posters produced by the ROSTA Satire Windows from the autumn of 1919 to January 1922 during the Civil War and the intervention in the Russian Soviet Republic.

Ключевые слова: плакат, «Окна РОСТА», Гражданская война, интервенция, советская власть, сатира.
Keywords: poster, “Windows of Growth”, Civil War, intervention, Soviet power, Entente, satire.

После Великой Октябрьской социалистической революции 1917 года началось становление советской власти в России. Это вызвало решительное сопротивление не только свергнутых эксплуататорских классов внутри страны, но и всего мирового империализма. Однако революция началась в тот момент, когда главные империалистические державы участвовали в Первой мировой войне и ни одна из их группировок не могла оказать немедленную помощь свергнутому буржуазно-помещичьему правительству России. Но обе враждующие коалиции (страны Антанты, с одной стороны, и Германия и ее союзники — с другой) уже тогда установили тесные связи с внутренними контрреволюционными силами России с целью свергнуть Советскую власть, реставрировать капитализм и поставить ослабленную Россию в кабальную политическую и экономическую зависимость от крупных империалистических держав Запада. Выступление внутренней и внешней контрреволюции происходило в условиях, когда только создавалось государство диктатуры пролетариата, которое еще не имело мощной Красной Армии, а старая армия находилась в состоянии развала. Трудности борьбы усугублялись экономической разрухой и серьезными продовольственными затруднениями в городах и на фронте.

Установление Советской власти во многих районах произошло мирным путем, но в ряде районов и городов, где против Советов выступили контрреволюционные силы, оно приняло характер гражданской войны. В это время Коммунистическая партия и Советское правительство во главе с В.И. Лениным в процессе борьбы за установление Советской власти сумели организовать разгром контрреволюционных очагов. Советская власть получила поддержку рабочего класса и широких слоев крестьянства.

В связи с высоким процентом неграмотности среди населения в годы революции и гражданской войны агитационный плакат приобрел важнейшее значение. В эти тяжелые годы выходило много газет. Очень часто газету заменял плакат. Искусство плаката было доступно широким массам, его образы были понятны каждому, а короткий энергичный текст — лозунг, сопровождавший изображение, — запоминался и призывал к действию. Агитационные плакаты посылались на фронты гражданской войны, наравне с патронами и снарядами, их расклеивали всюду. В этом контексте огромную роль играли «Окна РОСТА» — сатирические политические агитационные плакаты, которые создавались с осени 1919 года по январь 1922 года во время Гражданской войны и интервенции в

Российской Советской Республике. Плакаты выпускались Российским телеграфным агентством и позже Главным управлением политико-просветительных учреждений Наркомпроса РСФСР. Над их созданием работало множество известных поэтов и художников Советской России, например, В.В. Маяковский, А.М. Родченко, В. Н. Дени, Д.С. Моор, М.М. Черемных, И.А. Малютин, К. С. Малевич и др.

«Окна РОСТА» сыграли значительную роль в становлении советского изобразительного искусства. Ясность изобразительных средств, наглядность образов, возможность быстрого отклика на происходящие события и быстрое распространение обусловили применение плакатного искусства как наиболее эффективного средства вовлечения народа в общественную жизнь. Советское правительство нуждалось в пропаганде и агитации своих политических идей и целей. Язык художника звучал наравне с речью политического оратора. И можно сказать, что речь далеко не всякого оратора обладала такой яркостью и мобилизующей силой, какая была свойственна плакатам Гражданской войны. Вот почему все агитационные поезда: «Октябрьская революция», «Агитпоезд им. В.И. Ленина», «Красный казак», знаменитый агитационный пароход «Красная звезда» были украшены яркими убедительными плакатами. Первые советские политические плакаты были выпущены издательством ВЦИК в августе 1918 года. Позднее крупнейшими издателями плакатов стали Центропечать с сетью губернских агентств РОСТА, Всероссийское бюро военных комиссаров, Литературно-издательский отдел Реввоенсовета Республики. Центрами по выпуску советских плакатов были Москва, Петроград, Казань, Киев, Одесса, Смоленск, Харьков.

Основными темами плакатов были: разгром Деникина, Юденича, Колчака, Врангеля и др., внутренняя политика, третий поход Антанты, съезд советов, вопрос НЭПа, голод в Поволжье. «Окна РОСТА» сформировали новый жанр — сатирический агитационный политический плакат. «Окна РОСТА» выпускали плакаты, создававшиеся советскими художниками и поэтами, работавшими в системе Российского телеграфного агентства (РОСТА). «Окна РОСТА» — самобытный вид агитационно-массового искусства, возникший в период Гражданской войны и военной интервенции 1918–20-х годов. Острые доходчивые сатирические плакаты с краткими, легко запоминающимися стихотворными текстами разоблачали врагов молодой Советской республики, освещали злободневные события, иллюстрировали телеграммы, передававшиеся агентством в газеты. Плакаты, за исключе-

нием первых, нарисованных от руки, выполнялись и размножались с помощью трафарета до 150 и более экземпляров, затем выставлялись в витринах в Москве и других городах. В «Окнах РОСТА» широко использовались традиции лубка и раёшника и т. д. Рисунки в сериях до 12 на одном листе отличались подчеркнутой простотой и лаконизмом изобразительных средств (выразительность силуэтов, раскраска в 2–3 цвета) [1; 2; 3].

Первым в «Окнах РОСТА» исполнил рисунок в октябре 1919 года М.М. Черемных. Затем к нему присоединились В.В. Маяковский, создававший яркие, меткие рисунки и подписи, а также Д.С. Моор и др.



Рис. 1. В.Н. Дени. Деникинская банда. 1919 г.

Советский плакат был весьма актуален в период построения армии нового типа — Рабоче-Крестьянской Красной Армии. Армия укреплялась организационно. На смену принципу добровольности пришел принцип всеобщей воинской обязанности. Стабилизировалась структура органов военного руководства, которую возглавил Реввоенсовет Республики. Красной армией приобретался боевой опыт, повышалась ударная и огневая мощь, что позволило не только сдерживать противника, но и на ряде направлений наносить успешные контрудары. Плакат способствовал формированию у населения представления о Красной Армии как защитнице интересов граждан республики.

Большое количество плакатов было посвящено борьбе с генералом А.И. Деникиным. Он был с января 1919 года Главнокомандующим Вооруженными Силами Юга России, лидером Белого движения. Главными идеями его программы были борьба с большевиками и восстановление «Великой Единой Неделимой России». Одним из ярких плакатов на эту тему выполнил В.Н. Дени (Денисов).

На первом плане карикатурно изображены генерал А.И. Деникин и видный русский политический деятель, монархист В.М. Пуришкевич. Их окружают фигуры, которые для художника ассоциируются с представителями реакционных кругов дореволюционной России: казак, священник, кулак и жандарм. Над рисунком надпись: «Деникинская банда», в центре призыв: «Защищайте Советы! Защищайте свою волю, свою власть».

В соответствии с Постановлением ВЦИК от 29 мая 1918 г. об обязательном наборе в РККА, Красная Армия комплектовалась по принципу мобилизаций. В июле 1918 года 5-й Всероссийский съезд Советов законодательно установил всеобщую воинскую повинность трудящихся в возрасте от 18 до 40 лет. В крупных населенных пунктах запись в Красную Армию проводили военные комиссариаты, в сельской местности эти функции выполняли приезжие сотрудники уездных военкоматов, инструкторы. В этом плане представляет интерес плакат Дмитрия Стахиевича Моора (Орлов, 1883–1946) «Ты записался добровольцем?». На плакате изображен красноармеец в красной буденовке, направивший указательный палец своей правой руки на зрителя, призывая записываться добровольцем в Красную Армию. Глаза красноармейца из плаката устремлены прямо на зрителя. В левом верхнем углу плаката располагается аббревиатура «Р. С. Ф. С. Р.» в правом верхнем углу — лозунг «Пролетарии всех стран, соединяйтесь».

Моор прекрасно понимал, что Великая Октябрьская социалистическая революция всколыхнула многомиллионные слои рабочих и крестьян, пробудила их к сознательной жизни. Он осознавал и всю глубину опасности, нависшей над молодой Советской республикой в результате нападения Антанты и контрреволюции внутри России. Для победы необходимо было сплотить рабочих и крестьян, воодушевить их на борьбу с превосходящим по силе врагом, необходимо было найти такие формы массовой пропаганды, которые были бы понятны народу и могли бы быстро откликаться на различные события, охватывая многомиллионные слои населения.

Такие плакаты, как «Ты записался добровольцем?», «Красный подарок белому пану» и другие говорят о творческой зрелости художника. Собранность и простота композиции, ее завершенность и отточенность, суровая выразительность облика красноармейца, его повелительный жест в плакате «Ты записался добровольцем?» звучат как призыв, как приказ защищать достояние народа. Четкий и лаконичный текст, органически вписанный в композицию, является как бы логическим ее завершением. Удачно сочетание положительных персонажей рабочего и крестьянина с карикатурным изображением белого пана в плакате «Красный подарок белому пану». Сопоставлением огромного красного снаряда, поддерживаемого дружными усилиями рабочего и крестьянина, и маленького белого пана на черном фоне Моору удалось выразить уверенность в победе и залог этой победы — единение фронта и тыла.

Подлинной вершиной в творчестве Моора этого периода является плакат «Помоги!». Он создан в 1921 году, когда необходимо было быстро и безотлагательно помочь голодающим. Предельная выразительность этого плаката и родилась из сознания глубины опасности, угрожающей тысячам человеческих жизней. Сначала Моор хотел дать фигуру крестьянина, окруженную изображениями страданий и бедствий голодающих, но затем отказался от этого замысла и пошел по пути концентрации центрального образа. Страшная изможденная фигура голодающего, похожая скорее на оживший скелет, чем на живого человека, страстным всплеском поднятых рук, всем своим видом кричит: «Помоги!» Засохшая былинка и поникший колос — это символы стихийного бедствия.



Рис. 2. Дмитрий Стахиевич Моор. Ты записался добровольцем? 1920 г.



Рис. 3. Дмитрий Стахиевич Моор. Помоги. 1921 г.

Плакат «Помоги!» — большое достижение Моора — свидетельствовал о силе и жизненности советского искусства, о его глубокой связи с народом. Советский плакат, в частности плакат Моора, был первым серьезным завоеванием пролетарского изобразительного искусства.

26-летний Владимир Маяковский пришел в художественный отдел РОСТА в октябре 1919-го. Он увидел на углу Кузнецкого и Петровки, где теперь Моссельпром, первый вывешенный двухметровый плакат и обратился к М.М. Черемных. Второе окно они делали вместе (Михаил Черемных, на тот момент 29-летний, автор первого плаката РОСТА, надолго пережил Маяковского, получил Сталинскую премию и умер в 1962 году) [4].

Для Маяковского «Окна» стали творческой лабораторией. Он всегда стремился сделать поэтическое слово максимально активным, действенным. В «Окнах РОСТА» поэтическая эффективность слова должна была давать прямой политический результат.

Владимир Маяковский быстро стал фактическим руководителем проекта «Окон», хотя художественным отделом РОСТА заведовал Ми-





Рис. 4. М.М. Черемных. Ленин вышел из подполья. 1922 г.
Рис. 5. Товарищ Ленин очищает землю от нечисти» создан в 1920 году. В. Дени по рисунку М. Черемных 1918 года

хаил Черемных. В «Окнах» в разное время работали художники Дмитрий Орлов (Моор), Иван Малютин, в создании плакатов участвовали Казимир Малевич и Илья Машков. Рисовал часто и сам Маяковский. В создании текстов к плакатам участвовали, помимо него, Михаил Вольпин — поэт и киносценарист, Борис Тимофеев-Еропкин — писатель и автор текстов нескольких популярных в то время песен. Маяковский руководил литературной и политической частью работы, намечал темы и писал тексты для плакатов. В сравнительно редких случаях, когда в качестве автора содержательной части выступал другой человек, Маяковский вычитывал тексты и принимал их в работу, а иногда браковал.

Стиль Маяковского в стихах иногда не похож на другие его вещи, но очень характерен. Для этой работы нужен был не только литературный дар, но и политический кругозор, и талант агитатора, способного говорить с людьми на их языке.

Тексты плакатов были предельно просты по форме и содержанию. Иногда в виде подписи к рисункам использовались переиначенные пословицы, что делало агитпродукцию еще более популярной среди недавних окопников. Сложился стиль «Окон» — далеко не самый изящный, но узнаваемый и понятный. Текст Маяковского давал художнику не только тему для изображения, он предопределял и само изобразительное решение.

Плакаты были придуманы в разгар Гражданской войны, когда РОСТА не хватало ни денег, ни технических средств. Нарисованные и напи-

санные от руки, плакаты постепенно стали тиражировать через трафареты, вывешивать в людных местах в Москве и отправлять в другие города.

Михаил Черемных вспоминал, что техника размножения и рассылки сатирических рисунков была молниеносной. Получив оригинал, трафаретчик должен был на следующий же день уже принести готовыми 25 экземпляров, на второй день — еще 50, через несколько дней бывал готов весь тираж, доходивший до 300 экземпляров. Трафаретчик работал обычно с семьей или с небольшим коллективом. Первые копии, полученные от трафаретчиков, сейчас же рассылались в самые отдаленные отделения. Позднее, кроме копий, посылали и трафареты, чтобы рисунки размножались уже на местах [4; 5].

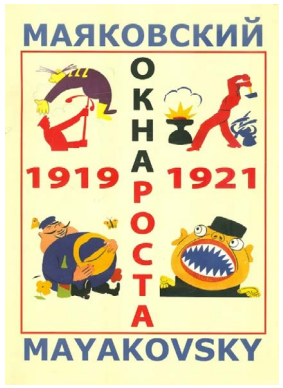


Рис. 6. Обложка издания «Маяковский. Окна РОСТА и Главполитпросвета. 1919–1921»



Рис. 7. Плакат «Окон РОСТА», созданный Владимиром Маяковским. 1919–1921 годов

Трафаретные рисунки напоминали китайскую ксилографию. Считается, что искусство создания печатных произведений возникло еще в I веке нашей эры в Китае во времена династии Хань. Такая технология позволяет получать большое количество экземпляров, что коррелировалось с трафаретной техникой Маяковского [6; 7].

С Маяковским в «Окнах РОСТА» сотрудничал Александр Михайлович Родченко. Вместе они организовали «Реклам-конструктор» — первое рекламное агентство в стране. Маяковский писал лозунги и занимался поиском клиентов, а Родченко рисовал макеты. Заказчиками были Моссельпром, Резинотрест, ГУМ, Госиздат, Ленгиз и другие. В рекламных плакатах Родченко выделял текст типографскими средствами — шрифтами, восклицательными знаками, стрелками, вопросительными знаками. Излюбленным элементом в рекламной продукции Родченко была фотография. Интересным в этом плане представляется плакат с изображением Лилии Брик в красной косынке.

Родченко открывает в агитационном искусстве новый вид оформления плаката — фотомонтаж, который тесно связан с развитием

индустриальной культуры и массовых форм художественного воздействия. За годы сотрудничества Родченко и Маяковским были созданы десятки агитационных торговых плакатов [8].



рис.8. А.М. Родченко. Ленгиз: книги по всем отраслям знания. 1925 г.

Огромную роль сыграли плакаты советских художников в борьбе с Антантой, которая поддерживала Белую армию. Одним из преимуществ Белых армий, действовавших на Юге России, был высокий процент кавалерийских соединений. В Донской армии генерала П.Н. Краснова и в Кавказской армии генерала П.Н. Врангеля доля кавалерийских соединений достигала 50 % от общей численности войск.

Советская армия испытывала острый недостаток обмундирования и вооружения, а текущее производство не покрывало расходов. Это задерживало формирование новых частей и соединений и пополнение войск фронта. На востоке страны активно выступал адмирал А. В. Колчак, объединивший силы контрреволюции в Сибири и на Урале. На юге командовал генерал А.И. Деникин, подчинивший себе казачье войско и создавший «Вооруженные силы Юга России». На севере и западе действовал Н.Н. Юденич, сформировавший Северо-западный добровольческий корпус в Эстонии. От Антанты белогвардейцы получили сотни тысяч винтовок (Колчак — около 400 тыс., Деникин — свыше 380 тыс.), тысячи пулеметов (Колчак — свыше 1000, Деникин — около 3000), сотни орудий (например, Деникин в 1919 — 217 орудий), большое количество обмундирования, снаряжения и боеприпасов. В 1919 Деникин получил свыше 100 танков и бронемашин, 194 самолета, 1335 автомашин. В белогвардейские войска было направлено много иностранных специалистов и инструкторов (только английских — около 2000 чел.). В начале 1919 правительства Великобритании, Франции и США начали готовить новый поход против Советской России, намечая в качестве основных ударных сил армии Колчака и Деникина и подчиненных им войск Юденича и др. Главный удар предполагалось нанести на Восточном фронте силами колчаковской армии. Советское Главное

и фронтовое командования пытались выполнить указание Ленина об овладении Челябинском, но их план оказался неудачным.

В Красной армии первые кавалерийские части начинают формироваться в январе 1918 из солдат-добровольцев. В это же время создаются и первые конные краснопартизанские отряды, влившиеся позже в кавалерию Красной Армии. Но маневренный характер войны и широкое использование кавалерии противником ускорили процесс формирования кавалерийских соединений — бригад, дивизий, корпусов стратегической кавалерии, ставшей основным средством развития прорыва, разведки. Строительство регулярных частей было относительно полно осуществлено лишь на Восточном фронте; на Южном фронте и Северном Кавказе сохранялись остатки партизанщины, на Украине войска почти полностью были партизанскими.



Рис. 9. В.Н. Дени. Антанта под маской мира. 1920 г.



Рис. 10. В.Н. Дени. Антанта: Деникин, Колчак, Юденич. 1919 г.

Лидеры Белого движения в период Гражданской войны опирались на военную помощь Великобритании, Франции, США, которые к этому времени играли ведущую роль в Антанте (союз «Сердечное согласие»). На эту тему В.Н. Дени создал плакат под названием «Антанта». На плакате изображены генералы А.И. Деникин, А.В. Колчак, Н.Н. Юденич в виде свирепых псов с воинскими знаками различия и отличия на поводках у лидеров Антанты. Карикатурный образ лидеров Белого движения как «хищных псов» был призван объяснить рабочим и крестьянам зависимость белогвардейцев от помощи Антанты. В плакате использовались такие изобразительные средства, как лаконичность формы, образная символика. На цилиндрах трех империалистов изображены национальные флаги США, Франции, Великобритании. Преобладанием в палитре плаката черного цвета художник подчеркивает антинародность, антигуманность режима, который несут с собой руководители Белого движения при поддержке мирового империализма. Надписи

сверху слева — «Российская Социалистическая Федеративная Советская Республика», справа — «Пролетарии всех стран, соединяйтесь». В нижней части плаката помещены сатирические стихи, характеризующие политику Антанты в отношении Советской России.

«Окна РОСТА» сформировали новый жанр — сатирический агитационный политический плакат. Вновь такие плакаты стали выпускать в СССР во время Великой Отечественной войны, они получили название «Окна ТАСС».

Яркие образы, заложенные в основу плакатов РОСТА, остались в авангардном искусстве и находили отражение в произведениях мастеров на протяжении всего XX века.

Список литературы:

1. *Полонский В.* Русский революционный плакат. — Москва, 1925; Лебедев П.И. Советское искусство в период иностранной военной интервенции и гражданской войны. — Москва-Ленинград, 1949.

2. *Бутник-Сиверский Б.* Советский плакат эпохи гражданской войны. 1918—1921. — Москва, 1960.

3. *Демосфенова Г.Л.* Советский политический плакат [Текст] / Г. Демосфенова, А. Нурок, Н. Шантыко; под общей редакцией Ф. Калошина; Академия художеств СССР. Научно-исследовательский институт теории и истории изобразительных искусств. — Москва: Искусство, 1962. — 443с.

4. *Лазарев С.Е.* Черемных Михаил Михайлович // Россия в Гражданской войне. 1918–1922: Энциклопедия: в 3 томах / ответственный редактор А.К. Сорокин. Т. 3: Р-Я. — Москва: Политическая энциклопедия, 2021. — С. 650–652.

5. *Лаврентьев А.* Лаборатория конструктивизма. — Москва: Грантъ, 2000. — 256 с.

6. *Чжао Лилэ*. Образы и их символика в новогодних ксилографических картинах центра Чжусянь // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда Вестник РГХПУ им. С.Г. Строганова. — 2023. — № 1. — Часть 1. — С. 337–346.

7. *Ван Сиси*. Полнофигурное изображение как переносимый прием: от китайской ксилографии Чэнь Хуншоу к визуальным решениям УКИЁ-Э // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник РГХПУ им. С.Г. Строганова. — 2025. — № 4. — Часть 1. — С. 287–295.

8. *Лаврентьев А.Н., Жердев Е.В.* Творчество А.М. Родченко как предтеча экранного искусства // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА. — 2022. — № 1. — Часть 2. — С. 46–68.

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

ТАНЬ ИФУ
Аспирант РГХПУ им. С.Г. Строганова
e-mail: 277981887@qq.com

E.V. ZHERDEV
Doctor of Art History, Professor of the Department of Industrial Design, Russian State Stroganov University of Design and Applied Arts
e-mail: zerdev-design@yandex.ru

TAN YIFU
Postgraduate Student at the Russian State Stroganov University of Design and Applied Arts
e-mail: 277981887@qq.com

DOI: 10.37485/1997-4663_2026_1_2_384_392

ЖЕНСКИЕ ОБРАЗЫ НА ПЛАКАТАХ ВРЕМЕН ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ СССР И ВОЙНЫ КИТАЯ С ЯПОНИЕЙ

WOMENS IMAGEES ON POSTERS FROM THE GREAT PATRIOTIC WAR OF THE USSR AND CHINAS WAR WITH JAPAN

Статья посвящена женским образам на плакатах времен Великой Отечественной Войны СССР и войны сопротивления Китая Японии.

The article focuses on female images on posters from the great Patriotic War of the USSR and the Chinese Resistance War against Japan.

Ключевые слова: женские образы, плакаты, война, пропаганда, мобилизация, история, искусство.
Keywords: female images, posters, war, propaganda, mobilization, history, art.

Традиционные представления, как правило, рассматривают войну как исключительную прерогативу мужчин. Однако, если посмотреть на плакаты и печатные издания, выпущенные во время войны между двумя странами, то можно увидеть большое количество пропагандистских работ, в которых изображены женщины.

Великая Отечественная война Советского Союза с 1941 по 1945 год и война сопротивления Китая Японии с 1937 по 1945 год относятся к одним и тем же важным главам мировой антифашистской войны. Это то время, когда две этнические группы находились в опасности. Цель статьи — систематизировать пропагандистские плакаты военного времени двух стран, а также классифицировать и сравнить женские изображения на них. Основное внимание в статье уделяется изучению того, как две страны формируют женские образы посредством художественного творчества в различных культурных и исторических контекстах и как эти образы отражают их соответствующие национальные представления, национальные эмоции и потребности в мобилизации. Этот кросс-культурный визуальный анализ направлен на выявление общих стратегий и уникальных проявлений женских образов как средства пропаганды, чтобы углубить понимание взаимодействия между войной, искусством и гендерной идентичностью в XX веке.

Великая Отечественная война Советского Союза (1941–1945) и война сопротивления Китая Японии (1931–1945) были двумя главными полями сражений во Второй мировой войне и важной частью мировой антифашистской войны. В годы войны исход зависит не только от военного противостояния, но и от мобилизации духовных сил населения. Именно поэтому всестороннее стимулирование патриотических чувств всего народа и осуществление эффективной пропаганды против врага стали ключевой частью победы в войне. Точно так же, как Сталин мобилизовал весь советский народ на Великую Отечественную войну с лозунгом «Все для фронта, все для победы» в своем выступлении по радио, так и Мао Цзэдун считал, что в затяжной войне каждый солдат и каждый народ должны понять, почему они сражаются и какое отношение война имеет к ним. Эта мысль, по его мнению, должна быть доведена до сведения всех военных и гражданских лиц, чтобы вызвать бум антияпонских настроений [1]. В этом плане большое внимание уделялось агитационным плакатам.

В Китае национальная мобилизация во время войны столкнулась с огромными трудностями. Во время войны с Японией распространение

информации еще было недостаточно развито, уровень коммуникации между городскими, сельскими и региональными районами по своей сути был неодинаков, хотя города могли полагаться на газеты и радиовещание для передачи информации в большей степени, чем сельское население. В сельской местности из-за слабой коммуникационной базы и в целом низкого уровня грамотности населения эффект текстовой пропаганды был весьма ограничен. Из-за этого важно было найти прямую и мощную форму визуальной пропаганды, способную преодолеть словесные барьеры. Такие виды искусства, как пропагандистские плакаты, гравюры и комиксы, не только произвели революцию в способах получения информации людьми, но и сыграли незаменимую мобилизующую роль в годы войны.

Существующие в академическом сообществе исследования пропагандистских произведений сосредоточены на их политических функциях и формах искусства, однако специализированного обсуждения женских образов в них по-прежнему недостаточно, особенно из-за отсутствия систематического межкультурного сравнения. Исходя из этого, в данной статье в качестве объекта исследования взяты пропагандистские плакаты времен Великой Отечественной войны Советского Союза и войны сопротивления Китая Японии.

Пропагандистские плакаты времен войны использовали визуальные приемы жестких линий, сильных контрастов и преувеличенных форм, чтобы сформировать мужской образ и создать сильное визуальное воздействие. Однако, если обратить внимание на формирование женских образов на пропагандистских плакатах времен Великой Отечественной войны Советского Союза и войны сопротивления Китая Японии, можно найти много общего. Художники не изображают их по отдельности, а стремятся создать серию типичных ролей, которые могут непосредственно служить целям мобилизации: например, стимулировать стремление к защите и мести, призывать женщин защищать свои семьи и страну. Вместе эти изображения составляют многомерную символическую систему, которая сыграла мощную и уникальную мобилизационную функцию в великом деле призыва населения всей страны к совместной борьбе с врагом.

В пропаганде военного времени «жертвы» являются одним из ключевых образов, формирующих повествование о войне и стимулирующих коллективные эмоции. Среди них женщины часто становятся символическим объектом страданий. Изображая страдания женщин, художники превращают индивидуальную боль в национальную трагедию. В этом плане творческая стратегия в основном выражается в двух направлениях.



Рис. 1. И.М. Тоидзе. Родина-мать зовет! 1941 г.



Рис. 2. В.А. Серов. Приказ Сталина — приказ Родины. 1942 г.

Первое — формирование образа «Матери-Родины», который рассматривается как символ территориальной целостности, святости и мира. Вторжение и раздел советской территории рассматривается как нарушение мира и справедливости. Именно поэтому образ «Матери-Родины» широко используется в пропаганде военного времени, чтобы стимулировать у людей сильное чувство ответственности за защиту Родины и национальной чести. Благодаря агитации, этот образ стал основным символом, объединяющим волю народа и превращающимся в духовный тотем, чтобы противостоять иностранным врагам. Например, советский художник И.М. Тоидзе создал плакат «Родина-мать зовет!», на котором изображена мать, одетая в красное, со строгим выражением лица, призывающая солдат сражаться за свою страну. Этот образ является одновременно метафорой родины и символом советской власти (рис. 1).

В.А. Серов создал плакат «Приказ Сталина — приказ Родины!», на котором сочетается указание главнокомандующего с образом «Матери-родины». Плакат передает волю страны через образ матери и подчеркивает настоятельную необходимость выполнения приказов по защите Родины (рис. 2).

Второй способ заключается в том, чтобы изобразить беспомощность женщин, заключенных в тюрьмах врага, и стимулировать боевой дух солдат по их защите. Цель такого рода изображений — пробудить у бойцов чувство ответственности за спасение беспомощных женщин. Эта

проблема ярко выражена в работе В.Б. Корецкого: «Воин красной армии, спаси!», где мать с маленьким ребенком на руках стоит лицом к нацистскому штыку и бесстрашно смотрит на врага [2, 3] (рис. 3).



Рис. 3. В.Б. Корецкий. Воин Красной армии, спаси! 1945 г.

В этом контексте представляют интерес плакаты китайского художника Ван Шуйи и советского художника И.С. Иванова: «Человек в тюрьме» и «Дни и ночи ждём тебя, боец!» (рис. 4, 5). Изображая заключенных женщин, они создали образ полный горя и беспомощности, чтобы разжечь ненависть к врагу и волю к борьбе с ним. Можно видеть, что, независимо от того, идет ли речь о появлении возвышенных символов или о конкретных страданиях людей, формирование образа страдающей женщины всегда служило основной целью эмоциональной мобилизации советских и китайских воинов к победе над врагом.

Во время Великой Отечественной войны и войны сопротивления Японии многие женщины ушли на фронт и непосредственно участвовали в боях в качестве медицинского персонала, участников боевых действий и т. д. Изображение женщин — участниц боевых действий стало незаменимым и важным элементом пропагандистских плакатов военного времени.

Медицинский персонал, играющий ключевую роль в поддержании боеспособности войск, занимал видное место на советских пропагандистских плакатах. В.Б. Корецкий и В.А. Гицевич на плакате «Вставай



Рис. 4. Ван Шуйи. Люди в тюрьме во время войны сопротивления



Рис. 5. В.С. Иванов. Дни и ночи ждём тебя, боец! 1945 г.

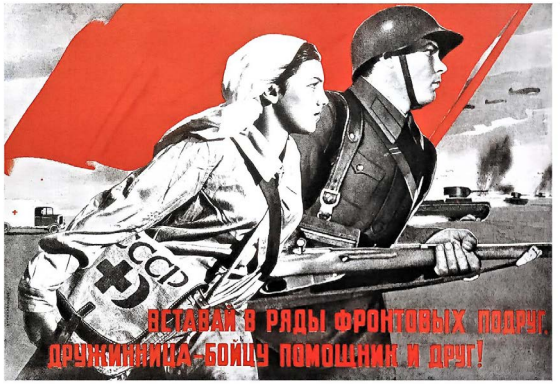


Рис. 6. В.Б. Корецкий, В.А. Гицевич. Вставай в ряды фронтовых подруг, дружинница бойцу — помощник и друг! 1941 г.



Рис. 7. В.Б. Корецкий. Прицел у нас один — Берлин. 1942 г.

в ряды фронтовых подруг, дружинница — бойцу помощник и друг!» изображает женщину-врача, которая с решительным видом идет вперед. Она идет на поле боя бок о бок с солдатами Красной Армии, демонстрируя храбрость и силу женщин.

На плакате В.Б. Корецкого «Прицел у нас один — Берлин», женщины-солдаты на снимке спокойно улыбаются и держат в руках артилле-



Рис. 8. Чжао Ванъюнь. Женщина — солдат. 1938 г.



Рис. 9. Ян Хань. Компания представителей культуры и промышленности. 1946 г.



Рис. 10. Неизвестный художник. Весенние полевые работы — твой вклад в победу! 1943 г.



Рис. 11. Н.Н. Ватолина. Ждем с победой! 1945 г.



Рис. 12. В.А. Серов. Мы восстановим его! 1944 г.

рийские снаряды, которыми они со своими товарищами поражали врага. Это изображение не только показывает участие женщин в боевых действиях, но и своим спокойным и уверенным поведением передает твердую уверенность в силе армии и окончательной победе (рис. 6, 7).

Во время войны против Японии в Китае женщины также появлялись на поле боя. Исходя из этого, Чжао Ваньюнь создал плакат «Женщина-солдат» [2] (рис. 8).

На плакате «Компания представителей культуры и промышленности» (1946 г.) Ян Хань запечатлел сцену, в которой художники выступали глубоко на фронте. Они использовали литературу и искусство в качестве оружия и передавали духовную силу бойцам [4, 5, 6] (рис. 9).

Вместе взятые, эти работы сформировали особый образ храбрости и мужества женщин на войне. В своих работах художники-плакатисты сосредоточивались на выражении твердой воли женщин в борьбе за победу своей страны.



Рис. 13. Джи Гизен. Прядильщицы. 1943 г.

В условиях военного времени участие в производительном труде является для женщин важным способом поддержать войну сопротивления и укрепить тыл, поэтому появилось большое количество пропагандистских плакатов, изображающих женщин, работающих в сельском хозяйстве и в промышленности (рис. 10).

На поздних этапах войны тема пропаганды постепенно перешла к перспективам победы и восстановления [3]. На эту тему Н.Н. Ватолина создала плакат «Ждем с победой!», на котором изображен ребенок с цветами на плечах матери, что символизирует ожидание победы (рис. 11). В работе В.А. Серова «Мы восстановим его!» — образ женщин, самостоятельно ремонтирующих дома, плакат призван вдохновить весь народ на участие в послевоенном восстановлении (рис. 12).



Рис. 14. Ли Цзишэн. Весенняя вспашка. Во время войны сопротивления



Рис. 15. Го Цзюнь. Обучают новым методам ведения работы. 1944 г.

В антияпонской войне Китая женщины играли незаменимую роль во многих областях, таких как текстильная промышленность, сельское хозяйство и образование. Участвуя в организации учебных занятий, курсов повышения грамотности и получая медицинское образование, они стремились к совершенствованию профессиональной деятельности. На эту тему художник Цзи Гусен изобразил на плакате «Женская текстильная группа» разделение труда и сотрудничество четырех женщин в производстве текстильных материалов для передовой (рис. 13). Художник Ли Цзишен на плакате «Занят весенней вспашкой» изобразил сцену совместной работы женщин и детей (рис. 14). На плакате Го Цзюня «Обу-

чают новым методам ведения работы» (1944 г.) изображен момент, когда женщины в осваивают науку и культуру (рис. 15). Все вместе эти работы демонстрируют ту важную роль, которую женщины продолжают играть роль в послевоенном восстановлении народного хозяйства [4; 5; 6].

Пропагандистские плакаты времен Великой Отечественной войны Советского Союза, гравюры на дереве и комиксы о войне сопротивления Китая Японии использовали интуитивно понятный визуальный язык для создания разнообразных женских образов, вызывающих восхищение.

Список литературы:

1. *Мао Цзэдун.* Избранные произведения в 4 тт.: Том 2. Труды периода Войны против японских захватчиков (1). Пер. с кит. — Москва: Издательство иностранной литературы, 1953, 474 с.

2. *Шклярук А.Ф.* Виктор Корецкий. Советский политический плакат. 1928–1983: Альбом. — Москва: КОНТАКТ-КУЛЬТУРА, 2019. — 216 с.

3. *Шклярук А.Ф.* Плакаты Великой Отечественной войны. 1941–1945: альбом. — Москва: КОНТАКТ-КУЛЬТУРА, 2020. — 252 с.

4. *Ли Сяошань, Цзо Юэцзинь.* «Ясное небо» — Сборник гравюр на дереве из освобожденных районов, 1937–1949 гг. [M]. Чанша: Издательство «Хунань Мэйшу», 1998.

李小山，邹跃进．明朗的天——1937-1949解放区木刻版画集[M]．长沙：湖南美术出版社，1998.

5. Всекитайская ассоциация ксилографов. Избранные гравюры на дереве, сделанные за восемь лет войны Сопротивления. — Пекин: Книжный магазин «Каймин», 1951.

中华全国木刻协会．抗战八年木刻选集[M]．北京：开明书店，1951.

6. Государственный музей Китая. Агитационные плакаты периода войны против Японии [M]. Шанхай: Издательство «Шанхайский народ», 2015.

中国国家博物馆．抗日战争时期的宣传画**[M]**．上海：上海人民出版社，**2015**.

В.Д. УВАРОВ

Доктор искусствоведения, профессор РГУ им. А.Н. Косыгина. (Технологии. Дизайн. Искусство)
e-mail: artuwaroff@yandex.ru

ДУН МАНЬМАНЬ

Аспирант, Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), Профессиональный колледж науки и техники Сюаньхуа, Китай
e-mail: dongmanman7@gmail.com

V.D. UVAROV

Doctor of Arts, Professor of the Kosygin State University of Russia (Technology. Design. Art)
e-mail: artuwaroff@yandex.ru

Dong Manman

Postgraduate Student, the Kosygin State University of Russia (Technology. Design. Art). Xuanhua Vocational College of Science and Technology, China
e-mail: dongmanman7@gmail.com

DOI: 10.37485/1997-4663_2026_1_2_393_403

СТРУКТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ОРНАМЕНТАЛЬНЫХ УЗОРОВ В ЭПОХУ ТАН

STRUCTURAL FEATURES OF ORNAMENTAL PATTERNS IN THE TANG DYNASTY

Настоящая статья рассматривает характерные растительные орнаменты эпохи Тан в качестве объекта исследования и, опираясь на анализ узоров в шелковых тканях, настенных росписях, изделиях из золота и серебра, а также керамике, выявляет их структурные закономерности. Такой подход позволяет раскрыть формообразующую логику и эстетическую систему танских растительных орнаментов и служит теоретической опорой для их дальнейшего осмысления.

Abstract. This article examines the characteristic plant ornaments of the Tang dynasty as its research focus. Based on an analysis of patterns found in silk textiles, mural paintings, gold and silver artifacts, and ceramics, it identifies their structural principles. This approach reveals the form-generating logic and aesthetic system of Tang plant ornaments, providing a theoretical foundation for their further interpretation.

Ключевые слова: орнаментальные узоры эпохи Тан, китайское декоративное искусство, растительный орнамент, эстетические традиции.
Keywords: Tang dynasty ornamental patterns, Chinese decorative art, floral ornamentation, and aesthetic traditions.

Научная релевантность исследования

Всесторонний анализ структурных принципов орнаментальных узоров династии Тан и изучение этих узоров помогают получить глубокое представление о визуальной логике, культурном значении и художественном мышлении художников династии Тан. Основная тема исследования заключается в изучении структурных особенностей растительных орнаментов эпохи Тан на основе анализа их композиционной организации, формообразующих принципов и эстетических закономерностей, проявленных в текстиле, настенной живописи, изделиях из золота и серебра и керамике. Цель исследования состоит в выявлении, описании и систематизации структурных закономерностей танских растительных орнаментов, включая анализ их составных элементов, основных типов композиции и принципов формальной эстетики.

Растительные орнаменты эпохи Тан формировались в условиях интенсивных межкультурных контактов, устоявшегося художественного стиля и высокого уровня ремесленного производства. В результате они приобрели характерные черты пышности, изысканности, открытости и многоуровневого культурного синтеза. Их структурная организация не только отражает морфологические закономерности растительных форм, но и воплощает эстетические идеалы эпохи Тан, такие как «богатство без беспорядка» [8], гармоничная упорядоченность и декоративная насыщенность. Эти особенности демонстрируют эстетическую систему и стабильность общества зрелого танского периода, а также его материальное процветание.

В художественном творчестве композиция является одной из универсальных категорий. С развитием естествознания, физики, математики и других наук, оказывавших непосредственное влияние на развитие искусства, приходило осознание законов построения композиции [1]. Структура — закон внутреннего строения, упорядоченность внешне воспринимаемых или скрытых от глаз элементов [2]. Хотя древние мастера не оставили теоретических обобщений, они интуитивно постигали эти закономерности на основе непосредственного художественного опыта. В контексте танских орнаментов структура представляет собой не только формальный каркас декоративного мотива, но и выражение его визуальной логики и эстетического порядка. Именно структура определяет композиционную организацию, ритмические связи и расположение визуального центра, обеспечивая гармоничное сочетание упорядоченности и выразительности даже в условиях сложной многоуровневой композиции. Причина, по которой декоративные узоры династии Тан могли сохранять структурное равновесие и гармонию в сложных композициях, заключается в соблюдении ряда логических и систематических структурных принципов. Данный принцип проявляется не только в геометризированной упорядоченности и симметричных композициях, но и пронизывает ритм линий, постепенность ярусности и ритмическую организацию целого, формируя строгую и в то же время наполненную жизнью визуальную систему.

Основные композиционные единицы растительных орнаментов эпохи Тан

Составные единицы растительных орнаментов эпохи Тан характеризуются высокой системностью и разнообразием. По своей морфологической структуре они, в основном, включают цветочные элементы, листовые элементы и ветвистые структуры. Цветочные элементы обычно имеют плотные, насыщенные лепестки, богатую многослойность и радиальную организацию, проявляя тем самым стилистическую тенденцию эпохи Тан к насыщенности и пышности. Например, лепестки баосян-хуа могут подразделяться на боковые закрученные лепестки и лепестки с облакообразным крюком; внешние лепестки облакообразной кривизны формируются из таких же облачных лепестков или из внутренних загнутых парных лепестков (рис. 1).

	Тип лепестка			
	облакообразно изогнутый лепесток	внутренний парный загнутый лепесток	боковой закрученный лепесток	Фигурные лепестки спереди
Узор Баосян				

Рис. 1. Композиция лепестков Цветка Баосян

В структуре листовых единиц наиболее репрезентативным типовым вариантом являются узор из кудрявой травы, в формах которого обычно объединяются элементы облачного узора и вариативного мотива жимолости. На этой основе формируется ярко выраженный визуальный образ «роста» и органического развертывания. Структуры преимущественно имеют волнообразную или свободно распространяющуюся форму, подчеркивая непрерывность, жизненность и ритмичность. Они служат важными опорными элементами для таких узоров, как переплетающиеся ветви и изогнутые стебли. В общей структуре она выполняет ключевую функцию соединения, направления и организации визуального потока, обеспечивая гармоничное единство узора в его сложности.

В отношении принципов композиции танские орнаменты обычно подчинялись строгой пропорциональности и иерархической организованности, внутренняя структура демонстрировала близкую к геометризированной пропорциональную компоновку. Например, в орнаменте баосян-хуа между цветочным центром, лепестками и внешним слоем завитков формируется четкая иерархия типа «центр — средний уровень — периферия». Такая пропорциональная организация не только усиливает общую структурную устойчивость и визуальное равновесие орнамента, но и обеспечивает его адаптивность к различным масштабам носителей. Независимо от того, используется ли мотив на мелких предметах, таких как изделия из золота и серебра или керамика, либо на крупноформатных поверхностях, как в текстиле или настенной живописи, его композиция сохраняет визуальную целостность и ритмическую согласованность.

В логике формирования орнамента природные формы выступают исходным источником образности, а их преобразование осуществляется через абстрагирование, выделение ключевых признаков и последующую реорганизацию, что приводит к нормативизации декоративного облика. В этом процессе художник сознательно ослабляет объемность, светотеневую моделировку и натуралистические детали, сохраняя прежде всего наиболее знаковые контуры, линейные структуры и плоскостные формы. Рост природных растений характеризуется случайностью и асимметричностью, однако в танских орнаментах эта природная неупорядоченность была переосмыслена посредством введения строгой системы композиционных схем. Художники варьируют элементы орнамента, создают их причудливые сочетания [3]. Использование круглых, квадратных, треугольных, структурных мотивов, напоминающих планировочные сетки «девяти дворцов», а также линейные сетки обеспечивало формальные ориентиры для организации направления побегов, ориентации цветков и распределения листьев. Такой метод формообразования, основанный на скрытом геометрическом порядке, позволил, сохраняя образ жизненной силы, присущий природным формам, придать орнаменту высокую степень рациональной структуры и устойчивое визуальное равновесие.

В отличие от генерации орнамента на основе естественных форм, другой тип типовых единиц формируется через объединение различных растительных элементов для создания идеализированного образа. Это часто побуждает художников к стилизации или упрощению изображаемого мотива, превращая его в символ [4]. В качестве примера можно привести баосян-хуа: этот мотив не берет начало от одного конкретного растения, а синтезирует морфологические особенности нескольких цветочных видов, которые затем подвергаются абстрагированию, стилизации и композиционной обработке, формируя идеализированный образ.

Основные структурные типы растительных орнаментов эпохи Тан

Одиночная структура строится вокруг изображения одной центральной формы цветка. Например, крупного туаньхуа или баосян-хуа, расположенных в центре или на осевой линии. В этом случае центральный элемент отличается значительными размерами и сложной структурой, выполняя функцию визуального фокуса. Пустоты и периферийные зоны заполняются вспомогательными элементами, такими как мелкие листья, маленькие цветки или геометрические точки и линии. Благодаря точной структурной компоновке, формируется сбалансированный визу-

альный порядок. Комбинация основного и вспомогательного орнаментальных элементов не только усиливает стабильность общей структуры, но и создает визуальное напряжение за счет контраста толщины линий, их плотности и цветового решения.

В декоративных растительных орнаментах эпохи Тан широко использовались осевая симметрия и радиальная симметрия для достижения единства формы и ощущения порядка. Осевая симметрия является наиболее распространенным способом организации танских узоров. Симметрия предполагает, что элементы с обеих сторон оси идентичны или почти идентичны, что представляет собой мощную традиционную композиционную форму [5]. Такая организация не только усиливает стабильность орнамента, но и отражает эстетическое идеал эпохи Тан, ориентированный на «красоту гармонии и равновесия».

Растительные декоративные орнаменты эпохи Тан заимствовали геометрические принципы композиции Суйской эпохи, используя в качестве базовых элементов круг, крест и форму «米». Это привело к формированию радиально-симметричной композиции. Такая структура визуально одновременно стабильна и динамична, отражая характерные для танского искусства черты «богатство без хаоса» и «движение в покое». Например, базовый каркас баосян-хуа можно в общих чертах подразделить на три основных типа: крестовый «十», «米» — образный и основанный на концентрических окружностях. Эти три структурные модели формально взаимосвязаны и одновременно демонстрируют процесс эволюции от геометрического порядка к более сложной декоративной организации. Каркас крестового типа строится на основе центральных вертикальной и горизонтальной осей. На базе креста путем поворота на 45 градусов, формируется композиция типа «米». Внутренние декоративные элементы располагаются симметрично относительно осевой линии, а четыре угла развертываются вдоль диагоналей. Такая форма не только усиливает ощущение равновесия орнамента, но и повышает стабильность визуального центра. Концентрическая структура, по сути, продолжает осевую логику композиции типа «米». Центральный цветочный элемент выступает в роли исходной точки, от которой наружу последовательно развертываются несколько круговых уровней, формируя радиально прогрессирующую структуру. Лепестки, завитки и вспомогательные декоративные элементы располагаются равномерно по окружности и последовательно разворачиваются наружу, создавая строго организованную многоуров-

невую кольцевую радиальную композицию. Благодаря геометрической обработке, в форме кругов достигается синтез рационального каркаса и природной формы. Такая организация создает выраженное ощущение концентрации и центрального порядка. Радиальность, централизация и комплексность являются важными символическими характеристиками растительных орнаментов эпохи Тан.

Структура типа «соединённых жемчужин» [8] проходит эволюцию от ранних геометризированных бусинчатых кругов к форме расцветших в эпоху расцвета Тан сложных венков, составленных из многообразных растительных мотивов. Такая кольцевая организация строится вокруг центрального элемента, формируя круглой или многогранной контур, внутри которого центральный цветок и вспомогательные мотивы совместно создают структуру «целостности и завершённости» [5]. Принцип подчеркивания центральной части, а также принцип выделения «фреймов», когда тема композиции охватывается со всех сторон рамкой или венком из чередующихся цветов и плодов [6], формируют визуальное напряжение между внутренней концентрацией и внешним обрамлением. В результате возникает устойчивый и насыщенный визуальный центр композиции.

Двухнаправленная непрерывная структура, благодаря своей выраженной ориентации развития и протяженности, часто используется в качестве бордюрного или вспомогательного орнамента. Ее композиционная логика формируется на основе таких схем как прямая билинейная последовательность, чередующаяся билинейная последовательность и ротационная билинейная последовательность, что наиболее полно проявляется в орнаментах типа завитков и вьющихся побегов. В то время как четырехнаправленная непрерывная структура, способная равномерно заполнять всю плоскость, получила более широкое применение в тканых декорах. Путем четырехстороннего развертывания единичного орнаментального модуля формируется сложная, но гармоничная декоративная поверхность.

Проявление законов формальной эстетики в структуре растительных орнаментов эпохи Тан

Визуальная организация растительных орнаментов эпохи Тан основывалась не только на абстрактном воспроизведении природных форм растений, но и в значительной степени определялась эстетически-

ми представлениями конфуцианства, даосизма и буддизма, а также общим культурным духом эпохи. С распространением буддизма в Китае в орнаментальную систему были включены мотивы винограда, жимолости, лотоса, граната и другие растения, наделенные религиозно-символическим значением, которые вместе с традиционными цветочными мотивами сформировали целостный образно-декоративный комплекс.

В структурной организации эти орнаменты строго следуют традиционным китайским законам формальной эстетики. Посредством применения принципов симметрии и равновесия, единства и разнообразия, ритма и метричности создается высоко формализованный, но содержательно насыщенный декоративный порядок.

Симметрия и равновесие являются фундаментальными принципами композиции в изобразительном искусстве и ключевыми законами, обеспечивающими стабильность и гармонию в построении узора. Посредством ясно выраженного зрительного центра и сбалансированного распределения они придают орнаменту величественную и устойчивую структурную основу. При этом симметричная структура стала наиболее характерной чертой декоративных орнаментов эпохи Тан, выступая не только как способ формальной организации, но и как визуальный символ, выражающий культурную уверенность и политический порядок процветающей династии Тан, отражая присущее ей метафизическое измерение. С точки зрения визуальной психологии, симметричная структура способна вызывать ощущение стабильности, порядка и спокойствия, тогда как равновесие позволяет целостной композиции достигать сбалансированного зрительного центра, создавая эстетический комфорт и устойчивость.

Тот факт, что симметрия стала важной опорой для танских орнаментов, тесно связан с лежащим в основе этой культуры религиозно-философским мышлением. Конфуцианские концепции «срединности и гармонии» и «золотой середины», даосская идея «единства инь и ян», а также буддийские принципы «гармоничного единства» и «совершенной полноты» — все они рассматривают порядок, равновесие и гармонию как ключевые ценности. Танское искусство на структурном уровне, используя формальный язык симметрии и равновесия, визуализировало эти философские идеи в форме эстетических символов, благодаря чему орнаменты отражали дух эпохи — стабильность процветающего государства, политическое равновесие и социальную гармонию.

Орнаменты эпохи Тан сохраняют высокую степень единства даже при сложной композиционной организации, что является важным признаком зрелости их художественной традиции. На примере мотивов завитков и вьющихся побегов можно увидеть, что их основная структура строится на волнообразной линии типа «S», которая служит не только формообразующим каркасом, но и направляющим принципом порядка. Такая волнообразная ось определяет направление и закономерности развертывания орнамента. Композиция подчиняется строгой иерархии: главный цветок располагается в визуальном центре или в ключевых узловых точках структуры, тогда как завитки, побеги и листья организованы как второстепенные элементы, подчеркивающие и поддерживающие композиционное первенство основного мотива. На основе общей согласованности композиции орнамент достигает визуальной динамики за счет вариаций изгибов побегов, различий в заворотах листьев и локальных ритмических акцентов. Благодаря этому растительный мотив сохраняет характерную для искусства Тан черту — «многообразие без хаоса» [8]. Регулярное повторение формообразующих единиц, согласованность направлений их развертывания и ритмическое управление контурным движением создают гармоничное единство всей структурной композиции.

Ритм выступает как художественно выразительная основа орнаментальности в декоративном искусстве, отличаясь еще и утилитарной полезностью в предметах прикладного характера. Искусствовед Д.Л. Мелодинский отмечает: «…знания человека об утилитарной полезности ритма были ассоциированы с художественно-выразительными качествами и положительными эмоциями» [7, с. 158]. Повторение линий и орнаментальных элементов, создающее выразительный ритм и многослойность, является характерной особенностью формообразующего стиля танских орнаментов [8, с. 137].

Движение линий придает орнаменту ритм, наполненный жизненной энергией. По сравнению с другими декоративными мотивами эпохи Тан, орнамент завитков характеризуется линейной протяженностью и ощущением непрерывного роста, что в еще большей степени проявляет форму эстетической выразительности, в которой динамичность сочетается с жизненной силой. Его основная структура состоит из трех частей — главного стебля, побочных ответвлений и узловых элементов, включающих цветы, листья и завитки. Совокупность этих компонентов формирует непрерывную, текучую и нескончаемую визуальную организа-

цию. Подобная модель композиции не только преодолевает замкнутость традиционной центрической схемы, но и отражает глубокое понимание танским искусством природной жизненной энергии и декоративного ритма. Эта система, основанная преимущественно на криволинейной организации, придает орнаменту выраженную «органичность». Его визуальная логика строится не на геометрической осевой симметрии, а на ритмическом развертывании изогнутых линий, посредством которых достигается композиционное равновесие. Такая бесконечная структура развертывания символизирует природный цикл жизни и непрерывность времени, полно отражая буддийскую концепцию «беспрерывного рождения и возрождения» как основу жизненного миропонимания.

Мелодика — это более сложная форма динамики, чем ритм, но она не может существовать без него. Мелодика раскрывается в повторяющихся композициях, а различные точки, линии, плоскости, пропорции и цвета способны создавать различные эффекты [9]. Сам процесс художественного формирования представляет собой переработку и возвышение природной ритмики, делая ее более совершенной по форме и более строгой по структуре. В результате возникает величественный ритм, который отличается высокой степенью формализации и одновременно насыщен романтической выразительностью.

Заключение

Формообразование растительных орнаментов эпохи Тан прежде всего проявляется в многообразии и нормативной упорядоченности их основных конструктивных единиц. На уровне структурных типов танские растительные орнаменты демонстрируют высокую степень зрелости и развитости композиционной организации. Центрально-лучевая композиция баосян-хуа, кольцевая замкнутая структура туан-хуа и непрерывно-текущая организация орнамента завитков представляют собой три типичных структурных модели танских декоративных мотивов. Эти типы структуры не только обеспечивают разнообразие формообразования, но и отражают характерное для танского искусства стремление к упорядоченности и высокой способности к пространственной организации, формируя основной каркас визуальной выразительности орнаментов. Основной научный результат применение законов формальной эстетики дополнительно усиливает структурно-эстетические особенности растительных орнаментов и отражает эстетические идеалы культурного духа эпохи Тан.

Примечания:

1. *Шабалина Н.М.* Декоративно-прикладное искусство и народные промыслы: Учебное пособие / Н.М. Шабалина. — Челябинск: Издательство Южно-Уральского государственный гуманитарно-педагогический университет дарственного гуманитарно-педагогического университета, 2020. — 143 с

2. Проблемы формообразования орнаментальных структур: от коммуникативных символов и знаков — к комбинаторным структурам и геометрическим универсалиям пластического мышления / С.В. Курасов, В.Ф. Зива, А.Н. Лаврентьев [и др.] // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник РГХПУ им. С.Г. Строганова. — 2022. — № 3/1. — С. 11–30.

3. *Уваров В.Д.* Влияние на структурно-пластический язык таписсерии произведений народного искусства // Дизайн, технологии и инновации в текстильной и легкой промышленности (инновации — 2014): сборник материалов Международной научно-технической конференции, Москва, 18–19 ноября 2014 года. Том Часть 3. — Москва: Московский государственный университет дизайна и технологии, 2014. — С. 128–132.

4. *Уваров В.Д.* Влияние народных традиций на искусство таписсерии на примере венгерского художественного опыта // Мировая художественная культура XXI века. Предметно-пространственная среда и проблемы культурной идентичности: коллективная монография по материалам Международной научной конференции, Москва, 22–23 октября 2021 года. Том 2. — Москва: МГХПА им. С.Г. Строганова, 2021. — С. 84–90.

5. *Ши Чуньшань.* Избранные основные теории из книги «Формальная композиция» [J]. Промышленный дизайн. — 2017. — № 3. — С. 52–54.

6. *Уваров В.Д.* Орнаментальные и культурные коды этапов развития искусства таписсерии в Западной Европе в XV–XVI вв. // Коды. Истории в текстиле: Материалы III Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Санкт-Петербург, 11 апреля 2024 года. — Санкт-Петербург: СПГХПА им. А.Л. Штиглица, 2024. — С. 231–242.

7. *Биценко Р.В. Биценко Р.В.* Научно-методические основы декоративной композиции в развитии художественно-эстетического потенциала будущих дизайнеров // Ученые записки. Электронный научный журнал Курского государственного университета. — 2021. — № 1 (57). — С. 151–161.

8. *Чжан Сяося.* История развития древнекитайских растительных декоративных узоров. — Шанхай: Shanghai Culture Press, 2010. — 257 с.

9. Чжао Жовэнь, Ян Силинь и Чэнь Хунюй: исследование “мелодии” в живописи // Art Panorama. — 2003. — № 2. — С. 52–54.

ЛИ ЯЧАНЬ

Аспирант Российский государственный университет им А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)
e-mail: 173960940@qq.com

В.Д. УВАРОВ

Доктор искусствоведения, заслуженный художник Российской Федерации, профессор, Российский государственный университет им А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)
e-mail: artuwaroff@yandex.ru

V.D. UWAROFF

Doctor of science (History of art), professor. the Kosygin State University of Russia, Moscow
e-mail: artuwaroff@yandex.ru

LI YACHAN

Post-graduate student at the Kosygin State University of Russia
e-mail: 173960940@qq.com

DOI: 10.37485/1997-4663_2026_1_2_404_412

ВЛИЯНИЕ РАЗЛИЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ И ТЕХНИК ТКАЧЕСТВА НА СОЗДАНИЕ УНИКАЛЬНОЙ ТЕКСТУРЫ И ПРОСТРАНСТВЕННЫХ ЭФФЕКТОВ В СКУЛЬПТУРНОЙ ТАПИССЕРИИ

THE INFLUENCE OF VARIOUS MATERIALS AND WEAVING TECHNIQUES ON THE CREATION OF UNIQUE TEXTURAL QUALITY AND SPATIAL EFFECTS IN TAPESTRY SCULPTURE

Скульптурная таписсерия исследуется как форма пространственного искусства, где материал и техника ткачества определяют текстурную и символическую выразительность, включая трансформации от традиционных методов к интеллектуальным материалам.

Sculptural tapestry is explored as a form of spatial art, where material properties and weaving techniques shape both textural expression and symbolic meaning. This paper highlights the transformation from traditional fiber crafts to smart materials, emphasizing weaving as a cultural and aesthetic mechanism of spatial generation.

Ключевые слова: скульптурная таписсерия, материальный язык, структура переплетений, пространственное восприятие, культурная символика.
Keywords: sculptural tapestry, material language, weaving structure, spatial perception, cultural symbolism.

Скульптурная таписсерия как форма пространственно-текстильного искусства демонстрирует возрастающую значимость в современном художественном контексте благодаря синтезу материального языка и структур плетения. Развитие от функционального текстиля к художественному медиуму с пространственной экспрессией подчеркивает ее потенциал как сенсорного и концептуального инструмента. Как отметил профессор В.Д. Уваров в своем исследовании, таписсерия не должна рассматриваться исключительно как традиционный декоративный или ремесленный медиум, но как структурная художественная «модель», отражающая глубокую логику трансформации глобального художественного контекста от традиционализма к модернизму, а также обладающая потенциалом интеграции живописи, скульптуры и пространственных практик [1]. Современная скульптурная таписсерия, черпая ресурсы из многообразных культурных традиций — от европейского сакрального повествования до китайской эстетики «человек и природа», — становится выразительным пространственным носителем символов. В условиях стремительного технологического развития и возрастания интереса к специфичным медиумам необходимость комплексного исследования пространственной природы таписсерии становится особенно актуальной. Настоящее исследование направлено на выявление механизмов формирования пространства через диалог «материал — структура — восприятие». Методология сочетает феноменологический и символический подходы с визуальным анализом художественных примеров, раскрывая, как техника ткачества и свойства материалов формируют пространственные конструкции и тактильные качества. Работа способствует переосмыс-

лению таписсерии как сложной художественной формы, обогащающей кросс-медийные стратегии и взаимодействие с аудиторией.

Материалы в скульптурной таписсерии не только служат физической основой, но и становятся активными участниками формирования пространства, символики и чувственного восприятия. Натуральные материалы, такие как шерсть и шелк, с их исторически обусловленной культурной нагрузкой, придают произведениям глубокую текстурную выразительность и символическое измерение.

С исторической точки зрения, искусство таписсерии тесно связано с религиозными обрядами и символическим значением. В средневековой Европе тканые изображения были одним из основных способов представления библейских сцен для людей, не умеющих читать или не имеющих доступа к письменным материалам [2]. Натуральные материалы часто несут в себе определенное культурное символическое значение. Шерсть в средневековых европейских таписсериях символизировала защиту и веру, поэтому часто встречалась в произведениях на религиозные темы; шелк в Китае и исламском мире символизировал духовность, богатство и святость, широко использовался для текстильного украшения дворцов и религиозных объектов. В современном контексте художники переосмысляют эти материалы, сохраняя их традиционные культурные значения, при этом они служат новым художественным концепциям и пространственным стратегиям. Например, создание крупных текстильных конструкций из неокрашенной шерсти подчеркивает ее первозданность и одновременно вызывает у зрителя размышления о традиционных техниках и экологических проблемах.

Натуральные и синтетические материалы обладают различными характеристиками, но их использование в современном искусстве не противопоставляется друг другу, а представляет собой взаимодополняющие подходы. Синтетические материалы, такие как светопроводящие, термочувствительные и изменяющиеся по цвету волокна, расширяют выразительные возможности скульптурной таписсерии, превращая ее из статичного объекта в динамичную и интерактивную среду. Эти материалы, создавая гладкие или сверхбольшие поверхности, формируют новые визуальные языки, побуждая художников переосмысливать роль материалов в восприятии пространства. Скульптурные таписсерии становятся «отзывчивыми средами», с программируемыми свойствами, что позволяет передавать более сложные ощущения.



Рис. 1. Работы Дианы Шерер



Рис. 2. Работы Эрнесто Нето

Пространственная форма скульптурной таписсерии определяется не только узором, но и структурой материала. Физические характеристики, такие как жесткость и упругость, влияют на трехмерное восприятие, создавая различные пространственные структуры. Ткацкие переплетения и манипуляции светом, тенью и звуком обеспечивают динамичные эффекты, вовлекая зрителя в полисенсорное восприятие. Материал становится активным посредником в создании многослойного, изменяющегося пространства.

С развитием экологической устойчивости и кросс-медийной интеграции все больше художников исследуют использование «экологических» материалов в скульптурной таписсерии. Например, работы Дианы Шерер (рис. 1), использующие корни растений, выращенные в мелиоративной почве и сплетенные в сетчатые структуры, воплощают новый философский подход «растение как материал, природа как ремесло» [3]. Кроме того, проект MIT Media Lab «bioLogic» использует бактерии Bacillus subtilis в текстиле для автоматического регулирования ткани, реагируя на влажность и температуру тела, что демонстрирует высокую степень интеграции умных материалов и пространственных форм [4]. Эти инновации придают скульптурной таписсерии художественную активность, трансформируя ее из традиционного объекта в «экологически-технологически сложное пространство», что расширяет возможности и социальные функции текстильного искусства.

Во второй половине XX века скульптурная таписсерия выходит за пределы плоскости стены и активно обращается к трехмерным тканым структурам, формирующим самостоятельный объем. Так, в проекте «Abakans» Магдалена Абаканович применяет многослойные льняные переплетения, создавая подвесные текстильные массы, обладающие выраженной толщиной и асимметричной пространственной формой. Эти

«мягкие скульптуры» подчеркивают поворот таписсерии в сторону объемной пластики. Подобное пространственное решение прослеживается и в работах Эрнесто Нето — например, в инсталляции «Just like drops in time, nothing» (2002) (рис. 2), где гибкие волокна, сплетенные вручную, натягиваются и подвешиваются, формируя структуры, с которыми зритель может телесно взаимодействовать, что перекликается с понятием телесного восприятия пространства у Мерло-Понти.



Рис. 3. Работа EJTECH

С развитием цифровых технологий наблюдается активное внедрение интеллектуальных материалов, способных реагировать на внешние стимулы. Примером служит проект «Dung Dkar Cloak» команды EJTECH (рис. 3), в котором объединены цифровое жаккардовое ткачество, сенсоры давления и аудиогенерация. Интеграция сенсорных интерфейсов в тканую структуру позволяет ей воспринимать прикосновения и производить звуковую обратную связь в реальном времени, формируя мультимодальную среду взаимодействия. Это свидетельствует о трансформации таписсерии в воспринимающий медиум с пространственной активностью и динамикой [5].

Еще дальше в направлении биосенсорного взаимодействия продвигается работа «Music-Mind-Textile: Inner Peace» художника Амелии Пэнг (рис. 4), основанная на технологиях нейроинтерфейсов и тканей с изменяемыми свойствами. Считывая мозговую активность зрителя, ткань в реальном времени изменяет свои визуальные и акустические характеристики, превращая зрителя в активного соавтора. Таким образом, тканая структура становится адаптивной и эмоционально-резонансной системой взаимодействия между человеческим телом, сознанием и пространством.

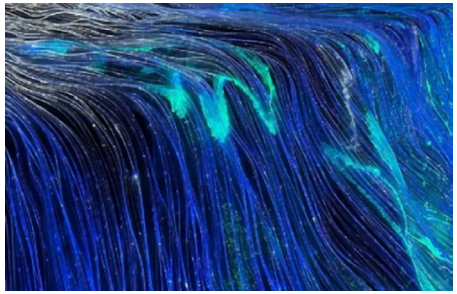


Рис. 4. Работа Амелии Пэнг

Однако даже в эпоху технологических трансформаций ручная логика ткачества сохраняет свое значение. Шейла Хикс, одна из ведущих фигур в области текстильного искусства, продолжает использовать традиционные техники узелкового и слоистого плетения для создания цветных, тактильно насыщенных объемных форм. В работе «Pillar of Inquiry/ Supple Column» (2013–2014) (рис. 5) она демонстрирует, как вертикально организованные волокна формируют гибкие скульптурные объекты, в которых медленное ремесленное производство становится частью диалога с пространством и временем. Как утверждает Тим Инголд, каждый узел и сплетение — это элемент материального агентства, встроенный в непрерывный процесс пространственного взаимодействия [6]. Таким образом, от «плоскости к объему», от «ручного к интеллектуальному» и от «декора к интерфейсу» — эти этапы развития скульптурной таписсерии отражают эволюцию ткачества как пространственно-формообразующего и перцептивного медиума. Будучи структурой, впитывающей как особенность ручного труда, так и возможности современных технологий, она служит платформой для переосмысления материала, восприятия и культурного опыта в контексте постцифровой эпохи.



Рис. 5. Работа Шейла Хикс



Рис. 6. Работа Линь Фанлу

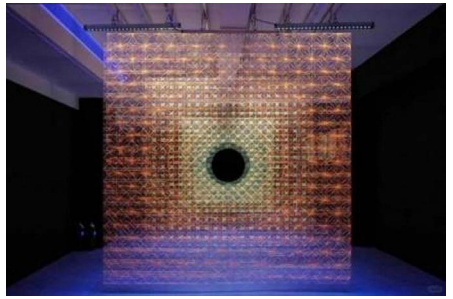


Рис. 7. Работа Дяо Цзюань

Скульптурная таписсерия формирует не только физическое, но и символическое пространство, активируя телесное восприятие и культурную память. Через материал, структуру и технику ткачества она создает полисенсорные поля восприятия, трансформируя традиционное понимание пространства как пассивного контейнера в активный медиум значений. Согласно феноменологической эстетике, восприятие искусства вовлекает «воплощённое

сознание», а текстильные структуры становятся спусковым механизмом тактильного и эмоционального резонанса.

В работе китайской художницы Линь Фанлу «SHE» (рис. 6) техника батик и ручные швы активируют эффект «тактильной сенсорики», формируя у зрителя телесную эмпатию и переосмысление ценности женского труда, что соответствует концепции телесного мира М. Мерло-Понти.

Одновременно скульптурная таписсерия несет культурный и символический код. Так, практика вышивальщицы Дяо Цзюань, мастера сычуаньской вышивки «Шу», иллюстрирует, как традиционные мотивы становятся актуальными культурными нарративами. В ее работе «Между временем и пространством» (рис. 7) техника «пышной нити» сочетается с современными материалами, включая акрил и флуоресцентные нити, создавая трехмерную инсталляцию с эффектом «временного туннеля». Свет и текстиль здесь функционируют как медиаторы между прошлым и настоящим, символизируя трансформацию традиционного ремесла в динамический визуальный нарратив [7]. Аналогичные процессы сакрализации текстиля прослеживаются в литургических тканях православной традиции — например, в русских «на престольных покрывалах» с их византийскими орнаментами и символическим цветом [8], Современная таписсерия, включает в себя как плоскостные, так и объемно-пространственные изделия, выполненные не только различными способами ковроткачества, но и вязанием, вышивкой, кружевоплетением, аппликацией, макраме, всевозможными авторскими техниками. [9]. Так в работах Ольги де Амарал, например, «Tríptico en Oro» (рис. 8) чередование золотой фольги и волокон отсылает к доколумбовой концепции священности, превращая текстиль в средство медитативного и культурного постижения мира [10].

Наконец, в пространственном измерении, скульптурная таписсерия участвует в построении смыслового поля, перенося зрителя от визуального восприятия к эмоциональной и символической интерпретации. Инсталляция Тихару Сиота «Ключ в руке» (The Key in the Hand) (рис. 9), представленная на 56-й Венецианской биеннале, представляет собой архитектуру из красных нитей, формирующих напряженное, символически насыщенное пространство. Здесь плетение становится не только формой, но и средством трансформации пространства в сеть чувств и памяти. Зритель, проходя сквозь нее, проживает индивидуальный опыт, связанный с эмоциональной привязанностью, что подтверждает концепцию пространства как медиума смыслов [11].



Рис. 8. Работа Ольги де Амарал



Рис. 9. Работа Тихару Сиота

Таким образом, скульптурная таписсерия выступает как многомерная художественная форма, объединяющая телесный опыт, культурные коды и пространственные трансформации, создавая синтетическое поле для символической интерпретации в современном художественном контексте.

Заключение

В условиях активной интеграции современных технологий в сферу искусства скульптурная таписсерия предстает как гибридная форма, в которой материал, техника ткачества и пространственная пластика сливаются в единую художественную систему. Настоящее исследование акцентирует внимание на трех ключевых аспектах: 1) фактурно-текстурной основе произведений, 2) структурно-пространственном формообразовании, 3) перцептивной и символической многослойности. Скульптурная таписсерия выходит за рамки декоративного или утилитарного объекта, становясь пространственным медиумом, насыщенным культурными кодами. Текстильные материалы, будучи носителями как физической формы, так и культурной памяти, формируют уникальные тактильные и визуальные сценарии взаимодействия со зрителем. Техники ткачества задают не только геометрию формы, но и напряженную структуру восприятия, в которой проявляются элементы духовной символики и пространственной метафоричности.

Современные практики стремятся преодолеть традиционное разделение между ремеслом и искусством, предлагая новые векторы развития: от экспериментального внедрения интеллектуальных материалов до интеграции интерактивных и иммерсивных технологий. Переход от статичной «объектной» скульптуры к «структурной пространственной среде» открывает перспективы междисциплинарного синтеза — с архитектурой, эко-дизайном и медиаискусством. Скульптурная таписсерия, таким образом, трансформи-

руется в динамичную культурную форму, способную не только артикулировать индивидуальный художественный жест, но и становиться площадкой для межкультурного диалога и осмысления коллективной памяти.

Список литературы:

1. *Уваров В.Д.* Таписсерия как «модель» общих закономерностей развития мирового искусства // Дизайн и технологии. — 2017. — № 59 (101). — С. 22–29.

2. *Уваров В.Д.* История таписсерии // Вестник культурологии. — 2001. — С. 118–126.

3. *Scherer D.* Interwoven: художественное исследование биотекстиля [Электронный ресурс] // Официальный сайт проекта Interwoven. — URL: https: // www.dianascherer.nl (дата обращения: 07.05.2025).

4. *Yao L., Ou J., Cheng C., Steiner H., Wang W. and Wang G.* bioLogic: Natto Cells as Nanoactuators for Shape Changing Interfaces. // Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI '15). — New York: Association for Computing Machinery. — P. 1–10.

5. *Дяо Цзюань (Diao Juan)*. Великолепное время: моё современное выражение искусства Сучжоуской вышивки // Китайское нематериальное культурное наследие. — 2021. — № 3. — С. 22–27.

6. *Design Milk.* the Dung Dkar Cloak Creates Real-Time Soundscapes Using Soft Interfaces [Электронный ресурс]. — 2023. — URL: https: //design-milk.com/the-dung-dkar-cloak-creates-real-time-soundscapes-using-soft-interfaces/ (дата обращения: 10.05.2025).

7. *Дяо Цзюань (Diao Juan)*. Между временем и пространством // Каталог выставки Сычуаньского музея декоративно-прикладного искусства. — Чэнду, 2020.

8. *Колпакова И.А.* Символика и композиция в русской православной церковной вышивке // Вестник истории искусства. — 2019. — № 1. — С. 44–51.

9. *Уваров В.Д.* Использование классических приемов старинной таписсерии в современном художественном творчестве. Диалог с классикой в контексте современного творчества // коллект. моногр. по мат-лам круглых столов 2022–2023 гг. — Москва: Российская академия художеств, 2024. — С. 93–106.

10. *Drutt M.C., Lucie-Smith E.* Olga de Amaral: the Mantle of Memory. — Paris: Galerie Agnès Monplaisir; Bogotá: Amaral Editores S.A.S., 2013.

11. *Shiota Chiharu*. “About the Key in the Hand.” Интервью Хелены Кассинелло Сан Сегундо (Helena Cassinello San Segundo) // the Key in the Hand — Japan Pavilion at the 56th International Art Exhibition — La Biennale di Venezia. — 2015. — URL: https://2015.veneziabiennale-japanpavilion.jp/en/project/ (дата обращения: 08.05.2025).

ЛЮ ИДИН

Магистр направления 54.04.01 Дизайн «Брендинг и дизайн мышления» РГУ им. А.Н. Косыгина
e-mail: liuyiding0619@gmail.com

А.Ю. МАНЦЕВИЧ

Кандидат технических наук, доцент кафедры графического дизайна и визуальных коммуникаций РГУ им. А.Н. Косыгина
e-mail: smantsevich@mail.ru

LIU YIDING

Master's degree in 54.04.01 Design «Branding and Design Thinking» at Kosygin RSU
e-mail: liuyiding0619@gmail.com

A.Y. MANTSEVICH

Ph. D., Associate Professor, Graphic Design and Visual Communications Department at Kosygin RSU
e-mail: smantsevich@mail.ru

DOI: 10.37485/1997-4663_2026_1_2_413_424

СОВРЕМЕННЫЙ МУЗЕЙНЫЙ БРЕНДИНГ РОССИИ

MODERN MUSEUM BRANDING IN RUSSIA

В данной работе рассмотрены модели и тренды современного музейного брендинга в России. Рассмотрены особенности российского музейного брендинга на примере Государственной Третьяковской галереи, Эрмитажа и Музея современного искусства «Гараж». В данной работе можно видеть, что ключевой тенденцией современного музейного развития становится переход от модели односторонней трансляции знаний к модели диалога. Бренд музея формируется не вокруг его коллекции, а вокруг коммуникации — способности говорить с обществом на современном языке, вызывать доверие и удерживать внимание аудитории. Показано, что немаловажную роль в музейном брендин-

ге играет государственная поддержка. И российский музейный брендинг формируется как особая культурная практика, в которой маркетинговые и символические механизмы подчинены задаче общественного доверия и сохранения культурной памяти.

This article examines the models and trends of modern museum branding in Russia. The features of Russian museum branding are considered using the example of the State Tretyakov Gallery, the Hermitage and the Garage Museum of Modern Art. In this paper, it can be seen that the key trend in modern museum development is the transition from a model of one-sided knowledge transfer to a model of dialogue. The museum's brand is formed not around its collection, but around communication — the ability to speak to society in a modern language, inspire trust and hold the audience's attention. It is shown that government support plays an important role in museum branding. And Russian museum's branding is being formed as a special cultural practice in which marketing and symbolic mechanisms are subordinated to the task of public trust and preservation of cultural memory.

Ключевые слова: брендинг, музейный брендинг, системы коммуникации, айдентика, культурный код, Россия.
Keywords: branding, museum branding, communication systems, identity, cultural code, Russia.

Сегодня музеи становятся активными участниками общественного и информационного диалога. Изменение роли музея связано с широкими социальными и технологическими процессами — цифровизацией, развитием креативных индустрий и возросшим запросом общества на открытость культурных институтов. Как отмечает И.В. Киреева, современный музей в России все чаще выполняет коммуникативную функцию, выступая посредником между культурой и обществом, формируя новые способы восприятия наследия через интерактивность, визуальные технологии и событийные форматы [1, с. 92]. Музей перестает быть лишь «сакральным хранилищем» артефактов и превращается в медиаплатформу, где знание передается через впечатление, участие и личный опыт.

Именно в последние годы можно говорить о становлении целостной визуальной культуры российских музеев, ориентированной на

международные стандарты дизайна. Ребрендинги крупнейших музеев страны — Государственной Третьяковской галереи, Политехнического музея, Музеев Московского Кремля — стали знаковыми примерами перехода от стихийного фирменного оформления к концептуально выстроенной визуальной стратегии. В каждом случае обновление айдентики сопровождалось переосмыслением визуальной метафоры музея и ее связи с назначением. Так, новый графический знак Третьяковской галереи, основанный на букве «Т» (рис. 1), символизирует не только сокращенное наименование, но и идею открытого пространства, объединяющего традицию и современность.

Третьяковская галерея

Рис. 1. Логотип Третьяковской галереи URL: https://www.tretyakovgallery.ru/exhibitions/ (дата обращения: 03.10.2025)

Политехнический музей (рис. 2) в процессе ребрендинга создал гибкую визуальную систему, допускающую множественность форм и цветовых решений, что отражает его научно-инновационный характер [2, с. 85].

Существует ряд устойчивых тенденций современного музейного брендинга, формирующих визуальную идентичность учреждений культуры. Среди них — технологичность, проявляющаяся в цифровой адаптивности логотипов и интерфейсов; вариативность, позволяющая айдентике «жить» в разных медиа; лаконичность, выражающая стремление к простоте и читабельности; динамичность, обеспечивающая визуальное движение и эмоциональную вовлеченность; преемственность, сохраняющая уважение к традиции; а также отражение коллекции, когда визуальный стиль связан с содержанием музейного фонда. Все эти тенденции направлены на создание образа музея как современной, живой и открытой институции, способной говорить с аудиторией на языке визуальных форм,

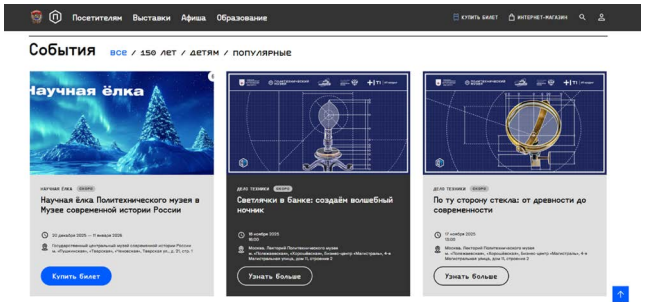


Рис. 2. Сайт Политехнического музея URL: https://polymus.ru/ (дата обращения: 02.12.2025)

понятных в эпоху цифровых коммуникаций [2, с. 84].

Особая ценность айдентики заключается в том, что она превращает визуальную систему музея в зримую систему символов: будь то знак, плакат или оформление выставочного зала, становится инструментом смыслового единства.

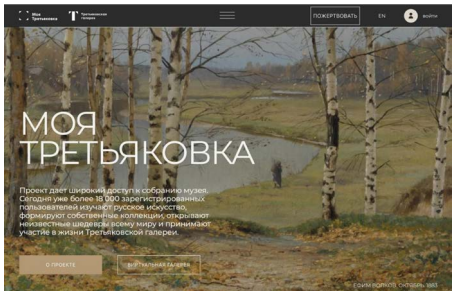


Рис. 3. Медиапроект «Моя Третьяковка». URL: https://msk-tours.ru/tretyakovgallery/online-tours-tretyakovgallery/?utm_medium=organic&utm_source=yandexsmartcamera (дата обращения: 09.11.2025)

В России процесс становления музейного брендинга отличается двойственной природой. С одной стороны, он опирается на мощную традицию академических музеев: Эрмитажа, Русского музея, Третьяковской галереи, формировавших культурную идентичность нации на протяжении веков. С другой стороны, в последние два десятилетия наблюдается стремительное появление новых культурных платформ, ориентированных на современное искусство и коммуникацию с молодой аудиторией. Современный российский музей функционирует в условиях «переосмысления культурного опыта и пересмотра границ музейного пространства» ссылка, что требует от него поиска новых форм самоидентификации и визуальной репрезентации.

Современные тенденции музейного брендинга в России демонстрируют постепенное сближение традиций и инноваций. Если классические музеи стремятся обновить визуальный язык и формы коммуникации с публикой, то новые площадки, такие как Музей современного искусства «Гараж» или «Эрарта», обращаются к идее музея как культурного хаба, где объединяются искусство, образование, общественные инициативы и цифровая культура. Это сближение указывает на постепенное формирование национальной модели музейного брендинга, которая объединяет уважение к наследию с открытостью к эксперименту. Как подчеркивает В.И. Черенков, российская музейная сфера вступила в фазу «брендовой самоорганизации», когда каждая институция вынуждена вырабатывать собственную систему визуальных и коммуникативных кодов, отражающих ее культурную миссию [3, с. 152]

Одним из ключевых проявлений этой трансформации становится акцент на коммуникации с посетителем. Российские музеи активно осваивают современные форматы вовлечения аудитории — от образовательных программ и лекционных циклов до мультимедийных выставок и онлайн-туров. Третьяковская галерея (рис. 3) развивает целую линейку цифровых сервисов: виртуальные экскурсии, медиапроекты, например, как «Моя Третьяковка», образовательные курсы и медиарубрики, посвященные истории искусства. Все это не только расширяет географию музейной аудитории, но и формирует устойчивую эмоциональную связь между институтом и обществом. Взаимодействие с аудиторией в интерактивном формате стало основным условием формирования доверия к музейному бренду, который теперь ассоциируется с открытостью и культурным диалогом [4, с. 102].

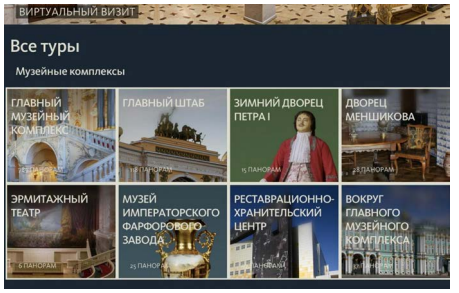


Рис. 4. Онлайн-визит музея «Эрмитаж». URL: https://shkolashaxovskaya-r71.gosweb.gosuslugi.ru/roditelyam-i-uchenikam/kanikuly/kanikuly-onlayn/?utm_medium=organic&utm_source=yandexsmartcamera (дата обращения: 03.10.2025)

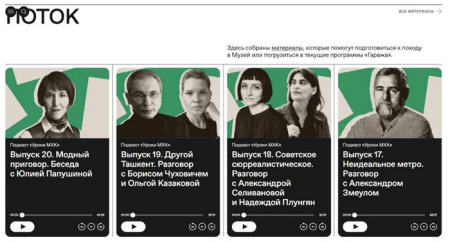


Рис. 5. Музей современного искусства «Гараж». URL: https://garagemca.org/calendar (дата обращения: 03.10.2025)

Аналогичные процессы можно наблюдать и в Государственном Эрмитаже (рис. 4), где развитие цифровых платформ и виртуальных маршрутов усиливает роль музея как медиатора культурной памяти. Проект «Визит онлайн» позволяет пользователям не только посещать залы в формате 3D, но и участвовать в просветительских проектах, объединяющих специалистов и широкую публику. Эрмитаж активно развивает медиаформаты, создавая подкасты, научно-популярные лекции и видеопроекты, что укрепляет его имидж современного и открытого института, при этом сохраняющего академическую глубину.

Совсем иной подход демонстрирует Музей современного искусства «Гараж» (рис. 5), который изначально строит свой бренд на принципах коммуникации и участия. Музей внедряет модели интерактивного взаимодействия — от цифровых лабораторий и онлайн-выставок до инклюзивных программ и коллабораций с образовательными организациями. Музей «Гараж» формирует «новую логику культурного потребления», где посетитель превращается не в наблюдателя, а в участника и соавтора культурного опыта [5, с. 94].

Объединяя опыт рассмотренных российских музеев, можно видеть, что ключевой тенденцией современного музейного развития становится переход от модели односторонней трансляции знаний к модели диалога. Бренд музея формируется не вокруг его коллекции, а вокруг коммуникации — способности говорить с обществом на современном языке, вызывать доверие и удерживать внимание аудитории. В российской практике это проявляется в постепенном создании музея как культурного посредника, где ценность выражается в сохранении и в умении донести смыслы.

Переход музеев к активной коммуникационной политике закономерно привел к формированию внутренней стратегии брендинга как части управленческой системы. Если в начале 2000-х годов брендинг рассматривался преимущественно как элемент коммерческого продвижения, то сегодня он встроен в институциональную структуру крупных музеев и стал неотъемлемой частью их менеджмента. Современные культурные институции выстраивают целостную систему управления брендом — от визуальной айдентики до корпоративных стандартов и медиаполитики. В этом смысле бренд перестает быть внешним «ярлыком» и становится инструментом внутренней самоорганизации музея, задающим единый стиль мышления и коммуникации.

Одним из примеров институционализации брендинга в российской музейной практике стал ребрендинг Государственной Третьяковской галереи, реализованный в середине 2010-х годов. Галерея обновила логотип, визуальную систему, типографику и коммуникационный язык, подчеркнув идею открытости и ориентации на современного зрителя. Разработанная фирменная айдентика сочетает классическую строгость с лаконичными графическими решениями, что позволило музею выстроить визуальный мост между историческим наследием и актуальными культурными процессами. Этот проект стал примером «органического обновления», где бренд используется не для коммерциализации искусства, а для его более четкой репрезентации в общественном пространстве [2, с. 82].

Параллельно с Третьяковской галереей аналогичные процессы происходят в Эрмитаже, где брендинг выступает неотъемлемой частью цифровой трансформации. Программа «Визит онлайн» стала примером объединения визуальных, коммуникационных и управленческих решений в рамках единой цифровой платформы. Здесь ребрендинг не ограничивается логотипом — он охватывает формат подачи контента, структуру сайта, медийную стратегию и принципы взаимодействия с пользователями. В интервью 2021 года директор музея М.Б. Пиотровский отмечает, что цифровая идентичность Эрмитажа — «это не дополнение к музею, а его новая форма существования», где бренд становится гарантом достоверности и качества культурного контента [6].

Немаловажную роль в институционализации музейного брендинга играет государственная поддержка. Федеральные программы — прежде всего, «Культура России» и национальный проект «Цифровая культура» — создают условия для системного развития брендов музеев на региональном и федеральном уровне. Благодаря этим инициативам, происходит оцифровка музейных фондов, модернизация сайтов и создание медиапорталов, через которые музеи выстраивают коммуникацию с широкой аудиторией [7, с. 113].

Развитие музейного брендинга в России демонстрирует, что этот процесс становится управленческим механизмом, объединяющим стратегическое планирование, визуальную коммуникацию и миссию учреждения. Он закрепляется в документах, командах и цифровых системах, формируя устойчивый имидж музея как открытой, современной и ответственной организации, которая не только хранит культурные ценности, но и активно транслирует их обществу. Современный российский музейный брендинг демонстрирует широкий спектр стратегий — от традиционно-консервативных до инновационно-коммуникативных. Это отражает не только различие в миссиях музеев, но и многоуровневую структуру самой культурной политики страны. В рамках отечественной практики можно выделить три базовых типа музейных брендов: классический, национально-глобальный и инновационный. Каждый из них по-своему отвечает на вызовы времени и предлагает собственный способ взаимодействия с публикой и обществом.

Первый тип — классический бренд, наиболее ярко представленный Государственной Третьяковской галереей. Он основан на сохранении национального культурного кода и просветительской миссии. Галерея вы-

страивает образ хранителя традиции, делающего искусство доступным и понятным современному зрителю. Визуальная айдентика, обновленная в последние годы, подчеркивает преемственность между историческим наследием и современной формой его представления. Как отмечает Н.И. Барсукова, Третьяковка является примером институции, которая опирается на бренд «просвещения», где главная ценность — не коммерческая привлекательность, а образовательная функция и культурная репутация [2, с. 83].

Второй тип можно определить как национально-глобальный бренд, воплощенный в Государственном Эрмитаже. Его символическая сила заключается в сочетании национальной идентичности с международным престижем. Эрмитаж сохраняет академическую строгость и историческую преемственность, но активно интегрирует цифровые и коммуникационные технологии, формируя современный культурный образ России в мировом контексте. Проекты «Эрмитаж онлайн» и «Виртуальный Эрмитаж» не просто расширяют аудиторию музея, но и превращают его в медиаплощадку глобального уровня. По мнению И.В. Жуковой, подобная стратегия усиливает роль музея как инструмента культурной дипломатии и мягкой силы, где бренд становится проводником национальной культуры за рубежом [8, с. 74].

Третий тип — инновационный бренд, характерный для Музея современного искусства «Гараж». Его стратегия строится на идеях открытости, гибкости и включенности. Музей рассматривает бренд не как знак статуса, а как пространство диалога и эксперимента. Программы «Garage Digital», образовательные лаборатории, выставки и исследовательские платформы создают уникальную модель культурного взаимодействия, где искусство выходит за рамки экспозиции и превращается в социальную практику. «Гараж» формирует тип «участвующего бренда», основанного на соавторстве, вовлеченности и обмене смыслами.

Таблица 1. Типология музейных брендов современной России

Тип бренда	Пример музея	Ключевая идея	Основные черты	Коммуникационный акцент
Классический	Третьяковская галерея	Сохранение культурного кода	Традиция, просвещение, преемственность	Образ национального достояния
Национально-глобальный	Государственный Эрмитаж	Международный престиж и культурная дипломатия	Авторитет, научность, репутация	Культура как символ доверия
Инновационный	Музей «Гараж»	Диалог и участие	Гибкость, цифровая культура, открытость	Вовлеченность и соавторство

Переходя от анализа типологических моделей к рассмотрению актуальных процессов, можно заметить, что музейный брендинг в современной России развивается в русле общих культурных и технологических трансформаций. Он перестает быть исключительно инструментом визуальной идентификации и становится частью широкой системы культурных коммуникаций, влияющих на восприятие музея как института. Российские музеи активно осваивают новые форматы взаимодействия, совмещая традиционные образовательные функции с цифровыми, социальными и эмоциональными стратегиями привлечения аудитории. Одной из ведущих тенденций выступает цифровизация музейного пространства. Создание онлайн-платформ, мультимедийных архивов и VR-экскурсий позволяет расширить границы присутствия музея и вовлечь новые аудитории. Проекты «Визит онлайн», «Моя Третьяковка» и «Garage Digital» демонстрируют переход от традиционной экспозиции к модели «музея без стен», где визуальные технологии становятся не просто средством представления коллекции, а частью коммуникационного кода бренда. Как отмечает И.В. Жукова, цифровые инициативы позволяют музеям формировать собственную медийную идентичность и укреплять репутацию в глобальном культурном поле [8, с. 74].

Второе направление связано с усилением социальной миссии музеев. Бренд перестает быть исключительно маркетинговым инструментом и становится выражением общественной ответственности. Музеи реализуют программы инклюзии, образовательные инициативы, партнерские проекты с бизнесом и некоммерческими организациями. Третьяковская галерея развивает проект «Искусство для всех», ориентированный на посетителей с ограниченными возможностями, а музей «Гараж» активно внедряет практики социальной вовлеченности через волонтерские и исследовательские программы. По мнению О.Е. Бочаровой, именно социальная

активность усиливает доверие к бренду и превращает музей в пространство общественного взаимодействия [5, с. 81].

Еще одна тенденция — эмоциональный маркетинг, направленный на формирование личностной связи между посетителем и музеем. Современные музеи стремятся говорить с аудиторией «человеческим языком», использовать сторителлинг, интерактив и персонализацию коммуникаций. Примером может служить медиаплатформа Третьяковской галереи, где публикации и видеоконтент создаются в формате диалога с пользователем, а не в академическом ключе. Как подчеркивает М.В. Пашкус, эмоциональный маркетинг становится важнейшим элементом нематериального капитала музея, определяя уровень лояльности и вовлеченности аудитории [9, с. 163].



Рис. 6. Сотрудничество 12 STOREEZ и Третьяковской галереи. URL: https://12storeez.com/blog/blog/2024/12-storeez-h-tretakovskaa-galerea (дата об-ращения: 12.11.2025)

Наряду с этим, усиливается тенденция к коллаборациям. Музеи вступают в партнерство с индустриями моды, дизайна, технологий и урбанистики, создавая гибридные проекты на стыке искусства и повседневной культуры. Коллаборации Третьяковской галереи с брендами одежды (рис. 6), выставки Эрмитажа совместно с технологическими компаниями и программы музея «Гараж» с архитекторами и исследователями городских пространств иллюстрируют стремление музея стать частью современной культурной экосистемы.

Наконец, характерным направлением становится гибридизация музейного пространства. Музей перестает быть только местом хранения и демонстрации коллекций, превращаясь в культурный хаб, открытый для общения, творчества и городской жизни. В пространстве современных музеев совмещаются выставки, лекции, мастерские, кафе и зоны отдыха, что делает их точками притяжения и формирует устойчивый образ «живого института культуры». Эта тенденция особенно ярко выражена в концепции «Гаража» и новых филиалах Третьяковской галереи, где музей осознанно интегрируется в городскую среду [11, с. 40].

В совокупности эти процессы отражают переход музейного брендинга от репрезентации к взаимодействию, от статичного образа к активному диалогу. Современные российские музеи выстраивают бренды, способные сохранять и демонстрировать культурное наследие, включаться в жизнь общества, формируя новые форматы участия и восприятия.

Современный российский музейный брендинг представляет собой многоуровневую систему, в которой историческая миссия сохранения культурного наследия органично сочетается с актуальными стратегиями коммуникации и управления репутацией. Музеи перестают быть статичными институциями, ограниченными рамками выставочного пространства, и все чаще выступают активными участниками общественных и культурных процессов. Их бренд становится инструментом формирования идентичности, способом выстраивания диалога с обществом и средством актуализации культурных смыслов в условиях новой медиареальности [9, с. 162].

При этом ключевой особенностью российской модели музейного брендинга остается сохранение баланса между традицией и инновацией. Даже в условиях активной цифровизации музеи продолжают выполнять миссию хранителя национального наследия, придавая современным форматам гуманистический и образовательный смысл. Третьяковская галерея, Эрмитаж и музей «Гараж» демонстрируют разные формы этого синтеза — от академической преемственности до экспериментальной коммуникации, но их объединяет стремление сделать культуру доступной и актуальной для современного зрителя [7, с. 113].

В целом, российский музейный брендинг формируется как особая культурная практика, в которой маркетинговые и символические механизмы подчинены задаче общественного доверия и сохранения культурной памяти. Его развитие свидетельствует о переходе отечественных музеев к более открытому, диалогическому типу взаимодействия, где бренд становится не просто маркером статуса, а выразителем ценностей, объединяющих общество вокруг идеи культуры как общего достояния [5, с. 79].

Список литературы:

1. *Киреева И.В., Куква Е.С., Шадже А.Ю.* Брендинг регионов в укреплении российской национальной идентичности: эмпирический вызов и экспертный ответ // Вестник Института социологии. — 2024. — Том 15. — № 1. — С. 91–113.

2. *Барсукова Н.И.* Современные тенденции музейного ребрендинга // Актуальные проблемы гуманитарных и социально-экономических наук. — 2021. — № 3 (24). — С. 82–87.

3. *Черенков В.И., Веретено С.А.* Бренд как коммуникационная система: концепция CCVB и CN² // Маркетинг и маркетинговые исследования. — 2019. — № 5. — С. 147–153.

4. *Трубникова Н.В.* Цифровой брендинг: глобальные императивы среды // Брендинг как коммуникативная технология XXI века: Материалы V Международной научно-практической конференции. под ред. проф. А.Д. Кривоносова. 2019. — Санкт-Петербург, 2019. — С. 102–106.

5. *Бочарова О.Е.* Брендинг как технология продвижения вуза на рынке образовательных услуг (по результатам социологического исследования) // Известия ТулГУ. Гуманитарные науки. — 2018. — № 2. — С. 74–87.

6. Михаил Пиотровский, Государственный Эрмитаж: «Двадцать пять лет назад у нас не было ни денег, ни посетителей, и мы это преодолели» — интервью [Электронный ресурс] // Официальный сайт издания «Газета Культура». — URL: https://portal-kultura.ru/articles/person/336471-mikhail-pitrovskiy-gosudarstvennyy-ermitazh-dvadtsat-pyat-let-nazad-u-nas-ne-bylo-ni-deneg-ni-poseti/ (дата обращения: 05.10.2025).

7. *Жукова Л.В.* Этические и коммуникативные аспекты музейного брендинга // Вестник культуры и искусств. — 2021. — № 4. — С. 113–120.

8. *Жукова И.В.* Музейный брендинг как инструмент культурной коммуникации // Культура и искусство. — 2019. — № 9. — С. 72–76.

9. *Пашкус М.В.* Особенности формирования и специфика оценки бренда музея // Креативная экономика. — 2017. — Т. 11, № 2. — С. 162–166.

10. 12 STOREEZ x Третьяковская галерея [Электронный ресурс]. — URL: https://12storeez.com/blog/blog/2024/12-storeez-h-tretakovskaa-galerea (дата обращения: 12.11.2025).

11. *Сорвина Т.А.* Методические основы применения стратегии территориального маркетинга для продвижения творческих индустрий // Креативная экономика. — 2021. — Том 15. — № 3. — С. 40–46.

ЛЮ ИДИН

Магистр направления 54.04.01 Дизайн «Брендинг и дизайн мышления» РГУ им. А.Н. Косыгина
e-mail: liuyiding0619@gmail.com

А.Ю. МАНЦЕВИЧ

Кандидат технических наук, доцент кафедры графического дизайна и визуальных коммуникаций РГУ им. А.Н. Косыгина
e-mail: smantsevich@mail.ru

LIU YIDING

Master's degree in 54.04.01 Design «Branding and Design Thinking» at Kosygin RSU
e-mail: liuyiding0619@gmail.com

A.Y. MANTSEVICH

Ph. D., Associate Professor, Graphic Design and Visual Communications Department at Kosygin RSU
e-mail: smantsevich@mail.ru

DOI: 10.37485/1997-4663_2026_1_2_425_436

МУЗЕЙНЫЙ БРЕНДИНГ КИТАЯ

MUSEUM BRANDING IN CHINA

В данной работе рассмотрены структура и элементы музейного брендинга. Музейный бренд стремится к созданию устойчивой системы смыслов, объединяющей миссию, ценности и визуально-коммуникативные коды организации. В частности, проанализированы особенности музейного брендинга Китая. Национальная модель музейного брендинга Китая развивается в направлении интеграции — между прошлым и будущим, локальным и глобальным, культурным и технологическим. Выявлены основные типы музейных брендов Китая, они рассмотрены на примере музеев: Гугуна, Музея провинции Хэнань и Национального музея Китая.

This article examines the structure and elements of museum branding. A museum brand strives to create a sustainable system of meanings that unites the organization's mission, values, and visual communication codes. Specifically, the characteristics of museum branding in China are analyzed. China's national museum branding model is evolving toward integration — between the past and the future, the local and the global, the cultural and the technological. The main types of museum brands in China are identified and examined using the following museums as examples: the Palace of Culture, the Henan Provincial Museum, and the National Museum of China.

Ключевые слова: брендинг, музейный брендинг, системы коммуникации, айдентика, культурный код, Китай.
Keywords: branding, museum branding, communication systems, identity, cultural code, China.

Современный китайский музейный брендинг представляет собой многослойную и стратегически выстроенную систему, в которой переплетаются традиционные культурные ценности, цифровые технологии и государственная политика «мягкой силы». Эта система формирует единое коммуникационное пространство, в котором музей становится активным участником общественного культурного диалога. Использование возможностей брендинга как инструмента управления смыслами позволяет музеям Китая соединить прошлое и будущее, сохраняя уважение к истории при одновременном внедрении новейших технологий и форм взаимодействия с аудиторией.

Сегодня бренд — это сложная система смыслов, отношений и ценностей, объединяющая идентичность, репутацию и коммуникации организации. В музейной сфере он становится способом осмысления миссии, выражения общественной роли и выстраивания диалога между наследием и современностью [1, с. 94]. В этом смысле музей становится активным коммуникатором культурных кодов. Важно подчеркнуть, что брендинг сохраняет логику классических моделей построения брендов, но переосмыслен в гуманитарном и просветительском контексте. Музейный бренд стремится к созданию устойчивой системы смыслов, объединяющей миссию, ценности и визуально-коммуникативные коды организации. Бренд музея представляет собой совокупность функциональной и

символической составляющих, где первая отвечает за качество услуг и организационные процессы, а вторая формирует ядро смыслов, выражающее идеологию и культурную идентичность [1, с. 94].

В центре структуры музейного бренда находится ядро, включающее миссию музея, его общественную роль и систему приоритетов. Миссия определяет, ради чего существует музей, а ценности задают смысловую направленность всех коммуникаций — от выставочной политики до образовательных инициатив. Это ядро не может быть статичным: оно развивается вместе с обществом, оставаясь при этом основой идентичности музея. Именно осмысленность и ценностная целостность отличают современный музейный брендинг от формального редизайна: логотип и фирменный стиль обретают значимость только тогда, когда они выражают идею и характер музея [2, с. 84].



Рис. 1. Исторический музей Шанкси

Особое место в структуре занимает человеческий фактор: персонал, кураторы, экскурсоводы, научные сотрудники — все они выступают непосредственными носителями музейной идентичности. От их поведения, компетентности и коммуникативного стиля зависит восприятие бренда аудиторией. Бренд музея функционирует не только через визуальные или текстовые коды, но и через организационную культуру, проявляющуюся в ежедневных взаимодействиях с посетителями [1, с. 99]. Таким образом, сотрудники становятся медиаторами между ценностями музея и обществом, превращая бренд в живую систему, поддерживаемую человеческим участием и профессиональной этикой.

Следующий уровень структуры связан с идентичностью (культурный код) и визуальной системой идентификации, которые обеспечивают узнаваемость и коммуникативную целостность бренда. Визуальные элементы: логотип, цветовая палитра, типографика, символика, фирменная графика — формируют первый уровень восприятия и позволяют установить эмоциональный контакт с аудиторией. Современные музеи активно используют лаконичные и адаптивные визуальные решения, стремясь к технологичности и гибкости в разных медиаформатах. Вербальные элементы: название, слоган, устоявшийся нарратив — закрепляют смысловое поле бренда, помогая аудитории считывать ключевые сообщения. Пространственная составляющая (рис. 1): архитектура, организация выставочных залов, экспозиционная графика и навигация — делают бренд «осязаемым» и превращает музейное пространство в коммуникационную среду, где дизайн становится языком идентичности [2, с. 85]. Визуальная составляющая музейного бренда занимает центральное место в системе коммуникаций между музеем и его аудиторией. Она выступает средством узнавания и языком смыслов, через который транслируются миссия, характер и ценности учреждения.

Немаловажную роль играет эмоциональная составляющая музейного бренда. Она формируется через атмосферу музея, впечатления от визита через представленный уровень сервиса и образовательные программы. Посещение музея воспринимается как событие личного смысла, где важна вовлеченность и эмоциональный отклик. Через эмоциональный опыт посетителя происходит формирование лояльности и доверия к бренду музея, поскольку ценность такого бренда выражается в способности пробуждать интерес, вдохновлять и развивать [3, с. 9].

Не менее важным аспектом является этическое позиционирование музея. Оно проявляется в визуальных и контентных решениях, определяющих, какие образы, темы и нарративы транслируются обществу. Визуальный язык музейного бренда должен учитывать не только эстетические, но и культурно-нормативные контексты. Ошибки в выборе символики или слоганов могут исказить смысл музейного послания, вызвать недоверие аудитории или конфликт интерпретаций. Этическая ответственность бренда заключается в уважении к историческим источникам, культурному многообразию и чувствительности аудитории. Визуальные и вербальные элементы музейной коммуникации должны сохранять достоверность и научную обоснованность, даже если они подаются в современном, интерактивном формате [1, с. 97].



Рис. 2. Бронза, нефрит, каллиграфия эпохи Чжоу и Тан

Современные музеи стремятся не только к узнаваемости, но и к смысловой целостности. Их бренд становится своеобразной метасистемой, где сочетаются визуальные коды, архитектура, тон коммуникаций, профессиональные стандарты и человеческий фактор. Все это формирует устойчивое восприятие музея как институции доверия, открытости и культурного лидерства.

Музейный брендинг в Китае сегодня выступает как важнейший элемент государственной стратегии формирования национального образа и реализации концепции «мягкой силы». В условиях растущей глобальной конкуренции за культурное влияние китайские музеи становятся площадками демонстрации не только исторического наследия, но и современных достижений страны, отражающих идею гармоничного единства традиции и инновации. Через продуманную визуальную идентичность, цифровую коммуникацию и образовательные инициативы музеи трансформируются в медиаторы национального самопредставления, способные влиять на восприятие Китая в мировом культурном пространстве [4, p. 62].

Китайская модель музейного брендинга формируется в тесной связи с государственной культурной политикой, ориентированной на интеграцию культурного наследия в систему национального развития. В рамках стратегических документов — таких как «План культурного развития на 14-ю пятилетку» и программа «Цифровая культура Китая» — музеи рассматривают как активных участников процесса культурной модернизации. Их задача заключается в их интерпретации и репрезентации в новых форматах, способных вызывать у аудитории эмоциональный отклик и осознание сопричастности к цивилизационному наследию.

Особое место в этом процессе занимает сочетание традиционных ценностей и современных коммуникационных практик. Визуальные символы древнего Китая — бронза, нефрит, каллиграфия, орнаменты эпохи Чжоу и Тан (рис. 2) — становятся элементами айдентики современных музеев, где они обретают новое значение через графический дизайн, мультимедиа и интерактивные технологии.

Такая стратегия обеспечивает узнаваемость и преемственность визуального кода, но при этом делает его доступным для молодой и международной аудитории [5, p. 37].

На основе трех музеев: Гугуна (故宫博物院), Музея провинции Хэнань и Национального музея Китая — представляется возможным проследить, как в рамках единой культурной политики развиваются разные типы музейных брендов Китая.

Институционализация музейного брендинга в Китае тесно связана с государственным курсом на развитие культурных и креативных индустрий. С начала 2010-х годов Министерство культуры и туризма КНР последовательно внедряет стратегию, в которой музеи рассматривают не только как хранители культурного наследия, но и как активные субъекты коммуникации, экономики и международного диалога. В этой связи бренд музея становится инструментом государственной культурной политики, направленной на создание устойчивого имиджа Китая как цивилизации, сочетающей традицию и инновацию [6, p. 76].

В 2017 году в рамках национальной инициативы «Цифровая цивилизация» был обозначен приоритет цифровой трансформации музейной среды. Согласно этому курсу, брендинг перестал быть частной задачей PR-отделов и вошел в систему управления музейными коммуникациями на институциональном уровне. Сегодня большинство крупных музеев страны, включая Гугун, Музей провинции Хэнань и Национальный музей Китая, имеют в своей структуре подразделения, отвечающие за айдентику, общественные связи, развитие культурных продуктов и стратегическое взаимодействие с медиа-платформами. Такое организационное закрепление бренда отражает переход от спонтанных промоакций к системной коммуникационной политике, основанной на государственных стандартах и единых эстетических принципах.

Наиболее ярким примером этого процесса стал Национальный музей Китая, прошедший масштабную реструктуризацию в 2019–2022 годах. Были обновлены визуальный код, графическая система и экспозиционные принципы. Введена новая коммуникационная платформа, объединяющая сайт, мобильное приложение и интерактивные экраны внутри музея. Особое внимание уделено мультимедийным залам, где посетитель может не только ознакомиться с артефактами, но и проследить их путь в истории китайской цивилизации с помощью анимаций, проекций и звуковых инсталляций. Визуальная айдентика музея выдержана в лаконичной палитре красного и бронзового, символизирующих преемственность и силу культурного кода Китая [4, p. 61].

Ведущие учреждения КНР сотрудничают с дизайнерскими студиями, агентствами стратегических коммуникаций и университетскими центрами, разрабатывающими концепции музейной идентичности. Например, проект «Museum Brand China», инициированный Китайской ассоциацией музейных исследований, объединяет специалистов в области визуальной культуры и музейного дела для создания единых стандартов репрезентации культурного наследия в цифровой среде [7, с. 97].

Брендинг становится частью образовательных и исследовательских программ: в ведущих вузах (Цинхуа, Пекинский университет, Академия искусств Китая) открыты магистерские направления по музейному дизайну и коммуникационным стратегиям. Этот процесс усиливает профессионализацию музейной сферы и способствует формированию нового типа музейного специалиста — медиатора между культурным содержанием и аудиторией [5, p. 37].

Новая коммуникационная архитектура китайских музеев формирует устойчивый образ страны — технологичной, культурно зрелой и ориентированной на диалог в мировом пространстве.

Современный китайский музейный брендинг характеризуется многоуровневостью и выраженной типологической структурой, отражающей социально-культурное и политическое разнообразие страны. Китайские музеи не ограничиваются единым принципом самопрезентации, каждый из них выстраивает собственную стратегию, в которой соотносятся историческая миссия, архитектурный облик, айдентика и способы взаимодействия с публикой. Эти различия позволяют говорить о формировании трех устойчивых типов музейных брендов: имперско-национального, регионально-идентификационного и институционально-дипломатического [8, с. 67].

Имперско-национальный бренд, наиболее ярко представленный музеем 故 (Запретный город) (рис. 3), является символом исто-

рической преемственности и культурной власти. Его коммуникационная стратегия строится вокруг идеи «живого наследия империи», где прошлое не изолировано, а преобразовано в пространство опыта современного поколения. Визуальная айдентика музея опирается на традиционные цвета и формы — красные стены, золото крыш, орнаменты династий Мин и Цин, — которые переосмыслены через цифровой дизайн, сувенирную продукцию и мультимедийные проекты (рис. 4). Гугун активно развивает цифровую коммуникацию: виртуальные туры, приложения, а также бренд-линейки товаров, где каждая категория имеет культурный подтекст, будь то косметика с орнаментами императорского дворца или сувениры с изображениями придворных животных. Через эту стратегию музей превращается в один из самых узнаваемых культурных брендов Азии, соединяющий в себе символику государственности и принципы массовой коммуникации [4, p. 62].



Рис. 3. Музей Гугун



Рис. 4. Онлайн показ музея Гугун

Регионально-идентификационный тип музейного бренда наиболее отчётливо проявляется в деятельности музея провинции Хэнань (рис. 5), где бренд выстроен на основе культурного кода региона и визуальной метафоре природных форм. Архитектура здания символизирует древние геологические пласты, из которых прорастает современная культура региона.

В экспозициях широко применяют мультимедийные технологии, создающие эффект погружения в исторический контекст — от неолита до династии Сун. Благодаря сочетанию региональной идентичности и цифровых решений, музей становится центром притяжения внутреннего туризма, а его визуальный стиль — частью бренда провинции Хэнань как территории, сохраняющей корни китайской цивилизации [8, с. 97].

Институционально-дипломатический тип музейного бренда воплощает Национальный музей Китая, выполняющий роль культурного посредника между страной и мировым сообществом. Этот музей формирует имидж Китая как современного и открытого государства, использующего культуру в качестве инструмента международного диалога. В его структуре предусмотрены подразделения, отвечающие за международные связи, совместные выставочные программы и культурный обмен. В экспозициях сочетают архаические артефакты и современные инсталляции, создавая многослойный нарратив. Визуальный код музея минималистичен, выдержан в нейтральных тонах, что подчеркивает академичность и официальность его статуса (рис. 6). Применение мультимедийных залов, цифровых каталогов и интерактивных стендов усиливает впечатление открытости и технологичности.



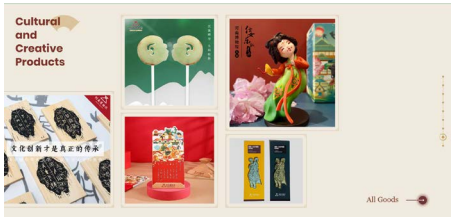


Рис. 5. Сайт музея провинции Хэнань



Рис. 6. Сайт Национального музея Китая

Эти три направления музейного брендинга вместе демонстрируют широту китайской культурной политики: от имперского величия и локальной самобытности до международного академического формата. Китайские музеи представляют собой систему, где каждый бренд выполняет свою культурную и символическую функцию, но при этом подчинен общей идее укрепления культурной идентичности и национального имиджа страны [6, p. 54].

Одним из наиболее заметных направлений становится цифровизация музейной среды. Практика виртуальных туров, VR-экспозиций и голографических инсталляций позволяет музеям создавать эффект «присутствия» даже для удаленной аудитории. В Запретном городе реализована программа

«Digital Palace Museum», где оцифрованные экспонаты доступны в формате 3D-просмотра, а пользователи могут «путешествовать» по залам дворца в режиме виртуальной реальности. Подобные проекты не только расширяют географию культурного охвата, но и формируют новый тип бренда — иммерсивный, интерактивный, объединяющий традицию и технологии [4, p. 62].

Большое значение в китайском музейном контексте имеет образовательная функция. В рамках государственной программы «Музей — школа» музеи становятся партнерами учебных заведений, разрабатывают интерактивные уроки, игровые квесты и онлайн-курсы по истории и культуре Китая. Хэнаньский музей, например, создал серию образовательных приложений с элементами дополненной реальности, где школьники могут «оживлять» древние артефакты. Эти форматы усиливают доверие к музею как к источнику знаний и ценностного воспитания.

Китайские музеи также стремятся укреплять международное сотрудничество. Национальный музей Китая реализует совместные проекты с Лувром, Британским музеем и Эрмитажем, организуя выставки-диалоги, где национальные коллекции вступают в символическое взаимодействие с мировым культурным наследием. Параллельно развивается цифровая дипломатия — онлайн-платформы, на которых пользователи из разных стран могут участвовать в виртуальных экскурсиях и дискуссиях, тем самым формируя образ Китая как культурного лидера, открытого для глобального общения.

Эмоциональный брендинг становится важнейшей составляющей коммуникационной политики. Истории о кураторах, реставраторах и конкретных экспонатах используются для создания «человеческого» лица музея. Маскоты и персонажи, такие как «маленький хранитель Гугуна», выступают медиаторами между институцией и аудиторией, снижая барьеры восприятия и делая музейный опыт личным. В основе таких стратегий лежит сторителлинг — искусство рассказывать историю, где каждый предмет становится частью живого нарратива [9].

Наконец, пространство современного китайского музея становится гибридным — объединяющим функции культурного центра, исследовательской лаборатории, коворкинга и медиа-платформы. Музеи создают кафе, креативные студии, зоны отдыха и дискуссионные площадки, формируя атмосферу «культурного хаба». Так, музей провинции Хэнань и арт-центр в Гуанчжоу развивают концепцию «museum as a living place», где посетитель чувствует себя не гостем, а участником культурного процесса. Эти тенденции свидетельствуют о том, что музей в Китае становится моделью современного общества — динамичного, технологичного и основанного на постоянной коммуникации [8, p. 140].

Особенностью китайской модели является способность сочетать инновации и глубоко укоренённую историческую идентичность. Цифровые инструменты — VR, AR, интерактивные каталоги и мультимедийные архивы — не заменяют культурный смысл, а усиливают его, делая традицию предметом личного опыта и участия. Через такие формы музеи Китая создают пространство «участия в наследии», где каждый посетитель становится не потребителем информации, а соучастником культурного процесса.

Национальная модель музейного брендинга Китая развивается в направлении интеграции — между прошлым и будущим, локальным и глобальным, культурным и технологическим. Она основана на стремлении не просто представить наследие, но сделать его живым и вовлекающим, превращая музей в ключевое звено культурной дипломатии и общественной коммуникации.

Музейный брендинг в XXI веке становится неотъемлемым элементом культурной политики, поскольку музей все чаще рассматривается как активный субъект общественного диалога, инструмент формирования культурной идентичности и имиджа страны. Бренд музея выступает важнейшей формой репрезентации культурного наследия, позволяющей выстраивать эмоциональные связи между посетителем и экспозицией, а также обеспечивать узнаваемость институции в национальном и международном пространстве. Брендинг в музейной сфере перестаёт быть лишь маркетинговым инструментом и приобретает черты культурной миссии, выражающей ценностные ориентиры и концепцию развития учреждения.

Список литературы:

1. *Соболева Е.С., Эпштейн М.З.* Музейный брендинг: процесс и инструментарий // Маркетинг и менеджмент инноваций. — 2015. — № 2. — С. 93–101.

2. *Барсукова Н.И.* Современные тенденции музейного ребрендинга // Актуальные проблемы гуманитарных и социально-экономических наук. — 2021. — № 3 (24). — С. 82–87.

3. *Романчук А.В.* Музейный туризм. — Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет культуры и искусств, 2010. — 158 с.

4. *Wang L.* Soft Power and Cultural Branding in China's Museum Development // Journal of Cultural Diplomacy. — 2020. — Vol. 12 (2). — P. 59–65.

5. *Liu J.* Traditional Elements of Chinese Culture in Logo Design // International Scientific Journal «Internauka». — 2018. — № 11. — P. 35–40.

6. *Ren L.* Traditional Chinese Visual Design Elements: Master Thesis. — Stockholm: Konstfack University College of Arts, Crafts and Design, 2013. — 90 p.

7. *Ли Цянь.* Роль цифровых музеев в китайско-российском культурном сотрудничестве // Asian Cultural Studies. — 2023. — №. 11 (1). — С. 95–104.

8. *Дашей Чжан.* История создания музея Хэнань. — 2002.

9. *Лю Даньян.* Кошки Музея Гугун стали единицей измерения! Сколько «Па» в знакомых вам экспонатах Гугун? [Электронный ресурс] // Официальный аккаунт музея Гугун в WeChat. — 2025. — URL: https://mp.weixin.qq.com/s/THx4lrS1StgD3R5qBAMnFA (дата обращения: 21.02.2025).

10. *Пашкус М.В.* Особенности формирования и специфика оценки бренда музея // Креативная экономика. — 2017. — Том 11. — № 2. — С. 162–166.

ЧЖАН ЦЗЯХЭ

Аспирант кафедры истории искусств и гуманитарных наук РГХПУ им. С.Г. Строганова
e-mail: Johnchzhan@gmail.com

ZHANG JIAHE

Postgraduate student at the Department of History of Arts and Humanities of the Russian State Stroganov University of Design and Applied Arts
e-mail: Johnchzhan@gmail.com

DOI: 10.37485/1997-4663_2026_1_2_437_443

КОМПЛЕКС ЭКСПОЗИЦИЙ ВОЕННОГО МУЗЕЯ НАРОДНОЙ РЕВОЛЮЦИИ КИТАЯ КАК СТРАТЕГИИ ИНТЕРПРЕТАЦИИ БАТАЛЬНОЙ ЖИВОПИСИ

THE EXHIBITION COMPLEX OF THE MILITARY MUSEUM OF THE PEOPLE'S REVOLUTION OF CHINA AS A STRATEGY FOR INTERPRETING BATTLE PAINTING

Одна из задач государственного музея состоит в выстраивании такой системы экспозиций, которая не только воспроизводит историю, но и представляет собой структурированное построение «национального визуального нарратива». Постоянная и тематические экспозиции Военного музея народной революции долгие годы следуют иерархической логике историческая линия — тематические блоки — ключевые фигуры — художественная реконструкция. Благодаря систематизации и визуальной организации экспозиций музей формирует «каноническую рамку» восприятия батальной живописи. Эта «рамка» выполняет двойную функцию: она является и компиляцией художественной истории, и визуализацией политической памяти.

One of the state museum's goals is to develop a system of exhibitions that not only recreates history but also represents a structured construction of a “national visual narrative”. For many years, the perma-

nent and thematic exhibitions of the Military Museum of the People's Revolution have followed a hierarchical logic: historical line, thematic blocks, key figures, and artistic reconstruction. Through the systematization and visual organization of the exhibitions, the museum creates a “canonical framework” for the perception of battle painting. This “framework” serves a dual function: it is both a compilation of artistic history and a visualization of political memory.

Ключевые слова: Военный музей, батальная живопись, идеология в искусстве, визуализированная история.
Keywords: Military Museum, battle painting, ideology in art, visualized history.

Постоянная экспозиция Военного музея народной революции (ил. 1) «Революционные войны под руководством Коммунистической партии Китая. 1921–1949 гг.», реконструирующая хронологию блестящего пути партии, демонстрирует ее великие достижения: от земельной революционной войны и войны сопротивления японской агрессии до войны за освобождение и победы в новой демократической революции. Изображения, сопровождающие выстроенный во времени экспозиционный маршрут, призваны давать документально подтвержденные, достоверные сведения и воспринимаются как зримое свидетельство прошедших событий, обеспечивая им конкретные исторические координаты и заключая их в создаваемую нарративную рамку. Все это дает публике возможность осмыслять живописные произведения в контексте конкретной исторической ситуации. Это значит, что батальная живопись в рамках экспозиции не только выполняет повествовательную функцию, но и становится убедительным «визуальным свидетельством» глубоких эмоциональных переживаний и идейной стойкости участников великих событий [5].



Рис. 1. Постоянная экспозиция «Революционные войны под руководством Коммунистической партии Китая. 1921–1949» в Военном музее китайской народной революции. Источник: http://eng.jb.mil.cn

Специальные тематические залы музея сосредоточены на ключевых военных и социально-политических событиях прошлого в истории Китая, таких как встреча на Цзинганшане (1), доктрина затяжной войны (2), штурм Цзинчжоу (3), торжественная церемония основания государства (4), битва на Шанганлине (5), военные учения в Северном Китае (6), наводнение 1998 года (7), ввод войск в Гонконг и Макао (8), и современности, таких как ликвидация последствий землетрясений, конференции по политической работе в армии, вручение боевых знамен новым подразделениям НОАК Председателем Си Цзиньпином и др. [2; 4].

Экспозиции этих залов формируются двумя планами: в основе их лежит военная история, которая обрамляется художественными произведениями. Соответственно, создаются два плана восприятия, которые опираются не только на демонстрацию подлинных артефактов времени (боевого вооружения, снаряжения и т. п.), но и на живописные изображения, призванные иллюстрировать представляемые на выставке события с документальной точностью. Соединяясь, эти образы раскрывают великий путь Народной армии от её зарождения к укреплению, от слабости к силе и к окончательной победе [1].

В таких экспозициях идея о «руководящей роли партии» становится основой повествования, а помещенные в политико-исторический контекст произведения искусства подчеркивают единство «военной истории» и «истории изображений». Живопись перестает быть лишь историческим воспроизведением, приобретая функцию своеобразного «политического визуального языка».

Периодически организуя специальные тематические экспозиции, приуроченные к значимым памятным датам, таким, например, как годовщина Победы в Антияпонской войне (9), День основания армии (10), Национальный день (11) и др., музей не просто отражает ритм политической жизни государства, но берет на себя роль «катализатора» художественного производства и реконструкции коллективной памяти: задавая тему выставки, предоставляя художникам доступ к историческим материалам, стимулируя на институциональном уровне рождение новых произведений, музей выступает инициатором новых творческих проектов. Связка «выставка» — «творчество» важна тем, что, с одной стороны, удовлетворяет потребность государства в визуальном выражении определенных политических контекстов, а с другой — способствует академическим исследованиям и реальному участию художников в них. Тематические выставки, таким

образом, становятся мостом между «историческим» повествованием и «современным» видением [4].

Так, в 2020 году для показа на выставке «Великая победа — к 70-летию участия китайских добровольцев в войне против США и в поддержку Кореи» были привлечены произведения современных художников (ил. 2–4). Эти работы, выполненные в документально-реалистической манере, демонстрируют ключевую роль музея в укреплении единства и целостности национальной памяти, определении вектора ее эмоционального воздействия, свидетельствуют о значении музея в работе по концентрации художественных ресурсов и направлении творческого процесса в идеологически выверенное русло.

На выставке, состоявшейся в 2025 году, «Народ-победитель — к 80-летию победы Китая в Антияпонской войне и мировой антифашистской войне», организованной музеем совместно с Китайской ассоциацией художников, включение в экспозицию работ 1930-х, 1990-х и 2000-х годов (ил. 5–7) позволило расширить исторический нарратив и выстроить его от «повествования о победе» к «воспоминаниям о страданиях», реконструировать тем самым духовную тему «веры и жертвы» [3].



Рис. 2. Гао Цюань (高泉). «Решение о вводе войск». 1999. 200x150 см



Рис. 3. Сунь Лисинь (孙立新). «Битва на Сунгуфэне». 1999. 250x160 см



Рис. 4. Сунь Лисинь (孙立新). «Первое совещание по тыловому обеспечению китайских народных добровольцев». 1999. 150×100 см



Рис. 5. Ли Хуа (李桦). «Реви, Китай!». 1935. 20x15 см



Рис. 6. Ван Шэнлэ (王盛烈). «Восемь женщин, бросившихся в реку». 1990. 154x392 см

Эти выставки решали очень важную задачу визуального восполнения исторических пробелов, поскольку целый ряд важных исторических моментов жизни страны долгое время «выпадал» из общественной памяти из-за отсутствия документальных визуальных материалов. Теперь эти события возвращались в сокровищницу общенародной памяти, благодаря работе художников, которые берут на себя роль художественного воссоздания событий «как они были», воссоздания исторической картины без документально засвидетельствованных источников (ил. 4).

Тематические выставки, таким образом, не только стимулируют «производство изображений», они участвуют в творческом осмыслении, восполнении и пополнении национальной истории [2].

Таким образом, экспозиции Военного Музея народной революционной армии Китая через межмузейное и междисциплинарное сотрудничество расширяют свои нарративные перспективы. От ранних образцов, основанных на революционном нарративе, юбилейные выставки постепенно трансформировались в форму визуализированной истории. В процессе этой эволюции выставочная деятельность развилась в комплексную культурную практику, интегрирующую национальную память, художественное творчество и общественную коммуникацию. Этот баланс делает Музей не только рассказчиком истории, но и визуальным куратором в культурном контексте [2; 4; 6].

С началом XXI века Музей постепенно выходит за рамки замкнутой структуры одного учреждения, активно участвуя в межмузейном и междисциплинарном сотрудничестве. В национальной системе выста-



Рис. 7. Чжан Цзяньцзюнь (詹建俊), Е Нань (叶南). 2009. Триптих «Баллада на Хуанхэ — изгнание, восстание, сопротивление». 280x435 см; 332x285 см; 280x435 см

вок музей выполняет двойную роль — «поставщика» контента и «координатора» нарратива. Такое сотрудничество не только расширяет пространство демонстрации батальной живописи, но и способствует появлению многообразных нарративов.

Примечания:

1. В 1928 году неподалеку от города Цзинганшань состоялась встреча Мао Цзэдуна и Чжу Дэ и объединение под их руководством первых боевых отрядов, составивших основу будущей Народно-освободительной армии Китая.

2. Обсуждавшаяся в партийном и военном руководстве после разрыва с Гоминьданом стратегия и тактика борьбы с японскими захватчиками.

3. Штурм местечка Цзинчжоу состоялся осенью 1948 года и стал поворотным моментом в борьбе Компартии и Гоминьдана: он привел, в итоге, к победе Коммунистической партией во всем Северо-Восточном Китае.

4. В Пекине на площади Тяньаньмэнь 1 октября 1949 года прошла торжественная церемония провозглашения образования Китайской Народной Республики.

5. Военная операция китайских добровольческих отрядов осенью 1952 года против сил США и ООН во время Корейской войны.

6. Военные учения, проводившиеся в 1950–1960-х годах в Северном Китае в рамках советско-китайского военного сотрудничества.

7. Катастрофическое наводнение на Янцзы, лишившее крова около 15 млн человек и принесшее ущерб, который оценивался более $20 млрд.

8. Ввод войск Народно-освободительной армии Китая, когда суверенитет Гонконга (1997 г.) и Макао (1999 г.) был официально передан от Великобритании и Португальской Республики Китайской Народной Республике.

9. Война Китая против японской агрессии продолжалась с 1931 по 1945 г.

10. Отмечается в Китае 1 августа, в день начала в 1927 году Наньчанского восстания, ставшего первым организованным вооруженным выступлением Коммунистической партии Китая против правящей на тот момент партии Гоминьдан.

11. Главный государственный праздник Китая, Национальный день в стране, отмечается в Китае 1 октября, в день образования Китайской Народной Республики.

Список литературы:

1. *Ли Хунцзюнь.* Революционные артефакты Музея народной революционной армии Китая: яркие моменты военной истории и духовное сияние // Китайский журнал дисциплинарного надзора. — 2018. — № 15. — С. 62–64. 李洪军. 中国人民革命军事博物馆革命文物:军史的亮点 精神的光芒[J]. 中国纪检监察, 2018 (15): 62–64.

2. Музей народной революционной армии Китая. Избранные коллекции Музея народной революционной армии Китая. Пекин: Научное издательство, 2016. 中国人民革命军事博物馆. 中国人民革命军事博物馆藏品选 [M]. 科学出版社, 2016.

3. Победа народа — Выставка изобразительного искусства, посвященная 80-летию Победы в Войне сопротивления китайского народа японским захватчикам и Мировой антифашистской войне [EB/OL]. Официальный сайт Национального художественного музея Китая, 25.08.2025 // 人民必胜——纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年美术作品展 [EB/OL]. 2025: 08–25

4. Помнить славную историю, создавать великое дело сильной армии — тематическая выставка, посвященная 90-летию основания Народно-освободительной армии Китая // Военная история. — 2017. — № 4. — С. 2. 铭记光辉历史 开创强军伟业——庆祝中国人民解放军建军90周年主题展览[J]. 军事历史, 2017, (04): 2.

5. *Цзян Яньюй.* Некоторые особенности проектирования содержания постоянной экспозиции по истории народных войн в Военном музее китайской народной революции // Chinese Museum. — 2004. — № 2. — С. 50–57. 姜延玉. 军博人民革命战争通史陈列内容设计的若干特点[J]. 中国博物馆, 2004, (02): 50–57.

6. Чэнь Шифу. Воспевание главной темы и пропаганда истинного, доброго и прекрасного — Проект создания военных произведений искусства и каллиграфии в военных музеях // Искусство Китая. — 2012. — № 6. — С. 50–55. 陈士富. 唱响主旋律 弘扬真善美——军事博物馆重大军事题材美术书法创作工程[J]. 中国美术, 2012 (06): 50–55.

ТАНЬ СИЧЖУ
Аспирант, МГУ им. М.В. Ломоносова
e-mail: tanxizhu86@gmail.com

TAN XIZHU
Postgraduate, Moscow State University
e-mail: tanxizhu86@gmail.com

DOI: 10.37485/1997-4663_2026_1_2_444_456

РОЛЬ ВИРТУАЛЬНЫХ МУЗЕЕВ В ПРОДВИЖЕНИИ ТРАДИЦИОННОГО И СОВРЕМЕННОГО КИТАЙСКОГО ИСКУССТВА

THE ROLE OF VIRTUAL MUSEUMS IN PROMOTING TRADITIONAL AND CONTEMPORARY CHINESE ART

В статье рассматривается роль виртуальных художественных музеев как медиаплатформы, способствующей продвижению китайского искусства в условиях цифровой эпохи. На основе искусствоведческого и культурологического анализа выявлены особенности репрезентации традиционного и современного китайского искусства в онлайн-пространствах, включая визуальные коды, семиотические стратегии и влияние цифровых форматов на восприятие искусства. Проанализированы примеры виртуальных экспозиций, такие как цифровые туры по музею Гугун и Центральной академии изящных искусств, а также сотрудничество с международными платформами. Особое внимание уделено роли виртуальных музеев в укреплении культурной идентичности, расширении кросс-культурной коммуникации и реализации стратегии «мягкой силы» КНР. Сделан вывод о растущем значении цифровых музеев как инструмента культурной дипломатии и глобального культурного взаимодействия.

This article explores the role of virtual art museums as media platforms that contribute to the promotion of Chinese art in the digital age. Based on art historical and cultural analysis, the study identifies specific features of representing traditional and contemporary Chinese art in online environments, including visual codes, semiotic strategies, and the influence of digital formats on the perception of art. the article analyzes case studies of virtual exhibitions such as digital tours of the Palace Museum (Gugong) and the Central Academy of Fine Arts, as well as collaborations with international platforms. Particular attention is given to the role of virtual museums in strengthening cultural identity, expanding cross-cultural communication, and implementing China's soft power strategy. the conclusion emphasizes the growing significance of digital museums as tools of cultural diplomacy and global cultural interaction.

Ключевые слова: виртуальный музей, китайское искусство, цифровая культура, культурная дипломатия, визуальные коды, цифровая репрезентация.
Keywords: virtual museum, Chinese art, digital culture, cultural diplomacy, visual codes, digital representation.

В условиях стремительной цифровизации культурной сферы виртуальные художественные музеи приобретают особое значение как инструмент трансформации способов презентации и восприятия искусства. Этот процесс особенно актуален для музейной индустрии Китая, где богатейшие традиции изобразительного искусства сочетаются с активными инновационными практиками в области цифровых технологий. Одновременно с этим на международной арене наблюдается устойчивый рост интереса к китайскому искусству как классическому, так и современному в контексте глобального культурного диалога и кросс-культурной визуальной коммуникации.

На этом фоне особую научную значимость приобретает анализ роли виртуальных музеев как медиума культурной репрезентации. Современные виртуальные музеи функционируют не только как хранилища и демонстрационные площадки артефактов, но и как динамичные культурные пространства, в которых формируются новые модели интерпретации и визуального взаимодействия. Благодаря этому они выполняют не только эстетическую, но и символическую функцию, выступая посредником между культурами, традициями и современными зрительскими практиками.

Актуальность настоящего исследования определяется тем, что виртуальные выставки необходимо рассматривать не просто как технологическую инновацию, но как культурологический феномен, обладающий высоким потенциалом для межкультурной передачи ценностей, символов и визуальных кодов. В условиях трансформации глобального музейного ландшафта возникает необходимость в системном осмыслении того, каким образом виртуальные музеи влияют на процессы культурного позиционирования и интернационализации китайского искусства.

Целью исследования является определение механизмов, с помощью которых виртуальные музеи способствуют продвижению традиционного и современного китайского искусства в мировом культурном пространстве. Для достижения этой цели в исследовании применяется комплексная методологическая база, включающая искусствоведческий анализ музейных экспозиций, элементы визуальной семиотики, а также сравнительно-культурный подход, позволяющий сопоставлять формы репрезентации китайского искусства в традиционных и цифровых форматах.

Объектом настоящей работы являются виртуальные художественные музеи Китая, использующие цифровые технологии для формирования новых визуально-коммуникативных стратегий показа искусства. В качестве предмета исследования выступают художественные и символические механизмы, определяющие способы популяризации китайского искусства в виртуальной музейной среде и влияющие на его восприятие глобальной аудиторией.

Таким образом, представленное исследование опирается на междисциплинарную научную рамку и направлено на выявление роли виртуальных музеев как важного медиатора в процессе трансформации культурных образов Китая в условиях цифровой эпохи.

Методология исследования основывается на междисциплинарном подходе, объединяющем искусствоведческий анализ музейных экспозиций, семиотическое исследование визуальных кодов и символических стратегий, а также сравнительно-культурное сопоставление традиционных и цифровых форм репрезентации искусства. Для подтверждения теоретических положений применялся кейс-стади метод, включающий анализ виртуальных проектов музея Гугун, Центральной академии изящных искусств и международных цифровых платформ, что позволило выявить специфику взаимодействия традиционного и современного искусства Китая в виртуальной среде.

Научная новизна работы заключается в том, что виртуальные музеи Китая впервые рассмотрены как культурологический феномен и инструмент «мягкой силы» в глобальном медиапространстве. В статье показано, что виртуальные музеи выступают посредником между традиционными художественными кодами и современными цифровыми практиками, формируя новые модели аутентичности и расширяя границы культурной дипломатии. Такое понимание позволяет выявить многослойную роль виртуальных музеев: от сохранения национального наследия до активного участия в международном культурном обмене.

В современных исследованиях отмечается возрастающий интерес к цифровым форматам музейной деятельности и их влиянию на культурную коммуникацию. С развитием виртуальных пространств традиционные представления о музейной экспозиции трансформируются, а сами музеи становятся активными участниками глобального культурного диалога.

Ц. Чэнь в своей работе рассматривает виртуальные музеи как неотъемлемый элемент новой музейной парадигмы, подчеркивая их значимость для культурного распространения и визуальной презентации наследия Китая в цифровую эпоху. Она указывает, что цифровые технологии в китайских музеях не только повышают интерактивность, но и становятся инструментом формирования нового музейного опыта, способствующего сохранению и популяризации национального искусства [1].

С позиций медиаискусства, Чжан Хайчао подчеркивает, что ключевой задачей современных музейных институций становится создание мультимедийной среды, способной вызвать у зрителя эффект «погружения». Он анализирует интеграцию интерактивных технологий в музейную экспозицию и интерпретирует виртуальные платформы как форму медиавзаимодействия, формирующую новую модель восприятия искусства [2]. Это утверждение особенно актуально для китайского контекста, где синтез цифровых и традиционных форм позволяет представить культурный код более гибко и масштабно.

А.Ю. Демшина рассматривает виртуальные арт-презентации как трансляцию культурных кодов. По её мнению, куратор в виртуальной среде становится не просто хранителем, но интерпретатором культуры. Она отмечает, что цифровая среда позволяет создавать новую форму события воспроизводимого, но уникального по эмоциональному восприятию. Это положение применимо к китайским проектам, в которых реконструкция

и цифровизация традиционного искусства сопровождается его актуализацией в современных форматах [3].

Наконец, в обобщающем обзоре, опубликованном в Бюллетене Международного центра «Искусство и образование», под редакцией Т. Гановой и соавторов, подчеркивается, что современное художественное образование и музеи все чаще обращаются к цифровым средствам как способу актуализации культурного наследия. Однако, как отмечают авторы, большинство текущих исследований фокусируется на западных институциях, в то время как китайская специфика остается недостаточно раскрытой [4].

Таким образом, обзор показывает, что, несмотря на наличие теоретических и эмпирических работ, посвященных цифровым музеям и медиаискусству, роль виртуальных музеев именно в продвижении китайского искусства, особенно в его традиционно-современной дихотомии, остается слабо разработанной. Систематическое осмысление этого аспекта с учетом культурной дипломатии и визуальной репрезентации требует дальнейшего анализа, что и составляет цель настоящего исследования.

Культурная сфера современного общества переживает этап стремительной цифровой трансформации, что влечет за собой глубокие изменения в функциональном назначении музеев и моделях культурной презентации. Виртуальные музеи, выступая в роли нового медиума культурной коммуникации, постепенно становятся актуальной темой в искусствоведческих исследованиях и вызывают возрастающий интерес со стороны научного сообщества. Стремительное развитие цифровых технологий в сфере искусства открывает перед музейным сообществом новые возможности, но одновременно ставит перед ним и серьезные вызовы, включая необходимость формирования новой формы информационной культуры в музейной практике. Как отмечают Н.И. Гендина и соавторы, цифровизация музеев затрагивает не только технологические процессы, но и требует развития информационной культуры специалистов, чтобы обеспечить сохранение музейной миссии как культурно-просветительского института [5].

В рамках этого процесса постепенно формируется различие между понятиями «виртуальный музей» и «медиапространство музея». По мнению Н.И. Барсукова и Н.В. Родионова, виртуальные музеи изначально представляли собой мультимедийные интерактивные программы, тогда как современное музейное медиапространство — это принципиально новая коммуникативная среда, объединяющая интернет, мультимедийные технологии и базы данных [6]. Несмотря на пересечения, медиапространство музея акцентирует внимание на интеграции технологий с традиционной музейной функцией и уделяет особое внимание медиадизайну как способу усиления взаимодействия с аудиторией.

Одновременно с этим развитие технологий виртуальной реальности существенно повлияло на формирование интерактивного искусства. А.М. Агин подчеркивает, что технологии VR изменили характер взаимодействия между зрителем, пространством и произведением искусства, что привело к трансформации самих механизмов художественного восприятия [7]. Такие технологии позволяют не только воссоздавать художественные экспозиции в цифровом пространстве, но и открывают новые каналы трансляции традиционных форм искусства, усиливая эффект присутствия и вовлеченности зрителя.

Интеграция методов цифровых гуманитарных наук в сферу искусства способствовала расширению форм представления культурного наследия в виртуальных форматах. Л.В. Зимина и А.А. Пучковская подчеркивают, что благодаря применению таких инструментов, как геоинформационные системы и пространственные нарративы, демонстрация городского культурного наследия становится более насыщенной и выразительной [8]. Особенно показательной в этом контексте является концепция «глубоких карт», обеспечивающих многослойную, пространственно-временную репрезентацию экспонатов в виртуальных музейных средах.

Важным направлением в искусствознании и арт-рынке стало исследование цифровых баз данных, предназначенных для хранения, анализа и интерпретации произведений искусства. Пименова и соавторы отмечают, что создание таких баз данных позволяет не только систематизировать и идентифицировать произведения, но и проводить их межкультурный анализ на более глубоком уровне [9]. В условиях активного развития искусственного интеллекта базы данных становятся неотъемлемой частью научного исследования и глобального распространения произведений искусства.

Таким образом, теоретико-методологическая база изучения виртуальных музеев как современных платформ художественной репрезентации уже получила устойчивое развитие. От формирования информационной культуры до медиапроектирования, от применения технологий виртуальной реальности до методов цифровой гуманитаристики и баз данных весь этот комплекс подходов создает прочный фундамент для осмысления виртуального музея как принципиально новой формы трансляции культурных ценностей.

В контексте стремительной цифровизации музейного пространства особое внимание уделяется тому, как в виртуальной среде репрезентируются традиционные формы искусства, обладающие глубокой историко-культурной ценностью. Традиционное китайское искусство живопись, каллиграфия, керамика, изделия из нефрита и бронзы формировалось на протяжении тысячелетий, будучи носителем не только эстетических идеалов, но и философско-религиозных ценностей. В условиях перехода от материальной экспозиции к цифровому медиапространству встает вопрос: в какой мере виртуальные музеи способны воспроизвести сложную символическую систему китайского искусства, сохранив его смысловую целостность и визуальную выразительность?

Прежде всего, виртуальные музейные проекты вынуждены адаптировать особенности таких сложных и многослойных форм, как китайская тушевая живопись (国画), сочетающая изображение, поэзию и каллиграфию, в цифровую среду, которая опирается преимущественно на визуально-экранную подачу. Например, в цифровой экспозиции Музей Гугун (故宫博物院) отдельные свитки представлены в виде анимированных интерфейсов, позволяющих зрителю постепенно «разворачивать» изображение на экране и знакомиться с его поэтическим контекстом. Подобная визуализация реплицирует не только материальную структуру горизонтального свитка, но и логический ритм традиционного китайского восприятия пространства и времени.

Художественные коды китайской культуры, в частности принципы пустоты и лаконизма, концепт «невыраженного» (无) как выразительного элемента, находят свое отражение в минималистичных интерфейсах виртуальных музеев. Тем не менее, важным методологическим вызовом остается перевод этих кодов на язык цифровых интерфейсов, в которых возможна потеря метафизической составляющей. Как отмечают исследователи китайского искусства, эффект «передачи духа» (传神), центральный для китайской живописной традиции, трудно транслируется через плоский экран, лишённый тактильной и материальной вовлечённости зрителя [10].

Показательным примером успешной цифровой репрезентации является проект цифровой реконструкции экспонатов династий Мин и Цин в рамках инициативы «Цифровой музей Гугун» (数字故宫), реализуемой в сотрудничестве с корпорацией Tencent. Этот проект объединил 3D-моделирование фарфоровых изделий, AR-визуализацию дворцовых интерьеров и интерактивные выставки с элементами нарративного повествования.

Например, в разделе «Нефрит эпохи Цяньлун» зритель может вращать экспонаты, масштабировать детали и узнавать их символическое значение в контексте ритуальной практики при дворе. Такое соединение визуальности, интерактивности и культурной интерпретации свидетельствует о росте качества цифрового кураторства в китайских виртуальных музеях.

Однако, несмотря на очевидные успехи в области технологий, виртуализация традиционного искусства сопряжена с проблемой аутентичности. Традиционное искусство Китая немыслимо вне материального контекста: фактуры шелка, запах туши, вес фарфора — все это является неотъемлемой частью эстетического восприятия. Виртуальные модели, как правило, не могут передать ни текстуру, ни реальный масштаб экспонатов. Кроме того, существует опасность сакрализации цифровых артефактов в отрыве от их ритуального или исторического контекста. Это особенно актуально в случае с культовыми объектами (например, статуями Будды), чья виртуализация может вызвать вопросы со стороны религиозных сообществ о допустимости подобного репрезентативного сдвига.

Как справедливо отмечает Оливер Грау, по мере совершенствования цифровой визуализации граница между оригиналом и копией становится все более размытой [11]. Возникает феномен «новой подлинности», при котором подлинным начинает считаться то, что доступно, воспроизводимо и интерактивно в цифровом пространстве, независимо от его физической аутентичности. Эта трансформация затрагивает не только само понятие подлинности, но и коренным образом изменяет музейный опыт от созерцательно-духовного к интерактивно-симулятивному.

Таким образом, особенности репрезентации традиционного китайского искусства в виртуальных музеях требуют не только технического, но и глубокого культурологического осмысления. Между цифровыми формами и художественной традицией возникает поле напряженного диалога, в котором актуализируются вопросы символической передачи, смысловой эквивалентности и новых форм аутентичности. Виртуальный музей становится не просто каналом визуализации, но ареной переосмысления границ между формой, содержанием и восприятием искусства в эпоху цифровой медиатизации.

В контексте предыдущего анализа репрезентации традиционного китайского искусства в виртуальных музеях представляется необходимым перейти к рассмотрению другой важной составляющей репрезентации китайского современного искусства, которое отличается не только

своим медийным разнообразием, но и активной интеграцией в цифровую среду. Если традиционное искусство чаще позиционируется как объект культурного наследия, то современное китайское искусство в виртуальном пространстве раскрывается как медиапрактика, осмысляющая и переосмысляющая реальность средствами цифровой эстетики.

Китайское современное искусство в последние десятилетия характеризуется многообразием форм и методов: от масштабных инсталляций и видеоарта до цифровых коллажей, фотографических проектов и генеративных визуальных сред. Эти формы все чаще становятся объектами виртуального показа, так как их изначально медиализированная природа делает их особенно адаптивными к цифровой трансляции. Виртуальный музей, таким образом, выступает не только как пространство сохранения, но как платформа презентации и дискурсивного сопровождения радикально новых визуальных практик.

Виртуальные платформы становятся важными каналами продвижения китайских современных художников. Такие авторы, как Цао Фэй (曹斐), Ай Вэйвэй (艾未未), Лю Цзяньхуа (刘建华), активно участвуют в международных цифровых выставках и проектах, представляют свои работы через онлайн-галереи и специализированные платформы. Их проекты, затрагивающие темы урбанизации, глобализации, идентичности и исторической памяти, находят в цифровой среде дополнительный уровень смысла благодаря интерактивности, мультимедийности и доступности для глобальной аудитории. Например, Цао Фэй в своих проектах использует элементы дополненной реальности и геймификации для создания параллельных цифровых миров, что идеально вписывается в формат виртуальных музеев и интерактивных экспозиций.

Одним из наиболее заметных примеров институционального сотрудничества является платформа Google «Искусство и культура» (Google Arts & Culture), на которой представлены цифровые коллекции произведений современных китайских художников. Партнерские проекты с Центральной академией изобразительных искусств (ЦАИИ), Музеем современного искусства в Шанхае и Уленс-центром современного искусства (UCCA) позволяют не только показать работы в высоком разрешении, но и интегрировать их в мультимедийный нарратив с биографиями, интервью, экскурсиями и научными комментариями. Особенно показателен проект China Contemporary, реализованный на платформе Google, в рамках которого зритель может «посетить» выставки, посвященные новым визуальным стратегиям в искусстве постмодерна, включая цифровые инсталляции и кинетическую скульптуру.

Однако цифровизация воспринимаемых форм искусства несет не только позитивные трансформации. Возникает вопрос: как именно цифровая среда влияет на восприятие авангардных форм? Художественные практики, изначально ориентированные на телесное, пространственное или перформативное взаимодействие (например, хэппенинг или иммерсивные инсталляции), в процессе виртуализации могут утрачивать значительную часть своего смыслового и эмоционального ресурса. Искусство становится визуальным событием, но часто теряет телесность, масштаб и контекст, важные для его полноценного восприятия. Тем не менее, именно в этом и заключается парадокс цифрового музея: с одной стороны, он демократизирует доступ к сложным художественным практикам, с другой редуцирует некоторые из их сущностных черт.

Таким образом, китайское современное искусство в виртуальных музеях предстает как лаборатория новых форм визуального и культурного выражения. Виртуальная среда позволяет не только расширить границы восприятия, но и ставит перед исследователями новые задачи: интерпретировать трансформацию эстетического опыта, понять влияние цифровых медиа на художественный процесс и определить границы взаимодействия между аудиторией и произведением. Эти аспекты становятся особенно значимыми в условиях продолжающейся цифровой революции, в рамках которой виртуальные музеи выступают не как подражание реальности, а как самостоятельные формы художественного существования.

Рассмотрев особенности репрезентации традиционного и современного китайского искусства в виртуальных музейных пространствах, необходимо обратиться к стратегическому измерению этого феномена его роли в системе культурной дипломатии КНР и инструментах продвижения «мягкой силы». Современные виртуальные музеи, интегрирующие цифровые технологии и художественные практики, становятся не только медиаплатформами визуального показа, но и средствами формирования имиджа государства, репрезентации его культурной идентичности и участия в глобальном диалоге культур.

Китайская Народная Республика на протяжении последних двух десятилетий активно развивает концепцию культурной дипломатии как часть широкой стратегии «мягкой силы», предложенной Джозефом Найем, но трансформированной с учетом китайских реалий. Виртуальные

музеи в этом контексте выступают как эффективные носители культурного кода и символического капитала, доступного международной аудитории без пространственных и политических ограничений. Цифровая витрина китайского искусства, организованная через онлайн-экспозиции, позволяет транслировать ценности, историю, философию и эстетические ориентиры китайской цивилизации в глобальный медиадискурс.

Примером успешного применения виртуальных технологий в служении культурной дипломатии является сотрудничество между ведущими китайскими музеями и международными цифровыми платформами, в частности, Google Arts & Culture. Проекты, реализованные совместно с Музеем Гугун, Центральной академией изящных искусств и другими институциями, способствуют созданию универсального визуального языка, через который Китай выстраивает нарратив о своей культурной преемственности и открытости к диалогу. Виртуальные туры, 3D-реконструкции артефактов, мультиязычные комментарии и культурно-образовательные модули превращают музей в транскультурный коммуникативный интерфейс, направленный на интернационализацию китайского культурного пространства.

Одновременно с этим цифровая форма презентации позволяет китайскому искусству выйти за пределы национальной идентичности и интегрироваться в поле глобального художественного контекста. Виртуальные музеи играют роль медиаторов в процессе переосмысления китайского искусства с учетом универсальных художественных категорий и транснационального восприятия. Это особенно важно для представления современной китайской культуры как активного участника международного художественного обмена, а не только хранителя традиций. Благодаря цифровому формату китайское искусство предстает не как экзотика, а как часть современного культурного потока.

В то же время не следует игнорировать существующие вызовы, связанные с функционированием виртуальных музеев как инструментов культурной политики. Прежде всего, речь идет о технологических ограничениях: доступ к высоким цифровым технологиям и платформам остается неравномерным в разных регионах мира. Кроме того, институциональные барьеры, включая разную степень государственной поддержки, правовое регулирование авторских прав и стандарты цифровой консервации, затрудняют устойчивое развитие международных проектов. Существенным остается и культурный барьер: восприятие китайского искусства в различ-

ных странах может быть искажено без должного контекстуального сопровождения, что требует от виртуальных музеев не только экспозиционной функции, но и интерпретативной ответственности.

Таким образом, виртуальные музеи Китая выполняют многослойную миссию: они популяризируют национальное художественное наследие, создают каналы культурной дипломатии, расширяют возможности визуального взаимодействия и формируют культурную субъектность страны в условиях глобальной цифровизации.

В ходе проведенного исследования было проанализировано использование виртуальных музеев как инструмента культурной дипломатии и популяризации китайского искусства в глобальном контексте. Виртуальные платформы, интегрирующие цифровые технологии, становятся не только местом хранения и презентации художественного наследия, но и важным средством формирования культурного имиджа Китая, а также активного участия в международном культурном диалоге. Виртуальные туры, 3D-реконструкции и мультиязычные онлайн-экспозиции демонстрируют способности китайских музеев использовать «мягкую силу» как часть государственной культурной стратегии.

Исследование подтвердило, что виртуальные музеи в значительной степени способствуют интернационализации китайского искусства. Цифровизация музейных коллекций и их доступность через международные платформы, такие как Google Arts & Culture, позволяет китайскому искусству преодолевать географические и политические барьеры, превращая его в активного участника глобальной культурной и художественной сцены. Эта интеграция помогает выстраивать культурную субъектность Китая, демонстрируя его как современного и открытого культурного игрока, а не только как хранителя древних традиций.

Однако, несмотря на положительные результаты, исследование выявило и значительные вызовы, связанные с развитием виртуальных музеев. Технологические и институциональные барьеры, такие как неравномерный доступ к передовым цифровым технологиям, различия в правовом регулировании и стандартах цифровой сохранности, а также культурные особенности восприятия китайского искусства за рубежом, требуют дальнейшего внимания и решения.

В заключение, виртуальные музеи Китая играют важную роль в расширении границ восприятия китайского искусства и культурной идентичности. Несмотря на существующие проблемы и вызовы, их потенциал

как инструментов культурной дипломатии и платформ для кросс-культурного взаимодействия огромен и продолжит расти в будущем. Это открывает новые горизонты для исследований и практического применения цифровых технологий в области искусства и культурной политики.

Список литературы:

1. *Чэнь Ц.* Музей будущего: сохранение и презентация культурного наследия в музеях цифровой эпохи на примере музеев КНР // Вестник Казанского государственного университета культуры и искусств. — 2024. — № 2. — С. 54–61.

2. *Чжан Хайчао*. О некоторых направлениях исследования медиаискусства в музейной практике // Bulletin of the International Centre of Art and Education. — 2022. — № 2. — С. 290–294.

3. *Демшина А.Ю*. Кураторство и Интернет: презентации искусства как трансляция культурных кодов // Вестник СПбГИК. — 2022. — № 3 (52). — С. 31–38.

4. *Ганова Т.В., Терехова Е.С., Труфанова Т.В*. Современные тенденции и практики художественного образования // Бюллетень Международного центра «Искусство и образование». — 2022. — № 2. — С. 7–12.

5. *Гендина Н.И., Косолапова Е.В., Родионова Д.Д., Рябцева Л.Н*. Цифровизация музеев и необходимость формирования информационной культуры музеологов // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. — 2021. — № 43. — С. 232–236.

6. *Барсукова Н.И., Родионова Н.В.* Коммуникативный потенциал медиапространства современного музея // Вестник КемГУКИ. — 2021. — № 55. — С. 123–125.

7. *Агин А.М.* Технологии виртуальной реальности в современном интерактивном искусстве // Культура и искусство. — 2024. — № 12. — С. 30–46.

8. *Зимина Л.В., Пучковская А.А*. Методы и инструменты для репрезентации геопространственных нарративов в цифровой культуре // Вестник СПбГИК. —2021. — № 4 (49). — С. 27–32.

9. *Пименова Н.Н., Шпак А.А., Дегтяренко К.А.* Цифровое искусствознание: возможная типология баз данных по искусству // Журнал Сибирского федерального университета. Гуманитарные науки. — 2023. — № 16 (12). — С. 2273–2276.

10. *Чжао Мэнхуа*. Интерпретация элементов плоскостной композиции в цифровом мультимедийном искусстве // Современное искусство. — 2012. — № 9. — С. 115–117. 赵梦华. 解读数字多媒体艺术中的平面构成元素. 当代艺术. — 2012. — № 9. — С. 115–117.

11. *Grau O.* Virtual Art: from illusion to immersion. — Cambridge: MIT press, 2004. — 416 c.

ЛИ МИНЬ

Аспирант РГХПУ им. С.Г. Строганова
e-mail: 1119627080@qq.com

LI MIN

Postgraduate student of the Russian State Stroganov University of Design and Applied Arts
e-mail: 1119627080@qq.com

DOI: 10.37485/1997-4663_2026_1_2_457_464

ТЕХНОЛОГИИ «УМНОГО ДОМА» В ПРОЕКТИРОВАНИИ СРЕДЫ ДЛЯ ПОЖИЛЫХ ЛЮДЕЙ В ГОРОДЕ ЧЖЭНЧЖОУ

SMART HOME TECHNOLOGIES IN DESIGNING LIVING ENVIRONMENTS FOR THE ELDERLY IN ZHENGZHOU

В связи с процессом старения населения уход за пожилыми людьми в Китае становится все более актуальной проблемой для общества. Чжэнчжоу, являющийся одним из ключевых городов агломерации Центральных равнин, представляет собой типичный пример для изучения примеров реализации «умных домов», адаптированных для проживания пожилых людей.

В данной статье проводится системное исследование текущей ситуации при уходе за пожилыми людьми в Чжэнчжоу, при этом рассматриваются три основных направления: анализ потребностей, актуальное анализ использования технологических систем «умного дома» и стратегии оптимизации.

With the aging population in China, elder care is becoming an increasingly pressing issue for society. Zhengzhou, a key city in the Central Plains metropolitan area, provides a typical example for studying the implementation of smart homes adapted for the elderly. This article provides a systematic study of the current situation of elder care in Zhengzhou, focusing on three key areas: needs analysis, current analysis of the use of smart home technology systems, and optimization strategies.

Ключевые слова: жилые комплексы для пожилых людей в Чжэнчжоу, технология «умный дом», цифровизация в жилом пространстве, стратегии для оптимизации.
Keywords: zhengzhou senior housing complexes, smart home technology, digitalization in living space, optimization strategies.

Введение

Понятие «умный дом» уже хорошо известно и активно внедряется во всем мире во многих сферах, связанных с организацией жилой и общественной среды в течение двух десятилетий. В целом, это понятие характеризуется как совокупность взаимосвязанных устройств и систем, автоматизирующих управление средой проживания (освещением, безопасностью, климатом и пр.) через сеть физических объектов («вещей»), оснащенных датчиками, программным обеспечением и сетевыми модулями для обмена данными с другими устройствами и системами через интернет без участия человека. Переоценить важность применения этих технологий для облегчения жизни пожилых людей в Китае сложно [1].

В последнее время в Китае активно развивается государственная поддержка роботизированных программ, направленных на развитие системы ухода за пожилыми людьми. В частности, проводятся комплектные меры и разрабатываются регламентирующие документы, связывающие меры социальной поддержки и современную цифровую культуру. Чжэнчжоу — один из крупных городов центрального Китая, где в последнее время активно тестируются пилотные проекты специализированных учреждений с элементами цифровых технологий. Помимо специализированных учреждений с долговременным пребыванием и обширной сети дневных центров для престарелых, элементы «умного дома» активно внедряется и в локальных жилых комплексах, адаптированных для людей преклонного возраста.

Уход на дому предпочитают большинство пожилых жителей, он ориентирован на проживание в собственных домах, с опорой на уход со стороны членов семьи. В этом варианте персонализированные услуги по уходу, медицинскому обслуживанию и сопровождению могут предоставляться при необходимости специализированным сообществом.

Технологии «умного дома», ориентированные на пожилых людей, играют незаменимую роль в системе ухода за пожилыми людьми в Чжэнчжоу. Во-первых, они значительно повышают удобство повседневной жизни пожилых людей. Во-вторых, технологии «умного дома», имеют решающее значение для обеспечения безопасности пожилого населения. Кроме того, они обогащают культурную и духовную жизнь пожилых людей.

Разнообразие устройств для «умного дома» в контексте развития дизайна жилой среды для пожилых

Все предметы мебели, оборудование, освещение в системе «умного дома» объединяются, как правило, в единую электронную систему с продуманным управлением и адаптированным для потребителя интерфейсом взаимодействия. В отдельных случаях система может содержать лишь часть элементов с электронным управлением, что позволяет персонализировать настройку всей системы, в зависимости от конкретных нужд [1]. Исходя из функционального назначения пространств, возможностей и характеристик, адаптированные для пожилых устройства для «умного дома» можно разделить на следующие категории.

1. «Умные устройства» для спальни. Традиционные кровати, интегрированные в электронную систему, имеют функцию регулировки высоты отдельных участков кровати и угла наклона для облегчения подъема и отдыха. Прикроватные тумбочки могут быть оснащены функцией экстренного вызова. Шторы автоматически открываются и закрываются в зависимости от времени суток и уровня освещенности.

2. «Умные устройства» для гостиной. Чаще всего включают специальные диваны, журнальные столики и телевизоры. Диваны имеют функции массажа и регулировки угла наклона. Журнальные столики обладают функцией регулировки высоты для удобства при приеме пищи и использовании компьютера.

3. «Умные решения» для кухни. Кухня уже давно стала она из самых насыщенных электроникой зон. Помимо кухонного многочисленного оборудования, ставшего уже традиционным для любого жилого пространства (холодильники, духовки, варочные панели, посудомоечные машины и т. д.), электронными компонентами насыщаются корпусные, встроенные элементы мебели. Так, шкафы могут насыщаться датчиками автоматического открывания, функциями стерилизации и сушки. Варочные панели дополнительно оснащаются функцией предотвращения перегорания и таймером, умные холодильники отслеживают сроки годности продуктов в режиме реального времени и предупреждают пользователей о необходимости своевременного потребления продуктов и т. д.

4. «Умные решения» для ванной комнаты. Компоненты ванной комнаты интегрируются в единую систему управления. Унитазы оснащаются функциями обогрева, очистки и сушки. Обогреватели для ванной комнаты могут регулировать температуру в помещении.

Интеллектуальные функции управления и мониторинг «умного дома» ведется с помощью датчиков и интеллектуальных систем управления. Интеллектуальные функции позволяют дистанционно управлять бытовой техникой и автоматически регулировать ее работу, например, включать свет или регулировать температуру кондиционера. Одновременно интеллектуальные устройства отслеживают данные о распорядке дня пожилых людей в режиме реального времени, включая качество сна и количество шагов, и передают эту информацию в облако, чтобы члены семьи и социальные работники могли своевременно оценить состояние их здоровья.

В дизайн мебели закладываются возможности адаптации к физическим характеристикам и физиологическим потребностям пожилых людей [2]. Размеры, высота и углы наклона интеллектуальной мебели, могут гибко регулироваться в соответствии с индивидуальными физическими особенностями пользователя. Интерфейсы управления отличаются упрощенным, интуитивно понятным дизайном, с увеличенным шрифтом для лучшей читабельности и удобства использования.

Система «умного дома» оснащена устройствами безопасности для комплексной защиты пользователей, включающая интеллектуальные дверные замки с защитой от взлома и ударов.

Анализ текущего состояния технологий «умного дома» в жилых комплексах Чжэнчжоу

В некоторых элитных жилых комплексах Чжэнчжоу технологии «умного дома» развиты относительно хорошо. Некоторые элитные жилые комплексы в новом районе Чжэндун оснащены современными устройствами. Например, дверные замки используют сложные технологии распознавания отпечатков пальцев и лиц, что значительно облегчает пожилым жильцам вход и выход из дома. Камеры позволяют в режиме реального времени контролировать состояние жильцов, благодаря чему дети могут в любое время проверять самочувствие своих родителей с помощью мобильных приложений. Кровати отслеживают качество сна, частоту сердечных сокращений и данные о дыхании, передавая эту

информацию на облачные платформы. Благодаря этому медицинские специалисты могут давать профессиональные рекомендации по состоянию здоровья потребителей. Однако такое оснащение требуют значительных затрат. Комплексная система может стоить десятки, а то и сотни тысяч юаней, что делает ее недоступной для среднестатистического пожилого жителя.

Большинство сообществ в Чжэнчжоу отстают во внедрении технологий «умного дома». Некоторые пространства располагают только базовыми удобствами для пожилых людей, ограниченными наличием поручней и нескользящей плиткой на полу. В отдельных комнатах или общественных зонах могут быть установлены простые устройства интеллектуального мониторинга, но их функциональность ограничена: они обеспечивают только базовые возможности наблюдения, не позволяя отслеживать и анализировать данные об образе жизни пожилых пользователей в режиме реального времени. Например, в некоторых старых зданиях в районе Цзиньшуй, несмотря на ремонт лестничных клеток, отсутствуют интеллектуальные системы освещения и меры безопасности, что создает риски для пожилых жителей, которые пользуются лестницами в ночное время.

Большинство сельских учреждений по уходу за пожилыми людьми в Чжэнчжоу чаще всего являются примитивными, не имеют базового комплекса и интеллектуальных функций, соответствующих возрасту потребителей. Многие хозяйства в сельской местности по-прежнему используют традиционную мебель и бытовую технику, не отвечающую специфическим потребностям пожилых людей. Некоторые жители используют старую бытовую технику, что создает значительную угрозу для их безопасности.

Проблемы, связанных с реализацией программ «умного дома», приспособленных для проживания пожилых людей, в Чжэнчжоу

В различных районах Чжэнчжоу существуют значительные отличия в оснащении среды элементами «умного дома». В элитных жилых комплексах установлены относительно современные системы. Традиционные формы сельских поселений значительно отстают в плане насыщения технологичным оборудованием, что не удовлетворяет базовым потребностям пожилых людей. Такой дисбаланс в предоставлении услуг

препятствует эффективному улучшению качества жизни некоторых пожилых людей, усугубляя неравенство в распределении ресурсов социальной помощи. В настоящее время уровень технологий систем «умного дома» в некоторых районах Чжэнчжоу остается в целом низким. Большинство устройств обладают ограниченной функциональностью, предлагая потребителям только базовые возможности управления и мониторинга, с недостаточной способностью к углубленному анализу данных об образе жизни пожилых жителей или предоставлению персонализированных услуг. Например, «умные кровати» могут отслеживать режим сна, но не могут генерировать индивидуальные рекомендации по здоровью на основе этих данных.

Некоторые устройства для «умного дома», ориентированные на пожилых людей, не учитывают в достаточной степени специфические потребности и привычки пожилых людей при проектировании [4]. Например, некоторые устройства имеют чрезмерно сложные интерфейсы с мелким шрифтом, что затрудняет их распознавание и использование пожилыми людьми. Размеры и высота умной мебели часто не соответствуют физическим характеристикам пожилых людей, что приводит к дискомфорту при использовании. Это негативно сказывается на их желании использовать эти устройства. Высокотехнологичное оборудование для дома имеет относительно высокую стоимость. Для обычных и сельских сообществ эти затраты оказываются непосильными, что ограничивает внедрение и применение таких технологий и препятствует улучшению качества услуг по уходу за пожилыми людьми.

Стратегия развития технологий «умного дома» в Чжэнчжоу

При проектировании интерьеров с использованием «умного дома» желательно в максимальной мере учитывать устоявшиеся привычки и личные склонности пожилых людей. Особое внимание следует уделять комфортной мебели, и удобству использования бытовой техники с интуитивно понятным управлением [4]. Крупный шрифт и высококонтрастные интерфейсы дисплеев, например, помогут облегчить распознавание информации. Использование противоскользящих поверхностей по всему дому, мебель без острых углов будет способствовать предотвращению травм от столкновений. В ванных комнатах и на лестницах желательно устанавливать поручни, чтобы обеспечить необходимую поддержку и защиту. Электроприборы должны иметь надежные функции электробезопасности.

Интерьеры должны быть оборудованы кнопками экстренного вызова по всему дому. Каналы быстрого реагирования позволят быстро связаться с общественными центрами обслуживания или медицинскими учреждениями. С помощью сбора и анализа данных о здоровье можно настроить индивидуальные рекомендации для каждого человека. Так медицинские работники смогут следить за состоянием здоровья на основе этих данных. Устройства следует подключить к медицинскому оборудованию, чтобы облегчить обмен данными о здоровье и мониторинг в режиме реального времени.

При выборе материалов для мебели необходимо строго придерживаться двух принципов: экологической устойчивости и долговечности. Приоритет должен отдаваться материалам, которые соответствуют экологическим стандартам, нетоксичны и безвредны. Одновременно с этим необходимо тщательно оценивать долговечность материалов, чтобы обеспечить длительный срок эксплуатации мебели. Например, использование экологически обработанного массива дерева для изготовления каркасов мебели гарантирует устойчивость и долговечность конструкции, снижает риски загрязнения окружающей среды. Следует установить строгие производственные процессы и системы контроля качества, осуществляя тщательный надзор на каждом этапе, чтобы обеспечить соответствие мебели установленным стандартам. Необходимо разработать комплексные и тщательные стандарты и методологии испытаний на безопасность, проводить оценку по таким важным показателям, как физические свойства (например, несущая способность, устойчивость), химические свойства (например, содержание опасных веществ) и электрические характеристики. Также весьма желательно получить авторитетные сертификаты безопасности как на национальном, так и на международном уровне, такие как сертификат качества ISO и сертификат CE, чтобы предоставить убедительные доказательства безопасности и надежности качества мебели. Например, получение сертификата системы менеджмента качества ISO 9001 может значительно повысить конкурентоспособность продукции на рынке.

Важно учитывать, что электронные компоненты, встроенные в элементы среды, являющиеся базовыми элементами системы «умного дома», требуют регулярного технического обслуживания. Требуется вводить своевременные программы тестирования, которые позволят своевременно заменять вышедшие из строя двигатели, электронные компоненты и необходимые комплектующие.

Заключение

Внедрение разнообразных типов систем «умного дома» в среду для пожилых в Чжэнчжоу представляет собой комплексную проблему, включающую в себя множество взаимосвязанных факторов. Тщательно изучив потребности пожилого населения, правильно оптимизировав комплектацию оборудования, можно повысить стандарты систем «умного дома» для пожилых людей в Чжэнчжоу, создав более безопасные, комфортные и удобные условия для пожилых. Эта инициатива будет не только стимулировать активное развитие индустрии «умного дома», но и внесет положительный вклад в решение проблем старения населения. В перспективе непрерывное развитие технологий и прогресс общества будут стимулировать постоянное совершенствование и инновации в области конфигураций «умных домов». Это придаст новый импульс при уходе за пожилыми людьми при различных стратегиях поддержки и приведет к новой фазе высококачественного развития стареющего общества.

Список литературы:

1. *Хоу Ке Минг.* Анализ пространственных особенностей и оптимизация дизайна учреждений по уходу за пожилыми людьми. — Нанкин: Издательство Юго-Восточного университета, 2020. 侯可明. 养老机构空间评价与优化设计[M]. 南京: 东南大学出版社, 2020.

2. *Сун Бинбин, Дю Хемин.* Осмысление и проектирование мебели для пожилых людей на основе традиционной теории и метод анализа иерархий с использованием нечеткой логики // Мебель и дизайн интерьера. — 2021. — № 10. — С. 1–5. 孙斌宾, 杜鹤民 . 基于扎根理论和 FAHP 的适老家具设计评价与应用 [J]. 家具与室内装饰, 2021 (10). — 1–5页.

3. *Чжоу Яньминь, Ли Цзяцзин*. Исследование по проектированию терапевтического пространства в домах престарелых для людей с деменцией // Вестник архитектуры. — 2018. — № 2. — С. 67–73. 周燕珉, 李佳婧. 失智老人护理机构疗愈性空间环境设计研究[J]. 建筑学报, 2018 (02). — 67–73 页.

4. *Schulz R., Heckhausen J.* A Life Span Model of Successful Aging // The American Psychologist. — 1996. — № 51. — P. 702–714.

И.Ю. ЧМЫРЕВА

Кандидат искусствоведения, доцент кафедры декоративно-прикладного искусства и художественного текстиля РГУ им. А.Н.Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)
e-mail: irinachmyreva@gmail.com

I.Yu. CHMYREVA

Candidate of Art History, Associate Professor of the Department of Decorative and Applied Arts and Artistic Textiles at the A.N. Kosygin Russian State University (Technologies. Design. Art)
e-mail: irinachmyreva@gmail.com

DOI: 10.37485/1997-4663_2026_1_2_465_474

ЛЕВ ГОРНУНГ. ФОТОГРАФ СРЕДИ ЛИТЕРАТОРОВ. ПОРТРЕТ ПАСТЕРНАКА

LEV GORNUNG. PHOTOGRAPHER AMONG WRITERS. PORTRAIT OF PASTERNAK

Статья посвящена творчеству поэта и фотографа Льва Владимировича Горнунга (1902–1993). Благодаря его снимкам мы можем видеть великих представителей ленинградской и московской школ поэзии 1920-1950-х годов в естественной среде, среди привычных предметов и книг, окруженными близкими людьми и домашними питомцами. Стилю Горнунга были присущи мягкая метафоричность, избирательность выразительных средств. Художнику удалось создать свой узнаваемый изобразительный канон, что оказало влияние на развитие пластического языка художников следующих поколений, в том числе, А.А. Тарковского. В статье рассматривается творческое наследие Горнунга, становление Горнунга как личности и художника, связь его поколения с материальной культурой 1920-х. Исследование этих тем позволяет нам полнее представить особенность съемки Горнунгом Бориса Пастернака в 1948 году.

The article is devoted to the work of the poet and photographer Lev Vladimirovich Gornung (1902–1993). Thanks to his photographs,

we can see the great representatives of the Leningrad and Moscow schools of poetry of the 1920s and 1950s in their natural environment, surrounded by familiar objects and books, and by their loved ones and pets. Gornung's style was characterized by a soft and metaphorical approach, as well as a selective use of expressive means. He managed to create his own recognizable visual canon, which influenced the development of the plastic language of artists of subsequent generations, including Andrei Tarkovsky. The article examines Gornung's creative legacy, the development of Gornung as an individual and an artist, and the connection of his generation with the material culture of the 1920s. Research on these topics allows us to better understand Gornung's portrayal of Boris Pasternak in 1948.

Ключевые слова: Лев Владимирович Горнунг, фотография, поэзия, фотографический портрет, память, видение, литература и визуальная культура советского периода, Борис Пастернак.
Keywords: Lev Vladimirovich Gornung, photography, poetry, photographic portrait, memory, vision, literature and visual culture of the Soviet period, Boris Pasternak.

Фотографии и поздние видеоинтервью с Львом Владимировичем Горнунгом запечатлели фигуру невысокого сутулого человека с большой головой. Он был секретарем литературных журналов в 1920-е; он входил в круг писателей и поэтов тех, кто оказывал им помощь и поддержку, когда в нем нуждались, то есть постоянно [1].

Когда подбирали название к изданию его дневников, их назвали «Свидетель терпеливый» [2] — и век перетерпеть, и отношение близких принять… но изнутри Лев Владимирович был свидетелем активным, участвующим во времени, и, меняющим его ход. Соединение внимания к близким и активного участия в их жизни запечатлено в дневниках и фотографиях Горнунга, фотографиях как визуальных дневниках и как в самостоятельном виде его творчества.

Говоря о себе, Лев Владимирович упоминает, что с детства мечтал стать художником. «Давняя моя мечта стать художником не осуществилась, так как мне рано пришлось начать работать и помогать матери» [2, с. 36]. Но нужда заставила идти учиться другому и работать. Он оказался широко образованным гуманитарием, который (о, редкость!) не чурался работы руками. Горнунг служил секретарем изданий и издательств, переписчиком и художником-оформителем выставок (а в те времена эта профессия предусматривала в том числе и тяжелые физические работы: изготовление ящиков, упаковку, развеску и т.д.); он был фотографом музеев и издательств. И если для нас, людей будущего, фотограф той поры — фигура мифологическая: его камера запечатлела облик Ахматовой и Пастернака, Тарковских и Садовского, Парнок и Цубербиллер, Подгоричани, Гедике, семейств Альвинга и Фейнбергов, Шервинских, то для современников камера в руках Горнунга смещала фокус внимания с него на сам процесс фотографирования.

В те времена были Фотографы, в студию которых шли, как к великим живописцам-портретистам прошлых веков, дабы войти в Историю. Но таких мастеров были единицы, и их студии обретали особенную ауру не только благодаря таланту самих фотографов, но репутации, моде, тому, что студии фотографов (иногда) становились подобны салону, где встречались люди из общества, относящиеся к одному кругу. Так, в Москве 1920–1930-х ходили сниматься к Моисею Наппельбауму (1), переехавшему вслед за советским правительством из Петрограда модному столичному портретисту с узнаваемой манерой светописи; ходили к Петру Оцупу (2), также петроградцу в Москве; ходили к «своим», Николаю Свищову-Паоле (3) в ателье «Паола» на Кузнецкий мост и к Василию Улитину (4) на Долгоруковскую, московским фотографам-портретистам, известным еще с 1910-х. Красавицы заказывали портреты у фотографов-художников Юрия Еремина (5) и Александра Гринберга (6), посещая их съемочные павильоны на дому. Но и Наппельбаум, и Свищов-Паола, и Гринберг были для современников Портретистами, чьими портретами украшали гостиные: изменились времена, и теперь уже не живописный портрет, но фотография становилась частью парадного интерьера. И сам парадный интерьер сжимался, становился камерным, подчас все происходит в одной комнате уплотненных квартир.

И в 1930-е, когда часть новой советской литературной элиты обживает собственные квартиры, в интерьере живописный портрет хозяев уступает по популярности портрету фотографическому. Но среди портретов-произведений, портретов-украшений интерьера мы не встретим работ Горнунга: они были любительской репортажной съемкой в своем кругу, отпечатанные им самим в самых стесненных условиях, маленького формата, они кочевали из альбома в альбом, подобно малым форматам

из дореволюционных студий: портретам в формате кабинет-портрет (7) и в формате визитки (8). И судьба горнунговских портретов была именно такой – кочевать, передаваться из рук в руки, передариваться. Только во второй половине 1950-х, когда Лев Владимирович уже перестал активно снимать, а герои его снимков стали значимыми фигурами советской литературы, некоторые портреты Горнунга публиковались, правда, не всегда с указанием авторства снимков.

У Горнунга среди современников-литераторов не было возможности быть всерьез оцененным в качестве фотографа: он был одним из них, любитель с маленькой дешевой камерой (9). В первой половине XX века в среде гуманитарной интеллигенции фотография воспринималась как искусство, только если обладала эффектной формой, основанной на техническом качестве, если соответствовала моде на «художественную фотографию», и, конечно, имела большой (выставочный) формат. В 1930–1940-е годы, когда Лев Владимирович делает большинство своих снимков, понимание ценности авторской интонации, видения фотографа еще не развито у публики.

Как же получилось, что в среде московской интеллигенции появился такой фотограф как Лев Горнунг?

Мы уже говорили о его детском желании стать художником. Оно выражалось в его занятиях рисованием на протяжении 1920-х, когда он делал зарисовки моделей с натуры, искал портретное сходство. С подобным сильнейшим желанием выражать себя пластически вырастали те, кто становился впоследствии заметными фотографами: всякое желание изображать, рукой ли, с помощью камеры связано с внимательным изучением форм окружающего мира, мучительным занятием переноса их объемов в плоскость рисунка ли, кадра. И это проскальзывает в дневниках Горнунга, так, собираясь снимать Анну Андреевну Ахматову в июле 1936 года, он держит в памяти неудачи с ее портретами у других фотографов, и раздумывает о том, как она будет выглядеть темным силуэтом на фоне дивана в своей комнате (Лев Владимирович фиксирует обрывки этих художественных размышлений в дневнике [2]).

Желание стать художником — проявление внутреннего осознания себя, своего особенного видения мира. Оно подкрепляется интересом к искусству прошлого, к тому, что делают современники. И Горнунг буквально говорит об этом в своих мемуарах: «…в свободное время я часто посещал Третьяковскую галерею и все остальные музеи в Москве. В то же

время я не пропускал ни одной выставки современных московских художников – и персональные, и вообще» [2, с. 36].

На фотографический стиль Льва Владимировича повлияла и его чувствительность к художественным образам, музыке, поэзии.

С одной стороны, то, что снимает Горнунг, и то, как снимает, вполне укладывается в канон любительской съемки. Она — продолжение любительского рисования, известного в XVIII–XIX веках в России в дворянской культуре: запечатлеть «на память потомкам». Лев Владимирович по рождению своему часть «той» ушедшей культуры. Горнунги с петровских времен в России; Горнунги, получающие гимназическое, то есть академическое гуманитарное образование еще до выбора профессии. Старая гимназия изучает культуру от античности, в которой тема «и я был в Аркадии» – тема памяти, проходящего мгновения, и связи его со всем прошлым опытом человечества – остается камертоном на всю жизнь.

С другой стороны, Лев Владимирович почти не оставил фотографических изображений жизни за пределами своего круга. Собаки, коты, комнаты с книгами, дачи, пейзажи — они такая же часть его литературного окружения, как и сами литераторы, это неотъемлемая часть его Ойкумены. В ней нет места строительству заводов, колхозам (если это не сбор урожая как часть великого природного цикла, которому Горнунг свидетель). Это не бегство от реальности. Это лишь еще одно свидетельство того, что одновременно могут сосуществовать разные миры, как будто бы расположенные внутри одного пространства, но не пересекающиеся…

В начале 2020-х годов международные рынки фотографии буквально захлестнул шквал запросов на фотографические портреты поэтов и писателей. Это стало результатом усталости от эволюционистского безбрежного представления истории мировой фотографии; тематическая узость — портрет, и связи фотографии с другими видами искусств (литература), — стали новым концептуальным поворотом в коллекционировании. Крупные частные собиратели и их советники буквально за несколько лет изменили правила игры на рынках, выведя литературные портреты — статистов истории фотографии – на ее авансцену. За этим последовали выставки, книги, изданные на основе новых коллекций.

Присмотримся внимательно к портретно-писательскому проекту в истории фотографии, что в нем было особенного, какие акценты в отношении и фотографии, и истории литературы мы пропустили, оказавшись вне этого нового движения? Во-первых, это интерес к литератору как

персонажу истории. Фотография как никакой другой медиа может создать у зрителя ощущение близкого знакомства с персонажем [3]. Во-вторых, помимо всяких фотографий (на паспорт, из личного дела, в кругу семьи, студийный постановочный на юбилей) особенный интерес вызывают портреты Писателей, сделанные Фотографами. То есть, когда знаменитый писатель оказывается героем снимка не менее знаменитого фотографа.

Нас не меньше занимает факт встречи и тем более дружбы между писателем и композитором или писателем и кинорежиссером, но случай с фотографом (повторюсь, когда речь идет о выдающихся фотографах, настоящих художниках и философах своего медиа) особенный: мы буквально можем увидеть, что думал фотограф о писателе. Это может быть не знаковое произведение в портфолио мастера светописи, но сам факт запечатленного лица думающим художником создают новый вид произведения. Этот новый вид балансирует, если использовать литературные аллюзии, между фикшн и нон-фикшн текстом. Будучи искушенными в искусстве фотографии, где, как и в живописи, в каждом портрете есть автопортрет художника, мы начинаем в фотографических портретах искать и находить новые смыслы, через призму творчества писателя или поэта искать новые нюансы в творчестве человека с камерой. Известные литераторы в новом ракурсе («а посмотрим на Джеймса Джойса с позиции его портретиста Ман Рея») становятся иными, нежели нам их ранее преподнесли в их печатных и тем более кинематографических биографиях… Но, повторюсь, этот новый интеллектуальный фотографический аттракцион работает на произведениях, родившихся при встрече больших величин, не рискну говорить о конгениальности, но, как минимум, при встрече, произошедшей во взаимном интеллектуальном интересе сторон. Встрече двух достойных собеседников.

Лев Владимирович Горнунг был близким человеком для Бориса Леонидовича Пастернака, а не официальным фотографом, присланным из Литературного фонда, Союза писателей СССР или из советских пресс-агентств. Горнунг не был и представителем иностранной прессы, для которого единственный способ коммуникации с известным советским писателем — сделать его фотографию. Лев Владимирович и Борис Леонидович были знакомы с середины 1920-х, тесно общались, это была не первая съемка. В результате, Вы видите Пастернака не в белой рубашке для официальных выступлений (также она была униформой для официальных встреч и таких же портретов), а в его довольно эксцентричном повседневном образе. Эта рубашка напоминает мне «прозодежду» («производственную одежду»), созданную Александром Родченко в 1920-х годах.

После революции в молодой Советской России существовала традиция одеваться функционально, в удобную одежду со множеством карманов, свободный крой, натуральные ткани. Но такая одежда так и не стала массовым трендом и с годами перестала пользоваться официальным одобрением. Официальный костюм — унылое номенклатурное ничто, и в нем были свои местные «моды», например, виды тканей соответствовали разному рангу чиновников и писателей. Но в официальном костюме не могло быть речи о комфорте и проявлении индивидуальности владельца костюма.

У Пастернака на фотографии Горнунга ещё более эксцентричный фасон рабочего блузона, чем был у блузона раннего Маяковского (кстати, Пастернак в начале своего творчества был близок к футуристам и кубофутуристам): блузон Пастернака асимметричен, карманы разной формы, а пуговицы – все разные.

Он похож на клоуна?! — В любом случае, такой фасон мужской одежды (она всегда консервативнее женской, тем более в обществе, ставшем традиционалистским, как в СССР после окончания Второй мировой войны) был шоком для «нормальности» обычных людей. Многие советские писатели были именно обычными людьми, они поддерживали «нормальность»: хотя бы стараясь внешне быть частью единого общества, не выделяться.

Мы не встречаем этой удобной рубашки Пастернака в литературных воспоминаниях о нём. Хотя, я уверена, что этот прозодеждовский блузон ему нравился и долго служил. Думаю, что игнорирование эксцентрического внешнего вида поэта в воспоминаниях о нем является проявлением бессознательного отторжения. Мало кто по-настоящему исследовал систему телесных, зримых сигналов, сравнивал фотографию и мемуаристику, но в данном случае мы имеем на фотографии ответ на вопрос: почему Пастернак был «чужим» для носителей «нормальности». Когда видишь такой образ человека в индивидуалистской одежде, становится ясно: в своем быту Пастернак сохранял стиль свободных и функциональных 1920-х годов.

И все-таки, что же было такого особенного в Горнунговской фотографии? В ее интонациях? Фотографии Льва Владимировича для нас еще один пример того, как мало мы знаем историю российской фотографии. И как предвзяты в ее оценках. Кажется, по большим именам эпохи (а Горнунг был современником Александра Родченко и Елеазара Лангмана (10), Александра Гринберга, Моисея Наппельбаума и семьи Игнатович)

понятно каким был гранд-стиль съемки вообще и портрета в частности того времени: пикториализм, конструктивизм, советский репортаж с «реконструкцией факта». Ничего из приемов этих направлений в творчестве Горнунга мы не встретим.

Но время истачивает не только камни, но и замки, и чудесным образом открываются архивы неизданного. Так, почти одновременно вышли исследования неизданных архивов Ольги Всеволодовны Игнатович (11) (младшей сестры фотографа-конструктивиста Бориса Игнатовича) (12) и вот теперь, Льва Владимировича Горнунга. Они снимали в одно время: Ольга Игнатович начинает публиковаться в конце 1920-х, а Лев Горнунг делает первые свои снимки на рубеже 1920–1930-х. Она — фотограф прессы, но анализ неизданного показывает, что она была гораздо свободнее в кадрировках, в неожиданных решениях, чем фоторедакторы того времени могли принять и публиковать как форму современного визуального рассказа. Оказывается, что съемки Игнатович гораздо современнее и понятнее нам, нежели ее изданные работы [5]. И Горнунг-фотограф по стилистике своей съемки тоже нам близок. Хотя архивы его открывают нам другое: все в его композициях кажется для человека далекого от фотографии обыкновенным, нет ни ракурсов, ни изысканной точности дорогой оптики, ни мастерской печати. Но оригиналы отпечатков Льва Владимировича, которые проходили через мои руки, включая атрибутированный портрет Б.Л. Пастернака из Музея изобразительных искусств в Хьюстоне, производят сильнейшее впечатление простотой и ясностью оптического рисунка, и скромностью, и чистотой печати. К сожалению, репродукции Горнунга в изданиях, и в советское время, и в современных публикациях, делаются с самых разных отпечатков, иногда третьих-четвертых пересъемок с его небольших по размеру оригиналов, отчего все становится мутным и мыльным, уходит ясная простота изображения, которой симпатизировали современники и которой сам автор добивался. Поскольку еще при жизни Лев Владимирович много лет практически не мог различать изображений, то уже тогда начали хождение отпечатки сомнительного качества, сделанные неизвестными с его фотографий, и этот бессмысленный туман не позволяет часто принять и услышать его авторскую интонацию. Но Лев Владимирович, подобно обретшему способность герою эпизода «Я могу говорить» из фильма Тарковского [6], создает перед зрителем интроспекцию реальности естественной, не выдуманной, такой, будто она саморефлексирует и легко течет через его кадры.

Примечания:

1. Моисей Соломонович Наппельбаум (1869–1958), фотограф-портретист, получил известность еще Российской Империи. С 1920-х годов работал в Москве на Кузнецком мосту, мастер психологического портрета.

2. Петр Адольфович Оцуп (1883–1963), фотограф новой школы: работал вне студии, проводил выездные съемки разных жанров, от репортажного портрета до событийного репортажа. Один из немногих военных фотокорреспондентов Русско-японской войны, снимал на фронтах I Мировой и Гражданской войны. С конца 1930-х годов работал фотографом в иллюстрированном журнале «Огонек» в Москве.

3. Николай Иванович Свищов-Паола (1874–1964), московский студийный фотограф, один из ярчайших представителей московского пикториализма (движения в художественной фотографии 1910–1930-х годов).

4. Василий Иванович Улитин (1888–1976). Московский фотограф-экспериментатор, ученый химик, педагог. Начинал как студийный портретист, в 1915 выступил соучередителем Первого Всероссийского общества фотографов-профессионалов. В 1920-е годы совмещал работу портретиста, сотрудничая в этом качестве с московскими театрами, с работой преподавателя и исследователя новых техник фотографической печати. Один из ярчайших представителей московского пикториализма (движения в художественной фотографии 1910–1930-х годов).

5. Юрий Петрович Еремин (1881–1948), русский и советский фотограф-художник. Учился в вечерних классах Московского училища живописи, ваяния и зодчества, продолжил художественное образование во Франции, где увлекся фотографией и вернулся в Россию уже состоявшимся фотографом-художником. Член Русского фотографического общества в Москве. В годы Великой Отечественной войны был одним из ведущих студийных фотографов-портретистов Совинформбюро в Москве.

6. Александр Данилович Гринберг (1885–1979), московский фотограф-художник, получил первое признание, будучи студентом, как фотограф-портретист новой психологической школы на выставке Русского фотографического общества в Москве в 1908 году. Кинооператор и фотограф на площадке дореволюционного немого кино и раннего периода советского кинематографа [7].

7. Кабинет-портрет — существовавший с сер. XIX века стандартизированный формат заказного портрета в ателье. С точки зрения заказчика, кабинет-портрет (или «кабинетка») формат, указывающий на место фотографии в интерьере: часто в кабинете, на столе, или на стене, в том числе в гостиной.

8. Визит-портрет, carte-de-visit [фр.] — маленький формат студийного портрета. Визитки при заказе в студии были самым дешевым видом работ, доступным широким слоям населения форматом портрета.

9. «Весной 1931 года в мое распоряжение попал старый и очень несовершенный фотоаппарат, и мое увлечение фотографией было так велико, что продолжалось в течение десяти лет до войны 1941 года. Впоследствии я фотографировал и более технически совершенными аппаратами» [2, с. 38].

10. Елеазар Михайлович Лангман (1895–1940), советский фотограф. Основную известность получил в 1930-е годы как продолжатель экспериментов конструктивисткой фотографии, сотрудничал с ведущими иллюстрированными советскими изданиями, включая журнал «СССР на стройке».

11. Ольга Всеволодовна Игнатович (1905–1984), советский фотограф, военный фотокорреспондент.

12. Борис Всеволодович Игнатович (1899–1976), советский фотограф, фоторедактор, педагог. Один из лидеров фотоавангарда 1920-х гг., в дальнейшем активно публиковался как фотожурналист, его стиль стал примером при формировании соцреалистического стиля ранней советской фотожурналистики. В годы Великой Отечественной войны снимал на фронте и в партизанских отрядах в тылу врага, также вошел в историю как фотограф-портретист «маршалов Победы» 1944–1945 гг.

Список литературы:

1. *Воробьёва М.З.* Хранитель памяти: Жизнь и творчество Льва Владимировича Горнунга // Упавшие зерна. Бегущие ландыши: стихотворения / Лев Горнунг, Анастасия Горнунг; сост. М.З. Воробьёва. — Москва: Новое издательство: Baltrus, 2004. — С. 83—100. — 174 с. — (Б-ка Мандельштамовского общества; т. 3).

2. *Горнунг Л.В.* Свидетель терпеливый… Дневники, мемуары. — Москва: Редакция Елены Шубиной, 2019. — 768 с.

3. *Лаврентьев Н.С.* Люди уходящего века. — Москва: Грант, 1999. — 128 с.

4. *Петров Н.А.* О художественном портрете // Вестник фотографии. Художественный раздел «Повесток РФО». — 1912. — С. 41–44.

5. *Самарин В.В., Чмырева И.Ю., Быдзан О.Ю.* Два лица войны. Борис и Ольга Игнатович. — Москва: Музей Москвы, 2021.

6. *Тарковская М.А.* «Я могу говорить…» // Искусство кино. — Москва, 1989. — № 4. — С. 50–58.

7. *Чмырева И.Ю.* Фотография и кино: перевод без трудностей. // Искусство. — 2011. — № 4–5 (578). — С. 54–69.

И.Ю. ЧМЫРЕВА

Кандидат искусствоведения, доцент кафедры декоративно-прикладного искусства и художественного текстиля РГУ им. А.Н.Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)
e-mail: irinachmyreva@gmail.com

I.Yu. CHMYREVA

Candidate of Art History, Associate Professor of the Department of Decorative and Applied Arts and Artistic Textiles at the A.N. Kosygin Russian State University (Technologies. Design. Art)
e-mail: irinachmyreva@gmail.com

DOI: 10.37485/1997-4663_2026_1_2_475_486

ЗЕРКАЛО КАК ОБЪЕКТ ИЗОБРАЖЕНИЯ И МЕТАФОРА. ЛЕВ ГОРНУНГ И АНДРЕЙ ТАРКОВСКИЙ

THE MIRROR AS AN OBJECT OF REPRESENTATION AND A METAPHOR. LEV GORNUNG AND ANDREI TARKOVSKY

Статья посвящена творчеству поэта и фотографа Льва Владимировича Горнунга (1902–1993) и его взаимоотношениям с его крестником, кинорежиссером Андреем Арсениевичем Тарковским. Статья продолжает череду исследований, посвященных важнейшей картине в фильмографии Тарковского, «Зеркалу». Данный текст рассматривает роль Горнунга-фотографа и личности на рабочие процессы Тарковского и позволяет рассмотреть фотографическое наследие Горнунга в контексте диалога фотографии и других видов искусств. Благодаря снимкам Льва Владимировича мы можем видеть великих представителей ленинградской и московской школ поэзии 1920-1950-х годов, среди них отца А.А. Тарковского, Арсения Александровича Тарковского, в естественной среде, среди привычных предметов и книг. В статье продолжается изучение творческого метода Л.В. Горнунга.

The article is devoted to the work of the poet and photographer Lev Vladimirovich Gornung (1902–1993) and his relationship with his

godson, the film director Andrei Arsenievich Tarkovsky. The article continues a series of studies devoted to the most important picture in Tarkovsky's filmography, "The Mirror". This text examines the role of Gornung as a photographer and personality in Tarkovsky's work processes and allows us to explore Gornung's photographic legacy in the context of the dialogue between photography and other art forms. Through Gornung's photographs, we can witness the great representatives of the Leningrad and Moscow schools of poetry in the 1920s and 1950s, including Tarkovsky's father, Arseny Alexandrovich Tarkovsky, in their natural environment, surrounded by familiar objects and books. The article continues to explore Gornung's creative method.

Ключевые слова: Лев Владимирович Горнунг, фотография, поэзия, фотографический портрет, Андрей Тарковский, Арсений Тарковский, кинемаграф, визуальная культура советского периода.
Keywords: Lev Vladimirovich Gornung, photography, poetry, photographic portrait, Andrei Tarkovsky, Arseny Tarkovsky, cinema, and the visual culture of the Soviet period.

Визуальная связь фильма «Зеркало» Андрея Арсениевича Тарковского, крестника Горнунга, с фотографиями не случайна. Здесь возникают несколько сюжетов.

Сюжет первый. Это фотографии, восхитившие Тарковского, та визуальная ткань, из которой возникло «Зеркало»: снимки самого Льва Владимировича. Для Тарковского Горнунг — фигура привычная с детства, но наступает момент, когда, уже будучи кинорежиссером, Андрей Арсениевич входит (хочется написать с заглавной буквы: Входит, не разглядывает, а Видит, Всматривается) в горнунговские снимки, и они раскрываются в своей глубине.

О фотографиях Горнунга как вдохновении Тарковского на «Зеркало» заговорили в XXI веке, особенно после публикации мемуаров Горнунга [3], но до сих пор знание о источнике силы Тарковского в работе над его opus magnum остается чем-то наподобие «оракула посвященных».

Второй сюжет, это фотографии на съемочной площадке «Зеркала» и сравнение их с подлинниками Горнунга. Подлинник здесь — качество и точка отсчета.

Почему представляется столь важным собрать разнонаправленные сюжеты, связывающие фильм «Зеркало» и фотографию, предшествующую фильму и современную ему? — «Зеркало» Тарковского и предшествовавший ему «Солярис» создали канон визуальной культуры, включающей в себя фотографию, связав Европу и Азию: для Тарковского знание и понимание европейского и японского (1) современного ему кинематографа привели к возможности его личного освобождения и расширения визуального языка (мотив «я могу говорить»). К тем же полюсам тяготела культура городских интеллигентов 1970-х: желание свободы, полета было одним из доминирующих мотивов в культуре советского периода, иногда определяемого как «застой» (не в отношении культуры, но как фиксация рамок временного периода). Мотив свободы и полета, в том числе невозможности полета, как в картине «Полеты во сне и наяву», 1982; мотив птицы в искусстве (например, успех фильма «Жил певчий дрозд», 1970; образ летчика как героя, оторванного от реальности (вплоть до комедий, например, «Мимино», 1977).

Тарковскому удалось абсорбировать невысказанные, еще не уловленные другими авторами лейтмотивы, суметь проговорить чаяния современников, и придать им визуальную и темпоральную формы, которые стали работать как матрица для следующих авторов. Причем «попасть в матрицу Тарковского» не есть критика авторского индивидуалистического начала других художников, но скорее обозначение масштаба Андрея Арсеньевича и чувствительности его современников творцов к тем же, уловленным Тарковским «движениям эфира». В разговоре о «матрице» Тарковского, мы выходим к рассмотрению проблематики построения стиля, визуального канона, распространению стиля за пределы кинематографа (который в позднем XX веке начинает соперничать с архитектурой по визуальной влиятельности в процессе стилеобразования) в статические виды искусств, включая фотографию.

Из детства. Фотография Льва Горнунга и поэтика «Зеркала»

По свидетельствам очевидцев, весь период подготовки и съемочного процесса «Зеркала» проходит у Андрея Арсениевича Тарковского с фотографиями Льва Владимировича Горнунга.

В одном из своих текстов, сестра А.А. Тарковского, Марина Арсениевна, пишет: «Многие фотографии, с детства изученные нами до малейшего штриха, до травинки, превратились впоследствии в кадры «Зеркала»: мама сидит на слегах ограды, пьет из колодезного ведра, поло-

щет белье на речке, и мы — остриженные наголо, чтобы не обовшивели в деревне...» [8], ей вторит ее супруг и однокурсник Тарковского, режиссер Александр Витальевич Гордон: «Разумеется, в фильме «Зеркало» отразился весь художественный и новаторский опыт Тарковского, но очевидно и то, что снимки Льва Владимировича вдохновляли режиссера при работе над фильмом» [2]. Видимо, со слов Тарковской, еще одна из исследователей наследия Горнунга, Воробьева [1], пишет о том, что Андрей Арсениевич постоянно обращается к этим снимкам, и даже само название фильма (рабочее название «Белый-белый день») превращается в «Зеркало» под влиянием множества портретов с отражениями в зеркалах из архива Горнунга. Гордон свидетельствует, что Мосфильм в качестве реквизита и подготовительных материалов выкупает у Льва Владимировича его негативы в период работы Тарковского над этой картиной (2).

Стилистически многое из композиций портретов Льва Владимировича переосмысливается и становится знаковым изобразительным приемом в «Зеркале». Можно проводить буквальные параллели между портретом Арсения Тарковского с трубкой у зеркала (ок. 1937) [16, p. 19] и портретом мальчика Игната в фильме Андрея Арсениевича. Также характерные для Горнунга фронтальные портреты (например, портрет Бориса Пастернака (1948) из коллекции Музея изобразительных искусств в Хьюстоне) (3) с прямым в упор взглядом модели в камеру, воспринимается внутри фильма Тарковского как исключительной силы кинематографический прием, когда герой (актер, погруженный в роль) смотрит, не отрываясь, в объектив.

Стилистика Горнунга формируется под воздействием фотографической прессы 1910–х годов (до середины 1920-х новой фотографической прессы не появится, а появившись, она окажется ориентированной на другой, низовой уровень культуры и вряд ли будет прочитываться им так же внимательно, как старые журналы). В тех изданиях по правилам психологического художественного портрета «прием прямого собеседования» (также его описывали как «глаза в глаза», когда взгляд модели направлен на фотографа, в камеру) считался нарочитым и не приветствовался (4).

Но, в отличие от студийных фотографов, часто не знакомых с пришедшими на съемку, Горнунг был близко знаком и дружен со своими моделями, и его фотография рождалась в процессе собеседования с писателями и поэтами, и оттого его портреты имеют совершенно иное образное решение: герой как будто оторвался от размышлений или остановился на мгновение в интересном разговоре и лицо его озарено внутренней работой мысли, а взгляд всего лишь продолжает диалог с самим Львом Владимировичем.

В портретах Горнунга элемент «позирования для вечности» (красивое выражение, правда, более позднее, из лексикона московской интеллигенции круга художника Анатолия Зверева) практически снят. Скорее, присутствует элемент документального непостановочного фиксирования моделей, отчего у зрителей появляется возможность наблюдать их в естественной среде, любоваться гармонией духовной жизни в минималистической атмосфере спартанских интерьеров, характерных для домов интеллигенции в СССР той эпохи.

Поскольку манера съемки Льва Владимировича не была характерна для портретной фотографии 1920–1940-х годов, и архив его не был широко известен, то все пластические приемы, почерпнутые Андреем Арсениевичем из горнунговских фотографий не были прочитаны современниками как рожденные в диалоге с другим художником, но были восприняты как изобразительные выразительные находки безусловного авторства Тарковского.

В этом замещении авторства приема сосредоточенного смотрения заключен парадокс: то, что в фотографии Горнунга присутствует, но требует знания истории медиа и проявления глубокой эмпатии со стороны зрителя, может быть понято как открытие фотографа только при длительном рассматривании его статичных изображений, в фильме Тарковского за счет категории экранного времени, благодаря удержанию зрительского внимания при помощи кинематографического монтажа начинает считываться как мощный выразительный прием, начинает оцениваться как режиссерское авторское высказывание.

Таким образом, без работы Тарковского горнунговский стиль не был бы отрефлексирован и категоризирован. Андрей Арсениевич в фильме «Зеркало» сохраняет и развивает визуальную матрицу психологического прямого портрета, найденную Львом Владимировичем.

Мы касаемся здесь только одной из сторон фотографического наследия Горнунга, а именно, его пластических приемов психологической выразительности, но для Тарковского в период подготовки к «Зеркалу» снимки Льва Владимировича обладали ценностью как свидетельство материальной культуры эпохи, которая должна была появиться в фильме. Повторюсь, поскольку Горнунг не стремился сконструировать реальность перед объективом камеры, и даже в некоторой мере игнорировал ее, превозмогал и ми-

рился с нею как неизбежностью (как, впрочем и герои его фотографий), эта реальность, — наполненная множеством мельчайших деталей, будь то заломы на ткани платья или крупный рисунок мужских галстуков, стоптанная обувь или маленький букет, разнообразящий аскетизм интерьера, — и придает достоверность изображению. Перенос этих подсмотренных деталей из фотографий эпохи на киноэкран сообщает фильму Тарковского трепетность дыхания. В результате внимательного исследования материала Горнунга и переноса значимых элементов из фотографий в «Зеркало», фильм начинает воздействовать на зрителя как волшебная сфера, попав внутрь которой, зритель буквально переносится в другую эпоху.

Фотография на съемочной площадке «Зеркало». Здесь и сейчас

Молодой фотограф Георгий Пинхасов (5) был одним из множества фотографов, с которыми Андрей Тарковский сотрудничал на своих картинах. По воспоминаниям московского фотографа Владимира Воробьева [9], Тарковский как немногие, понимал ценность фотографической хроники своего творческого процесса и был открыт и благожелателен к фотографам, стремившимся оказаться на съемочной площадке его фильмов.

И все-таки сотрудничество с Пинхасовым в период подготовки «Зеркала» выходит за рамки обыкновенного визита фотографа в творческую лабораторию известного мастера и даже за рамки выполнения фотографом служебного задания.

Георгий сопровождает Андрея во время нескольких визитов к отцу, когда были записаны на магнитофонную ленту чтения Арсением Александровичем его стихов. Запись голоса отца войдет в окончательную версию фильма «Зеркало». Георгий делает во время этих визитов портреты Арсения Тарковского в кресле (известные сейчас по странице фотографа в архиве веб-сайта агентства фотографии MAGNUM PHOTOS). По воспоминаниям фотографа [10], шла речь о возможном включении фотографических портретов Тарковского-отца в фильм. В процессе продолжающихся исследований роли фотографии в работе над «Зеркалом» нам предстоит уточнить несколько вопросов: во-первых, видел ли Пинхасов фотографии Горнунга во время работы с Андреем Тарковским, и, если видел, повлияла ли их стилистика на его собственную фотографию. Во-вторых, первоначальная идея Андрея Тарковского использовать фотографии в фильме подразумевала использование только современной съемки отца, либо же речь шла о включении в материю фильма фотографий разных эпох, двух авторов, Горнунга и Пинхасова. Но это вопросы будущих изысканий.

Обратимся же к портретам Арсения Александровича, исполненным Пинхасовым в 1972–1973 годах. Георгий работает среднеформатной камерой, снимает на негатив. В каждой из пленок, которую он заряжает в свой аппарат, буквально пятнадцать кадров (иногда тринадцать), отчего работа происходит иначе, чем репортажной камерой 35 мм, когда единовременно можно отснять тридцать шесть кадров. Смена кассеты с пленкой в камере фотографа, при всей обыденности и быстроте, все же нарушает атмосферу съемки, прерывает процесс диалога. Поэтому съемка портретов в репортажных условиях (происходит беседа Тарковских, и Пинхасов присутствует при ней, это отнюдь не студийная постановка, но наблюдение и выбор значимых моментов в процессе, протекающем перед камерой фотографа) отличается избирательностью.

В чем-то ситуация съемки Арсения Александровича Пинхасовым напоминает времена горнунговских портретов: фотограф пришел в дом поэта. И портрет рождается в процессе беседы. Но если Лев Владимирович и был адресатом реплик Арсения Александровича (отсюда этот эффект прямого диалога, глаза в глаза в фотографиях), то Георгий лишь наблюдатель беседы отца и сына, происходящей в его присутствии. Складывается впечатление, что при безусловном доверии Андрея Тарковского к выбранному им фотографу, он не может делегировать ему полномочия вести беседу, сместить фокус внимания отца на человека с камерой. В том, как готовит Тарковский-сын портрет отца для фильма, фотографу отводится роль конфиденциального наблюдателя, для кинорежиссера важна идея незримого присутствия фотографа. Диалог отца и сына происходит с высокой степенью интенсивности, и роль фотографа заключается в том, чтобы отразить напряжение лица Арсения Александровича, наполненность его выражения. Андрей Арсениевич интуитивно понимает, что у молодого фотографа мастерство не может возместить масштаб личности: необходима равновеликость поэту, чтобы внутри зафиксированного камерой диалога родилась необходимая будущему фильму радиация.

Мы не имеем сейчас определенного ответа на вопрос, почему портреты Пинхасова так и не вошли в окончательный монтаж «Зеркала». Но в 1985-м, когда Георгий переезжает из Москвы в Париж, именно работа с всемирно известным кинорежиссером, портреты для культового фильма в портфолио Пинхасова становятся его пропуском в мир интеллектуальной парижской элиты.

Обретение собственного голоса

«Зеркало» Андрея Арсениевича Тарковского начинается со вставного эпизода, «Я могу говорить». Марина Арсениевна в своих воспоминаниях интерпретирует его как выношенную братом возможность наконец в фильме рассказать о детской травме ухода отца из семьи [9, с. 52]. Но также этот эпизод о преодолении немоты, замалчивания, о прорыве плотины, а может, это было оледенение молчанием?, и вот оно закончилось. — И тогда многое становится очевидным, и слышен собственный голос.

В этом фильме, признанном шедевре, Тарковский вполне определил свой уникальный стиль. Одновременно, эта картина дала возможность сквозь кинематографические искажения, сквозь напластования другого медиа услышать негромкий отчетливый голос фотографии Льва Владимировича Горнунга.

Прошло больше пятидесяти лет с момента создания Горнунгом семейных фотографий Тарковских, и столько же с момента выхода «Зеркала» на экран, но уникальная интонация, бережно переданная крестником фотографа людям, до сих пор бередит и заставляет разгадывать ее секрет.

Что это было для Льва Владимировича? — Двадцать лет занятий фотографией, а потом — обрыв. Было ли это временным увлечением? Или это Приход во-время к месту, чтобы запечатлеть то, что обязано остаться? — И тогда это уже не выглядит, как увлечение Горнунга, но как призыв его Историей. А потом тишина. Возвращение в Ничто. Когда все уже сказано.

Лев Владимирович продолжал снимать на протяжении 1930-х до самой войны; в конце десятилетия ему довелось поработать камерами лучшего качества, когда он ездил в специальные командировки на съемки архитектуры от издательств. А после войны… снова немного домашних архивов, включая большие съемки Пастернака в июне 1948-го («Никто меня никогда так хорошо не снимал» – запишет его отзыв Лев Владимирович в дневнике [3, с. 498]), но будто со сменой эпох ушло и вдохновение. Если наложить поверх собственных жизненных обстоятельств, возраста, болезней самого Льва Владимировича, болезней его супруги историческую канву, то усиление давления на литературу с 1947-го, новые процессы против близких Горнунга, начавшиеся и ожидаемые, — все это составляло такой фон, что представить легкое, как дыхание, вдохновение у немолодого человека становится затруднительным.

Наперегонки со своим временем

Как работал Горнунг, в чем особенность его метода съемки? — В части текста, посвященной семейным снимкам Тарковских («Горнунг и «Зеркало») я уже указывала на то, что снимки Горнунга — портреты знакомых, собеседником которых он является. Кажущаяся мимолетность, случайность его снимков на самом деле основана на внимательном и долгом наблюдении, на целостном намерении автора передать образ известных ему людей. При этом он не прибегает к нарочитой постановочности, все происходит в обыкновенных для его героев обстоятельствах, отчего они сами не воспринимают момент фотографирования как событие.

Такая стилистика съемки в процессе жизни, которую можно назвать репортажной, как прием начинает использоваться в фотографии позже, чем ее применяет Горнунг. Снимает так не только он, но, как показывают публикации неизданных архивов, и его современники, а вот публиковать такую фотографию начнут гораздо позже. Тогда как в фотографии акт публикации чрезвычайно важен: именно он утверждает стилистическую приемлемость того или иного способа выражения в фотографии, и как эпохального явления, и как авторского подхода.

Только в 1950–1960-е годы в новых изданиях произведений советских литераторов публикуют их «живые» (то есть, репортажные, не студийные постановочные) портреты. И в это время работы Льва Владимировича, созданные в 1930–1940-е годы, становятся востребованными. Выходит сборник Бориса Леонидовича Пастернака с портретом Горнунга; Лев Владимирович передает для использования в печати свои портреты Анны Андреевны Ахматовой.

В ту пору, «оттепельную», в советской фотографии среди портретистов литераторов выделяется Николай Лаврентьев (6). Его стремление угадать внутреннее сходство писателя и его внешнего образа в фотографии формулировалось им в конце жизни как художественная задача [5, с. 20-25]. Простота, естественность моделей перед камерой, внимание фотографа к работе со светом роднят портреты Льва Владимировича и его молодого коллеги. Интересной задачей для будущих исследователей фотографии может стать сравнительный анализ образа поэта Арсения Тарковского у Горнунга и Лаврентьева, которые были близки с ним в разные годы. Поскольку Николай Сергеевич вошел в круг литераторов через семью своей супруги, и был принят там как свой, — с теми же интересами в искусстве, в литературе, с теми же оценками культурных событий, — то в

его фотографиях барьер между внешним съемщиком и героями снимков снят. Отсутствие дистанции в кадре также сближает Горнунга и Лаврентьева: они для героев фотографии были своими.

Безусловно, между фотографами разных поколений существует и большая разница: один был скован в средствах, в том числе технических, и делал все, движимый исключительно собственным желанием и интуицией, второй снимал портреты по заказам издательств, осознавая внешнее давление на результат своей работы и принимая меру ответственности за публикацию.

Горнунга в фотографии вело внимание к коллегам и понимание ценности запечатлеть образ творцов-современников. Не менее, чем с послевоенным поколение фотографов-соотечественников на этом пути Льва Владимировича роднит общность целей с европейскими коллегами, например, с Лотаром Воллехом (7). Но, если говорить о концептуальной близости: снимать непридуманное, то, что хорошо знакомо, снимать изнутри, – в этом Горнунг оказывается близок к фотографам-документалистам семидесятникам, сделавшим предметом искусства свою семью, свой круг, как, например, Салли Ман (8). Но концептуальное сходство этих авторов оказывается неразличимым за чередой различий как стилевого, так и технического характера. И это возвращает нас к пониманию того, что задачи, которые ставил перед собой Лев Владимирович, были индивидуалистическими, его ожидания от собственной работы было тесно связано с жизнью и потребностями его круга, а стилистика съемки, опережающая время, была глубоко личностной.

Анализ его творчества, наблюдение за биографией его снимков позволяют нам говорить о ярком, пусть негромком, но отчетливом собственном голосе фотографа-поэта Горнунга. Также мы хотим еще раз подчеркнуть, что стилистика фотографий Льва Владимировича опережает его эпоху, и только в наши дни закономерно мы можем оценить мастерство и индивидуальный стиль этого художника с камерой.

Примечания:

1. О связи Тарковского и японской культуры обычно говорят в связи с влиянием диссертации «Некоторые течения религиозного нигилизма» Померанца (1968) на режиссера в период работы над «Сталкером» (1979) [14]. Но, говоря о японском кинематографе и Тарковском, упомянем также фильм «О-ни-баба (Женщина-дьявол)» (1964), режиссера Кането Шиндо, снятый камерой знаменитого

Куёми Куроды. Один из длинных эпизодов: шумящий тростник, замедляющий действие, почти ставящий его на паузу и заставляющий вслушиваться в монотонный звук. Этот прием, переработанный Тарковским в мотив водорослей сквозь воду, пластичного струящегося муара, за которым можно наблюдать бесконечно, играет важную роль в постановке рваного ритма повествования в «Солярисе» и затем снова, трансформируясь в полупрозрачный будто замороженный текст о прошлом цивилизации в «Сталкере». К этим же формам использования фрагментации пейзажа как настройки хронотопа повествования можно отнести и переливающуюся под порывами ветра поверхность трав на поле в начале первой цветной части «Зеркала», начинающейся сразу после черно-белого «я могу говорить».

2. Факт выкупа архива Горнунга Мосфильмом одновременно утешительный и прискорбный: Тарковский использует возможность подготовки к картине для того, чтобы сохранить архив своего крестного и материально помочь пожилому, тяжело болеющему Льву Владимировичу. С другой стороны, киностудия не имела возможностей для архивирования закупленного материала.

3. Лев Горнунг. Портрет Б. Пастернака. 1948. Собрание MFAH, Хьюстон. 2002.2551. Источник поступления: коллекция Манфреда Хайтинга, Германия.

4. Так, Н.А. Петров в статье «О художественном портрете» говорит о «естественности изображения», подразумевая, что модель смотрит мимо камеры, как бы вдаль, не встречаясь взглядом со съемщиком и зрителем: Н.А. Петров. О художественном портрете. Ж. «Вестник фотографии. Художественный раздел «Повесток РФО», Москва, 1912, с. 41–44.

5. Георгий Пинхасов (1952–). Французский фотограф русского происхождения. Родился в Москве, учился на операторском отделении ВГИКа, сотрудничал с крупными советскими кинорежиссерами в 1970-е годы, работая фотографом на студии «Мосфильм». В начале 1980-х переехал во Францию, в середине 1980-х был со второго раза принят в агентство MAGNUM PHOTOS, преподает.

6. Николай Сергеевич Лаврентьев (1921–2011). Московский фотограф, художник книги. Оформил в качестве художественного редактора и фотографа более 200 изданий. Много работал в содружестве со своей супругой, Варварой Александровной Родченко.

7. Лотар Воллех (1930–1979, Lothar Wolleh), немецкий фотограф, создатель портфолио «109 творцов региона Дюссельдорф»

8. Салли Ман (1951–, Sally Mann), американский фотограф, соединившая документальную стилистику работу с использованием большеформатных камер, некоторые из которых были сделаны в XIX веке. Героями ее фотографий становились члены ее семьи и художники, литераторы близкого ей круга.

Список литературы:

1. *Воробьёва М.З.* Хранитель памяти: Жизнь и творчество Льва Владимировича Горнунга // Упавшие зерна. Бегущие ландыши: стихотворения / Лев Горнунг, Анастасия Горнунг; сост. М. З. Воробьёва. — Москва: Новое издательство: Baltrus, 2004. — С. 83—100. — 174 с. — (Б-ка Мандельштамовского общества; т. 3).

2. *Гордон А.В.* Об Андрее Тарковском. «Не утоливший жажды». — Москва: Вагриус, 2007. — 384 с.

3. *Горнунг Л.В.* Свидетель терпеливый… Дневники, мемуары. — Москва: Редакция Елены Шубиной, 2019. — 768 с.

4. *Лаврентьев Н.С.* Люди уходящего века. — Москва: Грант, 1999. — 128 с.

5. *Лаврентьев Н.С.* Интервью. – «Мир книги». Каталог выставки. — Москва: 2005. — С. 20–25.

6. *Петров Н.А.* О художественном портрете // Вестник фотографии. Художественный раздел «Повесток РФО». — 1912. — С. 41–44.

7. *Самарин В.В., Чмырева И.Ю., Быдзан О.Ю.* Два лица войны. Борис и Ольга Игнатович. — Москва: Музей Москвы, 2021.

8. *Тарковская М.А.* «Я могу говорить…» // Искусство кино. — Москва, 1989. — № 4. — С. 50–58

9. *Чмырева И.Ю.* Интервью с фотографом В. Воробьевым, 1998. — Архив автора, неопубл.

10. *Чмырева И.Ю.* Интервью с фотографом Г. Пинхасовым, 2000. — Архив автора, неопубл.

11. *Чмырева И.Ю.* Фотография и кино: перевод без трудностей // Искусство. — 2011. — № 4–5 (578). — С. 54–69.

12. *Шварц-Барт А.* Последний из праведников. — Иерусалим: Библиотека-Алия, 1978. — 402 с.

13. *Ямбург Е.* Я был счастлив… [Посвящается Г. Померанцу] // Огонёк. — 2008. — № 11, 10—16 марта. — Цит. по https://www.kommersant.ru/doc/2300480 (дата обращения: 21.06.2023).

14. *Bondar A., Chmyreva I.* Olga Ignatovich: In the Shadow of the Big Brother. — Berlin: WWIIA, 2025. — 462 p.

15. Lo specchio della memoria. Ediz. illustrata. Andrej Tarkovskij. — Arsenij A. Tarkovskij. — Firenze: Edizioni della Meridiana, 2007. — 71 p.