

# **СЕКЦИЯ 23**

## **«СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ИСКУССТВОВЕДЕНИЯ И ДИЗАЙНА В ОБРАЗОВАНИИ, СОЦИОКУЛЬТУРНОМ И ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ ОБЩЕСТВА»**

## СОДЕРЖАНИЕ

ЭКСПОЗИЦИЯ ВЫСТАВКИ «ВРЕМЕН СВЯЗУЮЩАЯ НИТЬ» КАК РАССКАЗ О ТВОРЧЕСКОМ ПУТИ ЗАСЛУЖЕННОГО ХУДОЖНИКА РФ АЛЛЫ ВАСИЛЬЧЕНКО Живаева О.О.....	4261
ДИЗАЙН ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ КАК НЕОТЪЕМЛЕМАЯ ЧАСТЬ СОЦИОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТРАНСТВА СОВРЕМЕННОГО ПРОВИНЦИАЛЬНОГО ГОРОДА <sup>1</sup> Белько Т.В., д-р техн. наук, профессор, <sup>2</sup> Литаврина А.В.....	4265
УНИВЕРСАЛЬНЫЙ ДИЗАЙН КАК ПРИОРИТЕТНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ СОВРЕМЕННОЙ СРЕДЫ Мороз В.В., д-р пед. наук, доцент, Мороз А.О. ....	4270
АЙДЕНТИКА ФЕСТИВАЛЬНЫХ МОЛОДЕЖНЫХ ДВИЖЕНИЙ (НА ПРИМЕРЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНО-ПРЕЗЕНТАЦИОННОЙ ПРОДУКЦИИ ФМД «АЛГА») Путинцева Т.А., канд. искусствоведения, доцент.....	4274
ИНКЛЮЗИВНЫЙ ДИЗАЙН. ФАКТОРЫ И ОСОБЕННОСТИ В СОЗДАНИИ ДРУЖЕЛЮБНОГО ПРОДУКТА Рябов С.В. ....	4280
ИСТОРИЯ И СИМВОЛИКА ЕЛОЧНЫХ ИГРУШЕК В РОССИИ Туйсина Д.М., канд. искусствоведения, Туружанова К.Б. ....	4284
РАЗРАБОТКА КРЕАТИВНОЙ ГРАФИЧЕСКОЙ КОНЦЕПЦИИ ПРОЕКТА КАК ОБЯЗАТЕЛЬНЫЙ ЭТАП ТВОРЧЕСКОГО ПРОЦЕССА, НА ПРИМЕРЕ ОРЕНБУРГСКОГО ПИВОВАРЕННОГО ЗАВОДА «КРАФТ» Цой В.В. , Пороль М.В. ....	4293
ДИЗАЙН В ФОРМИРОВАНИИ БИБЛИОТЕЧНОЙ СРЕДЫ НОВОГО ФОРМАТА Чепурова О.Б., канд. искусствоведения, доцент, Чепуров И.В. ....	4297
ИНТЕРЬЕРНЫЙ СКЕТЧ КАК ВИД СОВРЕМЕННОЙ ПРОЕКТНОЙ ГРАФИКИ Шлеюк С.Г., канд. искусствоведения, доцент.....	4303
К ВОПРОСУ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ БУДУЩЕГО ХУДОЖЕСТВЕННО-ТЕХНИЧЕСКОГО РЕДАКТОРА НА ДИСЦИПЛИНЕ «ЦВЕТОВЕДЕНИЕ И КОЛОРИСТИКА» Яньшина М.М., канд. искусствоведения .....	4307

## **ЭКСПОЗИЦИЯ ВЫСТАВКИ «ВРЕМЕН СВЯЗУЮЩАЯ НИТЬ» КАК РАССКАЗ О ТВОРЧЕСКОМ ПУТИ ЗАСЛУЖЕННОГО ХУДОЖНИКА РФ АЛЛЫ ВАСИЛЬЧЕНКО**

**Живаева О.О.**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Оренбургский государственный университет»**

Арт-пространство в Точке кипения Оренбургского университета – территория вернисажей. Экспозиции здесь создает искусствовед, заслуженный деятель культуры РФ, доцент кафедры дизайна Г.А. Найданов при участии студентов-дизайнеров.

Весной 2023 года выставочное пространство ОГУ познакомила университетское сообщество с творчеством заслуженного художника России, кандидата искусствоведения, доцента кафедры дизайна Аллы Александровны Васильченко. Художник создала новый вид декоративно-прикладного искусства - ажурные картины-панно на основе традиции оренбургского пухового платка. Ее авторская техника ажуроплетения признана уникальной и запатентована.

Название выставки «Времен связующая нить» - строчка из Уильяма Шекспира в переводе Бориса Пастернака. Она удивительно точно отражает линию жизни художника, соединяет в экспозиции разные этапы ее творческой биографии, и называет материал – нить, которым художница буквально сплела пространство прошлого и настоящего в единый временной континуум.

С таким названием у Аллы Александровны уже проводились выставки. Но эта особенная: здесь, в небольшом пространстве, был представлен многолетний путь творчества художника, от 60-х годов 20 века до настоящего времени.

Алла Александровна родилась в селе Плоском Курской области в 1944 году. В Курсе окончила художественно-графическое училище, а после учебы в 1963 году поехала по распределению в среднюю школу села Краснохолм Оренбургской области. Проработав два года учителем черчения и рисования, Васильченко получила интересное предложение - работать художником-декоратором в новом универмаге «Восход» города Оренбурга. Витрины универмага нужно было оформлять к каждому сезону. Задача художника-декоратора состояла в нахождении образно-пластического решения для привлекательной, интересной подачи товаров в пространстве витрины. Нужно было вызвать у покупателя желание зайти и купить. И это работало.

После «Восхода» Аллу Александровну уже как опытного специалиста пригласили работать на комбинат «Облторгреклама», где она оформляла и проектировала витрины по всему городу. По словам художника, работа в рекламе требовала широкоформатного мышления – Васильченко делала и витрины, и вывески, и печатную рекламу, и интерьеры.

Среди объектов экспозиции - витрины и интерьеры значимых торговых точек Оренбурга – магазины «Российские ткани», «Детская одежда», «Товары для мужчин и женщин», эскизы витрин продуктовых магазинов, например, гастронома №1 на углу улиц Кирова и Советская. Среди экспонатов представлены примеры интерьерных решений, например, эскизы металлических решеток для зонирования пространства в магазинах.

Эти редкие, ветхие от времени материалы были бережно отреставрированы и оформлены Г.А. Найдановым и студентами кафедры дизайна. Сейчас они представляют собой раритеты по истории рекламного графического и средового дизайна в регионе в 60-80-е годы прошлого века, когда и слово «дизайнер» не употребляли, а говорили - художник-оформитель, художник-декоратор, художник-конструктор. Подчеркнем, что А.А. Васильченко стояла у истоков развития рекламного дизайна в Оренбурге.

О значимости этого периода творческой биографии художник говорит так: «За годы работы на комбинате «Облторгреклама» у меня сформировалось пространственное видение формы, мотива, цветового решения, ритма по большим массам. Это опыт нашел продолжение в художественном творчестве, помог в работе с гобеленами».

Параллельно с работой Алла Александровна продолжала учиться, окончила факультет истории искусств Уральского государственного университета.

С 1987 года, в непростое перестроечное время, когда работы в торговой рекламе почти не стало, Алла Александровна перешла в Фонд – так называемые художественно-производственные мастерские при оренбургском отделении союза художников России. А внутри крепла потребность творить руками, именно эта «внутренняя необходимость» творчества двигала художника в поисках своего направления в области декоративно-прикладного искусства.

Тогда она всерьез задумалась о гобеленах. Взяв консультацию у художника по тканям Галины Петровны Рязановой на шелкокомбинате, Алла Александровна сама освоила технику ручного ткачества.

Счастливый случай принес первый заказ. В 1989 году в Оренбурге открывали филиал научного комплекса «Микрохирургия глаза», и в Фонд поступил заказ на создание гобеленов для ее оформления. Алла Александровна вспоминает о работе над заказом: «Я с азартом взялась, пошла, что называется «ва-банк», мой первый гобелен - «Закат в степи» понравился заказчику, и заказали еще четыре».

Творческое дарование Васильченко отличает неутомимая энергия поиска, благодаря которой, будучи уже зрелым художником, она совершила свое главное художественное открытие - создание ажурных картин-панно.

Помог случай, ставший счастливым. Однажды Алла Александровна увидела панно чешской художницы, сделанные на основе традиционных кружев. Как откровение пришло видение своего пути в этом искусстве: «Меня

как током пронзило. Вдруг поняла, что подобное можно делать на основе оренбургского пухового платка».

В 1989 году в доме творчества «Горячий ключ» Краснодарского края начала искать способ воплотить свою идею. Понимание, как связать полотно, было, а как сделать изображение на нем – нет. И тут пришла мысль – взять крупную иголку и вышивать по петлям.

Авторитетный искусствовед Итта Рюмина сказала тогда: «Мы с вами присутствуем при рождении новой техники, созданной на основе традиций местного оренбургского пуховязания. Такого еще не было!».

Для зрителя – загадка, как творится эта прозрачная красота. Приоткроем завесу тайны. Воплощение авторского замысла начинается с графического эскиза. Здесь определяется образ, композиция и цветовое решение. Далее – картон – рисунок будущего панно в натуральную величину. Следующий этап – вязание ажурного полотна-основы. Там, где на картоне темные места, ажур вяжется редким, а светлые участки – вяжутся плотной фактурой. Готовую основу нужно натянуть на подрамник с фоном. И наконец, завершающий этап – вышивка по петлям. Обратим внимание, что технология и художественное начало здесь крепко связаны одной нитью!

Казалось бы! Нить и петля! А сколько живописно-выразительного открывает автор в этом материале и технике. Как поэтично признается в любви к вечным ценностям – культурным традициям, природе и гармонии мироздания.

В работе с цветом у автора две тенденции – монохромная, на мягких переходах тонов и полихромная, в мягких пастельных тонах. Здесь автору важно не перегрузить прихотливый ажур цветом, сохранить общую гармонию.

Васильченко любит работать по сериям, что позволяет ей шире раскрыть образ.

Любимой теме – «Времена года» - художник посвятила четыре серии, каждая из четырех частей. Художник поясняет свое авторское восприятием природы, а также приоткрывает завесу в святая святых художника – рождение замысла будущей картины: «В моем восприятии природа - аналогия с жизнью человека. Времена года – этапы жизни. Природа – вечный источник вдохновения. Поехали с мужем в лес осенью. Прилегли на травку отдохнуть. Вижу, листок, изъеденный, одни жилочки. Смотрю и думаю, Боже мой, какая красота! Листок, увядание, а красиво! Готовая работа, осталось только придумать композицию».

Задача автора – найти композиционный ключ к выражению замысла. Например, силуэт песочных часов - символ времени, соединяет четыре части одной серии «Времена года».

Еще один источник вдохновения - степь. Образы-символы степных просторов воплотились в серию «Евразийские мотивы». Есть одиночные работы - панно «Метель» автор создала к Пушкинским дням 23 года, собирательный образ навеян произведением поэта и состоянием Зимы. В работе «Весна» автор экспериментирует и пробует соединить цветной фон и цветную

вышивку. Одну из работ «Лунная ночь» - художник принесла с благодарностью в дар Оренбургскому университету.

Посетители выставок Васильченко с изумлением отмечают сочетание нового с чем-то родным, узнаваемым. И это узнаваемое – оренбургский пуховый платок. Изучение традиции привело к трансформации платка в новое явление – необычные ажурные картины-панно. Автору стало интересно не только создавать, но и теоретически осмыслить свое открытие. Результат - диссертация «Искусство традиционного вязаного платка Южного Урала и Поволжья» (2013 г.), в которой художник изучила традиции пуховязания и объяснила способ ее современного прочтения, введя в научный оборот термин «ре-интерпретация». «В моей технике произошла кардинальная смена всей художественно-технологической системы платка. Меняется функция, форма и материал. Взяла только один элемент. Но даже один элемент – петля - создает ассоциацию с первоисточником, платком. И я берегу ее, эту базу, я с ней аккуратно обращаюсь, следую ей».

Нить для Аллы Александровны стала путеводной. Ее произведения получили признание на региональных, всероссийских и международных выставках, деятельность в искусстве отмечена многочисленными наградами, одну из которых - звание «Заслуженный художник РФ» (2013 г.) вручил в Кремле Президент Владимир Путин.

За 30 лет работы в технике ажуроплетения художник открыла так много, а «связующая нить» в ее руках виртуозно соединила пласты традиционной национальной культуры с современным искусством.

#### Список литературы

1. Васильченко Алла Александровна // Оренбургская биографическая энциклопедия / Сост. Л.Н. Большаков. М., Оренбург, 2000. – С. 62.
2. Васильченко А.А. Панно и гобелены в нетрадиционной технике / А.А. Васильченко. - М., Олма-Пресс, 2004. - 64 с.
3. Васильченко А.А. Искусство традиционного вязаного платка Южного Урала и Поволжья. Автореф. ... канд. иск. - М., 2013.
4. Алла Васильченко: Гобелен, Плетение: Каталог / Вст. статья Итга Рюмина. Оренбургское книжное издательство, 1996.

# **ДИЗАЙН ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ КАК НЕОТЪЕМЛЕМАЯ ЧАСТЬ СОЦИОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТРАНСТВА СОВРЕМЕННОГО ПРОВИНЦИАЛЬНОГО ГОРОДА**

**<sup>1</sup>Белько Т.В., д-р техн. наук, профессор,**

**<sup>2</sup>Литаврина А.В.**

**<sup>1</sup>«Поволжский государственный университет сервиса», г. Тольятти,**

**<sup>2</sup>Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования**

**«Оренбургский государственный университет»**

Удивительно открытое для восприятия и феноменально загадочное для понимания пространство, формирующее одновременно противоречивые ощущения как уюта, так и давящей сверх защиты – воплощение уникального образа современной провинции. Образ с большой готовностью вбирающий, но при этом неспешно отдающий накопленные ценности, сосредотачивающий в себе великий духовный потенциал нации, создающий среду с большими возможностями для плодотворного личностного роста человека и развития общества в целом. Степень значимости современного провинциального города определяется новыми формами реальности, отражающими образ жизни и культурное развитие современного общества.

Открытые доверительные отношения, выстраиваемые между обществом и городом в сформированном пространстве городской среды, в определенном смысле, являются залогом создания комфортных условий на протяжении всей человеческой жизни. Эффективная коммуникация и долгосрочные отношения человека со средой – первостепенная задача дизайнера при работе с пространством, так как назначение дизайна прежде всего заключается в проявлении заботы о месте непосредственного обитания человека, а не в планировании и организации мира в целом. Как говорил Александр Родченко: «Работать для Жизни... Работать среди всех, для всех и со всеми...».

Сейчас то время, когда в очередной раз происходит трансформация человеческих ценностей, меняющих образ общества. В данной «парадигмальной системе координат» видоизменяется образ мышления, этический идеал человека, ценностные ориентиры эпохи, эмоциональное состояние общества, способы постановки и решения различных задач, стоящих перед людьми. «Совершенство, гармония, чувство меры, вкус, образ мирового порядка, красота являются эстетическими категориями, и это составляет основу эстетического идеала и обуславливает возможности его реализации» [1]. Дизайн, активно участвуя в этих изменениях, так же трансформирует свой облик в новом социально-культурном пространстве. Социокультурный феномен, хранящий в своем сердце консервативные ценности, а в своем разуме – архаичное сознание, является образом провинциальной среды с точки зрения ее историко-культурного осмысления. Целостное социокультурное пространство современности формируется через социальную деятельность,

понимание культурных ценностей, которые определяются действиями человека. Социальное выдвигает на передний план моральные и гражданские ценности, такие как свобода, равенство, честность, нравственная чистота. Также большое внимание уделяется коммуникациям, обработке информации, инновациям в различных сферах, приобретению знаний. Для социума немаловажен сегодня обмен информацией, трансформация коммуникационных процессов, интенсивный характер диалога между культурами. Степень значимости данных направлений определяется новыми формами реальности, существующими в современном обществе.

Дизайн городской среды как определенное художественно-проектное творчество, формирует эстетические качества предметно-пространственной среды современных городов. Современные направления в проектировании дизайна среды символизируют новое отношение к предметному миру, поддерживают органичную связь между человеком и природой. Средовой дизайн сегодня уделяется большое значение природе, общество постепенно начинает понимать ценность чистого воздуха, чистой воды, солнца, зелени.

Глубокое осмысление пространства и эстетическое филигранное формирование среды, объектов, выстраивание грамотных структурных связей придает городскому пространству целостность, формирует функциональное и композиционное единство города. Обеспечение удобства, рациональности и высокого эстетического уровня, а также выразительности и гармонизации – задачи современного художника-дизайнера. Главные средства выразительности, используемые в средовом дизайне при художественном конструировании – это пространство, объём и тектоника. Совокупность пространства и объёма образуется с помощью работы определенных конструкций и механизмов. Она идеально дополняется тектоникой, которая наделяет среду определенными качествами, такими как пластическое выражение характера объекта и транслирование особенностей материала. Художник, работающий в среде города, использует символический язык форм, который несет максимальную информацию, ориентируя человека в предметно-пространственном мире. Городское пространство требует предельной согласованности всех элементов – зданий, малых архитектурных форм, озеленения, транспортно-пешеходных развязок. Эта согласованность проявляется в форме, размере, цвете, расположении объектов в пространстве. В результате работы дизайнера формируется целостное и эстетически совершенное пространство. Созданная среда состоит из различных комплексов предметного окружения, дающих возможность почувствовать атмосферу места и позволяющих достигнуть необходимого уровня комфорта. Эстетическая выразительность завершает процесс формирования данной городской реальности.

Провинция – это «специфическая система координат для людей, в которой они существуют на протяжении всей жизни». Современные взгляды на провинциальный город основываются не только в географическом или социальном значении, но и в духовном. Духовный потенциал провинции несет в себе сакральную ценность, «как место уединения, духовного сосредоточения,



очаг творческих интуиций и откровений в так называемой художественной провинциологии» [2].

Провинциальный человек отличается своей укорененностью в традиции родного края. Он находится в непрерывной связи с традициями места, времени, эпохи, глубоко погружен в определенную культуру. «Вечно пренебрегая окружающим и стремясь к недостижимому, нервный русский интеллигент – провинциал живет в духовном просторе, вызывающем откровенную зависть (зависть – непонимание, зависть – восхищение) у людей мировой культуры. При этом, вырываясь из провинции, он всюду создает собственную «провинцию», вплоть до ресторанов, пансионатов, кладбищ. И превращает весь мир в свою провинцию – среду одухотворённого обитания» [2].

Четко складываются типы функций провинциального города, определяющие его место в истории мировой культуры: самобытное, самостоятельное развитие, роль оппозиции, образ «эха», выражающегося в виде отклика на культурные явления, возникающие в столице. Роль оппозиции просматривается в стремлении создать условия для прогресса областей культуры, находящихся вне столичных стандартов, но обладающих существенными перспективами. Самобытное, самостоятельное развитие выстраивается в виде образования и роста культурных связей пограничных регионов, актуализации местных традиций. Образ «эха» представляет собой адаптацию столичных образцов художественных направлений к местным условиям, создавая тем самым «резервный фонд» культурных образцов. Если рассматривать провинциальный город в рамках культуры конкретного социума, то в этом случае функции носят более локальный характер, выражающийся в передаче народных традиций, сохранении линии преемственности, национальных черт характера.

Образ провинции складывается благодаря комплексному построению предметно-пространственной среды и зрительно-информационного образа. Особенность – заключается в использовании определенных эстетических средств, благодаря которым появляется возможность интегрированно осмыслить и сформировать объекты средового дизайна и общее пространство в целом.

Дизайн среды провинциального города передает определенные специфические особенности того или иного общества, живущего на данной территории, в зависимости от социальных и культурных условий. Он может отображать индивидуальные особенности характера места, духовных ценностей, общественных интересов, решая эстетические и социально-нравственные задачи, формируя активно-творческое отношение к жизни. Перед ним стоят задачи общекультурного развития населения, воспитание высокой нравственности и эстетики. Современный дизайн провинциального города «ориентирован на насыщение предметно-пространственной среды зрительной эстетической информацией, которая передается языком образов, направленных на визуальное восприятие» [2]. Эти визуальные образы могут быть представлены в среде через символы, рисунки, соотношение цветов,

изображений, фотографий, диаграммы и схемы. Дизайн перестраивает образ города по законам художественного творчества, красоты и эстетики, через расширение границ эстетической действительности, преобразая городскую архитектуру, во всех сферах: промышленной, административной, массовой жилой застройке.

К важнейшим социальным функциям дизайна можно отнести: эстетическую, гедонистическую, технологическую, эргономическую рекламную. Если трактовать сферу дизайна еще шире, выходя за рамки утилитарного назначения, можно наделить его более важными социальными функциями, такими как организация, упорядочение, гармонизация, формирование художественного вкуса.

«Культура провинции выполняет четыре главные функции: носительницы народных традиций, благодаря которой поколения передают и воспроизводят определенные жизненные установки; хранительницы преемственности национальных черт характера, формирует у людей иные мотивационные ориентации поведения; играет роль фактора политической стабилизации общества, которая достигается через влияние провинциальной культуры на сознание людей» [2].

Дизайн содержится в любой традиционной народной культуре, неся в себе характерные элементы и особенности того или иного народа. Эти характерные элементы дизайнер может использовать в организации предметно-пространственной среды. Выбранные и отшлифованные временем предметы, элементы, символы придают провинциальному пространству «вечные», абсолютные образы, создающие в человеческой памяти определенные ассоциации, воспоминания, ощущения, чувства. Дизайн – это широкое понятие, включающее в себя образ мысли, различные национально-культурные традиции, это множество индивидуальностей, удивительных личностей.

Дизайнер ведет определенный диалог с реальностью, ежедневно реагирующей на изменения ситуации в окружающем мире, и предлагает новые проектные идеи, концепции, трансформирующие окружение, создающие новую среду, соответствующую этим изменениям. «Диалоговое проектирование не лишает дизайнера права на выражение собственных представлений, но направляет их в русло взаимного творчества с теми, для кого осуществляется дизайнерская акция» [3]. Важно отметить, что дизайнер оказывает определенное воздействие на решение значимых социальных проблем провинциального города, повышая культуру жизни. Применяя определенные методы дизайна и связывая эстетические и потребительские качества объектов с их оптимальной структурой при проектировании среды, дизайнер повышает качество жизни, улучшает гармонизацию, повышает эстетику, создает благоприятный психологический климат.

Дизайн, как уникальный феномен, можно рассматривать с разных сторон. В данной работе дизайн рассматривается с позиции социокультурного подхода и выступает в качестве особого социокультурного феномена, воздействующего на современное общество. Сегодня художественно-проектная деятельность

начинает играть большую роль в системе взаимоотношений между людьми, выполняя мировоззренческую, культуросозидательную миссию, формируя социальную среду, развивая коммуникативные процессы, обеспечивающие определенные связи между человеком и объектом, человеком и человеком, человеком и обществом.

Современный человек живет в постоянном движении, в ускоренном ритме, непрерывно наблюдая, чувствуя, реагируя, прогнозируя и проектируя свои действия. Дизайн сегодня заставляет его немного замедлиться, начать размышлять о смысле, задачах и способах освоения реальности, развивая у городского зрителя качества чувствительной, думающей, знающей природы, цель которой чувствовать дух времени, характер ситуации, воспринимать события как часть потока жизни, испытывать любовь к миру во всех ее проявлениях, ощущать доверие к пространству, чувствовать время.

#### Список литературы

1. Гасымова Э.Н. Трансформация ценностей и дизайн в новом социально- культурном пространстве // *Studia Humanitatis*. 2017. №1.
2. Новая философская энциклопедия: в 4 т. / Институт философии РАН; Национальный общественно-научный фонд; Председатель научно-редакционного совета В.С. Степин. — М.: Мысль, 2000—2001. — ISBN 5-244-00961-3.
3. Энгельгардт А.Э. Духовное и материальное в дизайне // Молодежь и наука: сборник материалов X Юбилейной Всероссийской научно-технической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых с международным участием, посвященной 80-летию образования Красноярского края [Электронный ресурс]. — Красноярск: Сибирский федеральный ун-т, 2014. — Режим доступа: <http://conf.sfu-kras.ru/sites/mn2014/directions.html>
4. Митрохина Т.В. Дизайн в социокультурном пространстве города // *Теория новых возможностей*. 2014. №2(25). С. 123-125.
5. Коломоец Г.П. Дизайн в современном социокультурном пространстве: дис. канд. культурологии: 24.00.01 / Г.П. Коломец. — Краснодар, 2003. — 159 с.
6. Рыжова Т.С. Социокультурная организация градостроительного пространства провинциальной России: автореферат дис. канд. философских наук: 24.00.01 / Т.С. Рыжова. — Нижний Новгород, 2001. — 170 с.
7. Горбунова Е.А. К вопросу о понятии «социокультурная среда города» / Горбунова Е.А., Червова А.А., Алексеева М.Ю., Романова К.Е. // *Гуманитарные ведомости ТГПУ им. Л.Н. Толстого*. 2018. №4(28). С. 119-128.
8. Габдулова Н.Н. Культурное пространство провинциального города // *Труды Псковского политехнического института*. 2007. № 11.1. С. 40–43.

# **УНИВЕРСАЛЬНЫЙ ДИЗАЙН КАК ПРИОРИТЕТНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ СОВРЕМЕННОЙ СРЕДЫ**

**Мороз В.В., д-р пед. наук, доцент, Мороз А.О.**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования**

**«Оренбургский государственный университет»**

Последнее время планирование инклюзивных городских пространств становится приоритетной задачей для городов, стремящихся содействовать людям с ограниченными возможностями. Посредством городской инфраструктуры, созданной для обеспечения доступности, люди с ограниченными возможностями могут получить доступ к общественным пространствам и услугам наравне с остальным населением. Такие стратегии дизайна имеют важное значение в предоставлении людям с ОВЗ равных возможностей, автономности и независимости.

Согласно отчету Всемирной организации здравоохранения, количество людей с ограничениями по здоровью оценивается в один миллиард, что составляет примерно 15% от всего мирового населения. И это количество продолжает расти, в том числе из-за демографических, социальных, геополитических изменений, не говоря о других факторах и причинах. Таким образом, необходимость создания безбарьерной среды для интеграции людей с различными ограничениями здоровья в общество будет только возрастать.

Наряду с дизайном безбарьерной среды существуют также инклюзивный дизайн, универсальный дизайн, доступный дизайн и дизайн для всех, между которыми существуют незначительные различия. Понятие «дизайн безбарьерной среды» возникло в 60-х годах XX века, и было обусловлено последствиями Второй мировой войны. Дизайн направлен на создание среды, спроектированной в соответствии с потребностями человека, доступной и используемой как здоровыми людьми, так и с особенностями зрения, слуха или нарушениями опорно-двигательного аппарата. Безбарьерный дизайн - это не архитектура, специально предназначенная для людей с ограниченными возможностями.

Термин «универсальный дизайн» был предложен Рональдом Л.Мейсом, профессором университета Северной Каролины, США в 1987 году. Суть универсального дизайна заключается в том, чтобы изначально проектировать для всех, то есть без последующей адаптации или усовершенствования среды и продуктов для использования всеми без исключения [1].

Безбарьерный и инклюзивный дизайн включает следующие принципы и требования: беспрепятственный доступ, визуально и тактильно контрастный дизайн, строгое соблюдение принципа двух чувств (необходимо обращаться, по крайней мере, к двум из трех органов чувств: зрение, слух или прикосновение). Необходимо принимать во внимание требования для помещений,

инфраструктуры, доступа к внешней территории, дизайн навигационных систем, а также дизайн общественных мест.

Безбарьерный дизайн кажется достаточно привлекательным понятием, тем не менее, в обществе остается проблема создания недоступных и неиспользуемых удобств. Существуют некоторые барьеры в отношении, которые препятствуют использованию безбарьерного дизайна в его чистом виде. Недопонимание расходов на безбарьерный или универсальный дизайн приводит к тому, что его внедряют только на минимальном уровне доступности во многих новых или модернизированных зданиях. Для поощрения практики внедрения и распространения универсального дизайна необходимы дополнительное образование и мотивация.

Выделяют три типа барьеров: барьер окружающей среды, барьер отношения, и институциональный барьер. Барьер окружающей среды проявляется в физической доступности и проблемах функциональности зданий и сооружений. Барьер отношения – это отрицательное отношение к людям с ограниченными возможностями и их потребностям со стороны людей без таких ограничений. Институциональный барьер объясняется систематическим исключением или игнорированием в социальных, образовательных, религиозных, административных и прочих учреждениях. Все эти три типа взаимосвязаны друг с другом.

Целью дизайна безбарьерной среды является создание такой среды, которая обеспечивает независимое существование людей с ограниченными возможностями с тем, чтобы они могли добираться и участвовать без помощи в любых видах повседневной деятельности, таких как приобретение товаров и услуг, трудоустройство и досуг [6].

Физические барьеры затрудняют жизнь людям с ограниченными возможностями: в жилом помещении проблематично заниматься повседневными делами, такими как, приготовление и прием пищи, стирка, уборка; в транспорте тяжело найти способ добраться до работы и культурно-массовых мероприятий и общественных мест; на рабочем месте трудно справляться с условиями труда, которые спроектированы с учетом параметров средне статистического человека.

Приведем несколько примеров безбарьерного дизайна и его применение в пространстве дома. Если у человека слабое зрение, то увеличение количества и качества освещения, а также размещение источников света, может помочь таким людям видеть лучше. Контрастные цвета позволяют лучше видеть и легче находить вещи, например, использование темной столешницы в ванной комнате наряду с темными ручками выдвижных шкафчиков позволят быстрее найти предметы на столешнице и открыть шкафчики. Поверхности с разными текстурами помогут интуитивно понять, где заканчивается одна поверхность и начинается другая.

Для людей, передвигающихся на инвалидной коляске, необходимо отсутствие ступенек между помещениями, дверные проемы и коридоры должны быть шире, чтобы коляска могла свободно перемещаться, а

поверхности должны быть со скругленными углами вместо прямых. Рабочие поверхности в кухне и ванной необходимо сделать ниже, и с функцией «закатывания», то есть, чтобы человек мог закатить коляску под столешницу и комфортно работать за ней.

Понятие дизайна безбарьерного дома означает анализ и сравнение собранных основных данных, физических характеристик мебели, физических свойств среды и другой актуальной информации о людях с ограниченными возможностями, а затем формулирование принципов дизайна в соответствии с их потребностями.

Безбарьерный дизайн городской среды заключается не только в проектировании физической среды, но и в использовании цвета и текстуры. Двери, ступени, с нанесенной контрастной маркировкой, дорожные указатели и рельефные дорожки желтого цвета, так как это последний спектр цвета, который видят слабовидящие люди, информационные таблички со шрифтом Брайля, призваны помочь людям с ограничениями по зрению [2].

Инклюзивная архитектура и безбарьерное планирование могут способствовать улучшению жизни людей с ограниченными возможностями в соответствии с их потребностями для обеспечения независимого существования и полного участия во всех сферах жизни. Это требует постоянного избегания барьеров в планировании, мышления на долгосрочную перспективу, а также удаление или трансформацию существующих барьеров [4].

Безбарьерный дизайн подразумевает размышления о том, что можно убрать и переместить, чтобы обеспечить доступ и использование человеком пространства в соответствии с его потребностями. Безбарьерный дизайн диктует, насколько легко вы можете добраться или передвигаться в доме, а также как вы добираетесь до вещей в доме (например, до раковины в ванной).

В настоящее время понятие «универсальный дизайн» пришло на смену дизайну безбарьерной среды, поскольку современному обществу важно равенство в использовании общественных и индивидуальных благ, учитывая широкий спектр способностей человека и потребность в дизайне для всех.

В отличие от безбарьерной среды, универсальный дизайн предназначен не только для людей с инвалидностью, но и пожилых людей, людей с когнитивными, сенсорными, двигательными нарушениями, которые могут иметь как постоянный, так и временный характер. Кроме того, целевыми группами универсального дизайна могут быть люди очень высокого или низкого роста, беременные женщины, дети, люди, страдающие ожирением.

К основным принципам современного универсального дизайна относят: равенство в применении, гибкость в использовании, интуитивно понятный дизайн, простоту эксплуатации, прочность, надежность и безопасность, приложение низких физических усилий, доступность в пространстве. Данные принципы позволят создать или модернизировать жилые и общественные пространства, городскую среду в соответствии с потребностями всех категорий граждан.

### Список литературы

1. Лазовская, Н. А. От безбарьерной среды к универсальному дизайну: теория и практика / Н. А. Лазовская // Архитектура : сборник научных трудов. – 2016. – Вып. 9. – С. 227 - 231.
2. Чеканова, Е.С. Безбарьерная среда в предметном дизайне // Бизнес и дизайн ревю.- 2016. - Т. 1. - № 3 (7).- С. 11.
3. Barrier-Free Design // URL: <https://devoldbr.com/blog/barrier-free-design/> (дата обращения: 13/01/2024).
4. Building Social Ecology : портал. – 2024. – URL: <https://www.buildingsocialecology.org/patterns/barrier-free-design/> (дата обращения: 13.01.2024)
5. Patrick, M., Muldowney, A., Turay, A., Koroma, B. and McKinnon, I. (2023) Inclusive Design and Accessibility in Freetown, Sierra Leone. AT2030 Inclusive Infrastructure Case Studies. Prepared by the Global Disability Innovation Hub and partners for the UK Foreign, Commonwealth and Development Office.
6. Sharma, A. A Review of Barrier-Free Design in Built Environment. International Journal of Multidisciplinary Innovative Research Volume 2, Number 1 (Jan' 2022) pp. 33-37
7. Hui Wang Research on Barrier-free Design of House Environment. Advances in Social Science, Education and Humanities Research (ASSEHR), volume 206. 2018 International Conference on Advances in Social Sciences and Sustainable Development (ASSSD 2018). pp.5-8.

# **АЙДЕНТИКА ФЕСТИВАЛЬНЫХ МОЛОДЕЖНЫХ ДВИЖЕНИЙ (НА ПРИМЕРЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНО-ПРЕЗЕНТАЦИОННОЙ ПРОДУКЦИИ ФМД «АЛГА»)**

**Путинцева Т.А., канд. искусствоведения, доцент  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Оренбургский государственный университет»**

Сфера фестивальных молодежных движений стремительно развивается и, как следствие, усиливается необходимость их графического оформления. Айдентика молодежных фестивалей призвана не только грамотно донести информацию до участников, но и отразить идею и посыл фестиваля через графические образы. Возникает проблема формирования культурно-экологических приоритетов молодого поколения, инструментом которого может стать уникальный графический образ фестиваля, отличный от других.

В труде Н.А. Бердяева «О культуре. Философия творчества, культуры и искусства» затрагивается связь народности и фестиваля, как культурное выражение нации [1]. Важность применения актуальных средств дизайна в создании айдентики молодежных мероприятий была сформулирована нами в статье «Айдентика молодёжных мероприятий (на примере конкурсной работы в рамках проекта «Профстажировки 2.0»)» [6].

Примером решения проблемы является реализованный проект «Дизайн рекламной-презентационной продукции Всероссийского фестивального молодежного движения «Алга»», выполненный в рамках выпускной квалификационной работы студенткой 4 курса кафедры дизайна Оренбургского государственного университета Ю.В. Шестовой под научным руководством Путинцевой Т.А. - доцента кафедры дизайна Оренбургского государственного университета, кандидата искусствоведения.

Всероссийское фестивальное молодежное движение «АЛГА» представляет собой перспективный проект. С каждым годом количество участников растет, движение активно развивается, привлекая опытных знаменитых наставников из сферы киноиндустрии. Такому проекту необходимо оригинальное графическое оформление, соответствующее актуальным трендам графического дизайна, так как целевая аудитория представляет собой детей и подростков, которые активно следят за тенденциями. Рекламная-презентационная продукция должна «говорить» с ними на одном языке, эффективно доносить информацию.

«АЛГА» – это фестивальное молодежное движение по развитию кино, телевидения, актерского мастерства и визуального творчества, которое за десять лет своего существования выросло во всероссийское движение, объединившее более тысячи творческих, самостоятельных, энергичных представителей из всей России. Организаторы смены - АНО «Центр развития телевидения, кино и визуальных искусств», АНО «Студия креативного



телевидения», АНО «Центр творческого развития детей и взрослых «АЛГА»» и благотворительный Фонд Павла Косова [2].

В рамках фестиваля предусмотрено два основных направления:

- для школьников 8-12 лет – «Кино и актерское мастерство» (занятия по речи, пластике, актерскому мастерству, искусству импровизации, фотосессии, мини спектакли, съёмки в детских фильмах);

- для школьников 12-17 лет – «Кино и телевидение» (занятия по журналистике, фотоискусству, операторскому мастерству, монтажу, сценаристике, драматургии и режиссуре; съёмки собственных киноэтюдов, социальных роликов, клипов и фильмов).

В дизайн-проекте предметом проектирования явилось новое графическое оформление рекламно-презентационной продукции, направленное на повышение осведомленности общественности о существовании молодежного движения «АЛГА» и привлечение потенциальных участников, а также на позиционирование положительного яркого образа движения, отвечающее пожеланиям заказчика и соответствующее эргономическим и эстетическим показателям.

В составе проекта разработаны:

- основные элементы айдентики Всероссийского фестивального молодежного движения «Алга» (фирменный знак, фирменная цветовая гамма, подбор фирменного шрифта, фирменные графические элементы); при подборе фирменной цветовой гаммы в качестве констант по требованию заказчика сохранены красный и белый цвета;

- рекламный талисман-персонаж Всероссийского фестивального молодежного движения «Алга»;

- презентационные и наградные элементы (бейдж, благодарственное письмо, сертификат, диплом, наградной кубок, пресс-волл, юбилейный альбом, афиша);

- графический стиль страниц в соцсетях;

- элементы рекламно-презентационной сувенирной продукции Всероссийского фестивального молодежного движения «Алга» (фирменные майка, бейсболка, бандана, толстовка, блокнот, ручка, пакет, шарф, значки, кружка, термос, браслет, шейный платок) (рисунки 1-3).

В ходе проектирования было предложено 4 варианта концептуального решения. Заказчик, а также участники движения совместно, при помощи голосования, выбрали концепцию, которая, на их, взгляд наиболее удачно отражала суть молодежного движения. Голосование проходило в социальной сети «ВКонтакте». Участники молодежного движения не только голосовали, но и комментировали, высказывали свое мнение. В голосовании приняло участие 71 человек со всей России (Оренбургская область, Казань, Москва, Ижевск, Самара и др.). Вся информация, полученная в результате голосования, была проанализирована и применена при эскизном поиске.

Выбранная концепция отражает принадлежность фестиваля к киноиндустрии, так как задача движения – приобщение молодежи к сфере кино

и телевидения. Также «АЛГА» помогает детям социализироваться среди сверстников, обрести друзей, познакомиться с творческими профессиями, найти новые хобби и интересы.

Графическая концепция проекта заключается в следующем. Для рекламно-презентационной продукции Всероссийского фестивального молодежного движения «АЛГА» была разработана трендовая 2d-графика. Использование актуальных трендов стало важной частью проектирования, так как движению был необходим полный ребрендинг. Стояла задача сохранить визуальный код, а также узнаваемость бренда, но при этом создать оригинальность и новизну.



Рисунок 1 – Фирменный знак ФМД «Алга» (автор Ю.В. Шестова, руководитель Т.А. Путинцева)

Фирменная цветовая гамма проекта включает красный, белый и оранжевый цвета. Красный – это цвет праздника, вызов повседневности; активный цвет, призывающий к действию [4]. Белый цвет – базовый цвет, отлично смягчает воздействие красного; цвет чистоты, открытости и безупречности [3]. Оранжевый цвет излучает позитив, жизнерадостность [5]. Его локальное применение компенсирует активный красный, при этом создавая более выразительную палитру. У многих людей оранжевый ассоциируется с летом, солнцем и радостью.



Рисунок 2 – Элементы сувенирной продукции ФМД «Алга» - значок,

блокнот, тантатмареска на основе рекламного персонажа (автор Ю.В. Шестова, руководитель Т.А. Путинцева)

В целом графика, по характеру, минималистична. Она состоит из геометрических элементов, как абстрактных, так и напоминающих элементы киноатрибутики. Чтобы разнообразить графику, сделать ее более необычной, динамичной, и добавить бренду узнаваемости, применены фактуры. При подборе шрифта учитывался его характер, соответствие образу ФМД и концепции графики. В результате подбора было решено остановиться на шрифте Century Gothic. Это шрифт без засечек, неконтрастный, смотрится сдержанно, но не слишком строго, современно.

Таким образом был достигнут баланс - графика выглядит динамично, артистично, вызывает позитивные эмоции и ассоциации с детством и юношеством, но в то же время сохраняется ощущение строгости и призыв к нравственному совершенствованию и обучению новому.

При разработке наградной продукции, такой как сертификат, благодарственное письмо и диплом, учитывались конструктивные особенности и особенности использования. Подобрана оптимальная плотность бумаги, чтобы обеспечить долговечность и презентабельность продукции.

Кроме этого, учтены и эргономические особенности. Сувенирная продукция фестивального молодежного движения используется детьми и подростками, поэтому для обеспечения комфортного применения подобран гипоаллергенный материал для тканевых изделий, применяется печать по принципу сублимации (рисунок 2).



Рисунок 3 – Элемент презентационной продукции - пресс-волл ФМД «Алга» (автор Ю.В. Шестова, руководитель Т.А. Путинцева)

Таким образом, в результате проведенных исследований и разработок результаты выпускной квалификационной работы студентки кафедры дизайна ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный университет» группы 19Д(ба)ГД Шестовой Юлии Владиславовны на тему «Дизайн рекламно-презентационной продукции Всероссийского фестивального молодежного движения «Алга»», выполненной под руководством доцента кафедры дизайна Путинцевой Татьяны Анатольевны, внедрены в АНО «Центр развития телевидения, кино и визуальных искусств (г. Оренбург) и применяется для рекламно-презентационных целей, а именно:

- для организации смены «Мир театра и кино ФМД «Алга»» в г. Казани (24.06.2023–03.07.2023) использованы фирменный знак и основные элементы айдентики, презентационные и наградные элементы (бейдж, сертификаты, дипломы), элементы рекламно-презентационной сувенирной продукции (фирменные майки, бейсболки, блокноты, ручки, пакеты, значки);

- для организации 35-й профильной смены ФМД «Алга»» в г. Сочи (1.08.2023–10.08.2023) использованы фирменный знак и основные элементы айдентики, презентационные и наградные элементы (бейдж, сертификаты, дипломы), элементы рекламно-презентационной сувенирной продукции (флаеры, фирменные майки, бейсболки, блокноты, ручки, пакеты, значки, браслеты, шейные платки);

- для организации 36-й профильной юбилейной смены ФМД «Алга»» в г. Казани (31.10.2023–05.11.2023) использованы фирменный знак и основные элементы айдентики, талисман-персонаж, презентационные и наградные элементы (бейдж, благодарственные письма, сертификаты, дипломы, наградной кубок, пресс-вол, юбилейный альбом, афиша), рекламно-презентационная сувенирная продукция (фирменный шарф, толстовка, кружка, термос, браслет, блокноты, ручки, пакеты, значки).

- для освещения мероприятий использован графический стиль страниц ВКонтакте.

Использование результатов ВКР Шестовой Ю.В. способствует созданию и продвижению положительного образа Центра развития телевидения, кино и визуальных искусств. В следующих сменах Всероссийского ФМД «Алга» также планируется применение результатов данной ВКР.

Тематика айдентики фестивальных молодежных движений обладает высокой актуальностью. В рамках данной тематики становится возможной трансляция отечественных культурных ценностей в мировом коммуникативном пространстве.

#### Список литературы

1. Бердяев, Н.А. О культуре. Философия творчества, культуры и искусства [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://studfile.net/preview/1635594/> (дата обращения 10.01.2024 г.).
2. Всероссийское фестивальное молодежное движение «АЛГА»

[Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://vk.com/tataralga> (дата обращения 10.01.2024 г.).

3. Психология белого цвета [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://skillbox.ru/media/design/psihologia-belogo/> (дата обращения 10.01.2024 г.).

4. Психология красного цвета [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://skillbox.ru/media/design/psihologia-krasnogo/> (дата обращения 10.01.2024 г.).

5. Психология оранжевого цвета [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.uprock.ru/articles/psihologiya-dizayna-harakteristiki-cvetov-i-ottenkov> (дата обращения 10.01.2024 г.).

6. Путинцева, Т. А. Айдентика молодежных мероприятий (на примере конкурсной работы в рамках проекта «Профстажировки 2.0») [Электронный ресурс] / Т. А. Путинцева // Социально-гуманитарные инновации: стратегии фундаментальных и прикладных научных исследований: материалы Всерос. науч.-практ. конф. (с междунар. участием), 20-21 мая 2021 г., Оренбург / М-во науки и высш. образования Рос. Федерации, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. образования «Оренбург. гос. ун-т». - Электрон. дан. - Оренбург: ОГУ, 2021. - С. 856-862.

# **ИНКЛЮЗИВНЫЙ ДИЗАЙН. ФАКТОРЫ И ОСОБЕННОСТИ В СОЗДАНИИ ДРУЖЕЛЮБНОГО ПРОДУКТА**

**Рябов С.В.**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Оренбургский государственный университет»**

Доступный дизайн – это стратегия, в которой акцент делается на создании продуктов и интерфейсов, легко воспринимаемых и использованных всеми пользователями, вне зависимости от их физических, когнитивных или сенсорных особенностей. Этот подход становится важным, поскольку технологии становятся неотъемлемой частью повседневной жизни, и обеспечение их доступности является ключевым аспектом инклюзивного общества. Рассмотрим более детально, какие принципы и методы используются при проектировании для доступности.

## **1. Четкое восприятие информации:**

Чтобы создать дружелюбный продукт, важно обеспечить легкость восприятия информации. Текстовые описания для изображений, интуитивные иконки и простая навигация делают продукты доступными для широкого спектра пользователей. Это особенно важно для людей с ограниченными зрительными или когнитивными способностями.

## **2. Адаптивность к технологическим средам:**

Продукты должны быть адаптивными к различным устройствам и технологическим средам. Например, веб-дизайн должен быть отзывчивым, чтобы обеспечить корректное отображение на различных размерах экранов и устройствах. Это обеспечивает беспрепятственный доступ к информации, независимо от используемого устройства. В эру стремительно развивающихся технологий, адаптивность к различным технологическим средам становится краеугольным камнем для успешного дизайна продуктов и интерфейсов. Это не только предполагает универсальную пригодность к различным устройствам, но и включает в себя гибкость в адаптации к постоянным изменениям технологической экосистемы. Существуют принципы и инновации которые могут сделать продукты технологически гибкими и доступными для разнообразных пользователей.

Одним из важных аспектов адаптивности является создание веб-сайтов, способных адаптироваться к различным размерам экранов и устройствам. Отзывчивый веб-дизайн не только обеспечивает лучший пользовательский опыт, но и упрощает обслуживание, так как администраторы могут управлять единым контентом, не заботясь о разнообразии устройств.

Разработка мобильных приложений с универсальным дизайном - это ключ к созданию продуктов, которые могут быть легко адаптированы к различным операционным системам и устройствам. Использование кросс-платформенных фреймворков и универсальных интерфейсов позволяет максимально упростить процесс адаптации. Кроссплатформенный фреймворк -

это инструмент разработки программного обеспечения, который позволяет создавать приложения, способные работать на различных операционных системах и устройствах без значительных изменений в исходном коде. Примерами таких фреймворков являются React Native, Flutter и Xamarin [1].

Гармоничная интеграция с существующими и новыми технологиями ведет к созданию продуктов, которые остаются актуальными в быстро меняющемся технологическом ландшафте. API (интерфейсы программирования приложений) и стандарты обмена данными обеспечивают совместимость с различными платформами.

Облачные технологии предоставляют решения для универсального доступа к данным из любой точки мира и с любого устройства. Это не только повышает мобильность, но и обеспечивает консистентность данных, независимо от устройства, используемого конечным пользователем. Консистентностью при этом понимают согласованность данных друг с другом, целостность данных, а также внутренняя непротиворечивость[2].

С разнообразием устройств для ввода данных, от сенсорных экранов до голосовых команд, дизайн должен быть гибким в отношении методов ввода. Уделяя внимание удобству использования, как для традиционных, так и для новых методов ввода, продукты становятся более востребованными среди различных пользовательских групп.

Актуальность продукта обеспечивается обновлениями программного обеспечения. Возможность проводить обновления удаленно, автоматически или с минимальным участием пользователя делает продукты менее уязвимыми к быстро меняющимся технологическим требованиям.

### 3. Цветовая палитра и контрастность:

Цветовая палитра играет ключевую роль в дизайне для доступности, особенно для людей с дефицитом зрения. Выбор контрастных цветов и возможность настройки цветовых схем в настройках продукта делают его более доступным для широкого круга пользователей.

Учет дефицитов зрения - ключевой принцип. Он включает в себя разработку цветовых схем, учитывающих дальтонизм, а также использование паттернов и текстур для дополнения цветовой информации.

Высокий контраст между текстом и фоном существенно улучшает читаемость. Предоставление пользовательских настроек для регулировки контраста дает возможность адаптации к различным потребностям. Особое внимание следует уделять интерфейсам, где контрастные цвета четко разграничивают элементы. Интеграция анимации, сохраняющих контраст при изменении состояний, обеспечивает плавность взаимодействия.

Тестирование с различными пользователями с учетом различных способностей зрения является неотъемлемой частью процесса дизайна. Использование технологий виртуальной реальности для симуляции различных условий зрения повышает эффективность тестирования. Важно, чтобы контрастность сохранялась при адаптации к различным устройствам. Использование технологий адаптивного дизайна, которые автоматически



оптимизируют контраст, обеспечивает последовательность в визуальном восприятии. Цветовая палитра и контрастность в инклюзивном дизайне не только придают продуктам эстетичный вид, но и обеспечивают равный доступ и комфортное восприятие для всех пользователей.

#### 4. Язык и понятность:

Использование ясного и понятного языка является важным аспектом доступного дизайна. Избегание сложных терминов и технического жаргона делает информацию более доступной для всех пользователей, в том числе для тех, у кого могут быть языковые или когнитивные ограничения.

#### 5. Поддержка ассистивных технологий:

Дизайн должен быть совместим с ассистивными технологиями, такими как экранные чтецы, устройства управления голосом и другие. Обеспечение поддержки этих технологий расширяет возможности использования продукта для людей с различными ограничениями.

#### 6. Тестирование с реальными пользователями:

Один из наилучших способов обеспечить доступность продукта – тестирование с реальными пользователями. Вовлечение людей с разными потребностями в процессе тестирования позволяет выявить потенциальные проблемы и сделать продукт более дружелюбным ко всем.

#### 7. Семантическая разметка и структурирование контента:

Использование семантической разметки и правильное структурирование контента важны для улучшения восприятия информации. Это помогает экранным чтецам и другим ассистивным технологиям правильно интерпретировать содержание.

#### 8. Управление фокусом и клавишные сочетания:

Обеспечение управления фокусом с клавиатуры и предоставление клавишных сочетаний для основных функций делает продукт более удобным для пользователей с ограниченной моторикой.

#### 9. Обратная связь и подсказки:

Предоставление обратной связи и подсказок помогает пользователям понимать текущий контекст и успешность выполнения действий. Это особенно важно для тех, кто использует ассистивные технологии.

#### Заключение:

Доступный дизайн не только соответствует стандартам и регулированиам, но и является моральной обязанностью создателей продуктов. Создание инклюзивных интерфейсов не только расширяет целевую аудиторию, но также способствует построению более справедливого и инклюзивного общества. Путем учета разнообразных потребностей пользователей мы создаем продукты, которые действительно служат обществу в его разнообразии. Инклюзивный дизайн - это неотъемлемый аспект разработки продуктов, направленный на обеспечение комфортного использования всеми пользователями, вне зависимости от их физических или когнитивных особенностей. Этот подход к дизайну позволяет создавать продукты, которые



могут быть восприняты и использованы максимальным числом людей, включая тех, у кого есть ограниченные возможности.

Одним из фундаментальных аспектов дизайна для доступности является обеспечение четкости восприятия информации. Простые и интуитивные интерфейсы становятся ключевыми в создании продуктов, которые могут быть использованы пользователями с разными уровнями опыта и навыков. Текстовые описания для изображений, понятные иконки, а также легкая навигация делают продукты более доступными.

Адаптивность к различным технологическим средам также является важным аспектом. Например, веб-дизайн должен быть отзывчивым и адаптивным к различным размерам экранов и устройствам, чтобы обеспечить беспрепятственный доступ.

Цветовая палитра играет решающую роль, особенно для людей с дефицитом зрения. Выбор контрастных цветов и возможность настройки цветовых схем в настройках продукта сделают его более доступным для большего числа пользователей.

Однако не только технические аспекты важны. Язык, использованный в продукте, также имеет значение. Избегание сложных терминов и технического жаргона может сделать информацию более доступной для всех пользователей.

Также важно обратить внимание на ассистивные технологии, такие как экранные чтецы или устройства управления голосом. Поддержка этих технологий в дизайне продукта значительно расширяет его возможности для людей с различными ограничениями.

В заключение, дизайн для доступности - это не только техническое или правовое требование, но и моральная и социальная обязанность каждого дизайнера и архитектора. Создавая продукты, дружелюбные ко всем, мы строим инклюзивное общество, где каждый может чувствовать себя важным и уважаемым. Этот подход не только расширяет целевую аудиторию продукта, но и способствует созданию более справедливого и инклюзивного общества в целом.

#### Список литературы

1. Суровцев, С. (2021). "React Native. Разработка мобильных приложений." ДМК Пресс, 218 с.

2. Techniques for Data Consistency in Large Scale Distributed Systems - A Probabilistic Perspective. — Wayne State University, 2008. — 125 с. — ISBN 9780549892878

3. Григорьев, С. Н. Перспективы развития инновационного аддитивного производства в России и за рубежом / С. Н. Григорьев, И. Ю. Смуров // Инновации : журн. — 2013. — Т. 10, № 180. — С. 76—82. — ISSN 2071-3010.

4. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.cae.org.uk>  
Официальный сайт Центра Инклюзивного Дизайна Великобритании (CAE)/  
(дата обращения: 01.04.2021)

## ИСТОРИЯ И СИМВОЛИКА ЕЛОЧНЫХ ИГРУШЕК В РОССИИ

Туйсина Д.М., канд. искусствоведения, Туружанова К.Б.  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Оренбургский государственный университет»

Одним из ярких примеров включения игры и игровых элементов в повседневную жизнь является традиция украшать новогоднюю елку игрушками.

*Начало традиции.* Символом Нового года, новогоднего настроения и Рождества, безусловно, вот уже несколько веков считают зеленую ель. Вся история началась в конце декабря 1699 года с указа № 1736 царя Петра I «О праздновании Нового года» [1], который подтверждал то, что теперь система исчисления будет от Рождества Христова, то есть 7208 год «от сотворения мира» стал 1700 годом. Великий реформатор Петр I был вдохновлен европейской жизнью после заграничного путешествия и хотел, чтобы Россия тоже разносторонне развивалась и поэтому был сделан огромный шаг к формированию первой новогодней традиции. Петр I провозгласил ель символом новогоднего праздника [2], но украшение дерева было не обязательным условием. Однако, данная традиция не прижилась после смерти царя. По прошествии многих столетий, благодаря императрице Александре Фёдоровне, жене императора Николая I, которая являлась немкой по происхождению, рождественское дерево вернулось в русские дома во второй половине XIX века [3]. Конечно, стоит отметить, что ель являлась атрибутом петербургской аристократии и простому народу она была недоступна. Именно в это время уже начинают появляться первые елочные игрушки на ветвях. Идея украшать «съедобными» игрушками пришла в Россию из Германии и в основном украшение зеленого дерева являлось преимущественно детской привилегией. Концепция игрушек была похожа на европейскую и заключалась в христианской символике библейских мотивов [1]. Это были яблоки и груши, символизирующие райские плоды; пряники, выполненные в разной форме, символизировали удачу и благополучие; орехи же служили символом божественного промысла и его непостижимой мудрости; шоколадные фигурки. Кроме того, на ель вешали цепи, бусы и венки, которые символизировали святой дух; колокольчики, которые напоминали о божественном голосе и, конечно, неотъемлемой частью христианской традиции были ёлочные свечи. «Зажигать» елку настоящими свечами приводило к плачевным последствиям. Электрические гирлянды появились лишь в конце XIX века, но они представляли из себя довольно дорогое удовольствие, поэтому люди продолжали традицию зажигать настоящие свечи на ели до середины XX века. Главным украшением являлась «Вифлеемская звезда» [2]. Елочные игрушки воспринимались детьми как подарки, которые можно было снять с ветвей и

съесть [1]. Вскоре люди стали украшать елки самодельными игрушки из ваты, картона.

Первые стеклянные игрушки начали изготавливать во время Первой мировой войны. На заводе в Клину [1] в довоенное время занимались изготовлением стеклянных пузырьков для препаратов. В военное время на завод отправляли пленных немцев, которые научили наших стеклодувов делать не только посуду, но и елочные шарики и бусы из стекла. Стоит отметить, что первые стеклянные игрушки были достаточно тяжелыми. Традиция украшения рождественского дерева теперь являлась семейной. Однако это не длилось вечно, и наша страна вступила на новую ветвь развития собственной истории. После Великой русской революции 1917 года к власти пришел В.И. Ленин, а в 1922 году 30 декабря образовалось новое государство Союз Советских Социалистических Республик (СССР), которое вычеркнуло любое упоминание о существовании Российской империи. Это и коснулось понятия празднования Рождества.

*1935 – 1940 гг. – елочные игрушки, как воплощение культа Советского Союза.* Новогодняя елка, как и производство елочных игрушек в нашу страну вернулась лишь в 1935 году. Однако уже не было никакой ассоциации с религиозной символикой и Рождеством. Теперь появился праздник «Новый год», который должен был ассоциироваться только с Советским Союзом. Был поставлен курс на создание «Советской игрушки» [2]. Стоит отметить, что свой вклад в развитие истории елочных игрушек внесла ленинградская артель «Изокульт», которая работала с 1930 – 1940-х годов [3]. В основном артель занималась производством детских игрушек, но подстроилась и под производство елочных игрушек, которые дарили радость детям. Например, изящные куклы с меховыми манжетками, закутанные в теплые шубки. Эти удивительные шедевры поражали своей реалистичностью и искусственным мастерством.

Существовала ещё одна артель, которая была открыта в 1936 году в городе Горьком (Нижний Новгород), это была «Детская игрушка» [3]. В неё входил стеклодувно-художественный цех, где изготавливались елочные игрушки. На первых стеклянных игрушках изображали символику СССР красную звезду, серп и молот, портреты членов Политбюро таких известных лиц, как Ленин и Сталин. В этом же году в свет выходит советская комедия «Цирк», которая стала основой для создания коллекции елочных игрушек и подарившая людям игрушки в форме разрисованных клоунов, слонов на шаре, львов, пуделей с бантиком. Вскоре появляются первые игрушки из составных деталей – монтажные, собранные на проволоку или нитку [3]. Они состояли из мелких деталей: стеклянные палочки (стеклярус), шарики, бусы, которые собирались, например, единую композицию пятиконечной звезды, где центром был стеклянный шарик. Также были популярны игрушки разных куколок из ваты, которая была ходовым дешевым материалом, стеклянные игрушки в форме дирижаблей, самолетов, парашютов, аэростатов. Не менее была востребована техника картонажа – тисненные вырезанные две половинки

картона, покрытые позолоченной или серебристой фольгой с добавлением разноцветной краски, склеенные вместе. Форма и изображения таких игрушек были самими разнообразными: звери, грибы, птицы, сказочные персонажи из сказок, звезды, рыбы и др. Папье-маше ещё одна техника, благодаря которой получались сказочные и словно живые игрушки. Изготавливалась такая «красота» из бумажной массы, смешанной с клеем, гипсом или мелом. Процесс производства выполнялся вручную, что требовало выполнения ряда затратных операций: лепки, шпатлевки, грунтовки, шлифовки, окраски и росписи с последующей сушкой при определенной температуре (от 20 до 60°) [4]. Использование покрытия из бертолетовой соли придавало игрушкам более плотную поверхность и неяркий блеск. Примеры подобных игрушек представлены на рисунке 1.



Рисунок 1 – Елочные игрушки из картонажа и из папье-маше

Для создания новогодних масок и больших фигур для елки (например, деда Морозы и снегурочки) применялось вакуумное литье. Вес таких игрушек был легким, а прочность была достаточно хорошей. Обычно в ассортимент игрушек папье-маше входили фигурки людей с прорисованными лицами и мимикой и детализированных животных. Все елочные украшения из стекла, созданные во времена СССР, могут быть классифицированы по нескольким категориям: шары разных размеров, животные и птицы, фрукты и овощи, сказочные персонажи, «верхушки» в виде звезд и наконечников, граненые фонарики, игрушки на военную тематику. На верхушках елок советского народа сияла красная звезда, как великий символ страны. Даже существовало специальное пособие Наркомпроса «Елка в детском саду», где говорилось как нужно правильно устанавливать главную звезду в соответствии с размером елки [4].

*1940 – 1950-е года.* Даже в военное время, производство елочных игрушек не прекращалось. Они помогали людям хоть как-то отвлечься от страшных будней и вспомнить про празднование Нового года. В это время выпускалось мало игрушек и они были посвящены военной тематике: солдатики, самолеты, танки. Лишь после 1947 года наступило «мирное» время, которое означало, что теперь можно выпускать игрушки на свободное тематику. Поэтому свет увидели игрушки в виде лесных зверей, овощей и фруктов [3]. Меньше всего

изготавливались игрушки стекла, так как стране ещё только приходилось вставать на ноги после войны, а стекло было довольно дорогим и расходным материалом. Однако можно отметить основные значимые события, которые были отражены даже в елочных игрушках. В рамках исследования указываются лишь некоторые из них.

4 октября 1937 года дирижабль «СССР-В6» бесспорно вписался в историю авиации, установив новый рекорд продолжительности пребывания в небе – невероятные 130 часов 27 минут. Это событие не только подтвердило советское превосходство в высотных исследованиях. В честь этого события в 1950 – 1954-х годах была выпущена стеклянная игрушка в виде дирижабля с красной надписью «СССР», представленная на рисунке 2. Она повторяла настоящую форму и имела глянцевую позолоченную поверхность. В это же время появляется новый вид крепления любимых игрушек – прищепка. Она позволяла быстро и удобно повесить игрушку на ветку.



Рисунок 2 – Елочная игрушка в виде дирижабля СССР

В 1949 году СССР отмечал 150-летие со дня рождения великого русского поэта А.С. Пушкина. К торжественному событию выпустили первую серию игрушек по мотивам самых известных сказок поэта: «Сказка о рыбаке и рыбке», «Руслан и Людмила», «Сказка о царе Салтане», «Сказка о Золотом петушке» и др. Большинство елочных игрушек были изготовлены из стекла. В продолжение данной серии были внесены новые удивительные персонажи, которые стали неотъемлемой частью популярных сказок. Среди них – прославленный Доктор Айболит, который считается одним из самых обожаемых героев в СССР. Также свет увидели Красная Шапочка, Конек-Горбунок, радующие глаз избушки и сказочные домики [5, 6]. Их приключения пленят сердца детей и взрослых, создавая неповторимую атмосферу сказочности и волшебства.

В 1956 году состоялась премьера фильма Э. Рязанова «Карнавальная ночь», после которой на всех елках страны появились бусы и стеклянные игрушки с волшебным изображением циферблата часов за пять минут до полуночи [5]. Они имели форму приплюснутого шара и различались золотистыми, серебристыми цветами.

В 1957 году Советский Союз успешно запустил первый искусственный спутник Земли и этот знаковый момент не прошел незамеченным во всем мире. Уже в конце 50-х годов на новогодних ёлках начали появляться первые

Советские «космические» игрушки – спутники. Эти небольшие стеклянные игрушки внешне очень напоминали реальные спутники, которые летали по космосу. На каждой из них изображалась лучистая пятиконечная звезда, а на одной стороне была надпись «МИР», а на другой – «СССР». В том же, 1957 году, но с небольшой задержкой, в результате осуществления запуска был выпущен на орбиту космический спутник «СПУТНИК-2», а на его борту находилась собака по имени Лайка. Неимоверно скоро после этого события появилась яркая и милая ёлочная игрушка под названием «Лайка».

27 сентября 1959 года состоялся государственный визит Н.С. Хрущева в Соединенные Штаты. В этой поездке лидер СССР заметил чудесный овощ у американцев – кукурузу. Она настолько понравилась Н.С. Хрущеву, что, приехав обратно на родину, решил организовать масштабную компанию по развитию сельского хозяйства. Прозвучал лозунг: «Кукуруза – царица полей» [6]. Именно после этого, начинается бум на производство елочных игрушек в виде овощей, злаковых культур, фруктов и ягод и в особенности кукурузы! Все игрушки были разные – некоторые имели матовое покрытие, а другие глянцевое, но форма и роспись мастерски повторяла оригинал.

*1960 – 1970-е года – расцвет елочных игрушек.* Стоит отметить, что этот период «космоса» для нашей страны очень характерно нашел отражение в символике предметов обихода и в частности среди игрушек детских и новогодних [2]. 12 апреля 1961 случился первый в мире человеческий прорыв в космос, СССР стали первыми, обогнав США и отправив в полет на корабле «Восток-1» летчика – космонавта Ю.А. Гагарина. Он первый человек, который побывал на околоземной орбите 108 минут. Это был очень значимое событие для СССР. Особой популярностью пользовались стеклянные игрушки в виде спутника разных размеров. Выделялись также вытянутые по форме игрушки ракет и напершия. После этого фабрики елочных игрушек стали массово выпускать «космические» игрушки в виде спутников, космонавтов и ракет с символикой «СССР». В это же время появляются первые электрические гирлянды.

Ближе к 70-ым годам производство игрушек развивается и появляется технология, которая позволяла не выдувать из стекла каждую игрушку и не прорисовывать, а «штамповать» их [6]. Массовое производство привело к появлению обширного разнообразия цветовых решений для шариков, шишек, сосулечек и колокольчиков. Также были выпущены уникальные игрушки на прищепках. И не менее важно, на прилавках магазинов заметно появился знаменитый «дождик».

Улучшаются жилищные условия граждан появляются первые многоквартирные дома – «Хрущевки», но особыми большими габаритами они не отличались. Поэтому было принято решение об экономном использовании пространства: вместо большой ели в квартире на Новый год, теперь стояла маленькая пластмассовая елочка. К этой миниатюрной красавице нужны были соответствующие игрушки, данный набор назывался «Малютка». У них

миниатюрный размер, что самые маленькие из них составляли всего несколько миллиметров [6].

*1980 – 1990-е года – спад собственного производства.* Восьмидесятые всё меньше отражали свою эпоху в производстве елочных игрушек. Часто стали использоваться игрушки тех времен, когда ещё продумывали качественное исполнение и роспись. С игрушек исчезла детализация, по форме было трудно определить образ игрушки. В этот период в СССР популярность получили импортные елочные игрушки из Германской Демократической Республики (ГДР). Они были довольно дорогими и редкими: чаще всего встречались коробки, наполненные различными шариками разных размеров, поистине красочно переливающимися необычно яркими оттенками или же это были комплекты украшений в разнообразных формах, обладающие пастельными оттенками. Игрушки от ГДР [3] характеризовались специальным механизмом крепления – пружинкой на прищепке. Некоторые украшения совсем не требовали крепления – игрушка была скреплена с цоколем определенной формой, который, в свою очередь, отличалась от советских стандартов. Немецкие стеклянные новогодние украшения славились своей невесомостью и исключительным дизайном. Верхушки и шишки, украшенные тонкой металлической нитью или пышным шнуром, могли быть только из Германии, поскольку такие варианты стеклянных фигурок не производились в СССР.

С распадом СССР в 1991 году все елочные артели и фабрики закрылись. Страна находилась в неустойчивом положении, поэтому люди использовали старые игрушки на Новый год. Конечно, можно было «добыть» импортные, но это было доступно не всем. Так продолжалось до 2000-х годов. В наши дни елочная игрушка превратилась в нечто большее, нежели обычное украшение для елки. Она стала настоящим объектом гордости для коллекционеров, людей, стремящихся собрать впечатляющую коллекцию уникальных экземпляров. К тому же, сформировалась прекрасная традиция дарить особые и ценные елочные игрушки в качестве подарков на Новый год. В России насчитывается около 9 фабрик елочных игрушек. Сегодня также популярны стеклянные игрушки «под старину», пластмассовые игрушки, украшенные блестящим декором, последняя модная тенденция – деревянные игрушки, расписанные в разном стиле. Особой роскошью считаются игрушки ручной работы в кукольном стиле.

*Особенности формообразования елочных игрушек.* У елочных игрушек может быть самая разнообразная и необычная *форма*. Наблюдая за «эволюцией» елочных игрушек России, можно проследить, что популярной формой любимых новогодних украшений остается шарообразная форма. Причиной этому послужили первые елочные игрушки, имеющие форму шара – яблоки. Они имеют религиозную и мифологическую ценность, которая связана с историей прародителей человеческого рода – Адамом и Евой, а также упоминается в священных текстах о Иисусе Христе и Богородице. Научный сотрудник музея новогодней и рождественской игрушки в Великом Устюге, Елена Архипова упомянула: «Шарики напоминают нам о яблоках и о легендах, связанных



с ними, в том числе о райских яблоках и о молодильных» [6]. Шары бывают самыми разнообразными: от простых классических до богато украшенных вариантов, которые включают в себя элементы декора: выемки, вставки, наполнители, потрясающую художественную роспись и сложные узоры. Размерная сетка шаров насчитывает от 60 до 120 мм. *Средний диаметр* новогоднего шарика составляет – 80 мм. В большинстве случаев размер шара зависит от высоты елки. Так для елки во внутренних помещениях, высота которой составляет 180 м, подойдут шары диаметром до 80 мм, а для больших елок уличного пространства, высота которых достигает 30 м, подойдут шары больших диаметров – от 200 до 500 мм. Крепление, которое соединяет шарик с нитью, называют подвесом. Чаще всего шары бывают стеклянными и пластиковыми. Другая форма елочных игрушек называется «сосулька» [2]. Она получила свое название из-за сходства с твердым состоянием воды, который красиво свисает с крыш. Они выделяются своей изящной формой, напоминающей элегантные шпильки, трубочки и объемные ромбы со сглаженными углами. Дизайн может быть самым разным: рифленый, с блестящим декором, имеющим отражающую поверхность и т.д. Средний размер елочной игрушки – 12 см. «Сосульки» имеют похожее крепление, как и у шаров. Все елочные игрушки можно разделить на объемные (имеют многочисленную группу, представлены объемными фигурами разных размеров) и плоские (имеют малочисленную группу, представлены игрушками из картонажа, картона) [2].

Самая тематическая и большая группа – игрушки в виде фигурок [2]. Благодаря этой форме на свет может появиться огромное количество персонажей и предметов: животные, растения, ягоды, люди, техника, русско-народная и праздничная тематика. У них могут быть разные параметры в зависимости от идеи дизайна. Декорирование выделяется росписью и реалистичным воплощением оригинальных предметов. В большинстве случаев фигурки бывают стеклянными или пластиковыми, но и ни редко можно встретить игрушки из картона.

По *материалу* елочные игрушки классифицируются на: стеклянные, картонажные, из папье-маше, из ваты, из дерева [4].

Игрушки из стекла выдуваются при помощи специального прибора в виде стеклянной трубки – стекольного дрота. Процесс выдувания, может быть, производится ручным (ртом), механическим (сжатым воздухом на выдувной машине), автоматическим (автоматической машиной карусельного типа) способом. У стекла также есть способы отделки, которая подразделяется на: посеребренную (стекло покрывают тонким слоем металлического серебра, отражающим свет), окрашенную (используют минеральные краски), художественно расписную, роспись кистью, тональная роспись, роспись при помощи тампона, «резьба» [4].

Картонажные елочные игрушки [5] делаются из качественного тонкого картона. Картонаж бывает двух типов: штампованный и клееный. При помощи штампованного картонажа создавали игрушки штампом в металлических формах. После этого происходило склеивание двух половинок. Отделка могла быть белой



бумагой с окраской, фольгой, цветной бумагой, целлофаном, поталевой бумагой с металлическим эффектом. В основном ассортиментом таких игрушек являлись животные, птицы, рыбы, насекомые. Размер составлял обычно от 5 до 12 см. Клееный картонаж вырезался по подготовленным выкройкам и затем склеивался столярным клеем. Отделочным материалом служила разная бумага, ленты, ткани и др. В игрушки из картонажа клеивалась петля из цветных бечёвки или ниток [4].

Игрушки, которые по-особому выделяются, это из папье-маше [4, 5]. Материал состоит из отходов производства: бумажной массы, клея, древесных опилок. Процесс изготовления требовал ручного труда. Преимущественно в ассортимент игрушек из папье-маше входили фигурки кукол, размер которых варьировался от 10 до 60 см. Изображали людей и животных. Отделкой служила художественная роспись яркими красками.

Выделяется также маленькая группа – игрушки из ваты. Такие игрушки обычно изготавливаются при помощи деревянного или проволочного каркаса, на который клеилась мятая бумага, стружка. После этого следующим слоем шла вата, которая проклеивалась крахмалом [4].

*Цвет* тоже играл важную роль в оформлении елочных игрушек. Неизменным символом СССР был и остается красный цвет. Это символ силы и энергии, воплощение бескомпромиссной борьбы со злом. Красный цвет становится для Советского Союза эффектным акцентом, призывающим к действию, но также он является праздничным, символизируя радость, успех и победу. Это цвет, который привлекает внимание зрителя. Желтый, как и красный, имеет большое значение для СССР. Он означает счастье, добро и теплоту. Также отражает символ солнца. Черный ещё один цвет, который фигурировал в цветовой палитре, но он скорее играл роль акцента, нежели являлся главным. В оформлении елочных игрушек его почти нет, он использовался для прорисовки мелких деталей. Нельзя не отметить и белый цвет, который является нейтральным. Он символизирует снег, пургу и метель. Также использовались такие цвета, как зеленый, голубой, оранжевый, розовый и др., так как они передавали сказочное настроение детям.

Проанализировав исторический ассортимент елочных игрушек нашей страны, можно понять через что прошел Новый год, как праздник. Сначала это была «заморская» традиция – Рождество, которое столкнулось с неприятием со стороны властей. Затем праздник стал инструментом поддержки идеологии СССР – Новым годом. Елку украшали игрушками, отражающими события и достижения государства. Так, на одной елке вместе сосуществовали овощи и фрукты, космические корабли, фигурки человечков в военной форме и в национальных костюмах разных народов, персонажи сказок, домашние и дикие животные, спортсмены. Но всё это подарило нам огромное наследие в виде эстетического наслаждения и памяти о знаменательных событиях прошлого России. Старые игрушки послужили толчком в развитии своего собственного дизайна и оформления современных елочных игрушек.

### Список литературы

1. Яблоки и дирижабли. Как украшали ёлку в России в XIX веке: официальный сайт [Электронный ресурс]. – Санкт-Петербург. – URL: [https://spb.aif.ru/culture/event/yabloki\\_i\\_dirizhabli\\_kak\\_ukrashali\\_yolku\\_v\\_rossii\\_v\\_xix\\_veke](https://spb.aif.ru/culture/event/yabloki_i_dirizhabli_kak_ukrashali_yolku_v_rossii_v_xix_veke)
2. Новогодние игрушки: история появления, разновидности, стили, материалы: официальный сайт [Электронный ресурс]. – Москва. – URL: [https://dg-home.ru/blog/novogodnie-igrushki\\_b1122774/](https://dg-home.ru/blog/novogodnie-igrushki_b1122774/)
3. Дед Мороз из ваты и стеклянные звезды. Как наряжали елки в СССР: официальный сайт [Электронный ресурс]. – Москва. – URL: <https://www.mos.ru/news/item/84490073/>
4. Ёлочные игрушки из разных материалов [Электронный ресурс]. – Москва. – URL: [https://christmas-tree-decorations-tamaravn.blogspot.com/2017/11/blog-post\\_13.html?m=1](https://christmas-tree-decorations-tamaravn.blogspot.com/2017/11/blog-post_13.html?m=1)
5. История елочной игрушки в России: официальный сайт [Электронный ресурс]. – Москва. – URL: <https://www.culture.ru/materials/75642/istoriya-elochnoi-igrushki-v-rossii>
6. История игрушек: как шарик стал главным новогодним украшением: официальный сайт [Электронный ресурс]. – Москва. – URL: <https://tass.ru/v-strane/3916377>

# **РАЗРАБОТКА КРЕАТИВНОЙ ГРАФИЧЕСКОЙ КОНЦЕПЦИИ ПРОЕКТА КАК ОБЯЗАТЕЛЬНЫЙ ЭТАП ТВОРЧЕСКОГО ПРОЦЕССА, НА ПРИМЕРЕ ОРЕНБУРГСКОГО ПИВОВАРЕННОГО ЗАВОДА «КРАФТ»**

**Цой В.В. , Пороль М.В.**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Оренбургский государственный университет»**

Креативная графическая концепция – это суть и ядро любой рекламной кампании, состоящая из анализа аналогов и целевой аудитории, определения креативной идеи, и графического примера ее реализации в виде key-visual. Процесс разработки креативной графической концепции в рамках учебного процесса базируется на опыте изученного ранее материала, сформированных компетенций, а также материала, собранного во время анализа аналогов и тщательного определения целевой аудитории, а также определения ожиданий ЦА. С целью продемонстрировать с помощью графической концепции отличия и преимущества продукта от аналогов.

«Ханами» – это алкогольный напиток, разработанный Оренбургским пивоваренным заводом «Крафт». Название напитка означает явление «созерцания жизни» в Японии, время, когда в традиционный сезон опадения цветов сакуры японцы выбирают на природу, созерцают это уникальное явление природы, наслаждаются моментом, расслабляются и заряжаются энергией. По заявлению производителя, напиток «Ханами» создан, чтобы «остановить время, замедлиться и плыть по течению, расслабиться и отдохнуть от бешеного городского ритма».

В основе состава продукта – 100% мед и натуральный сок черешни, благодаря чему напиток «легкий, сочный и утоляющий жажду».

Оренбургский пивоваренный завод «Крафт» при производстве своей продукции делают ставки на высокое качество, но доступную цену товара. Основатели компании стремятся «создать платформу социально-ответственного бизнеса, разрабатывая проекты, направленные на воспитание культуры потребления алкогольной продукции» [1].

Формирование в регионе культуры потребления пива и кваса компания обозначает своей миссией, предлагая потребителю исключительно качественные, натуральные напитки, произведенные с использованием самых современных технологий по доступным ценам.

Исходя из описания компании и продукта, можно сформировать представления о целевой аудитории: это люди от 18 лет, которые заинтересованы в ответственном отношении к употреблению качественной алкогольной продукции; умеют выделить время на то, чтобы отдохнуть от городской суеты и насладиться моментом; готовы пробовать новые или необычные вкусовые сочетания.

В результате анализа ожиданий целевой аудитории была определена базовая функция, сформулированная следующим образом: Открытие новых вкусовых качеств напитка и улучшение эмоционального состояния, ощущение стиля (употребление «модного» напитка), чувство принадлежности к классу людей, которые умеют «качественно» отдыхать.

В процессе выполнения задания в рамках учебной программы была разработана креативная графическая концепция.

Первым этапом работы стал анализ аналогов на рынке и ожиданий целевой аудитории (Рисунок 1), результатом стало определение смысловой и графической концепции, а также определение основного образа ставшего основой рекламной концепции, основой которой стал эскиз японской маски Ханья, изображающей «страшный оскал демона», в сочетании с цветами сакуры, что ассоциируется с названием продукта и его историей.

Задача предложенного образа – «напугать», шокировать потребителя, чтобы в результате неожиданной эмоции привлечь внимание, вызвать интерес и подтолкнуть к дегустации. Изображение не отталкивает потребителя, но выгодно выделяет продукт на фоне конкурентов.

В качестве графической техники была выбрана линогравюра – это художественная техника гравюры, при которой изображение создается путем резки на поверхности линолеума. Данная техника актуальна для применения в графическом дизайне, потому что ее преимущества включают:

- выразительность линий: линогравюра позволяет создать четкие, динамичные линии различной толщины;
- оригинальность, уникальность: линогравюра – это ручная работа, требующая определенного мастерства, результат которой представляет собой оттиск, неповторимый за счет ручного процесса печати, что добавляет ценности и индивидуальности дизайну;
- визуальный интерес: линогравюра позволяет создавать контрастные формы и интересные текстуры, которые добавляют глубину и визуальный интерес в дизайн [2].

Данная техника вписывается в смысловую концепцию, являясь рукотворной, «крафтовой» – это коррелируется с продуктом, так как пиво позиционируется как авторское.

После получения линогравюрного оттиска была проведена обработка изображения с помощью графического редактора Adobe Photoshop, а финальный вид графики на «мокапах» продукта был выполнен в программе Adobe Illusrtator.

Основную палитру проекта составили черный, белый и розовый цвета. Черный и белый создают яркий контраст, подчеркивающий контрастность элементов линогравюры, а розовый отсылает к образу цветов сакуры и выступает ярким акцентом.

В качестве основных объектов, для демонстрации графической концепции, были выбраны элементы сувенирной продукции: костер (подставка под стакан), открывалка и стеклянный стакан. Такая продукция тематически

связана с товаром и может быть использована при проведении рекламных компаний.

При разработке макетов для данной продукции линогравюрный оттиск применялся фрагментарно, за счет этого крупнее и заметнее стала уникальная для такой техники текстура. Обязательным элементом композиции стал логотип Оренбургского пивоваренного завода «Крафт».

Данный учебный проект как этап творческого процесса показал свою эффективность и важность для дальнейшего процесса разработки креативной графической концепции и является основой, а ее визуализация, основанная на анализе полученных данных и характеристик ЦА «визуальным телом» проекта, позволяющим заказчику приступить к следующим этапам работы на внедрением нового продукта на рынок.



Рисунок 1 – элементы сувенирной продукции

#### Список литературы

1. Информация о заводе Крафт. Режим доступа <https://orenbeer.ru/pages/zavod>. (дата обращения: 13.01.2024).
2. Издательский словарь-справочник: [электрон. изд.] / А. Э. Мильчин. — 3-е изд., испр. и доп. — М.: ОЛМА-Пресс, 2006.

3. Линогравюра. Материал из Википедии — свободной энциклопедии. Режим доступа <https://ru.wikipedia.org/wiki>. (дата обращения: 13.01.2024).

4. 10 способов анализа целевой аудитории. Режим доступа <https://jagajam.com/blog/article/10-sposobov-analiza-tselevoy-auditorii> (дата обращения: 13.01.2024).

## **ДИЗАЙН В ФОРМИРОВАНИИ БИБЛИОТЕЧНОЙ СРЕДЫ НОВОГО ФОРМАТА**

**Чепурова О.Б., канд. искусствоведения, доцент, Чепуров И.В.  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Оренбургский государственный университет»**

Стандартное понимание библиотеки как просветительской среды, играющей ведущую роль в формировании культурной, нравственной, творчески мыслящей личности, несколько утратило свою актуальность. Современные технологии открыли безграничный доступ к дистанционному изучению любой жанровой литературы, ее видео- и аудио- сопровождению и отчасти перенесли функцию библиотеки в домашнюю среду. Технологический прорыв негативно сказался на существовании самого библиотечного пространства – резко снизилась посещаемость и, как следствие, молодое поколение стало меньше интересоваться живым межкультурным общением того формата, которое ранее предлагали библиотеки.

Данные тенденции способствовали принятию Генеральной Ассамблеей Организации Объединенных Наций от 25 сентября 2015 г. Декларации - «Преобразование нашего мира: повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 г.» [1], определившей развитие библиотек во всем мире на ближайшее десятилетие. В свою очередь, Правительство РФ Распоряжением от 13.03.2021 года за № 608-р утвердило - «Стратегию развития библиотечного дела в Российской Федерации на период до 2030 года».

В 2018 году указом Президента РФ в национальном проекте «Культура» получил развитие процесс создания модельных муниципальных библиотек, целью которых стало найти новый общедоступный формат соединения коммуникативного и интерактивного пространств и восполнить недостаток живого межкультурного контакта в обществе. В рамках реализации национального проекта разработана Концепция модернизации муниципальных библиотек Российской Федерации [2], в основе которой лежит Модельный стандарт деятельности общедоступной библиотеки [3]. «В основу разработки положена концепция библиотеки как четырехэлементной системы, и рассматривается каждый из ее элементов в процессе их эволюции в современной информационной среде» [4].

Развитие библиотечного дела в стране подразумевает внедрение современных технологий, расширение предлагаемых культурно-развлекательных и образовательных услуг. С.Г. Матлина, описывая основные принципы формирования современного библиотечного пространства, отметила, что одним из важных приемов является применение интерактивного дизайна в качестве элемента, стимулирующего использование библиотечных ресурсов, в цифровую эпоху [5].

Введение всех этих новшеств невозможно без кардинального преобразования средового пространства. К решению данных задач активно привлекли дизайнеров, в том числе студентов как молодых специалистов, наиболее остро понимающих требования молодого поколения к новому формату библиотечной среды.

Обращение руководителей муниципальных библиотек в Оренбургский государственный университет с предложением подключить к решению поставленных задач студентов-дизайнеров способствовало появлению интересных нестандартных интерьерных решений, объединяющих:

- художественно-образное решение, отражающее региональную, культурно-историческую и/или этническую особенности месторасположения библиотеки;

- многофункциональность и мобильность функционального планирования, включающего: зоны живого общения, индивидуальных занятий, интерактивных процессов и услуг, демонстрационно-выставочных мероприятий и пр.

Студентами молодежного проектно-научного объединения Оренбургского государственного университета, организованного в 2021 году, за 2022-2023 годы было выполнено более десяти научно-проектных решений, из которых три направлены на создание новых модельных библиотечных пространств. Проектные исследования и поиски индивидуальных решений выполнялись студентами-дизайнерами Соколовой Марией и Барановой Анастасией под руководством преподавателей кафедры дизайна кандидатов искусствоведения, доцентов Чепуровой О.Б., Шлеюк С.Г. и старшего преподавателя Чепурова И.В. Основная идея проектов направлена на модернизацию существующих библиотечных технологий, сервисов и услуг, на расширение удобства и комфорта пользователей.

Первый проект, который хотелось бы отметить как один из самых крупных принятых заказчиком к реализации - «Исследование и разработка дизайн-концепции интерьеров центральной библиотеки Муниципального бюджетного учреждения культуры «Центральная библиотека» Соль-Илецкого городского округа». Характерной особенностью проектного решения стало создание средового пространства транслирующего образы региональных брендов: добываемой соли, курорта на соленых озёрах и самого популярного продукта, выращиваемого в районе – арбуза. Объединение двух образов создавалось сочетаниями характерных для соли и арбуза: форм, цвета, фактур и пр.

Совместно с руководством библиотеки была сформирована модель современного библиотечного пространства в Соль-Илецке, которая должна иметь следующие организованные функции – контактное, виртуальное, массовое для многочисленных и малочисленных групп, индивидуальное. Кроме этого, общественное пространство библиотеки должны удовлетворять потребности посетителей как в работе, учебе, так и в общении, творчестве, отдыхе (рис.1).





Рисунок 1. Дизайн-концепция интерьеров центральной библиотеки Муниципального бюджетного учреждения культуры «Центральная библиотека» Соль-Илецкого городского округа. Автор Баранова Анастасия.

Разработанное дизайнерами перепланировочное решение с определением функциональных зон главного зала позволило организовать: пространство для проведения коллективных мероприятий и для индивидуальных занятий с отдельными местами для лиц с ОВЗ, участки для проведения творческих мастер-классов и сопровождения аудиовизуальных материалов и пр. Кроме этого была решена проблема размещения в зале большого количества книг, выставочных образцов, интерактивной техники и мобильной выставочной зоны.

Второй объект из наиболее интересных разработанных студентами-дизайнерами проектов модельных библиотек – Дизайн-концепция читального зала и коворкинг-зоны библиотеки ОГУ. Аккумулируя социальные, научные и культурные ресурсы, потенциал молодежи, современный вуз выступает сгустком творческой энергии, не только учебным заведением, но и точкой умножения креатива студентов и сотрудников. Рекреационные пространства как вспомогательное средство социальной коммуникации и интеграции позволяет расширить представления о принципах, характере взаимодействия разных социальных сообществ, отдельных личностей и расширить границы их взаимодействия. Также рекреационные пространства несут собой самобытность университетского пространства, а это, несомненно, важно в последующем развитии вуза в целом. Формирование доступной, современной стильной среды рекреационных пространств является важной ступенью в формировании социальной архитектуры вуза. Рекреационные помещения, при расширении их функционального набора, становятся местом сосредоточения студенческой жизни [6].

Студенты, поступившие в вуз, в подавляющем большинстве друг с другом не знакомы, мало кто общается даже со своими однокурсниками, не говоря уже о незнакомцах, встреченных, например, в холле во время перерыва. В условиях межкультурной разобщенности обучающихся, объединяющим информационным и коммуникативным пространством могут стать именно библиотечные коворкинг-зоны. Дизайн является той формой деятельности, при помощи которой может быть реализована данная потребность.



Рисунок 1. Дизайн-концепция интерьеров коворкинг-пространств фонда библиотеки Оренбургского государственного университета, расположенного по проспекту Победы 13 в корпусе 17. Автор Соколова Мария.

Концептуальное решение коворкинг-пространств фонда библиотеки ОГУ направлено на модернизацию существующих библиотечных технологий, сервисов и услуг, направленных на расширение удобства и комфорта пользователей. Концепция предусматривает сценарий развития коворкинг-пространств как центра развития библиотеки, как интеллектуального культурно-досугового центра широкого профиля.

Помещения и зоны включают в себя: открытый доступ к фонду художественной и искусствоведческой литературы, пространство для комфортного чтения, зона открытого доступа к литературе, «шумная» зона для коллективной работы, выставочная зона, зона работы читателей за компьютерами, зона самостоятельной книговыдачи и книговозврата. Предусмотрено наличие социально-коммуникативной площадки, создающей условия для развития многообразных социальных контактов и общественного диалога различных групп местного общества.

Общественные пространства в учебной среде считаются наиболее важным фактором формирования творческого потенциала студентов. Благодаря креативным пространствам университет становится современным, интересным для времяпрепровождения, происходит модификация его структуры на уровне социальной жизни, эстетизация социальной сферы. Такие пространства являются ценным активом для университета и служат местом встречи людей, которые обладают творческим талантом и являются интеллектуальной силой общества. Эта взаимосвязь между творческой деятельностью, пространством университета и людьми приводит к росту основного творчества. На базе подобных креативных пространств могут регулярно проводиться специальные программы, семинары, мастер-классы различных направленностей. Креативная среда мотивирует молодых студентов к самореализации, дает им возможность осуществлять культурные, творческие и коммуникативные потребности. Арт-пространство, как учебно-социальная среда, становится коммуникативным местом людей, различных культур и взглядов.

Полученный опыт проектирования данных интерьеров позволяет сформулировать определенные проектные принципы пространственного подхода построения современных библиотечных пространств:

1. Модернизация проектируемых пространств библиотеки включает в себя:

- упрощение/снятие существующих формальных ограничений при получении/сдаче книг;
- организация равноправного диалога «библиотекарь-читатель»;
- создание возможностей влияния пользователей на библиотечные процессы: комментарии к ресурсам, рекомендации по их приобретению и т.п.

2. С точки зрения, непосредственно, дизайна интерьера преобразование рекреационных пространств библиотеки включает в себя:

- организацию открытого доступа к книжным фондам;
- функциональное зонирование внутри библиотечного пространства;
- возможность мобильной и функционально-динамичной трансформации пространства;
- наличие разнообразной и удобной, с точки зрения эргономики, мебели.

Инновационный подход к модернизации деятельности библиотек состоит в адаптации пространственного подхода для развития и расширения библиотечных сервисов. Современное общество ставит задачей обеспечение доступа к общественно значимой информации и знаниям, и библиотеки являются неотъемлемым элементом коммуникационного процесса.

#### Список литературы

1. Декларация Генеральной Ассамблеи ООН от 25 сентября 2015 года «Преобразование нашего мира: Повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года». Электронный текст документа подготовлен АО «Кодекс» и сверен с официальным сайтом ООН [www.un.org/ru](http://www.un.org/ru) (сканер-копия) по состоянию на 23.05.2016 Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов (дата обращения: 03.07.2023).

2. Концепция модернизации муниципальных библиотек Российской Федерации на основе Модельного стандарта деятельности общедоступной библиотеки [в рамках реализации Национального проекта «Культура»] [Электронный ресурс] // Министерство культуры РФ : офиц. сайт. URL: [https://www.mkrf.ru/upload/iblock/207/20738827427afc67475\\_6765c729efbed.pdf](https://www.mkrf.ru/upload/iblock/207/20738827427afc67475_6765c729efbed.pdf) (дата обращения: 03.07.2023).

3. Модельный стандарт деятельности общедоступной библиотеки // Российская библиотечная ассоциация : офиц. сайт. URL: [http://www.rba.ru/cms\\_rba/news/upload-files/news/2014/04\\_12/modstandart.pdf](http://www.rba.ru/cms_rba/news/upload-files/news/2014/04_12/modstandart.pdf) (дата обращения: 03.07.2023).

4. Руководство ИФЛА/ЮНЕСКО по развитию службы публичных библиотек / Междунар. федерация библ. ассоц. и учреждений. Секция публ. б-к ; Рос. библ. ассоц. Санкт-Петербург : Рос. нац. б-ка, 2001. 112 с. (дата обращения: 12.12.2023).

5. Матлина С.Г. Библиотечное пространство: основные принципы и характеристики. (Социокультурные аспекты). Часть первая // Научные и

технические библиотеки. 2016. № 6. С. 83—97. DOI: 10.33186/1027-3689-2016-6-83-97.

6. Фокина Н.Н. Рекреационные территории как культурное пространство города в системе социально-культурной деятельности // Молодежь в науке и культуре XXI века. Материалы международного научно-творческого форума. Челябинск, 2013. С. 307-310.

# **ИНТЕРЬЕРНЫЙ СКЕТЧ КАК ВИД СОВРЕМЕННОЙ ПРОЕКТНОЙ ГРАФИКИ**

**Шлеюк С.Г., канд. искусствоведения, доцент  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Оренбургский государственный университет»**

Дисциплина «Рисунок и проектная графика» дает возможность получения навыков владения проектной профессиональной графикой в интерьере для студентов, обучающихся по направлению подготовки «Дизайн», профиля «Дизайн среды». Целью обучения дисциплины является получение знаний и умений в области проектной графики как средства визуальной коммуникации в учебной и профессиональной дизайн-проектной деятельности. Одной из основных задач курса является овладение основными принципами работы в скетче, выполнении набросков, зарисовок и т.д. для формирования авторской графики.

В современном мире скетч приобретает все большую популярность у молодежи и творческой аудитории. Выпускаются специальные альбомы – скетчбук - для зарисовок на каждый день, в которых можно оставлять свои быстротечные изображения, иллюстрирующие события дня, ход своих мыслей и впечатлений. Появилась новая форма ведения визуальных конспектов или заметок с одновременным использованием текста и рисунков - скетчноутинг (sketchnoting), который был придуман дизайнером и иллюстратором Крисом Гильбо [1].

Таким образом, иллюстрирование становится необходимым элементом нашей жизни, кратким выражением наших эмоций и информации. Формирование у обучающихся привычки графически выразить свои мысли раскрывает широкие возможности для быстрой работы с заказчиком в будущей профессиональной деятельности. В современном скетче перемешиваются записи с иллюстрациями, философия современного восприятия действительности с изображениями, и такая форма подачи воспринимается как цельный и единый графический документ, по своей форме напоминающий личные записи в дневнике. Изображения выполняются специфическим, современным графическим молодежным стилем, объединяющим в себе стилистику «аниме» с современной авторской графикой. В процессе заполнения страниц происходит максимальная концентрация на определенном изображаемом объекте, формируется умение выделить главное, рисунок ведется индивидуально, не стремясь соответствовать каким-то академическим канонам. Скетчбук, таким образом используемый для визуализации дизайна интерьера, может представлять графический проектный комплекс, снабженный целым перечнем сопроводительной текстовки, демонстрирующий концептуальное решение выполняемого проекта. На основе графических изображений, после одобрения заказчика, в дальнейшем выстраивается

трехмерное изображение в компьютерных программах и комплект рабочих чертежей.

Формирование скетча как особого вида воспроизводства художественной или проектной идеи имеет длительную историю. Тот факт, что термин «скетч» появился в XVI веке и обозначал короткую одноактную пьесу комедийного содержания [2; с.358] может многое объяснить и в современном его прочтении. Так, ориентируясь на первоначальный смысл данного термина и используя те же смысловые контексты, определяем, что проектное изображение в дизайне должно быть коротким, то есть кратким и точным или как его обозначали в XVI веке – «одноактным». Переноса данные показатели на современный язык понимаем, что скетч предполагает максимально приближенное к реальности и кратковременное изображение, доступное и понятное заказчику и зрителю.

Реалистичное изображение художником в профессиональной тональной графической манере требует много времени и академических навыков, чего практически всегда не хватает дизайнеру в работе с заказчиком, ведь часто свою мысль необходимо изобразить практически одномоментно. Поэтому такое изображение должно быть выполнено с применением особой формы стилизации и интерпретации, соответствующей формам проектной современной графики. Структура принципа визуализации скетча изображена на рисунке 1.

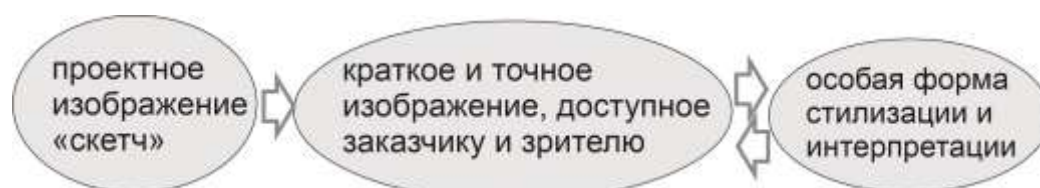


Рис. 1 Структура скетча

Для понимания характера формы изображений в скетче обратимся к терминологии. Стилизацией в искусстве называют такой художественный прием, при котором выполняется «...подчёркнутая имитация характерных особенностей того или иного стиля (конкретного автора, жанра, направления и др.), как правило связанная с его переосмыслением» [3]. В изобразительном искусстве при помощи стилизации предметы либо фигуры обретают переосмысленные автором формы. Стилизация делает объект искусства понятным и сейчас широко используется также в дизайне.

Под интерпретацией понимают момент «...художественно-критического процесса, при котором произведение искусства описывают и анализируют, чтобы выявить его средства выразительности, значение, настроение или идею, которая сообщается зрителю...» [4]. Для выполнения скетча обучающимися используются и стилизация, и интерпретация. Так на начальных этапах обучения скетчу, студенты выполняют копии с работ различных скетчей, а впоследствии, интерпретируя свои навыки вырабатывают свой авторский стиль.



В современных источниках часто смешивают понятие «наброска», «эскиза», «зарисовки» и «скетча». Обычно читаем, что «...слово «скетч» пришло в Россию из английского языка, в котором sketch означает «набросок», «эскиз», «зарисовка» ... На Западе слово «скетч» в художественной среде впервые использовали еще в XVI–XVII веках. Им обозначали быстро выполненный от руки рисунок, который обычно делали как предварительный набросок» [5]. В традиции академического рисунка зарисовки были обязательными. Чаще всего их создавали на отдельных листах бумаги или в альбомах. Иногда набросок мог стать готовой творческой работой.

Однако между набросками и скетчем даже визуально присутствует большая разница, которая состоит в особых формах подачи интерпретации изображаемого академического рисунка и проектного изображения. Так отличие выражается в нескольких значительных показателях, таких как – линия, форма, цвет, композиция, задача изображения, а, следовательно, и подход к интерпретации и стилизации.

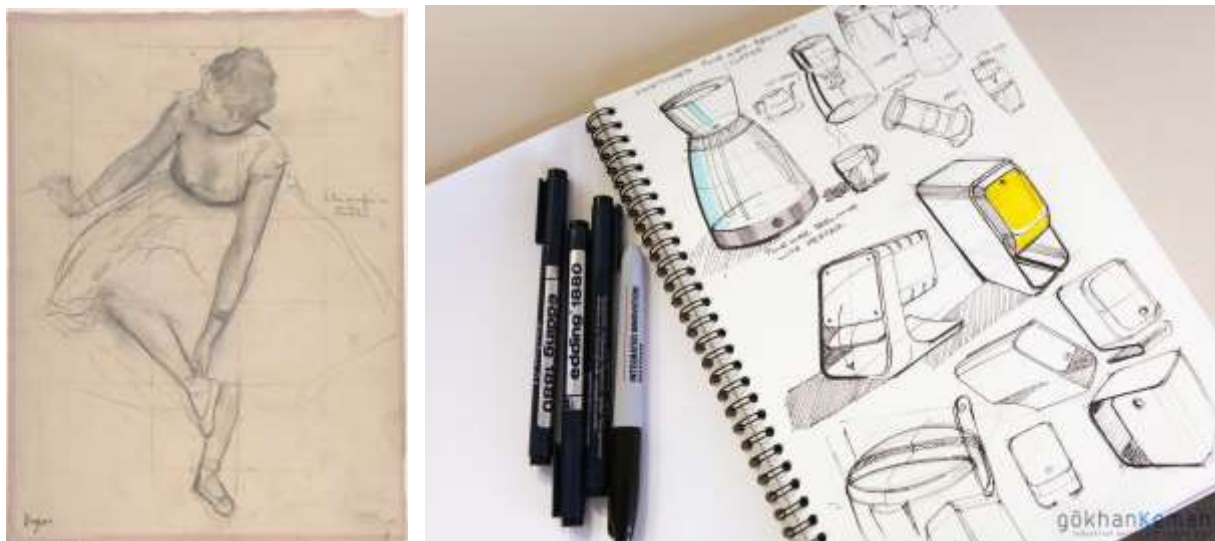


Рис. 2. Пример зарисовки Эдгара Дега и учебного скетча

Из всех вышеперечисленных показателей считаем самой важной - задачу, стоящую перед исполнителем в процессе выполнения зарисовки или скетча.

Основной задачей художника, выполняющего подготовительные быстрые рисунки к будущему произведению, является внимательное изучение формы натуры, для того, чтобы в зарисовке передать все ее особенности, максимально приближая натуру к художественному образу, заложенному автором изначально. Процесс интерпретации и стилизации присутствует в работе художника, но при этом авторское воспроизведение профессионального художника должно быть уникальным, единственным и узнаваемым зрителем.

Задачей скетча также является быстрое изображение действительности или воображаемого объекта. Но нет задачи создания графического произведения. Как и в дизайне, в скетче основной целью является его функциональное предназначение, то есть демонстрация заказчику своей идеи. Для выполнения этой задачи дизайнер должен иметь свой собственный

графический метод, для которого скетч является наиболее воспринимаемым и читабельным вариантом визуализации.

Дизайн интерьера - сложный комплексный вид проектной деятельности, направленный на обустройство функционального и эстетически осмысленного пространства жизнедеятельности. В основе творчества дизайнера лежит комплексный подход и синтез разнообразных средств художественной выразительности. Современный вид проектной графики - скетчинг доступно представляет основную идею, заложенную дизайнером в проекте интерьера.

#### Список литературы

1. Скетчноутинг или польза рисования во время лекций. Режим доступа: [https://lala.lanbook.com/sketchnouting-ili-polza-risovaniya-vo-vremya-lekcij#:~:text=Скетчноутинг%20\(sketchnoting\)%20—%20это%20форма,«Стартап%20за%20%24100»%20Криса%20Гильбо](https://lala.lanbook.com/sketchnouting-ili-polza-risovaniya-vo-vremya-lekcij#:~:text=Скетчноутинг%20(sketchnoting)%20—%20это%20форма,«Стартап%20за%20%24100»%20Криса%20Гильбо)
2. Скетч // Словарь литературоведческих терминов / ред.-сост.: Л. И. Тимофеев и С. В. Тураев. — М.: Просвещение, 1974. - 509 с.
3. Песочинский Н. В. (театр) Стилизация. Большая российская энциклопедия 2004–2017. Режим доступа: <https://old.bigenc.ru/literature/text/4166489>
4. Киселева Н. Е. Интерпретация в изобразительном искусстве. Сайт: Культура. ВикиЧтение. Режим доступа: <https://culture.wikireading.ru/88932>
5. Скетч. Сайт «культура РФ». Режим доступа: <https://www.culture.ru/s/slovo-dnya/sketch/>



## **К ВОПРОСУ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ БУДУЩЕГО ХУДОЖЕСТВЕННО-ТЕХНИЧЕСКОГО РЕДАКТОРА НА ДИСЦИПЛИНЕ «ЦВЕТОВЕДЕНИЕ И КОЛОРИСТИКА»**

**Яньшина М.М., канд. искусствоведения  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Оренбургский государственный университет»**

Современное профессиональное образование будущего художественно-технического редактора обусловлено потребностями общества в расширении и разнообразии рынка печатной и медиапродукции различной направленности. В сложившихся условиях вуз ориентирован на подготовку конкурентоспособного бакалавра, стремящегося к профессиональному и личностному саморазвитию, обладающего художественным вкусом, способного адаптироваться в современном медиaprостранстве и состояться в профессии.

Конкурентоспособность бакалавра определяется наличием общекультурных и профессиональных компетенций, которые формируются в процессе накопления знаний и опыта практической деятельности.

Цветоведение – одна из основных пропедевтических дисциплин в подготовке обучающихся на кафедре дизайна ОГУ как по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн (профили подготовки Графический дизайн, Дизайн среды), так и по направлении подготовки 42.03.03 Издательское дело профиля Художественно-техническое редактирование. Дисциплина «Цветоведение и колористика» преподается на 1 курсе для бакалавров направления подготовки 42.03.03 Издательское дело профиля Художественно-техническое редактирование очной формы обучения. Дисциплина относится к обязательным дисциплинам (модулям) вариативной части блока Д «Дисциплины (модули)».

Дисциплина направлена на формирование компетенции ПК-2: «Способен участвовать в формировании и реализации художественно-образной, композиционной и колористической концепции в оригинал-макете книжных, газетно-журнальных, электронных изданий». Наряду с лекционным материалом, дисциплина включает в себя ряд практических заданий, позволяющих закрепить теоретические знания и овладеть навыками работы с цветом: «Черно-белая плавная растяжка»; «Хроматические растяжки»; «Варианты однотоновой (монохромной) цветовой гармонии»; «Варианты гармонии контрастных цветов»; «Варианты гармонии родственных цветов»; «Варианты гармонии родственно-контрастных цветов»; «Эмоциональные состояния» и т.п. [1] Данная серия упражнений позволяет обучающимся ориентироваться в теории цвета, типологии цветовых гармоний, психологии и физиологии восприятия цвета. Однако этого не всегда достаточно для реализации художественно-образной, композиционной и колористической

концепции оригинал-макетов книжных, газетно-журнальных и электронных изданий.

Проблема цветовой гармонии и поиска психологически комфортных, гармоничных цветовых сочетаний часто является одной из ведущих в процессе генерации идей для оригинал-макетов изданий различного типа. Вопрос остается не до конца разработанным даже среди теоретиков изучения цвета. Его рассматривали и философы, начиная с Древней Греции, и художники всех исторических периодов и стилистических направлений, и ученые-физики, и современные колористы: И. Ньютон, И.В. Гете, Д. Дидро, В. Оствальд, Ф. Рунге, И. Иттен, Д. Мксвелл, В.В. Кандинский, М.В. Матюшин, Т.А. Буймистру, Б.А. Базыма и многие другие. [2-4]

Для более успешной профессиональной деятельности художественно-техническому редактору необходимо уметь анализировать и синтезировать информацию, полученную при работе с аналогами изданий различного ассортимента в части колористических, шрифтовых, стилевых и др. тенденций с последующим применением в своей работе над композиционными решениями оригинал-макетов. Для решения данной задачи авторами курса вкуче с преподавателями других дисциплин («Дизайн и предпечатная подготовка полиграфической продукции», «Компьютерные технологии в издательском деле», «Пропедевтика», «История культуры и искусств») были внедрены следующие практические задания.

Первое задание включает в себя колористический анализ обложки и трех страниц (на выбор преподавателя) модного глянцевого журнала с последующим определением типа гармонии, изготовлением выкрасок выявленной гаммы и нанесением типа гармонии на схему цветового круга. Задание оформляется на листе формата А3 в технике коллажа. Помимо частей задания, выполненных вручную гуашевыми красками (цветовая гамма, схема цветового круга), в компоновку листа в обязательном порядке входят уменьшенные копии полос анализируемого периодического издания и поясняющие надписи. Отдельное внимание отведено композиционному расположению всех составляющих элементов в листе. Ориентацию листа и компоновку элементов согласно законов композиции (симметрия/асимметрия, выделение композиционного центра и т.п.) обучающийся определяет сам с представлением рабочих вариантов для утверждения преподавателю. Затем студент изготавливает макет будущей «полосы» с учетом всех отступов и визуальных рамок, расстояний между элементами, размечает «сетку» чистовой «полосы». Преподаватель контролирует все промежуточные этапы выполнения задания. После того, как задание выполнено, обучающийся сдает готовую работу, сопровождая ее кратким устным сообщением результатов анализа и работы в целом (рисунок 1).

Суть второго задания заключается в разработке собственной композиции рекламной листовки или плаката на заданную преподавателем тему. Студентам были предложены следующие варианты тем на выбор: «Разработать афишу в стиле афиши к фильму ужасов», «Разработать афишу в морском стиле»,

«Разработать афишу в стиле новогодней открытки», «Разработать афишу в стиле «Прованс», «Разработать афишу в русском стиле», «Разработать афишу в готическом стиле», «Разработать афишу в греческом стиле», «Разработать афишу в скандинавском стиле», «Разработать афишу в стиле «Конструктивизм», «Разработать афишу в стиле художника-абстракциониста (К. Малевич, В. Кандинский и др.)», «Разработать афишу в мексиканском стиле», «Разработать афишу в космическом стиле», «Разработать афишу в стиле свадебной открытки/приглашения».



Рисунок 1 – Пример выполнения задания № 1

Обучающийся должен подобрать один или несколько аналогов-носителей стиля (источников вдохновения) и проанализировать выбранный стиль с различных позиций, ответив на ряд вопросов:

- какая цветовая схема? (колорит, тип гармонии, тип контраста);
- какой шрифт? (тип шрифта, характер шрифта, начертание шрифта, толщина букв, «настроение» шрифта);
- какой характер линий? (плавные или острые, сплошные или рваные, тонкие или толстые, «страшные» или «милые» и т.д.);
- какой орнамент характерен для выбранного стиля? (есть орнамент или его нет в данном стиле, геометрический орнамент или растительный, стилизованный или натуралистичный, какова сетка и раппорт орнамента, каковы размеры орнамента, цвет орнамента, толщина линий орнамента и т.д.);
- какова самая распространенная композиционная схема объектов выбранного стиля? (вертикальная или горизонтальная компоновка, место расположения композиционного центра, построена композиция на законах контраста, нюанса или тождества и т.д.);
- какое психоэмоциональное воздействие должен оказывать проектируемый объект на зрителя\потребителя?

На основании проведенного анализа обучающийся представляет рабочие варианты будущей полосы для утверждения преподавателю, сопровождая кратким устным сообщением. В верстку будущей полосы в обязательном порядке включаются текст, цветовая гамма (выкраски) и некоторое количество графических объектов (на выбор студента). Формат листовки, ориентацию листа и компоновку элементов согласно правил композиции (симметрия/асимметрия, выделение композиционного центра, соблюдение визуальных рамок, отступов и т.п.) обучающийся определяет сам. Затем студент изготавливает макет будущей «полосы» с учетом всех отступов и визуальных рамок, расстояний между элементами, размечает «сетку» чистовой «полосы». Преподаватель контролирует все промежуточные этапы выполнения задания. Задание оформляется на листе формата А3 в технике коллажа. Формат листовки 20х20 см или 26х17 см; материал исполнения – свободный (гуашь, акварель, тушь\перо, линер, маркер и т.п.) (рисунок 2).



Рисунок 2 – Пример выполнения задания № 2

Описанные выше задания позволяют в достаточной мере сформировать у обучающихся навыки выбора наиболее оптимальных колористических, композиционных решений в процессе реализации своей творческой идеи. В процессе выполнения заданий тренируется цветовая насмотренность обучающихся, «цветовое чутье», законы цветовой гармонии применительно к будущей деятельности, совершенствуются навыки построения графического и шрифтового изображения с соблюдением общих композиционных законов. [1] Это повышает уровень конкурентноспособности выпускников и реализации их профессиональных возможностей.

### Список литературы

1. Яньшина, М. М. Дисциплина "Цветоведение и колористика" в программе подготовки по профилю "художественно-техническое редактирование" [Электронный ресурс] / М. М. Яньшина // Вестник Оренбургского государственного университета, 2023. - № 4 (240). - С. 156-164. . - 9 с.
2. Иттен, И. Искусство цвета. - М: Изд-во Д. Аронов, 2001. – 96с., ил.
3. Буймистру, Т.А. Колористика: цвет - ключ к красоте и гармонии. - М.: Издательство «Ниола-Пресс», 2008 – 236 с., ил.
4. Базыма Б.А.; Психология цвета: Теория и практика; Изд: Речь 2005 ISBN 5-9268-0363-2