

ПРОМТЕХДИЗАЙН

ДИЗАЙН
ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ
И ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Санкт Петербургский государственный университет
промышленных технологий и дизайна»

ПРОМТЕХДИЗАЙН

Дизайн, искусствоведение и филологические науки

Сборник статей всероссийской научной конференции молодых
ученых с международным участием

Часть 3

Санкт-Петербург
2025

УДК 009+67/68(063)

ББК 6/8+37.2я43

П40

П40 **ПРОМТЕХДИЗАЙН** Дизайн, искусствоведение и филологические науки. Сборник статей всероссийской научной конференции молодых ученых с международным участием. Часть 3 / Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна. – Санкт-Петербург.: ФГБОУВО «СПбГУПТД», 2025. – 288 с.

ISBN 978-5-7937-2860-7

978-5-7937-2863-8

Научно-технические конференции институтов, высших школ и факультетов – с 01.04.2025 г. по 27.04.2025 г.

Оргкомитет:

Макаров А.Г. – д.т.н., профессор, председатель

Шванкин А.М. - к.т.н., ответственный секретарь

Вагнер В.И. – к.т.н., доцент

Ванькович С.М. – к.искусств., доцент

Ветрова Ю.Н. - к.т.н., доцент

Гамаюнов П.П. – профессор

Жукова Л.Т. – д.т.н., профессор

Иванов К.Г. – д.ф.-м.н., профессор

Иванов О.М. – д.т.н., профессор

Иванова С.Ю. - к.т.н., доцент

Киселев А.М. – д.т.н., профессор

Куров В.С. – д.т.н., профессор

Лебедева Г.Г. – к.т.н., доцент

Лезунова Н.Б. – к.филолог.н., доцент

Мамонова В.А. – к.культур.

Марковец А.В. – д.т.н., профессор

Переборова Н.В. - д.т.н., профессор

Рожков Н.Н. – д.т.н., доцент

Сухарева А.М. - к.т.н., доцент

Энтин В.Я. – д.т.н., профессор

ISBN 978-5-7937-2860-7

978-5-7937-2863-8

УДК 009+67/68(063)

ББК 6/8+37.2я43

© ФГБОУВО «СПбГУПТД», 2025

Ахунова А.А., Фирсова Ю.Ю.

НА СТЫКЕ РУССКОГО И ФРАНЦУЗСКОГО ИМПРЕССИОНИЗМА

© Ахунова А.А., Фирсова Ю.Ю., 2025

Российский государственный университет им.А.Н.Косыгина
119071, г. Москва, ул. Малая Калужская д. 1

В статье автор обращается к изучению творчества художников-импрессионистов в поисках новых собственных приемов, новых художественных средств трактовки формы для передачи художественного образа.

Ключевые слова: живопись, импрессионизм, образ, стиль, творческая манеры, художественная форма, художественные средства, авторские приемы и техники.

Akhunova A.A., Firsova Y.Y.

A.N.Kosygin Russian State University
1 Malaya Kaluzhskaya str., Moscow, 119071

AT THE JUNCTION OF RUSSIAN AND FRENCH IMPRESSIONISM

In the article, the author turns to the study of the work of Impressionist artists in search of new techniques of their own, new artistic means of interpreting form to convey an artistic image.

Keywords: painting, impressionism, image, style, creative manners, art form, artistic means, author's techniques and techniques.

Для достижения максимальной эмоциональной передачи художественного образа художники находятся в поиске новых приемов и техник. Этот процесс может продолжаться в течение всей творческой жизни художника. В этом поиске новых трактовок художественной формы в искусстве рождаются новые стили и направления[1].

В настоящем исследовании авторы обращаются к импрессионизму – стилю, который стал не просто художественным направлением, а культурным феноменом, изменившим представление об искусстве и его роли в обществе. Это движение провозгласило важность личного восприятия, свободы выражения и красоты мимолетного момента, оставив неизгладимый след в истории мировой культуры.

Художники-импрессионисты стремились зафиксировать мимолетное, неуловимое впечатление от увиденного, передать игру света и тени, вибрацию воздуха и атмосферу момента. Они отказывались от академических канонов и устоявшихся правил, стремясь к свободе выражения и субъективному восприятию реальности. Не случайно название стиль получил от французского слова *impression* - «впечатление» [2].

Ключевым принципом импрессионизма стала работа на пленэре – на открытом воздухе. Это позволяло художникам непосредственно наблюдать за изменениями в природе, фиксировать нюансы освещения и создавать картины, полные жизненной энергии и свежести. Они использовали яркие, чистые цвета, нанося их мелкими, отдельными мазками, создавая эффект мерцания и вибрации света. Благодаря этому, изображения получались живыми, динамичными и полными воздуха.

Объектом настоящего исследования стало творческое наследие двух выдающихся художников 19 века – первого русского импрессиониста Константина Коровина и французского художника-импрессиониста Пьера Огюста Ренуара. Темой исследования стали изображения цветов в работах этих художников. Цветы для обоих художников были символом совершенной красоты. Они не только сопровождали героев их портретов, но и сами являлись главными героями (рис.1) [3,4].

В результате визуального анализа были выявлены приемы мастеров, указывающие на некоторую их схожесть и принципиальные отличия в трактовке художественной формы.

Композиция листа. В работах обоих мастеров цветам отведена главная роль. Букеты в работах художников несут образ прекрасного и позитивного. Художники считали, что цветы должны приносить радость и им удавалось этого добиться благодаря изысканному стилю и насыщенной цветовой гамме.

Колорит. Буйство красок прослеживается в картинах обоих живописцев. Палитра мастеров построена на контрасте теплых оттенков и холодных оттенков.

Динамичность. С помощью динамичных мазков оба живописца задавали своим картинам движение, наполняя свои полотна воздухом.

Роль. Коровин, как и Ренуар рассматривали цветы вне натюрморта. Каждый букет обладал своими особенностями и нес в себе определенный характер. Нередко оба художника изображали цветы в портретах, но не в качестве композиционного дополнения, а как отдельный персонаж: цветы не теряются на заднем плане, они равноправно разделяют роль героя портрета (рис.1б). Образ цветов также возникает как узор на вазе, занавеске, как декоративный, но важный элемент на шляпке (рис.1г).

К отличительным индивидуальным приемам трактовки формы двух художников можно отнести следующие:

Стиль. Оба художника пользуются «авторским» мазком для передачи формы предмета. У Ренуара динамика мазка проявляется отчетливо - мазки ложатся в одном направлении, обтекая форму предмета. Мазок Ренуара тонкий и изящный, он больше похож на штрих, в отличие от крупного, решительного, экспрессивного мазка Коровина.

Детализация. Коровин старался избегать излишней детализации, его целью было «взять пятном», в то время, как Ренуара интересуют детали. Он мог изобразить четкие очертания орнамента на вазе, прорисовать отдельные лепестки бутона.

Ритм. В силу вытянутости мазка работы Ренуара отличаются вертикальностью. У Коровина, напротив, мягкий и короткий, мозаичный мазок дает ощущение округлых и дугообразных ритмов.

Контраст. Тени в живописи Ренуара глубокие и насыщенные. Художник составляет сложный цвет, который обволакивает словно туман. Коровин же сохраняет свежесть и контраст цвета даже в тенях, подбирая холодные, сочные оттенки.



Рис. 1. – Образ цветов в работах мастеров: а,б - характерные приемы и цветовые решения в натюрморте К. Коровина,

в,г - характерные приемы и цветовые решения в натюрморте П.О.Ренуара

По итогам анализа творческих приемов художников, создана творческая работа, в которой нашли отражение техника К. Коровина и П.О. Ренуара в авторской интерпретации [5]. Фон и окружающие букет предметы выполнены в манере Константина Коровина - крупные, округлые мазки, обобщение форм, контраст света и тени. Центральный букет выполнен в манере П.О.Ренуара, с его главной узнаваемой чертой - «эффектом туманности» - граница контура цветов размыта, что делает их более воздушными.



Рис.2. Алсу Ахунова «Белые пионы»

Импрессионизм – это не просто стиль живописи, это философия, подход к восприятию мира. Он освободил художников от необходимости следовать строгим академическим правилам, открыл новые возможности для экспериментов с цветом, светом и формой [6]. Его идеи нашли отражение в других направлениях живописи и до сих пор вдохновляют художников на поиск новых ярких и оригинальных решений.

Список литературы

1. Yu. Firsova, E. Gilmutdinova, V. Krasnoshchyokov, K. Karamova and A. Kalimullina, «Design Thinking: A New Model of Artistic Design of a Modern Costume Based on the Principles of Architectural Bionics, AIP Conf. Proc. 3268, 050018 (2025) [Электронный ресурс]. – URL: <https://doi.org/10.1063/5.0257800>
2. **Краснякова Н. Н.**, Импрессионизм в искусстве как новое художественное видение мира, СГАУ им. М. Ф. **Решетнева**, Красноярск – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/impressionizm-v-iskusstve-kak-novoe-hudozhestvennoe-videnie-mira/viewer>
3. **Как Ренуар «боролся» с кризисом и рисовал Моне: Многогранное творчество французского живописца** – URL: <https://kulturologia.ru/blogs/061222/54884/>
4. **Константин Коровин** - URL: <https://www.culture.ru/persons/8236/konstantin-korovin>
5. **Семченко В. А., Фирсова Ю. Ю. Экспрессия и темперамент в художественном эскизе / Инновации и технологии к развитию теории современной моды «Мода (Материалы. Одежда. Дизайн. Аксессуары)» – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», апрель 2023. – С. 137-140.**
6. **Кубекова А.И., Фирсова Ю.Ю., Психология образа в эскизах костюма. Эмоция - старт художественного проектирования, Сборник материалов II Международной научно-практической конференции Инновации и технологии к развитию теории современной моды, «Мода (Материалы. Одежда. Дизайн. Аксессуары)», посвящённая Фёдору Максимовичу Пармону., – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», апрель 2022, С. 332-336.**

References

1. Yu. Firsova, E. Gilmutdinova, V. Krasnoshchyokov, K. Karamova and A. Kalimullina, «Design Thinking: A New Model of Artistic Design of a Modern Costume Based on the Principles of Architectural Bionics, AIP Conf. Proc. 3268, 050018 (2025) [Electronic resource]. – URL: <https://doi.org/10.1063/5.0257800>
2. Krasnyakova N. N., Impressionism in art as a new artistic vision of the world, SSAU named after M. F. Reshetnev, Krasnoyarsk – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/impressionizm-v-iskusstve-kak-novoe-hudozhestvennoe-videnie-mira/viewer>
3. How Renoir “fought” the crisis and painted Monet: The multifaceted work of the French painter – URL: <https://kulturologia.ru/blogs/061222/54884/>
4. Konstantin Korovin - URL: <https://www.culture.ru/persons/8236/konstantin-korovin>
5. Semchenko V. A., Firsova Yu. Y. Expression and temperament in an artistic sketch / Innovations and technologies for the development of the theory of modern fashion “Fashion (Materials. Clothes. Design. Accessories)” Moscow: Kosygin Russian State University, April 2023, pp. 137-140.
6. Kubekova A.I., Firsova Yu.Y., Psychology of the image in costume sketches. Emotion - the beginning of artistic design, Collection of materials of the II International Scientific and Practical Conference Innovations and technologies for the development of the theory of modern fashion, “Fashion (Materials. Clothes. Design. Accessories)”, dedicated to Fyodor Maximovich Parmon., Moscow: Kosygin Russian State University, April 2022, pp. 332-336.

М.Б. Белова

ПУТИ РАЗВИТИЯ АНИМАЛИСТИЧЕСКОЙ СКУЛЬПТУРЫ ЛЕНИНГРАДА И СОВРЕМЕННОГО САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

© М.Б.Белова, 2025

*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна
191186, Санкт-Петербург, Большая Морская, 18*

Статья посвящена развитию монументальной скульптуры в жанре анималистики в Санкт-Петербурге. Рассматриваются основные этапы становления данной скульптуры в Петербурге. Проводится сравнительный анализ петербургской анималистической скульптуры с западноевропейской. Основным объектом внимания автора являются особенности трактовки анималистической скульптуры Санкт-Петербурга от 1950-х гг. и до наших дней

Ключевые слова: монументальное искусство, анималистика, памятник, скульптура Санкт-Петербурга.

М.В. Belova

St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design
191186, St. Petersburg, Bolshaya Morskaya, 18

THE DEVELOPMENT OF ANIMALISTIC SCULPTURE IN ST. PETERSBURG IN THE POST-WAR TIMES AND TO THE PRESENT DAY

The article is devoted to the development of monumental sculpture in the genre of animalism in St. Petersburg. The main stages of the formation of this sculpture in St. Petersburg are considered. A comparative analysis of St. Petersburg animalistic sculpture with Western European is carried out. The main object of the author's attention is the peculiarities of the interpretation of animalistic sculpture in St. Petersburg from the 1950s to the present day.

Keywords: *monumental art, animalism, monument, sculpture of St. Petersburg.*

Сегодня, прогуливаясь по Петербургу, невозможно обойти вниманием разнообразие скульптуры, представленной в разных жанрах. Важное место в оформлении не только улиц и площадей, но и мостов и набережных, фасадов зданий занимают работы, представляющие анималистический жанр. Здесь мы встретим наряду с обитателями мира живой природы немало вымышленных, мифических существ. Каждая из скульптур позволяет прочувствовать особую пластику, грацию животного, его нрав и повадки. Наш глаз любит мастерство исполнения анималистической композиции, а руки тянутся потрогать, погладить кота или собаку, потереть наудачу нос зайца. Исследователи в области изобразительного искусства пришли к выводу, что у произведения скульптуры есть своя осязательная сила убеждения. В «Трактате о скульптуре» ученый эпохи Возрождения Помпониус Гаурик, пишет: «Писатель воздействует словом, скульптор – делом, вещью; тот только рассказывает, а этот делает и показывает» [3, с.97].

О появлении анималистики в пространстве Петербурга можно говорить, начиная с середины XIX в, когда появляются скульптурные изображения львов и конные монументы. Однако о формировании современного типа анималистической скульптуры можно говорить только применительно к середине XIX в. П. К. Клодт по праву считается одним из основоположников анималистического жанра в русской монументальной скульптуре. Самое популярное изваяние мастера – скульптурные композиции на Аничковом мосту. Зритель видит сильных и отважных людей, которые вступают в борьбу с пылким и энергичным нравом животного. Кони здесь являются дополнением к человеческой фигуре, придавая живую динамику всему произведению. Иначе говоря, фигура человека воспринимается ещё грандиознее благодаря этому взаимодействию. Эти скульптуры имеют очень важное значение для дальнейшего развития анималистического жанра, поскольку здесь впервые проявил себя не идеализированный шаблон изображения животного, а реальные конкретные наблюдения. Автор интересуется индивидуальными чертами, которые не подстраиваются под определённые каноны, а, наоборот, выявляют индивидуальность мастера.

П.К. Клодт дал импульс для дальнейшего развития анималистической скульптуры в России, его скульптуры играли и продолжают играть важную роль в воспитании эстетического вкуса и любви к представителям фауны. Они являются частью культурного наследия и неизменно привлекают внимание петербуржцев и гостей города. Как писал Е. Кор, «...не следует забывать, что произведения монументального искусства обладают гораздо большим далевым» прицелом, чем иные виды изобразительного творчества, в них объективно отражается не только современность, но и то, как будет выглядеть эта современность завтра, став уже историей» [2, с.23]. Однако анималистическая скульптура еще не представляла собой самостоятельного жанра именно в монументальной пластике, так как отдельные ее образцы не сложились в некую целостную линию.

В 1920-1930-е гг. происходит поиск нового стиля, новых форм, отход от дореволюционного академизма. Скульпторы и мастера графического искусства всё больше стилизуют, упрощают формы, стремятся к лаконичности и выразительности, а иногда пытаются показать животное с точки зрения его символического значения. И если в 1920-е гг. время от времени еще создаются стилизованные изображения домашних животных в условной манере, то, начиная с середины 1930-х гг., советские скульпторы возвращаются к принципам академической школы. Животных стали изображать как сильных и могущественных существ, помощников человека в науке (примером этого стал

памятник собаке Павлова, установленный на Аптекарском острове в 1935 г. по инициативе великого ученого как знак благодарности животному – участнику важных медицинских экспериментов) или в сельском хозяйстве. В довоенное время развивается также парковая скульптура, где анималистические образы призваны были подчеркнуть связь человека с природой и создавать благоприятную атмосферу для отдыха.

Следует отметить, что анималистическая скульптура советского времени начала формироваться в первую очередь в Москве. Для Северного речного вокзала Московского речного пароходства, расположенного на берегу Химкинского водохранилища, скульпторы И.С.Ефимов и Л.А.Кардашов создали анималистические изваяния, украшающие фонтаны под названием «Фонтан Юга» («Черноморский») и «Полярный» («Северный») соответственно. Для первого фонтана изготовлена группа играющих на волне дельфинов, расположенных на стеклянных шарах, тема второго фонтана — птичий базар, для него были изготовлены из красной меди фигуры гагар и диких гусей с раскинутыми крыльями, в центре пьедестала чашу фонтана поддерживает группа белых медведей.

В 1970-1980-е гг. анималистическая скульптура все чаще устанавливается на детских площадках. В силу возраста детям так или иначе хочется потрогать, погладить, залезть на «покорного» животного, а родителям запечатлеть своего ребенка «рядом с искусством». Тем самым скульптура в данном контексте уже приобретает интерактивное значение. Подтверждением этому является детская площадка в Южно-Приморском парке, созданная в 1972 г. по проекту архитектора А. Г. Полякова. На площадке установлены слон, черепаха и крокодил. Скульптуры с течением времени реставрируются и покрываются защитным декоративным слоем. Уже в наши дни планировалось добавить еще одного представителя фауны, который продолжил бы представленный здесь ряд обитателей Африки. Одним из предложений был пеликан — как символ родительской любви, самопожертвования и милосердия. В XIX в. во многих российских городах на фасадах зданий воспитательских учреждений изображались эти птицы. Важным дополнением в монументальную анималистику Ленинграда стала еще одна композиция, установленная в конце 1970-х гг. в районе новостроек на Юго-западе. Это скульптурная группа «Слоны» (конец 1970-х гг., скульптор Г.В.Додонова), посвященная четвероногим артистам цирка, отмеченная органичным синтезом монументальности целостной по пластике группы и умением обыграть яркие, выразительные детали.

В 1980 г. художник-скульптор В. А. Трубаков по собственной инициативе из железобетона во дворе дома № 23 по 8-й линии построил декоративного «Змея Горыныча». Внутри скульптура является полой. Забравшись в пасть «Змея Горыныча», можно было пройти его насквозь и выбраться через отверстие у основания хвоста, что опять-таки не может оставить равнодушными подрастающее поколение. Ещё один яркий пример ленинградской монументально-декоративной анималистики – детская площадка на Ординарной улице, которая включает десять скульптур (автор – А. Богачев, 1989 г.).

В целом можно сказать, что сегодня анималистическая скульптура связана со стремлением лучше понять особенности мира живой природы. За два десятилетия в Санкт-Петербурге появилось немало интересных произведений. Они расположены в самых разных и порой необычных местах. До некоторых из них бывает невозможно дотянуться, другие же стоят с натёртыми «на счастье» до блеска лапами, крыльями и носами. Ярким примером здесь являются скульптуры В. А. Сивакова («Собака Гаврюша») и В. А. Петровичева («Кот Елисей», «Кошка Василиса»). Зритель взаимодействует со скульптурой именно через прикосновения, ощущая ее форму и текстуру, присваивая ей символическое значение, в том числе, через участие в традициях, связанных с ней. Помимо прочего, в Санкт-Петербурге немало анималистических скульптур, которые одновременно являются скамейками. Например, это скамейка-такса в Пушкинском саду, а также в Зеленогорске (скульптор Арсен Аветисян). Анималистическая скульптура всё больше требует интерактивности, непосредственного участия прохожих в процессе создания художественного образа. Момент прямого действия и включённость человека в это действие очень важны для понимания процесса расширения возможностей монументально-декоративной анималистики в целом. Таким образом, люди благодаря интерактивности начинают более глубоко понимать суть современной и зарубежной скульптуры. По мнению московского скульптора А. Бурганова «монументальная пластика способна выполнять глубоко содержательные функции, участвуя в формировании мироощущения человека, постижении им с помощью значимых символов внутренних закономерностей эпохи» [1, с.174].

Следует упомянуть также влияние на современную петербургскую анималистику т.н. паблик-арта, который появился в США и Западной Европе в 1960-1970 гг. Паблик-арт – это искусство, созданное для общественных мест и являющееся неотъемлемой частью повседневной жизни, благодаря коммуникации с городским пространством. За счет использования новых материалов (металл, пластик, свет) и вовлеченности зрителя в создание художественного образа, происходит более глубокое постижение смысла анималистики и любого другого монументального жанра.

Паблик-арт предоставляет возможность каждому человеку соприкоснуться с искусством, которое доступно и хорошо понятно представителям разных возрастных и социальных групп. Так, в Ливерпуле была установлена ярко-жёлтая уличная скульптура под названием «Суперламбанана», в виде гибрида ягненка и банана (самые ходовые товары, которые привозились и вывозились из этого английского города). «Суперламбанана» является не просто единичным арт-объектом, а типовым модулем, который интересен и привлекателен не только для жителей самого города, но и для туристов. Данная скульптура имеет многочисленные реплики, находящиеся в различных частях Ливерпуля. Иначе говоря, анималистика начинает тиражироваться. Тем самым формируются самобытность городского пространства, когда в силу своей узнаваемости образ «Суперламбанана» становится настоящей «визитной карточкой» Ливерпуля.

Паблик-арт начинает активно проникать и в монументальную пластику Санкт-Петербурга, однако здесь он очень часто связан с академической традицией, которая в Англии или США не играла такой существенной роли. В целом же скульптуры Р.Л. Габриадзе («Чижик-пыжик») или В. А. Петровичева («Кот Василий», «Кошка Василиса», «Зайчик, спасшийся от наводнения») связаны с реалистической традицией, а интерактивность и игровое начало в большей степени отсылают к традиционным техникам создания монументальной скульптуры. В то время как на Западе всё чаще используются более современные материалы, позволяющие трансформировать саму городскую среду, но

они не имеют ничего общего с гранитом и бронзой. Конечно, в Санкт-Петербурге точечно внедряются и новые материалы, и используются современные технологии, но ведущее место занимают скульптуры, имеющие реалистический характер, именно они привлекают зрителя. Исключением являются работы Д.Д. Каминкера, например, «Крылатый морской конь», композиция-фонтан в Приморском районе. Часть его скульптур отлита из бронзы, хотя они кажутся вырубленными из деревянных брусков, а другая часть выполнена из почти необработанного гранита. Воплощение анималистических образов у Д.Д. Каминкера является традиционным, а содержание, наоборот, новое, так как оно нацелено на более активное взаимодействие зрителя с художественным образом.

Таким образом, изучение пути развития анималистической скульптуры Санкт-Петербурга в послевоенный период и до наших дней представляет собой динамичную эволюцию этого жанра, который демонстрирует как общие тенденции в искусстве, так и исключительные, оригинальные особенности культурного контекста города. Анималистическая скульптура прошла продолжительный путь от монументальных идеологически нагруженных произведений советской эпохи до современных интерактивных, основанных на более активном взаимодействии со зрителем, монументально-декоративных произведений. При этом не обошлось без изменений в стилях, материалах и подходах. Новые скульптуры связаны с идеей интерактивного взаимодействия со зрителем, в том числе, и в чисто утилитарном плане (например, использование скульптуры в качестве скамейки). Исходя из этого, можно сказать, что современная монументальная анималистика направлена на активный диалог со зрителем. Опираясь и на традиционную петербургскую школу, и на новейшие тенденции, скульпторы нашего времени стремятся развивать анималистический жанр, в том числе, в направлении, близком зарубежному паблик-арту. Происходит насыщение и обогащение городской среды за счёт экспериментов с формой и содержанием, использованием новых технологий и материалов, что позволяет анималистической скульптуре Санкт-Петербурга играть немаловажную роль в развитии и формировании культурного облика города.

Список литературы

1. Романенко Е.В. Скульптура в городе. Москва: Советский художник, 1990. 384 с.
2. Светлов И.Е. О советской скульптуре 1960-1980. Москва: Советский художник, 1984. 248 с.

References

1. Romanenko Ye.V. Skul'ptura v gorode [Sculpture in Town]. Moscow: Sovetskiy khudozhnik, 1990. 384 pp. (inRus.).
2. Svetlov I.Ye. O sovetsoy skul'pture 1960-1980 [On the Soviet Sculpture 1960-1980]. Moscow: Sovetskiy khudozhnik, 1984. 248 pp. (inRus.).

Научный руководитель: доцент кафедры монументального искусства Санкт-Петербургского государственного университета промышленных технологий и дизайна, кандидат искусствоведения Бахтияров Руслан Анатольевич

Scientific supervisor: PhD in Theory and History of Art, senior lecturer in the Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design Bakhtiyarov Ruslan Anatolievitch

Бойкова К.Г., Фирсова Ю.Ю.

ХУДОЖЕСТВЕННОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ АВТОРСКОЙ КОЛЛЕКЦИИ «ЧЕЛЛЕНДЖ»

© Бойкова К.Г., Фирсова Ю.Ю., 2025

Российский государственный университет им.А.Н.Косыгина
119071, г. Москва, ул. Малая Калужская д. 1

В статье рассматривается мода как зеркало социальных и культурных ценностей. Отражены аспекты создания коллекции, вдохновленной отдельными историческими личностями или народами. В качестве примера разработана коллекция на основе жизни и героической стойкости поморских рыбаков.

Ключевые слова: коллекция одежды, героизм, поморы, быт, стойкость народа, мода, дизайн костюма, аутентичность.

Boykova K.G., Firsova Y.Y.

A.N.Kosygin Russian State University
1 Malaya Kaluzhskaya str., Moscow, 119071

ARTISTIC DESIGN OF THE AUTHOR'S COLLECTION "CHALLENGE"

The article considers fashion as a mirror of social and cultural values. The aspects of creating a collection inspired by individual historical figures or nations are reflected. As an example, a collection based on the life and heroic endurance of Pomeranian fishermen has been developed.

Keywords: clothing collection, heroism, pomor, everyday life, resilience of the people, fashion, costume design, authenticity.

Проектируя новые коллекции, дизайнеры черпают вдохновение из множества источников, которые могут варьироваться в зависимости от их индивидуального стиля, культурного контекста и текущих трендов. Творческой основой могут послужить природа, искусство, технологии, культурные традиции и многое другое. Иногда дизайнеры обращаются к отдельным личностям или народам, чьи поступки, ценности или достижения отражают социальные, культурные или исторические аспекты. Такие коллекции становятся не просто выражением творчества одного человека, но и являются инструментом коммуникации. Они могут отражать важные вопросы этики или вдохновлять и побуждать общество на совершение благих поступков.

Подход такого типа меняет восприятие моды как инструмента социальных преобразований и сохраняет память о культурных ценностях, значимых личностях или событиях, вошедших в историю. Например, коллекция Александра Маккуина «Joan» осень-зима 1998 года (рис. 1, а) вдохновлена Жанной д'Арк. Дизайнер интерпретировал ее образ как символ жертвенности, борьбы против подавления и жестокости. Образы из коллекции также хорошо отражали социальные вопросы равенства и власти. На подиуме были представлены образы с элементами кольчуги, костюмы с рваными краями, короны из колючей проволоки. Моделям сделали высокие лбы в стиле королевы Елизаветы I и надели красные линзы, придававшие взгляду зловещую выразительность [1].

Коллекции, вдохновленные характером, менталитетом и историей народов, часто становятся мощным инструментом выражения культурной идентичности. Яркий пример – последняя круизная коллекция Dior 2024 (рис. 1, б), которая выполнена с революционным настроением борьбы за собственные права и посвящена легендарной Фриде Кало. Мужественно-женственный дух сплетается воедино с элементами традиционной мексиканской одежды. Путеводной нитью в образах выступают изображения бабочек, которые представлены повсюду, от украшений до обуви, — в вышивке, принтах и аксессуарах. Пышные юбки фасона «венчик» в сочетании с типично мексиканскими предметами одежды «уипиль» и «габан» отражают разнообразие древних ткацких техник Мексики. Такой аутентичности способствовало сотрудничество модного дома с местными сообществами ремесленников [2].



Рис. 1. Коллекции дизайнеров: а - Alexander McQueen AW-98, б – Dior Cruise 2024

На Востоке японские дизайнеры часто используют традиционные элементы, символизирующие гармонию и негибкость своего народа. Примером могут послужить образы созданные Иссеем Мияке или Иоджи Ямомото. Коллекции вдохновлены самураями, историческими событиями, происходящими в Японии и стойкостью японцев перед катастрофами и землетрясениями. В этих работах мода, вдохновленная людьми, их волей и поступками становится своеобразным мостом между искусством и реальностью, трансформируя события и личные истории в послания надежды и единства.

В России проживает множество народов и каждый из них по-своему уникален и отважен. В данной статье рассмотрены жители крайнего Севера – поморы – люди, которые адаптировались к жизни в экстремальных и непредсказуемых природных условиях.

Поморы издавна заселяли побережье Белого и Баренцева морей, а также берега северных рек: Мезени, Печоры, Онеги и Северной Двины. Они были искусными судостроителями и мореходами. С морем связана вся их жизнь: промыслы, традиции и фольклор. Известный писатель и исследователь А.А. Жилинский в своей книге «Крайний Север Европейской России» так отзывался о поморах: «Жители Морского побережья — отважные моряки и промышленники, веками закаленные в суровой борьбе с морской стихией, у которой приходится беспрестанно оспаривать право на жизнь» [3]. Жизнь на крайнем побережье требовала от поморов умения выживать и полагаться на свои собственные силы. Им удалось приспособиться к суровым условиям Арктики, выдерживая холод, ветер и непогоду умело используя природные ресурсы.

Поморы считали плавание испытанием, из которого достойные возвращаются домой победителями, а спасовавшие перед стихией — погибают. Поморские рыбаки тщательно планировали выход в море по погоде и приметам, а плавание могло длиться несколько недель или месяцев. Главный инструмент рыбаков – сети – плели из льняных или конопляных шнуров и пропитывали отваром коры дуба или ольхи для защиты от гниения. Условия ловли рыбы требовали особого вида одежды – практичной и которая хорошо защищала от холода, ветров и влаги. Основными видами промысловой одежды были меховая рубаша из оленьих шкур – малица, верхняя одежда – совик, штаны-порты. Также носили вязанные свитера, которые зачастую покупали, высокие сапоги из кожи или шкур тюленей – бахилы и шапки-ушанки [4].



Рис. 2. Поморские рыбаки

Разработанная коллекция (рис. 3) вдохновлена отважным северным характером и стойкостью поморов – теми, кто встречает стихию лицом к лицу, но не покоряет ее – а учиться слышать ее голос. Их девиз: принимать вызов стихии, не бояться штормов и мужественно бороться с обстоятельствами и с самими собой. Коллекция строилась на основе элементов традиционной одежды поморов. А дополняют ее характерные аксессуары из плетеных сетей – главный атрибут поморских рыбаков. В коллекции сделан упор на практичность, функциональность и северную скромность. Образы дополняют меховые шапки, теплые рукавицы и высокие сапоги. Воротник-стойки и удлиненные силуэты защищают от холода[5].

Цветовое решение коллекции – холодные оттенки сине-серого, белого, коричневого и охры. Белый цвет ассоциируется с кристальной чистотой, хрупкостью льда и снегом. Синий цвет – это бескрайнее северное небо и океанская бездна. Цвета коричневого и охры – символы сохранения человеческого тепла среди бескрайнего холода.



Рис. 3 Эскизный ряд коллекции, вдохновлённой поморами

Мода, вдохновленная характером народа – это не просто эстетика, а политический и социальный манифест [6]. Она напоминает о силе сплоченности и единства в борьбе, о неповторимой красоте и уникальности культурного разнообразия. Такие коллекции не только вдохновляют, но и становятся частью глобального диалога об идентичности. Они влияют на восприятие своеобразности отдельных культур в огромном многонациональном мире, способствуют сохранению уникальных традиций и повышению осведомленности о культурных и социальных проблемах [7].

Список литературы

1. **Мода как провокация: незабываемые показы Александра Маккуина** – URL: <https://oskelly.ru/blog/moda-kak-provokatsiya-nezabyvaemye-pokazy-aleksandra-makkuina/?ysclid=m8kh6t0cxt879222815> (Дата обращения 20.03.2025)
2. **Показ круизной коллекции 2024 – DEFILES PRET-A-PORTER | DIOR** – URL: https://www.dior.com/ru_ru/fashion/moda-dlja-zhenschin/pokazy-pret-a-porter/pokaz-kruiznoj-kollekcii-2024 (Дата обращения 20.03.2025)
3. **Жилинский А.А.** Крайний Север Европейской России. — Петроград: Издание Министерства Земледелия, 1919. — 292 с.
4. **Комелина Н.Г.** Промысловые обычаи жителей Зимнего берега Белого моря: по архивным материалам 1930-х гг. и экспедиционным записям 2007–2019 гг. // Фольклор: структура, типология, семиотика. 2023. Т. 6. № 1. С. 93–138.
5. **Бойкова К. Г., Фирсова Ю. Ю.** Творчество как путь к свободе. Мастер-класс от Габриэля Морено / Инновации и технологии к развитию теории современной моды «Мода (материалы. Одежда. дизайн. аксессуары)», посвященная Фёдору Максимовичу **Пармону** : – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», апрель 2024. – С. 25-28.
6. Firsova Y.Y., A new approach to design clothing: Empathy and Comfort design, Scientific Journal “Costumology” /Journal of Clothing Science/2024, Volume 9, No. 4. URL: <https://kostumologiya.ru/PDF/07IVKL424.pdf>
7. Yu. Firsova, E. Gilmutdinova, V. Krasnoshchyokov, K. Karamova and A. Kalimullina, «Design Thinking: A New Model of Artistic Design of a Modern Costume Based on the Principles of Architectural Bionics, AIP Conf. Proc. 3268, 050018 (2025). URL: <https://doi.org/10.1063/5.0257800>

References

1. Fashion as a provocation: unforgettable shows by Alexander McQueen – URL: <https://oskelly.ru/blog/moda-kak-provokatsiya-nezabyvaemye-pokazy-aleksandra-makkuina/?ysclid=m8kh6t0cxt879222815> (Accessed 03/20/2025)
2. Showing the cruise collection 2024 – DEFILES PRET-A-PORTER | DIOR – URL: https://www.dior.com/ru_ru/fashion/moda-dlja-zhenschin/pokazy-pret-a-porter/pokaz-kruiznoj-kollekcii-2024 (Accessed 03/20/2025)
3. Zhilinsky A.A. The Far North of European Russia. — Petrograd: Publishing House of the Ministry of Agriculture, 1919. — 292 p.
4. Komelina N.G. Fishing customs of the inhabitants of the Winter coast of the White Sea: based on archival materials from the 1930s and expedition records from 2007-2019 // Folklore: structure, typology, semiotics. 2023. Vol. 6. No. 1. pp. 93-138.
5. Boikova K. G., Firsova Yu. Y. Creativity as a path to freedom. Master class from Gabriel Moreno / Innovations and technologies for the development of the theory of modern fashion “Fashion (materials. Clothes. design. accessories)”, dedicated to Fyodor Maximovich Parmon : Moscow: Kosygin Russian State University, April 2024. pp. 25-28.
6. Firsova Y.Y., A new approach to design clothing: Empathy and Comfort design, Scientific Journal “Costumology” / Journal of Clothing Science/2024, Volume 9, No. 4. URL: <https://kostumologiya.ru/PDF/07IVKL424.pdf>
7. Yu. Firsova, E. Gilmutdinova, V. Krasnoshchyokov, K. Karamova and A. Kalimullina, «Design Thinking: A New Model of Artistic Design of a Modern Costume Based on the Principles of Architectural Bionics, AIP Conf. Proc. 3268, 050018 (2025). URL: <https://doi.org/10.1063/5.0257800>

Я.Д. Бойко

ОСОБЕННОСТИ ИКОНОГРАФИЧЕСКОГО РЕШЕНИЯ ПРОИЗВЕДЕНИЙ МОНУМЕНТАЛЬНОГО ЦЕРКОВНОГО ИСКУССТВА РОССИИ НАЧАЛА XX ВЕКА НА ПРИМЕРЕ ТВОРЧЕСТВА М.В. НЕСТЕРОВА, Н.К. РЕРИХА И П.Д. КОРИНА

© Я.Д. Бойко, 2025

*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна
191186, Санкт-Петербург, Большая Морская, 18*

Статья посвящена развитию церковного монументального искусства России начала XX в. на примере творчества трёх известных художников, – М.В. Нестерова, Н. К. Рериха и П.Д. Корина. Рассматриваются основные иконографические каноны изображения в церковном искусстве и проводится сравнительный анализ иконографического и стилистического решения образов. Объектом внимания автора являются вопросы отхода от изобразительного канона и ярко выраженный индивидуализм в церковном искусстве.

Ключевые слова: монументальное искусство, канон, фреска, мозаика, М.В.Нестеров, Н.К.Рерих, П.Д.Корин.

Y.D. Boyko

St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design
191186, St. Petersburg, Bolshaya Morskaya, 18

CHURCH ART OF THE EARLY XX CENTURY. CHANGING PERCEPTIONS ABOUT ICONOGRAPHY. ON THE EXAMPLE OF THE WORK OF MIKHAIL NESTEROV, NICHOLAS ROERICH AND PAVEL KORIN

The article is devoted to the development of church monumental art in Russia at the beginning of the 20th century using the works of three famous artists as an example: M.V. Nesterov, N.K. Roerich and P.D. Korin. The article examines the main iconographic canons of depiction in church art and provides a comparative analysis of the iconographic and stylistic solutions of images. The author focuses on the issues of departure from the pictorial canon and pronounced individualism in church art.

Keywords: monumental art, canon, fresco, mosaic, M.V. Nesterov, N.K. Roerich, P.D. Korin.

Искусство как отражение духовного мира человека, всегда чутко реагирует на те изменения, которые претерпевает окружающий мир. Важной проблемой, активно обсуждавшейся в творческом сообществе начала XX в., был вопрос о крушении старых идеалов и отсутствии окончательной сформированности новых. Художники пытались возродить и национальные живописные особенности, или идти в ногу со временем, обращаясь к новым подходам в изобразительном искусстве, что оказало огромное влияние на дальнейший курс развития церковного монументального искусства начала XX в., поднимая важные вопросы о том, каким же всё-таки путём должно было идти это развитие.

Тенденция отхода от византийских традиций и ориентация на живопись эпохи Итальянского Возрождения, стали явно прослеживаться ещё в конце XVIII – начале XIX в. в творчестве таких художников, как К.П. Брюллов, О.А. Кипренский, В.Л. Боровиковский и другие. В работах В.М. Васнецова, М.А. Врубеля и М.В. Нестерова можно проследить **черты влияния раннехристианского искусства и византийской традиции**, которые начали активно изучаться, начиная с середины XIX в. В храмовых программах росписей рубежа XIX–XX вв. встречаются самые неожиданные и неординарные решения. Именно такой синтез создаёт неповторимое разнообразие живописного убранства соборов и церквей данного периода.

Композиция М.А.Врубеля «Сошествие святого духа на апостолов» (1884) в Кирилловской церкви – яркий пример живописи в новом стилистическом ключе. Канонические жесты апостолов наполнены сложными живыми эмоциями, а традиционные атрибуты (архитектурный фон, престол, жезлы и свитки), теперь вовсе отсутствуют. Каждый персонаж испытывает свои собственные чувства и эмоции, которые выражаются не так открыто и очевидно для зрителя, наполняя роспись определенным психологическим содержанием. Еще в середине XIX в. Александр Иванов предпринимал попытки вернуть церковному искусству монументальное начало. Об этом можно говорить на примере его эскизов и проектов для росписей храмов, большинство из которых, к сожалению, так и не было реализовано. Эти проекты отражали его попытки соединить традиции древнерусской и византийской церковной живописи с академическим мастерством. Яркими примерами могут служить его эскизы на тему Воскресения Христова и сцен из Ветхого Завета, где он стремился выразить возвышенные религиозные идеи через величественные и лаконичные композиции, пытаясь вернуть церковной живописи утраченный ею глубинный сакральный смысл. Александр Иванов негативно относился к стилизованным, сентиментальным и поверхностным изображениям религиозных сюжетов, которые, по его мнению, лишали церковное искусство его первозданного величия.

Также важным для развития монументальной церковной живописи России в последние десятилетия XIX в. стало **изменение статуса заказчика**. К этому моменту всё чаще инициативу здесь берут на себя духовенство или церковные общины, а иногда и частные лица, мотивированные личной верой или социальной ответственностью. Некоторые заказчики активно поддерживали интерес художников к обновлению выразительного языка монументальной

церковной живописи, видя в этом возможность ее подлинного возрождения. Изменение роли заказчика в церковном искусстве начала XX в. отразило процесс перехода от сословно-аристократического к более демократическому обществу. Заказчики стали не просто покровителями, но и активными участниками художественного процесса, формируя новые требования к искусству. Это оказало значительное влияние на развитие монументальной церковной живописи, которое стало более открытым для экспериментов, но при этом сохранило приверженность духовным и эстетическим традициям.

Влияние модернизма и символизма на церковное искусство России выразилось в создании новых, более эмоциональных и выразительных форм, которые сочетали элементы византийской строгости и современного искусства, используя извилистые линии и органические формы. Одним из ярких примеров такого влияния является роспись М.В. Нестерова «Путь ко Христу» для собора Покрова Пресвятой Богородицы Марфо-Мариинской обители милосердия в Москве.



Ил.1. Михаил Нестеров «Путь ко Христу», собор Покрова Пресвятой Богородицы Марфо-Мариинской обители милосердия в Москве. 1910 г.

Здесь мы наблюдаем важную отличительную черту искусства начала XX в., основанного на сочетании традиционных религиозных тем и стилей с теми тенденциями развития русского искусства, в которых можно видеть предпосылки возникновения эстетики авангарда. При этом общество во многом разделилось в своих мнениях относительно правильности каждого из путей. Подробно эту проблему рассматривает К.И. Маслов, анализируя реакцию художественного и церковного сообщества на росписи В.М. Васнецова для Владимирского собора. Многие исследователи видят в этом великом мастере продолжателя классицистической традиции, а кто-то отмечает традицию в его живописи лишь как «омертвелую форму».

М.В. Нестеров, Н.К. Рерих и П.Д. Корин – три ярких художника, которые представляли разные линии развития отечественного церковного искусства XX в. Каждого из них отличал уникальный подход к религиозной теме, и их творчество отразило ключевые культурные, духовные и исторические процессы своей эпохи. **М.В. Нестеров** (1862–1942) в своих монументальных произведениях стремится к соединению духовности, национальной традиции и величия формы, наполняя работы глубоким символизмом, ощущением гармонии с природой и особым лирическим характером. В качестве примеров подходов к трактовке канона можно обратиться к трем наиболее ярким его монументальным проектам.

- 1. Росписи храма Спаса Преображения на Крови в Санкт-Петербурге (1907–1913)**
М.В. Нестеров принимал участие в создании мозаичных росписей храма. Он работал над сценами из жизни Христа и святых, стремясь соединить традиции древнерусского искусства с новыми изобразительными формами.
- 2. Росписи Марфо-Мариинской обители в Москве (1908–1911)**
Один из наиболее известных проектов М.В. Нестерова, где он работал вместе с архитектором А.В. Щусевым. Росписи и иконы, созданные художником для храма Покрова Пресвятой Богородицы, отражают его стремление к значительности духовного содержания росписи. Для этого проекта характерны особая одухотворенность образов, гармонирующих с интерьером храма, лиричность и аскетизм, внимание к национальным мотивам, использование мягкого, пастельного колорита и ясность линий. Возвращаясь к работе «Путь ко Христу» важно отметить, что «М. В. Нестеров порвал с традициями православной живописи, изобразив, как мужчины, женщины и дети, идут навстречу Христу, ища спасения. Дело не только в том, что много десятилетий назад А. А. Иванов изобразил Христа, идущего к людям, теперь уже сам народ тянется к Христу. В церковных росписях до этого случая не принято было изображать простых смертных, а тем более современников» [1].
- 3. Проект мозаик для храма Святого Духа в Талашкино.** В рамках проекта, осуществленного благодаря инициативе княгини Марии Тенишевой Нестеров создал эскизы для мозаик, которые, однако, не были воплощены в полном объеме. В этих работах он пытался совместить элементы византийской традиции и стиля модерн.

Сочетание национальной самобытности и лиризма прослеживается так или иначе на всём творческом пути художника, будь то первый монументальный проект в Грузии, росписи храма Александра Невского в Абастумани, или панно «Святая Русь», вовсе не связанное ни с каким конкретным архитектурным строением. В каждой работе М.В. Нестерова прослеживается отражение глубокой религиозности, идея вселенской гармонии. Отсутствуют резкие контрасты, что создает атмосферу умиротворенности и молитвенного настроя. Природа является неотъемлемой частью духовного пространства, дополняя и усиливая духовное содержание. Художник смог объединить традиции древнерусского искусства с элементами модерна, что придало этим произведениям узнаваемость уникального авторского стиля. В то же время для творчества **Н.К. Рериха** (1874–1947) характерны условность форм и яркость цветового решения, а также соединение христианской и языческой иконографии. Художник, философ и общественный деятель, который сделал огромный вклад в церковное искусство XX в., стремился передать через искусство представление о том, что произведения искусства могут быть духовным мостом между эпохами и культурами.

Яркими примерами монументального творчества Н.К. Рериха являются:

1. Эскизы декораций и росписей для театров

Работы для оперы «Князь Игорь» (1909) и балета «Весна священная» Игоря Стравинского (1913) стали грандиозными, узнаваемыми, поистине монументальными и знаковыми за счёт яркого и насыщенного колорита, архетипических образов природы и древних построек, которые символизировали связь времён. Эффект масштабности был даже в ограниченном пространстве театра.

2. Росписи храма Святого Духа в Талашкино (1903–1904)

Одной из первых крупных монументальных работ Рериха стала роспись храма Святого Духа в имении княгини Марии Тенишевой (Талашкино). Здесь можно проследить явное влияние древнерусской и византийской традиции, однако канон органично сочетается с модернистскими приемами. Исследователь творчества этого мастера отмечает: «работа в селе Талашкино у княгини М. К. Тенишевой дала ему возможность обобщить опыт изучения древней живописи. Особенно примечательна была роспись Храма Святого Духа композицией «Царица Небесная на берегу Реки Жизни», где художник соединил христианскую и древнеязыческую природную символику. Создававшийся Храм Святого Духа воплощал в себе все виды искусства, процветавшие в Талашкине: архитектуру, керамику, эмаль, художественное шитье, роспись, чеканку, ковку. Кроме того, в убранстве храма было решено соединить культовые элементы различных конфессий. Создатели храма стремились не только к художественному синтезу, но и к синтезу религиозному» [1]. Фигуры Христа (ил. 2) и святых изображены в стилизованных, почти архаичных формах, а колорит включает глубокие синие, золотистые и красные тона, создающие атмосферу сакральности.

3. Проект храма Покрова в Париже (1923) и монументальное панно и фрески в США

Н.К. Рерих разработал концепцию росписей и декора для русского храма в Париже, которая сочетала древнерусскую и византийскую традиции с элементами стиля модерн. Несмотря на то, что проект не был реализован, его эскизы дают представление о замысле художника. В период жизни в Америке Н.К. Рерих создал также серию панно для общественных зданий. Здесь он использовал лаконичные формы и выразительные цветовые решения, включая символы гор, которые у Н.К. Рериха часто символизируют духовное возрождение и высшие художественные идеалы [3].



Ил.2. Николай Рерих «Спас Нерукотворный», храм Святого Духа в Талашкино 1910-е гг.

Росписи и мозаики Н.К. Рериха в храме Святого Духа в Талашкино (например, «Спас Нерукотворный» и «Трон невидимого Бога») демонстрируют уникальность его подхода к монументальной церковной живописи:

стремление выйти за рамки строгой иконографической традиции ради создания искусства, обращенного к универсальному духовному опыту.

Индивидуальная художественная манера **П.Д.Корина** (1892–1967) отмечена эпическим размахом, драматичностью образного решения и мощной экспрессией формы, что особенно хорошо заметно в его росписях **храма Марфо-Мариинской обители (1912-1913)**. Глубокое философское содержание и пристальное внимание к выразительности образов достигаются здесь благодаря соединению стилистических традиций древнерусской иконописи и современного искусства, а цветовом и композиционном решении сочетаются иконографические приемы раннехристианского искусства и пластическое решение, близкое принципам зарубежного модернизма и русского авангарда начала XX в.

Рассматривая проблему развития церковного искусства XX в., нельзя не упомянуть о мозаичном оформлении храма Спаса на Крови в Санкт-Петербурге, являющегося своеобразным сборником различных направлений русского и европейского мозаичного искусства, превращающего храм, скорее, в музей, нежели в сакральное пространство для служения Богу. В связи с этим памятником заслуживают внимания важные мысли, которые высказывает в своей книге «Иконостас» отец Павел Флоренский. Он рассуждает о природе иконописи, о её месте в православном богослужении и духовной жизни, стремясь дать определение термину «икона» и обозначить ее роль в церкви и ее символические и метафизические смыслы. Ясно обозначая символическое отображение духовной реальности, а не портретное изображение в понятии «икона», служащей медиатором между земным и божественным, Флоренский акцентирует внимание на необходимости раскрытия догматической истины, отмечая подчинённость каждой детали, от композиции до колорита, духовному смыслу. Эта книга важна не только для богословов, но и для художников, искусствоведов и всех тех, кто интересуется символикой и духовной традицией. Концепция религиозного искусства, предложенная Павлом Флоренским, внесла огромный вклад в осмысление церковного искусства, и иконописи как уникального явления мировой культуры, став классикой русского религиозного ренессанса начала XX в. В статье «Проблема религиозного искусства в работах художников русского модерна» Костерина также поднимает эту тему, соглашаясь с мыслями Павла Флоренского, отмечая следующее обстоятельство: «нетрудно обнаружить, что у каждого человека, у каждого художника было своё представление о Христе – его историческом, философском, нравственном значении, о типичности его образа. Изменения в понимании и претворении образа Христа в той или иной мере зависят от эволюции общественных настроений, идеологии разных социальных групп, перипетий жизни художников, их мировоззрения и изменений» [2].

Так на примере творчества трёх разных художников, создававших монументальные произведения примерно в один и тот же временной период, можно заметить огромное количество различий в иконографическом, символическом и философском подходе к живописи, что, пусть и вносит огромный вклад в развитие всего искусства в целом, но неизменно влечет за собой омертвление церковного искусства и утере сакральности храмового пространства.

Список литературы

1. Миксу Н. В. Русская религиозная живопись конца XIX – начала XX вв. // Траектория науки. Электронный научный журнал. 2016. № 5(10). С.31-36.
2. Флоренский П.А. Иконостас: Избранные труды по искусству. Санкт-Петербург: Русская книга, 1993. 365 с.
3. Шапошникова Л. В. Николай Рерих. Москва: Молодая гвардия, 2023. 384 с.

References

1. Miku N. V. Russkaya religioznaya zhivopis' kontsa XIX – nachala XX vv. // Trayektoriya nauki. Elektronnyy nauchnyy zhurnal [Russian religious painting of the late 19th – early 20th centuries // TRAJECTORY OF SCIENCE. Electronic scientific journal]. – 2016. – No. 5(10). P.31-36. (inRus.).
2. Florensky P. A. Ikonostas: Izbrannyye trudy po iskusstvu [Iconostasis: Selected works on art]. St. Petersburg: Russkaya kniga, 1993. 365 pp. (inRus.).
3. Shaposhnikova L.V. Nicholas Roerich. Moscow: Molodayagvardiya, 2023. 384 p. (inRus.).

Научный руководитель: доцент кафедры монументального искусства Санкт-Петербургского государственного университета промышленных технологий и дизайна, кандидат искусствоведения Бахтияров Руслан Анатольевич

Scientific supervisor: PhD in Theory and History of Art, senior lecturer in the Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design Bakhtiyarov Ruslan Anatolievitch

П.С. Болелова

ВЛИЯНИЕ КОНФУЦИАНСТВА НА МОНУМЕНТАЛЬНОЕ ИСКУССТВО В АРХИТЕКТУРЕ КОРЕИ

© П.С. Болелова, 2025

*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна
191186, Санкт-Петербург, Большая Морская, 18*

Статья посвящена изучению влияния конфуцианской идеологии на монументальное искусство в архитектуре Чосон. Рассматриваются основные философские принципы конфуцианства, их отражение в архитектурных формах и декоративных элементах, а также проводится сравнительный анализ с монументальным искусством Китая с точки зрения влияния конфуцианской философии на него. Объектом внимания автора являются особенности воплощения конфуцианских ценностей в монументальной архитектуре эпохи Чосон.

Ключевые слова: Конфуцианство, архитектура Кореи, Чосон, Китай, искусство, дворцовые комплексы, Кёнбоккун.

P.S. Bolelova

St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design
191186, St. Petersburg, Bolshaya Morskaya, 18

THE INFLUENCE OF CONFUCIANISM ON MONUMENTAL ART IN THE ARCHITECTURE OF KOREA DURING THE JOSEON PERIOD

The article is devoted to the study of the influence of Confucian ideology on monumental art in Joseon architecture. The main philosophical principles of Confucianism are considered, their reflection in architectural forms and decorative elements, as well as a comparative analysis with the monumental art of China in terms of the influence of Confucian philosophy on it. The author focuses on the peculiarities of the embodiment of Confucian values in the monumental architecture of the Joseon era.

Keywords: Confucianism, architecture of Korea, Joseon, China, art, palace complexes, Gyeongbokgung.

Конфуцианство, являясь основополагающей философской системой, оказало глубочайшее влияние на культуру и искусство Кореи эпохи Чосон (1392-1897). Эта философия с течением времени стала не просто набором этических норм, а полноценным мировоззрением, определяющим социальный порядок, политическую систему, а также эстетические идеалы Китая и других стран Дальнего Востока. Формально в конфуцианстве никогда не было института церкви, однако по своей значимости, степени проникновения в душу и воспитания сознания народа, воздействию на формирование стереотипа поведения, оно успешно выполняло функцию религии. Его принципы социальной иерархии, уважения к старшим, почитания предков и стремления к гармонии проникли во все сферы жизни Кореи, включая архитектуру и монументальное искусство. В эпоху Чосон конфуцианство стало официальной идеологией государства, что ещё больше усилило его влияние на формирование культурного ландшафта. Важно подчеркнуть, что в целом история конфуцианства неотделима от истории Китая. На протяжении тысячелетий это учение было системообразующим для китайской системы управления государством и обществом. Как отмечает О.Н. Глухарева, «связи с Китаем, <...>, не могли не отразиться на развитии архитектуры и искусства Кореи, чему отчасти способствовало и распространение конфуцианства» [1, с.146].

Конфуцианская философия оказала непосредственное влияние на планировку и дизайн архитектурных сооружений эпохи Чосон. Храмы, дворцы, усыпальницы и жилые дома строились в соответствии с конфуцианскими принципами иерархии и симметрии.

1. Иерархия. Иерархическое устройство общества Чосон отражалось в архитектурных формах. Например, дворцы правителей, отличались большим масштабом, пышностью и сложной системой дворов, чем жилища простых людей. Каждый элемент дворцового комплекса, от размеров зданий до их расположения, был подчинён принципу иерархии, подчёркивая превосходство монарха и аристократии над остальным населением. Размеры и расположение помещений в жилых домах так же определялись статусом и положением членов семьи, где старшие пользовались большим уважением и имели право на более комфортное пространство.
2. Симметрия. Симметрия, как выражение гармонии и порядка, была ключевым принципом в конфуцианской архитектуре. Здания и дворы располагались симметрично относительно центральной оси, что создавало ощущение стабильности и равновесия. Этот принцип можно сравнить с принципами построения композиции в китайском искусстве, где стремление к порядку, балансу и гармонии являлось ключевым, однако, в китайском искусстве симметрия часто использовалась для демонстрации величия империи, в то время как в корейском искусстве, она подчёркивала порядок и социальную стабильность.
3. Уважение к предкам. Конфуцианский культ предков был основополагающим принципом в обществе Чосон. Архитектурно это проявлялось в строительстве усыпальниц и алтарей, где проводились поминальные церемонии.

Эти сооружения были выполнены с особой тщательностью и уважением, что также отражало принципы сыновней почтительности и почитания старших.

4. Принцип «небесного мандата». Легитимность правления монарха в конфуцианской философии обосновывалась так называемым «мандатом небес». Поэтому дворцовый комплекс должен был олицетворять не только земное могущество, но и его связь с небесным порядком, что подчёркивалось использованием определённых цветов, материалов и декоративных элементов.

Старейший и наиболее примечательный из памятников корейской архитектуры — дворец Кёнбоккун в Сеуле, построенный в 1394 г., во время правления династии Чосон. Основные ценности конфуцианской идеологии, такие как иерархия, гармония и уважение к традициям, нашли отражение в пространственной структуре и эстетических решениях дворца. Кёнбоккун имеет строгую симметричную планировку, и, как пишут Джинен Лим (Jinyoung Lim) и Сын Ен Рю (Seong Lyong Ryoo), дворец подчёркивает порядок и иерархию [3, с.40]. Симметрия и упорядоченность пространства отражают стремление к гармонии, что является одним из центральных аспектов конфуцианской философии. В минимализме декоративных элементов дворца так же проявляется конфуцианская эстетика. В Кёнбоккуне преобладают природные мотивы: резные деревянные панели с изображением журавлей, сосен и лотосов символизируют мудрость, долголетие и чистоту, что отражает конфуцианское стремление к гармонии с природой. Надписи на воротах и внутри залов содержат философские изречения, напоминающие об этических принципах, лежащих в основе как государственной, так и частной жизни. Цветовая палитра подчёркивает уважение к традиции. Красный цвет символизирует власть и достоинство, а зелёный и коричневый — гармонию с природой.

По словам Н.В. Кочешкова, «Корея испытывала на себе мощное воздействие китайской культуры и искусства» [2, с.32], особенно в эпоху Чосон. Конфуцианство, как философская система, проникла в Корею из Китая, и оказало определяющее воздействие на культуру и общественную жизнь Чосон. Корейские мастера перенимали китайские техники, стили и мотивы, при этом адаптируя их к местным условиям и интегрируя их в собственную уникальную культуру и традиции.

В эпоху Чосон монументальное искусство так же, как и архитектура, служило утверждению конфуцианских ценностей и идеологии, а также отражало китайское влияние. Монументальное искусство Чосон было направлено на:

1. Утверждение легитимности правления. Дворцы были украшены росписями, рельефами и скульптурами, прославляющими добродетели правителей и их право на власть. Часто использовались изображения драконов, фениксов и других мифологических существ, символизирующих силу и небесное покровительство, аналогичные тем, что можно увидеть в китайском искусстве, но с некоторыми стилистическими отличиями, отражающими корейскую интерпретацию.
2. Демонстрацию социального порядка. Изображения чиновников, военных и придворных подчёркивали социальную иерархию и важность каждого слоя общества, часто используя китайские мотивы в одежде и оформлении.
3. Прославление добродетелей. Росписи и рельефы часто изображали сюжеты из жизни мудрецов и добродетельных правителей, которые служили примером для подражания, опираясь на конфуцианские идеалы, такие как справедливость, мудрость и благородство.
4. Декоративное оформление. Монументальное искусство также играло важную роль в декоративном оформлении зданий. Резьба по дереву и камню с изображением цветов, птиц, животных и пейзажей создавали атмосферу гармонии и красоты, используя при этом как корейские, так и китайские мотивы.

Монументальное искусство Китая так же, как и корейское, находилось под влиянием конфуцианства, но с некоторыми отличиями:

1. Масштаб. Китайское монументальное искусство часто отличалось большим масштабом и грандиозностью, стремясь выразить имперскую мощь и величие государства, что было особенно характерно для дворцов и храмовых комплексов. Корейское искусство было более сдержанным и гармоничным, подчёркивая баланс и утонченность. Как отмечают Бен Джексон (Ben Jakckson) и Роберт Келер (Robert Koehler), «Дизайн дворцов и других небуддийских зданий был более простым, сдержанным и не таким броским, как в предыдущие эпохи, что отражает неоконфуцианскую идеологию» [4, с.62].
2. Символика. И в китайском, и в корейском искусстве использовалась богатая символика, но китайское искусство чаще использовало символы, связанные с императорской властью, в то время как корейское искусство больше внимания уделяло символам, связанным с конфуцианскими добродетелями и гармонией с природой, что свидетельствует о различиях в приоритетах и ценностях каждого общества.
3. Выражение иерархии. В Китае иерархическое устройство общества и конфуцианские принципы отражались в монументальном искусстве через демонстрацию величия императора и высшего сословия, в то время как в Корее больше внимания уделялось социальному порядку и гармоничному сосуществованию разных слоёв общества.
4. Материалы и техники. Оба направления искусства использовали сходные материалы и техники (дерево, камень, роспись, резьба), но в Китае, как правило, преобладали более монументальные и сложные архитектурные конструкции, в то время как в Корее предпочтение отдавалось более утончённым и элегантным формам, что отражало различия в художественных вкусах и традициях каждого народа.
5. Влияние даосизма. Важно отметить, что в китайском искусстве, наряду с конфуцианством, также оказал большое влияние даосизм, что проявлялось в акценте на спонтанность, гармонию с природой и стремление к духовной свободе, в то время как в корейском искусстве доминировало конфуцианство, но с тенденцией к более натуралистическим и лиричным пейзажам.

В целом конфуцианство оказало глубокое и определяющее влияние на архитектуру и монументальное искусство эпохи Чосон. Это влияние проявилось в строгих принципах симметрии и иерархии, в стремлении к гармонии

и равновесию, а также в утверждении конфуцианских ценностей и идеалов через образное решение архитектурных памятников и их убранства. Монументальное искусство Чосон, будучи продолжением китайской художественной традиции, служило целям поддержания стабильности, легитимности власти и культурного наследия.

Таким образом, сравнительный анализ искусства Чосон и Китая демонстрирует, как общие философские принципы могут находить различное отражение в художественной практике, что обусловлено культурными и историческими особенностями каждого региона. В конечном итоге, искусство эпохи Чосон стало ярким примером того, как философские идеи могут находить своё выражение в архитектурных формах, создавая уникальное и неповторимое культурное наследие.

Список литературы

1. Глухарева О.Н. *Искусство Кореи с древнейших времен до конца XIX века*. Москва: Искусство, 1982. 255 с.
2. Кочешков Н.В. *Искусство и Архитектура Кореи: Традиции и Современность* // *Россия и АТР*. 2000. № 4. С. 32-40.
3. Jinyoung Lim. *K-architecture: Tradition Meets Modernity* / Jinyoung Lim, Seong Lyong Ryoo. Seoul: Korean Culture Book 12, 2013. 134 p.
4. Ben Jakckson. *Korean Architecture: Breathing with Nature* / Ben Jakckson, Robert Koehler. Seoul.: Korea Essentials No. 12, 2012. 120 p.

References

1. Glukhareva O.N. *Iskusstvo Korei s drevnejshih vremen do konca XIX veka*. [The art of Korea from ancient times to the end of the 19th century]. Moscow: Iscusstvo, 1982. 255 pp. (inRus.).
2. Kocheshkov N.V. *Iskusstvo i Arhitektura Korei: Tradicii i Sovremennost'* [Art and Architecture of Korea: Tradition and Modernity] // *Russia and ATR*. 2000. № 4. PP. 32-40. (inRus.).
3. Jinyoung Lim. *K-architecture: Tradition Meets Modernity* / Jinyoung Lim, Seong Lyong Ryoo. Seoul.: Korean Culture Book 12, 2013. 134 p.
4. Ben Jakckson. *Korean Architecture: Breathing with Nature* / Ben Jakckson, Robert Koehler —Seoul.: Korea Essentials No. 12, 2012. 120 p.

Научный руководитель: доцент кафедры монументального искусства Санкт-Петербургского государственного университета промышленных технологий и дизайна, кандидат искусствоведения Бахтияров Руслан Анатольевич

Scientific supervisor: PhD in Theory and History of Art, senior lecturer in the Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design Bakhtiyarov Ruslan Anatolievitch

Я.П. Бунчужный

КЕРАМИКА КАК ЭЛЕМЕНТ МОНУМЕНТАЛЬНО-ДЕКОРАТИВНОГО ИСКУССТВА В РОССИИ

© Я.П. Бунчужный, 2025

*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна
191186, Санкт-Петербург, Большая Морская, 18*

В период массовой застройки СССР керамика получила особое развитие в контексте монументально-декоративного искусства как доступный и высоко адаптивный материал. На основе традиционной обработки глины зарождались новые способы внедрения керамики в архитектуру, являясь для нее не только временем обновления форм и техник, но и возможностью интеграции художественной керамики в общественное пространство. Масштабные строительные программы, реализуемые в эпоху индустриализации, создали спрос на новые эстетические решения, что способствовало исследованию и внедрению керамических элементов в отделку зданий, памятников и общественных пространств.

Ключевые слова: Керамика, монументально-декоративное искусство, роспись облицовочной керамики, стенопись керамическими глазурями и эмалями, кусковая керамика

Y.P. Bunchuzhnyj

St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design
191186, St. Petersburg, Bolshaya Morskaya, 18

CERAMICS AS AN ELEMENT OF MONUMENTAL AND DECORATIVE ART IN RUSSIA

During the period of mass construction in the USSR, ceramics received special development in the context of monumental and decorative art as an accessible and highly adaptive material. Based on traditional clay processing, new ways of introducing ceramics into architecture were born, being for it not only a time of updating forms and techniques, but also an opportunity to integrate artistic ceramics into public space. Large-scale construction programs implemented in the era of industrialization created a demand for new aesthetic solutions, which contributed to the study and implementation of ceramic elements in the decoration of buildings, monuments and public spaces.

Keywords: Ceramics, monumental and decorative art, painting of facing ceramics, wall painting with ceramic glazes and enamels, piece ceramics

Керамика, являясь одним из древнейших материалов на Земле, занимает ключевую позицию в эволюции мировой культуры, особенно в последние десятилетия. Она охватывает широкий спектр техник, среди которых выделяются терракота, майолика, фаянс, каменная масса и фарфор. Каждая из них обладает уникальными физическими и эстетическими характеристиками, что позволяет им находить разнообразные применения в искусстве, дизайне и строительстве. Например, терракота благодаря своей прочности и естественному теплоизолирующему свойству, часто используется в архитектурных элементах и скульптурах, в то время как майолика, с её яркими покрытиями и разнообразной декорацией, обрамляет культурные и исторические объекты, придавая им живописный вид.

Вопрос о народности искусства представляет собой сложную и многогранную проблему, которая тесно связана с пониманием народной художественной культуры и идентичности народа в целом. Когда народ создает необходимые для жизни объекты, преобразовывая окружающую действительность с опорой на законы красоты, он формирует свою уникальную художественную культуру. В этом процессе задействованы природные ресурсы, доступные на той или иной территории, когда использование дерева, камня, кости, шерсти и других материалов во многом зависит от того, что именно в данный момент есть в наличии. Таким образом, творчество народа непосредственно связано с его жизнью и традициями, что является основой его художественного самовыражения.

На формирование народной традиции влияют не только используемые материалы, но и устойчивые привычки, которые определяют характер творчества. Народная традиция включает в себя определенные сюжеты, орнаментальные мотивы и творческие приемы, которые наиболее ярко отражают духовную сущность народа. Однако следует отметить, что эти элементы не остаются неизменными: с течением времени и изменением эпохи меняются условия жизни и мышления, что может привести к устареванию некоторых орнаментов и мотивов. Кроме того, материалы и инструменты, необходимые для работы, также подвергаются изменениям, что может создать необходимость замены устаревших технологий новыми, более прогрессивными. В связи с этим важно внимательно относиться к изменениям в народной традиции, учитывая их влияние на творческий процесс.

Отбор и развитие лучших народных традиций играют значительную роль в культурно-воспитательном процессе. Керамика в России формировалась не только как средство практического использования, но и как форма эстетического самовыражения. Каждый регион вносил свои индивидуальные особенности в формы, орнаменты и технологии производства.

Тем не менее, использование достижений прошлого представляет собой сложную задачу, поскольку произведения прикладного искусства создавались в рамках иной идеологии, образа жизни, технологий и художественного

восприятия. Поэтому народные художественные традиции не всегда могут быть внедрены без изменений. В большинстве случаев необходима их переработка. Форма объектов может оказаться устаревшей, а также это касается используемых материалов и техник. Таким образом, развитие традиционных форм народного искусства, их творческое освоение промышленностью и широкое распространение представляют собой положительный процесс. До 1951 года значительный вклад в это направление вносила промысловая кооперация РСФСР, в частности, её Научно-исследовательский институт художественной промышленности, который собрал богатую коллекцию материалов.

Керамика имеет не только утилитарное применение: с развитием архитектуры и художественной культуры в России, керамические элементы начали активно использоваться для украшения зданий и общественных пространств. Поверхностный подход к вопросам синтеза может превратить монументально-декоративное искусство в нечто простое и декоративное, пренебрегающее логикой архитектурных форм. Но синтез изобразительного искусства и архитектуры достигает своей полноценности лишь в том случае, когда каждая из этих дисциплин может продемонстрировать весь спектр своих уникальных возможностей и характеристик. В данном взаимодействии искусств архитектура занимает особенно ответственное положение, так как она определяет характер декоративного произведения, его функции и взаимосвязь в ансамбле.

Архитектор, планирующий интеграцию монументальной живописи или скульптуры, должен стремиться к созданию особых пластических качеств его сооружений. Он должен четко прояснить место и характер изображения, в некоторой степени подчиняя архитектурное замысел выбранной эстетике. В этом контексте архитектура воспринимается как неразрывное целое с изображением, поскольку она становится частью этого визуального представления, также как изображение интегрируется в архитектурный контекст. Для успешного синтеза архитектору требуется глубокое понимание и чувство художественного процесса.

В свою очередь, художнику, работающему в области монументально-декоративного искусства, необходимо также осознавать особенности архитектуры и принципы формирования архитектурной композиции. Создавая декоративную композицию для конкретной архитектурной среды, художник тем самым продолжает и развивает замысел архитектора. Следовательно, перед ним стоит задача гармонично соединить своё художественное решение с данной архитектурной структурой. Для этого художник должен глубоко понимать архитектурные особенности стены, которую он декорирует, осознавать её назначение и роль в общем ансамбле, а также учитывать факторы освещения и визуального восприятия.

Есть три основные технологии использования керамики в монументально-декоративном искусстве: роспись облицовочной керамики (ил.1), стенопись керамическими глазурями (ил.2), и эмалями и кусковая керамика (ил.3).



Ил.1. Н. Подлесов. Панно в интерьере кафе «Лада». Ленинград. Роспись белыми эмалями по черной глазурованной плитке. 1963 г.

Архитекторы и художники часто используют глазурованную и неглазурованную облицовочную плитку, которая отличается от кирпичной мозаики рядом преимуществ, таких как:

- простота крепления на стене с помощью раствора;
- возможность детальной проработки изображения;
- удобство восприятия при близком рассмотрении;
- широкая палитра цветов, доступная для художников.



Ил.2. Е. Гуссарская, Р. Гуссарский, М. Ледкевич, В. Ценцкевич. Фрагмент «Грюнвальдского фриз». Пиропиктура, керамическая мозаика, смальта. 1960 г

Художники могут расписывать стандартные облицовочные плитки, после чего устанавливают их в обычной системе облицовки. Здесь следует выделить:

- использование огнестойких красок для росписи;
- возможность выполнения сложных изображений без необходимости укладки мозаики.



Ил.3. Ф. Милле. Панно на фасаде школы в г. Ковентри. Кусковая керамика, эмали. 1950 г.

В случае кусковой керамики художник может использовать разнообразие пластических и живописных возможностей декоративной керамики:

- произведение создается из отдельных фигурных элементов - кусков, которые могут быть как одинаковыми, так и различными по форме и размеру;
- основной принцип заключается в наборе художественного произведения из кусков, изготовленных из глины по шаблону.

Современные художники-керамисты не ограничиваются традиционной обработкой глины. Художественное формирование изделий требует не только тонкого чувства композиции и пространства, но и уверенных знаний в естественных науках. За последние десятилетия в области керамики произошло открытие множества новых материалов, что стало значительным шагом вперед в данной сфере. Технологи продолжают активно исследовать потенциал этих новых материалов, стремясь выявить и реализовать их возможности как в художественной, так и в промышленной керамике.

Говоря о керамике в монументальном искусстве, важно подчеркнуть саму его суть: его задача заключается не в декоративной росписи случайных элементов архитектуры, а в его дополнении в тесной связи архитектора и художника. Керамика, будучи традиционным материалом, является отличным инструментом для синтеза культурных традиций ремесленников и инноваций, делая ее не только украшением, но и важным культурным символом. Через призму керамики можно проследить взаимосвязь между культурным наследием, идентичностью и современными художественными практиками.

Таким образом, керамика, будучи не просто художественным материалом, а важной частью культурного наследия, продолжает эволюционировать, находя новые формы выражения и новые области применения. Это делает керамику неотъемлемым элементом как истории, так и современности, способствуя формированию новых смыслов и идей в искусстве и дизайне.

Список литературы

1. Гинзбург В. П. Керамика в архитектуре. Москва: Стройиздат, 1983. 200 с.
2. Митрофанов К.М. Современная монументально-декоративная керамика. Ленинград: Искусство, 1967. 184 с.
3. Салтыков А.Б. Самое близкое искусство. Москва: Просвещение, 1969. 296 с.

References

1. Ginzburg V. P. Keramika v arhitekture [Ceramics in architecture]. Moscow: Strojizdat, 1983. 200 pp. (InRus)
2. Mitrofanov K.M. Sovremennaya monumental'no-dekorativnaya keramika [Modern monumental and decorative ceramics]. Leningrad: Iskusstvo, 1967. 184 pp. (InRus).
3. Saltykov A.B. Samoe blizkoe iskusstvo [The closest art]. Moscow: Prosveshchenie, 1969. 296 pp. (InRus).

Научный руководитель: доцент кафедры монументального искусства Санкт-Петербургского государственного университета промышленных технологий и дизайна, кандидат искусствоведения Бахтияров Руслан Анатольевич

Scientific supervisor: PhD in Theory and History of Art, senior lecturer in the Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design Bakhtiyarov Ruslan Anatolievitch

УДК 74:069

Дун Хан

ДЕКОНСТРУКЦИЯ И КОЛЛАЖ КАК ЯЗЫК ПОСТМОДЕРНИСТСКИХ ВЫСТАВОК

©Дун Хан, 2025

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна
191186, Санкт-Петербург, Большая Морская, 18

Деконструкция и коллаж рассматриваются как элемент кураторской логики постмодернистских выставок. Основываясь на теории децентрализованных структур Жака Деррида и концепции симулякров Жана Бодрийяра, анализируется, каким образом постмодернистские экспозиционные практики противостоят линейным повествованиям и фиксированным значениям. Коллаж интерпретируется не только как визуальный приём, но и как критический инструмент реконфигурации идеологических и символических систем. Подчёркивается, что постмодернистская выставка становится пространством семантического разрыва, повторного кодирования, зрительского соучастия и социальной критики.

Ключевые слова: постмодернизм, коллаж, кураторские стратегии, симулякр, выставочный дизайн, визуальная критика

Dong Hang

St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design
18 Bolshaya Morskaya str., Saint Petersburg, 191186, Russia

DECONSTRUCTION AND COLLAGE AS THE LANGUAGE OF POSTMODERN EXHIBITIONS

Deconstruction and collage are considered as an element of the curatorial logic of postmodern exhibitions. Drawing on Jacques Derrida's theory of decentralized structures and Jean Baudrillard's concept of simulacra, the research explores how postmodern display approaches resist linear narratives and fixed meanings. Collage is analyzed not only as a visual technique but as a critical method for reconfiguring ideological and symbolic systems. It is argued that postmodern exhibitions become spaces of semantic rupture, recoding, audience participation, and social critique.

Keywords: postmodernism, collage, curatorial strategies, simulacrum, exhibition design, visual criticism

Введение

Во второй половине XX века выставочные практики постепенно отходят от линейного нарратива и авторитарной логики традиционной эстетики, смещая акцент на множественность, фрагментарность и критическую визуальную риторику. Деконструкция как философский метод и коллаж как визуально-пространственная стратегия [3] становятся ключевыми механизмами постмодернистского выставочного мышления. Настоящее исследование, опираясь на теорию деконструкции Жака Деррида и концепцию симулякра Жана Бодрийяра [6], анализирует, каким образом коллаж функционирует в качестве экспозиционной логики, подрывающей иерархии смысла и формирующей альтернативные пути восприятия.

На материале двух знаковых выставочных проектов — «Куда возвращаться» (Музей искусств Университета Цинхуа, 2024) [2] и «Небесная книга-ракета» (Сюй Бин, i-Space, 2021) [1] — рассматривается, как художественная практика коллажа переосмысливается в условиях постмедийной среды. Оба случая демонстрируют, как топологическая организация пространства, деконструкция визуального языка и вовлечение зрителя в фрагментированное движение

по экспозиции способствуют не только демонтажу привычной семантики, но и созданию новых эпистемологических режимов внутри выставки как формы культурного высказывания.

Литературный обзор

Фундаментальные идеи Жака Деррида и Жана Бодрийяра оказали решающее влияние на формирование постмодернистской критики в искусстве и выставочных практиках. Деррида утверждает нестабильность смысла и его зависимость от контекста и различия [5], тогда как Бодрийяр описывает симулякр как знак, утративший связь с реальностью [6]. Эти теории легли в основу переосмысления экспозиционного пространства как места, где нарушается линейная структура и размывается граница между представлением и материальностью.

Современные исследователи, включая Хэла Фостера и Николаса Буррио, акцентируют внимание на коллаже как критической стратегии, дестабилизирующей авторитет нарратива. Они анализируют случаи, в которых цитатность, фрагментация и монтаж превращают экспозицию в конфликтное поле смыслов. Эти подходы находят развитие в конкретных кураторских решениях — от ранних постмодернистских выставок до современных проектов, таких как «Куда возвращаться» [2] и «Небесная книга-ракета» [1], где коллаж функционирует как пространственно-семиотический механизм. Несмотря на активную разработку темы в англоязычной литературе, в русскоязычном и китайском академическом поле системные исследования, посвящённые коллажу в выставочном дизайне, всё ещё ограничены.

Результаты и дискуссии

Постмодернистская выставочная логика формируется на основе деконструктивной парадигмы, отвергающей бинарные оппозиции и иерархические структуры. Согласно Ж. Дерриде, смысл не является фиксированным, а возникает в процессе *différance* — непрерывного откладывания и различения. В экспозиционной практике это выражается в отказе от линейного кураторского нарратива и доминирующей трактовки, в пользу множественности смыслов и вовлечения зрителя в процесс интерпретации. Теория симулякра Ж. Бодрийяра, в свою очередь, описывает ситуацию, при которой знак перестает отсылать к реальности, заменяя её гиперреальностью [6]. Эти идеи составляют основу критического осмысления кураторских стратегий, использующих коллаж как средство визуального сопротивления и дестабилизации репрезентации.

Коллаж в постмодернистской выставочной практике функционирует не только как эстетический приём, но и как пространственно-семиотический метод. В проекте «Куда возвращаться» (2024, Музей искусств Университета Цинхуа) зритель помещён в лабиринтообразную структуру, сформированную из акриловых стен под углом 45°, где рукописи Ван Гуанъи представлены без иерархии и объяснений. Здесь деконструкция реализуется через фрагментированную навигацию, визуально-коммуникационные стрелки и материализацию следов художественного труда. Архитектура выставки подрывает привычную логику экспонирования, превращая передвижение по пространству в когнитивное участие, что коррелирует с фукоянским понятием гетеротопии [7].

В свою очередь, в проекте Сюй Бина «Небесная книга-ракета» (2021) деконструкция языка осуществляется на уровне символа и его материального распада: псевдознаки, нанесённые на корпус ракеты, деформируются при сгорании в атмосфере, теряя репрезентативность и воплощая идею *différance* [5]. Выставка организована как пространственная симуляция запуска: зритель перемещается вдоль проекций, обломков и рукописей, вступая в диалог с визуальными следами «письма», утратившего носителя. Эта стратегия моделирует четвёртую стадию симулякра по Бодрийяру [6], где знак отделяется от всякого референта и существует как самодостаточная структура.

Предложенная в работе трёхуровневая модель анализа — основанная на синтезе понятий «постмодернистской дискретности» и «культурного трансфера» — позволяет систематизировать ключевые черты коллажа в выставочном контексте: фрагментацию как эпистемологический разрыв; реконтекстуализацию устойчивых знаков (например, политической иконографии у Ван Гуанъи) [2]; и диалектику деконструкции и реконструкции, где разрушение традиционного символа сопровождается его ревитализацией в глобализированном медиапространстве (включая отсылку к теории «творческого разрушения» У Цзунцэна).

Таким образом, коллаж как экспозиционная стратегия не только расширяет визуальные и семиотические возможности выставки, но и становится инструментом подрыва авторитарных структур, вовлекая зрителя в процесс смыслопорождения. Через синтез западной критики и конфуцианской идеи «вэнь» как формы фрагментированной культурной памяти, коллаж оформляется как «антинративная эпистемология», подрывающая целостность культурных идентичностей и открывающая выставку как площадку для символической реконфигурации.

Анализ выставочных кейсов

Проект «Небесная книга-ракета» (2021), реализованный Сюй Бином в сотрудничестве с компанией i-Space, трансформируется в выставочное высказывание, фокусированное на деконструкции языка и медийной репрезентации [1]. Выставочное пространство организовано как многоканальное повествование, включающее видеодокументацию запуска, обломки ракеты, концептуальные рукописи и визуальные комментарии. Фрагменты корпуса ракеты с абляционными следами псевдописьма помещены в прозрачные витрины, где разрушение символов интерпретируется как материализация дерридианской «*différance*». Пространственная логика экспозиции основана на пересечении линейных и нелинейных траекторий: симуляция полёта, графическая эволюция знаков и эскизы размещаются на полу, стенах и в подвесных структурах, создавая эффект бодрийяровской утраты референта [5]. Движение зрителя по выставке соотносится с траекторией ракеты, превращая акт просмотра в символическое путешествие.

Выставка сознательно отказывается от иерархий в презентации: рукописи и обломки экспонируются без защитных оболочек или подписей, а интерпретация строится через голосовые комментарии и проекционные подсказки. Такая стратегия децентрации воплощает фукоянское понятие «гетеротопии», провоцируя зрителя на самостоятельное собирание смыслов. Центральным элементом становится светодиодный счётчик обратного отсчёта, синхронизированный с видео невесомости, создающий образ «вечного незавершённого действия» — метафору бесконечной

отсрочки значения (рис. 1). Таким образом, «Небесная книга-ракета» переосмысляет выставку как философскую лабораторию, в которой язык, тело и пространство вовлечены в процесс символической разгерметизации [6], открывая перспективу для новой медийности в постгуманистском контексте.



Рис. 1. «Небесная книга-ракета»(2021), Сюй Бин

Музей искусств Университета Цинхуа в рамках кураторской стратегии «документальной топологии» реконструирует интеллектуальную генеалогию Ван Гуанъи. Более 250 рукописей — от эскизов «Большой критики» до нереализованных проектов и заметок к «Популярной антропологии» — размещены в лабиринте из полупрозрачных акриловых стен, пересекающихся под углом 45°, что создаёт дерридианские когнитивные разрывы [1]. Зритель вынужден двигаться по фрагментированной траектории, вступая в интертекстуальность с визуальными указателями в самих рукописях (например, пунктирными стрелками в проекте «VISA»), реализуя фукоянскую гетеротопию [2]. Отказавшись от сакрализирующего оформления, музей закрепляет рукописи магнитами на металлических панелях, демонстрируя правки и пятна как проявление «разочарованного» симулякра по Бодрийяру [6], вскрывая материальное напряжение художественного производства. Центром экспозиции становится зеркальная подставка со скульптурой «Материалист», в отражении которой фрагменты рукописей превращаются в генератор множественных смыслов, метафорически деконструируя художественную идентичность в глобализованном контексте (рис. 2).



Рис. 2. Панорама выставки «Куда возвращаться» (Музей искусств Университета Цинхуа, 2024)

Таким образом, выставка «Куда возвращаться» преобразует рукописи в эпистемологические артефакты, освобождая Ван Гуанъи от клише «политического поп-арта» и раскрывая его как культурного переводчика с многослойной ментальной картографией.

Список литературы

- 1 □ Проект «Небесная книга-ракета» Сюй Бина // Официальный сайт художника. URL: <https://www.xubing.com/cn/work/details/374?type=project> (дата обращения: 18.04.2025).
- 2 □ Панорама выставки «Куда возвращаться» // Художественный музей Университета Цинхуа. URL: http://art.china.cn/txt/2024-07/22/content_42868951.htm (дата обращения: 18.04.2025).
- 3 □ Дао Цзы. Интерпретация методологии эстетики постмодернистского искусства // Артда. URL: <https://www.artda.cn/yishuzhexue-c-1040.html> (дата обращения: 30.03.2025).
- 4 □ Майк Фезерстон. Потребительская культура и постмодернизм // CAFA Art Info. URL: <https://www.cafamuseum.org/exhibit/newsdetail/2310> (дата обращения: 03.04.2025).
- 5 □ Деррида Ж. Письмо и различие / Пер. с фр. — М.: Академический проект, 2000.
- 6 □ Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляция / Пер. с фр. — М.: Добросвет, 2008.

7□Фуко М. Гетеротопии // В кн.: Пространства культуры. Сб. текстов. — М.: НЛЮ, 2010.

References

- 1□Xu Bing. “Book from the Ground – Rocket Project” // Official website of the artist. URL: <https://www.xubing.com/cn/work/details/374?type=project> (accessed: 18.04.2025).
- 2□Panorama of the Exhibition ‘Where to Return’ // Art Museum of Tsinghua University. URL: http://art.china.cn/txt/2024-07/22/content_42868951.htm (accessed: 18.04.2025).
- 3□Dao Zi. “Interpretation of Postmodern Aesthetic Methodology” // ArtDa. URL: <https://www.artda.cn/yishuzhexue-c-1040.html> (accessed: 30.03.2025).
- 4□Featherstone, Mike. “Consumer Culture and Postmodernism” // CAFA Art Info. URL: <https://www.cafamuseum.org/exhibit/newsdetail/2310> (accessed: 03.04.2025).
- 5□Derrida, Jacques. Writing and Difference. Trans. from French. Moscow: Akademicheskyy Proyekt, 2000.
- 6□Baudrillard, Jean. Simulacra and Simulation. Trans. from French. Moscow: Dobrosvet, 2008.
- 7□Foucault, Michel. “Of Other Spaces: Heterotopias” // In: Spaces of Culture: Selected Texts. Moscow: NLO, 2010.

Научный руководитель: кандидат педагогических наук, доцент, заведующий кафедрой истории и теории дизайна и медиакоммуникаций Вильчинская-Бутенко Марина Эдуардовна
Scientific supervisor: Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Head of the Department of History and Theory of Design and Media Communications Vilchinskaya-Butenko Marina Eduardovna

УДК 75.052(430.2)Werner Tübke

Нарзуллоев З.У.

ORIGINS OF THE STYLISTIC SOLUTION OF WERNER TÜBKE'S MONUMENTAL PAINTING COMPOSITIONS OF THE 1970-1980S.

© З.У.Нарзуллоев, 2025

*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна
191186, Санкт-Петербург, Большая Морская, 18*

Статья посвящена истокам стилистического решения монументальных произведений крупнейшего художника ГДР Вернера Тيوبке. Рассматриваются основные этапы его творческой деятельности, начиная со времени посещения СССР и поездок в республики Средней Азии с целью совершенствования живописного мастерства. Основное внимание акцентируется на формировании творческой манеры Тيوبке творчества художников Высокого Итальянского Возрождения и маньеризма, а также искусства Германии и Нидерландов XV-XVI в., и, с другой стороны, таких течений XX в., как «новая вещественность» и сюрреализм.

Ключевые слова: Вернер Тيوبке, искусство ГДР, монументальная живопись, панорама, Северное Возрождение, маньеризм, сюрреализм

Z.U. Narzulloev

St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design
191186, St. Petersburg, Bolshaya Morskaya, 18

The article is devoted to the origins of the stylistic solution of the monumental works of the greatest GDR artist Werner Tübke. The main stages of his creative activity are considered, starting from the time of his visit to the USSR and trips to the republics of Central Asia with the aim of improving his painting skills. The main attention is focused on the formation of Tübke's creative manner of the artists of the High Italian Renaissance and Mannerism, as well as the art of Germany and the Netherlands of the 15th-16th centuries, and, on the other hand, such trends of the 20th century as «new objectivity» and surrealism.

Keywords: Werner Tübke, GDR art, monumental painting, panorama, Northern Renaissance, mannerism, surrealism.

Вернер Тيوبке (1929 – 2004), ведущий представитель официального искусства ГДР, наиболее заметный представитель Лейпцигской школы, успешно работал в монументальной и станковой живописи. Однако, несмотря на широкую известность и признание, которые Тيوبке получил у себя на родине и в разных странах мира, в СССР и в современной России творчество этого мастера все еще не получило всестороннего исследования. Вместе с тем, он создал ряд произведений, которые стали заметным явлением в монументальном искусстве ГДР и социалистических стран

Восточной Европы, а также отразили ряд важных тенденций развития монументального искусства СССР и социалистических стран Восточной Европы. На примере рассмотрения таких монументальных композиций, как «Рабочий класс и интеллигенция» в Лейпцигском университете (1973), «Человек – мера всех вещей» (1974–1975) и грандиозной «Панорамы Крестьянской войны в Бад-Франкенхаузене» (1976 – 1988) в статье дается характеристика стилистических истоков монументальной живописи Вернера Тюбке.

Для начала остановимся на художественном образовании, которое получил В. Тюбке. В раннем детстве он посещал занятия рисунком в городе Шёнебек, затем, в студенческие годы, учился в ремесленном училище в Магдебурге, в Грайфсвальдском университете и Высшей школе графики и книжного искусства в Лейпциге. В 1950-е гг., в период изменений культурной политики в ГДР с ее курсом на освоение эстетики социалистического реализма, Тюбке начал искать свой узнаваемый изобразительный язык, позволявший придать политически ангажированным монументальным композициям изысканное и совершенное в техническом отношении решение, которое позволяло сопоставлять его произведения с творениями старых мастеров. В 1958 г. Тюбке стал победителем конкурса отеля «Астория» и приступил к работе над композицией «Пять континентов» для этого отеля. «Пять двойных картин, так называемых диптихов, каждая из которых изображает два социальных класса. Социальные классы предстают в сравнении друг с другом, а пять континентов иллюстрируют пять таких разных и таких похожих миров. Данная работа Тюбке выполняла не только эстетическую, но и репрезентативную функцию, поскольку тогда «Астория» считалась международным центром ГДР и неизменно оказывалась в центре внимания мировой общественности, демонстрируя культуру и идеологию социалистического государства» [1].



Ил.1. В.Тюбке. Автопортрет в Самарканде. 1962

В начале 1960-х гг. В. Тюбке отправился в СССР с целью выполнения цикла живописных произведений, посвященных жизни в республиках Средней Азии. Одним из результатов этой поездки стал автопортрет, написанный в Самарканде (ил. 1). Затем, после возвращения на родину, художник совершил ряд поездок в Италию, где он смог внимательно ознакомиться с итальянской живописью эпохи Высокого Возрождения и маньеризма. При этом на последующее развитие творчества Тюбке более значительное влияние оказали именно работы Пармиджанино, Бронзино и других представителей маньеризма.

В то же время в станковых работах Тюбке 1960-х гг. обозначился еще один важный источник вдохновения немецкого художника, который органично соединился с внимательным изучением наследия старых мастеров и также оказал существенное влияние на его монументальную живопись. В картине «Социалистическая молодежная бригада» (1964) очевидным является внимательное изучение работ представителей «новой вещественности» – одного из ключевых направлений развития немецкого искусства 1920-х гг., ставившего перед собой задачу отражения событий современности. В то же время использованная здесь манера исполнения, где Тюбке достигает ощущения гладкой эмалевидной поверхности, на которой кисть оставила различные штрихи и царапины, свидетельствует об очевидном влиянии технико-технологических особенностей живописи Северного Возрождения.

К началу 1970-х гг. окончательно определились основные линии развития творчества Тюбке. Одна из них связана с искусством Нидерландов и Германии XV-XVI в., другая – с творчеством представителей Высокого Возрождения. В то же время в первой своей крупной монументальной композиции – «Рабочий класс и интеллигенция» (1973, ил.2) в Лейпциге, Тюбке во многом продолжает принципы образного решения, положенные в основу картины «Социалистическая молодежная бригада» (1964). Композиция представляет собой протяженную горизонталь, где рабочие представлены не в трудовой обстановке, а в процессе обсуждения текущих вопросов с представителями интеллигенции. О влиянии работ О. Дикса здесь свидетельствует пластическое решение фигур и трактовка лиц многочисленных персонажей композиции.



Ил.2. В.Тюбке. Рабочий класс и интеллигенция. Ректорат университета имени Карла Маркса в Лейпциге. 1973—1974.

В то же время, начиная с середины 1970-х гг. в монументальных композициях Тюбке все отчетливее выступает увлечение мастера искусством итальянского Возрождения. Наиболее ярко это проявилось в полиптихе «Человек – мера всех вещей» (1974-1975) для Дворца Конгрессов в Восточном Берлине. В этой масштабной живописной композиции, украсившей крупнейший выставочный комплекс ГДР, заметно изменение манеры Тюбке. Он активно деформирует фигуры, придает им сложные ракурсы и использует преувеличенные, акцентированные жесты, свойственные, скорее, искусству итальянского маньеризма. При этом Тюбке часто вводит в картины, составляющие полиптих «Человек – мера всех вещей» необычные сочетания живого и неживого (например, мужчина и женщина, вззирающие на лишенный головы обнаженный торс из черного мрамора, который благодаря такому соседству кажется, скорее, живым). В этом случае можно говорить о своеобразном соединении в творчестве Тюбке направления, которые исследователи обозначают как «неоманьеризм», и элементов сюрреализма.

Разные влияния окончательно соединились в самой известной работе Тюбке – живописной панораме (1983–1987 гг.), посвященной Крестьянской войне в Германии 1524-1525 гг., и расположенной в Бад Франкенхаузене – небольшом городке, расположенном на севере Тюрингии. Эта монументальная работа «Ранняя буржуазная революция в Германии» (размеры – 14 метров в высоту и 123 метров в окружности) заслуживает внимания прежде всего огромным количеством действующих лиц (более 3000 отдельных фигур, и площадь 1722 квадратных метров). Не случайно эта монументальная композиция до сих пор считается крупнейшей в мире. «Холст был соткан текстильной промышленностью в Советском Союзе и только неокрашенным весил 1,1 тонн и крепился двумя стальными кольцами, каждое около 40 метров в диаметре» [3]. Безусловно, Тюбке не смог справиться в одиночку со столь грандиозной работой. В создании композиции мастеру помогали пятнадцать художников, которые смогли точно воспроизвести стилистическую манеру самого Тюбке. После утверждения эскизов со стороны Союза художников ГДР они были сфотографированы и увеличены на холсте с помощью специальных проекторов. Тюбке оказывали помощь пять художников, которые были выбраны им для работы над окончательным вариантом композиции. Прорисовка контуров осуществлялась бледной темперной краской.

Заслуживает упоминания также процесс утверждения композиции в официальных партийных и художественных институтах ГДР. «Изначально Министерство культуры ГДР сильно давило на Тюбке и требовало следовать партийной линии в искусстве, но в итоге смирилось с его независимым характером. Сам же Тюбке утверждал, что его искусство не носит просветительского характера и не предназначено для пробуждения определенного осознания. “Это чистое искусство ради искусства”, — говорил Тюбке» [2].



Ил.3. В.Тюбке. Крестьянская война. 1976-1987. Бад Франкенхаузен

Монументальная композиция, посвященная Крестьянской войне (ил.3), разделена на четыре панели слева направо. Начиная с панели слева и двигаясь вправо по всей работе в целом, она включала 9 сегментов, каждый из которых имеет дополнительные детали. Среди персонажей этой композиции мы видим соратников Томаса Мюнцера, помогавших ему направлять действия восставших крестьян, а также выдающихся деятелей немецкой истории, науки и культуры (в их числе: богослов и крупнейший деятель Реформации Мартин Лютер, скульптор Адам Крафт, резчик по дереву Тильман Рименшнайдер, художники Альбрехт Дюрер, Лукас Кранах Старший, мыслители-гуманисты

Филипп Меланхтон, Эразм Роттердамский и Ульрих фон Хуттен, изобретатель печатного станка И. Гуттенберг. В центре композиции помещена фигура вождя крестьянского восстания Т. Мюнцера, который после поражения в битве в мае 1525 г. был схвачен и казнен).

Композиция панорамы отличается уверенным соединением тщательной проработки отдельных фигур, где Вернер Тюбке тщательно выписывает все детали, включая детали военной экипировки, оружие, всевозможные предметы. Он уделяет пристальное внимание и складкам на одеяниях, но при этом постоянно прибегает к приему пластического обобщения. Сам характер трактовки фигур свидетельствует о внимательном изучении произведений Брейгеля, Альтдорфера и других представителей Северного Возрождения. По сути, Тюбке объединяет в пространстве масштабной панорамы разрозненные разновременные эпизоды, причем далеко не все из них имеют прямое отношение к событиям Крестьянской войны.

Анализ образного решения работы Тюбке показал, что постмодернизм, который в целом нехарактерен для монументального искусства стран Восточной Европы и СССР, оказывал влияние на творчество В. Тюбке. Его произведения отличаются сложной связью с традициями живописи XV-XVI столетий со стилистической и технико-технологической точки зрения. Тюбке для раскрытия главной идеи монументальной композиции ориентировался на технику старых мастеров, среди которых наиболее сильное влияние на него оказали представители натуралистического реализма поздних Средних веков, искусство XVI в. в Северной Европе и немецкая школа. Приверженность классическим традициям станковой картины и универсальное владение техникой живописи позволили Тюбке создать поистине уникальные монументальные работы, не имеющие аналогов в искусстве ГДР и других стран Восточной Европы 1950-1980-х гг.

Список литературы

1. Вернер Тюбке: художник будущего родом из ГДР // <https://mact.eu/language/ru/xudozhnik-verner-tyubke-zhil-i-tvoril-v-lejpcige/?cn-reloaded=1> (дата обращения: 29.11.2024).
2. **Восемь самых интересных художественных панорам** // <https://www.forbes.ru/stil-zhizni-slideshow/hobbi/70229-8-samyh-interesnyh-hudozhestvennyh-panoram-kotorye-mozhno-uvidet> (дата обращения: 29.11.2024).
3. Гренберг Ю.И. Технология станковой живописи. Москва: Изобразительное искусство, 1982. 319 с.
4. Тюбке. Монументальные работы // <https://tanjand.livejournal.com/1995145.html> (дата обращения: 25.11.2024).

References

1. Verner Tyubke: khudozhnik budushchego rodом iz GDR // <https://mact.eu/language/ru/xudozhnik-verner-tyubke-zhil-i-tvoril-v-lejpcige/?cn-reloaded=1> (dateaccessed: 29.11.2024).
 2. *Vosem' samykh interesnykh khudozhestvennykh panoram* // <https://www.forbes.ru/stil-zhizni-slideshow/hobbi/70229-8-samyh-interesnyh-hudozhestvennyh-panoram-kotorye-mozhno-uvidet> (dateaccessed: 29.11.2024).
 3. Grenberg Y.I. Tekhnologiya stankovoy zhivopisi [Technology of Easel Painting]. Moscow: Izobraz. iskusstvo, 1982. 319 p.
 4. *Tyubke. Monumental'nyye raboty* // <https://tanjand.livejournal.com/1995145.html> (dateaccessed: 25.11.2024).
- Научный руководитель: доцент кафедры монументального искусства Санкт-Петербургского государственного университета промышленных технологий и дизайна, кандидат искусствоведения Бахтияров Руслан Анатольевич
- Scientific supervisor: PhD in Theory and History of Art, senior lecturer in the Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design Bakhtiyarov Ruslan Anatolievich

А.С. Прокопенко

ПРОБЛЕМА ПРЕЕМСТВЕННОСТИ В РАЗВИТИИ ИСКУССТВА ВИТРАЖА В МЕТРОПОЛИТЕНЕ ЛЕНИНГРАДА-САНКТ- ПЕТЕРБУРГА. 1960-Е-2010-Е ГГ.

© А.С.Прокопенко, 2025

*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна
191186, Санкт-Петербург, Большая Морская, 18*

Статья посвящена изучению истоков образного решения витражей на станциях метро Ленинграда-Санкт-Петербурга 1960-х – 2010-х гг. Рассматриваются основные подходы к созданию витражных изображений и проводится их классификация в соответствии с образными задачами, которые ставились авторами этих произведений на каждом отдельном этапе истории витражного искусства. В частности, автор выделяет сюжетную, эмблематическую и декоративную линии развития витража в петербургском метро.

Ключевые слова: Ленинградский метрополитен, монументальное искусство, витраж, агитационно-массовое искусство, античность, символ.

A.S. Prokopenko

St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design
191186, St. Petersburg, Bolshaya Morskaya, 18

THE PROBLEM OF CONTINUITY IN THE DEVELOPMENT OF STAINED GLASS ART IN THE LENINGRAD-SAINT PETERSBURG METRO. 1960S-2010S

The article is devoted to the study of the origins of the figurative solution of stained glass windows at the Leningrad-Saint Petersburg metro stations in the 1960s-2010s. The main approaches to the creation of stained glass images are considered and their classification is carried out in accordance with the figurative tasks that were set by the authors of these works at each individual stage of the history of stained glass art. In particular, the author highlights the plot, emblematic and decorative lines of stained glass development in the St. Petersburg metro.

Keywords: Leningrad metro, monumental art, stained glass, propaganda and mass art, antiquity, symbol.

Витраж получил достаточно широкое распространение в оформлении метрополитена Ленинграда и Москвы, поскольку здесь оказались наиболее востребованными монументальные композиции, которые предполагали использование подобной техники с использованием цветовых сочетаний, эффектных по своему звучанию и способных раскрывать содержание больших идеологических тем. В целом в отличие от фрески или мозаики искусство витража больше подходит для оформления больших пространств, например, интерьеров общественных зданий или станций метро, которые предполагают подсветку или более яркий активный свет, который, в отличие от фрески или мозаики, создаёт игру больших локальных цветовых пятен на поверхности стены. Кроме того, витраж позволяет сфокусировать внимание зрителя на определённых элементах монументальной композиции, которые раскрывают или отражают её доминирующее идейно-художественное содержание. В витраже предполагалась (в отличие от мозаики) меньшая связь с жанрово-повествовательным развитием сюжета. В целом витраж акцентирует, скорее, декоративный, а не содержательный элемент в раскрытии замысла художника-монументалиста, что особенно важно в создании целостного образа интерьера или вестибюля станций метрополитена.

Изначально витраж был искусством церковным, религиозным, но, несмотря на это, он возродился именно в Советском Союзе. В отличие от Москвы, где первые значительные образцы витража были созданы ещё в начале 1950-х гг., и были в большей степени связаны с традицией классического западноевропейского и русского искусства, в Ленинграде в этом виде монументального искусства преобладающей оказалась линия, связанная с опытом революционного «крыла» искусства русского авангарда. Первым шагом на пути к возрождению этой тенденции, в полной мере обнаружившей себя в оформлении станции метро «Новочеркасская», стал витраж в наземном вестибюле станции метро «Гостиный двор». Этот вестибюль появился в историческом здании Гостиного двора в 1967 г., когда со стороны дворового фасада был пристроен дополнительный объём для выхода со станции метрополитена.

Стена на площадке над эскалаторами целиком заполнена блоками стекла густых звучных цветов (ярко-алые, темно-синие, голубые, бесцветные с вкраплениями изумрудно-зеленого и солнечно-желтого). Автор витража – известный ленинградский художник-монументалист Александр Королев. Композиция посвящена расстрелу мирной демонстрации 3 июля 1917 г. Событие, положенное в основу этого витража, произошло буквально в нескольких шагах от того места, где он был размещен – на перекрестке Невского проспекта и Садовой улицы. Многофигурная композиция занимает практически все пространство наземного вестибюля станции. Композиция строится по диагонали. В нижнем левом углу представлены люди, раненные во время разгона демонстрации, а в середине мы видим тех, кто оплакивает погибших и помогает раненым. Наконец, на дальнем плане возникают новые толпы, которые, кажется, надвигаются на зрителя. Развевающиеся красные знамена вносят в сюжет дополнительное эмоциональное напряжение. Человек в фуражке, запечатленный в самом центре композиции, символизирует несломленный дух народа, который сумеет преодолеть трагедию расстрела и победить.

Весь образный строй витража подчинен выражению положенного в его основу исторического содержания. Здесь много напряженных цветовых контрастов, однако детали, связанные с конкретным историческим эпизодом, сведены к минимуму. Скорее, это обобщенный, символический образ демонстрации как выражения коллективной воли народа, выходящий за рамки трагического события 3 июля 1917 г. Не случайно здесь наряду с красным доминирует черный, цвет горя и траура. По своему назначению витраж в вестибюле «Гостинного двора» находится в более близком родстве с каменной кладкой, чем с тонкими стеклами оконных заполнений начала XX в. Такие литые витражи не украшают стены, но, скорее, сами являются стеной. В целом такой тип витражной композиции не рассчитан на контакт с близкого расстояния. Оно ведет диалог не с одним человеком, а с большими массами людей, которые могут видеть этот витраж, входя в вестибюль метро или перемещаясь по его лестницам и верхней галерее.

Следующей значительной монументальной композицией, выполненной в технике витража, является «Побеждающая революция», украсивший станцию метро «Красногвардейская» (открыта 30 декабря 1985 г., с 1992 г. – «Новочеркасская»). Над эскалаторами в верхнем вестибюле станции расположен витраж, который в ленинградском метро стал первым, имеющим искусственную подсветку. Он был выполнен в 1985 г. художниками Василием Гусаровым и Валентином Лекановым. Первоначальная тема оформления интерьеров вестибюля связана с борьбой отрядов Красной Гвардии за советскую власть. Она отражена и в трехчастном витраже. В центральной части вьется телеграфная лента с надписью: «Да здравствует революция 1917 г. Рабочие, солдаты и крестьяне». В левом и правом панно изображены человеческие фигуры в действии: люди бегут, стреляют или слушают оратора. Пластическая трактовка этих фигур напоминает кадры из исторической кинохроники. Цвета витража яркие, открытые, но сама гамма ограничена красным, желтым и зеленым. Эта характерная для советских витражей скупость оттенков не всегда объясняется замыслом художника, чаще она обусловлена отсутствием стекол нужного цвета. Долго время советская стекольная промышленность выпускала только так называемое «сигнальные» стекла, то есть те, которые использовались для светофоров на железной дороге (красный, желтый, зеленый и синий).

Первым витражом, созданным для следующей очереди четвертой линии петербургского метро, открытой в 1991 г., стали композиции, украсившие станцию «Лиговский проспект». Эти витражи расположены в надземной и подземной части вестибюля. При открытии станции в 1991 г. их было больше, однако часть монументальных произведений пришла в негодность и во время ремонта 2014 г. не была восстановлена. Все сохранившиеся витражи имеют абстрактно-геометрический характер. Они выполнены в единой стилистике и цветовой гамме по проекту Павла Ковалева, выпускника творческой мастерской ИЖСА имени И.Е. Репина под руководством А.А. Мыльникова. Открытие этой станции пришлось на тот год, когда была принята декларация о прекращении существования СССР. По этой причине монументальное оформление станции «Лиговский проспект», которое имеет исключительно декоративный характер, находится на рубеже между советским и российским витражом и не предлагает какой-то новой стройной идейно-художественной системы, некогда определявшей подход к оформлению станций, связанных с темой Революции. В то же время витраж на станции «Чкаловская», открытой в 1997 г., и посвященный большой мечте человечества – покорению небесного пространства, продолжает, скорее, традиции советского витража. Тему освоения неба здесь поддерживают два стеклянных панно, созданные художником Владимиром Хвостиком. Со стороны эскалаторного спуска перед входом на платформу находится небольшой круглый витраж «Икар». Икар предстает здесь как мифологический персонаж, впервые попытавшийся подняться в воздух на искусственных крыльях. Он изображен в виде стилизованной фигуры человека-птицы на фоне цветных стекол. В тот момент, когда включена подсветка, силуэт античного героя выглядит темным пятном, как это бывает, если смотреть на объекты напротив солнца. На восприятие витража влияет и продуманная пространственная иллюзия: когда пассажир спускается вниз, Икар над ним будто взмывает вверх. Этот сюжет открывает череду попыток человечества покорить небо. Второй витраж (в торце перронного зала) завершает тему полета изображением «Мечта человека», олицетворяющим уже покорение космоса. В плакатно-графической манере автор раскрывает саму идею полета: на голове героя угадывается шлем, руки раскинуты словно крылья, фигура в отрыве от земли несется сквозь звездный поток. Это воплощение самой идеи легкости и преодоления гравитации. Автором витража был найден образ, новаторский и в то же время традиционный, узнаваемый, так как в его основе – знаменитый витрувианский человек Леонардо да Винчи с идеальными пропорциями тела.

Следующая крупная витражная работа в петербургском метро появилась только в 2006 г. на станции «Парнас». Здесь мы видим пять витражей, созданных коллективом авторов: Александром Быстровым, Егором Быстровым, Григорием Гукасовым, Сергеем Хваловым. Они выполнены в комбинированной технике: фрагменты цветного стекла с росписью собраны на свинцовый профиль. Тематика определяется названием «Парнас». В Греции расположена одноименная священная гора Парнас, где, согласно мифам, жил бог Аполлон с музами – покровительницами искусств. В европейской культуре Парнас стал олицетворением места обитания поэтов и вообще деятелей искусства.

Начиная с эпохи Возрождения в парках и садах знати строились невысокие горы с площадкой на вершине, символизирующие Парнас. В окрестностях Петербурга также появились подобные искусственные насыпные холмы. Один из них, высотой в 60 метров, находится в Шуваловском парке. От этой горы получила свое название окружающая его местность, а позже и станция метро. Тематика витражей на «Парнасе» связана с конкретными сюжетами и героями древнегреческих мифов («Колесница Гелиоса», «Ника», «Похищение Европы», «Аргонавты»). Все витражи выполнены в ярких, солнечно-желтых тонах и производят радостное впечатление. Здесь использованы разнообразные по фактуре и колористическим нюансам стекла, что придает витражам особую нарядность. Следует отметить, что с начала 2000-х гг. в России появилось в продаже цветное стекло заграничного производства. Ассортимент стекол был очень широким, поэтому с этого времени мастера художественного стеклоделия не испытывали проблем с поиском подходящих материалов для работы.

О подлинном возрождении искусства витража в петербургском метро свидетельствуют композиции, украсившие станции новой очереди пятой линии, которые были открыты с 2008 по 2019 гг. («Волковская», «Проспект Славы», «Дунайская»). К югу от Обводного канала когда-то протекала река Волковка, а на ее берегах стояла деревня

Волково. Топонимика мест осталась в названии кладбища, проспекта и станции метро, открывшейся для пассажиров в 2008 г. В интерьере наземного вестибюля использован прием размещения витража во всю стену над эскалаторным ходом. Витраж выполнен художниками Александром и Егором Быстровыми в свинцово-паечной технике. В основе этой композиции лежит сюжет романтической новеллы: зимний вечер, запоздавшие ездоки на лесной дороге, нападение стаи голодных волков, отвага молодого человека и испуг барышни. Главным героем сцены является возница, управляющий тройкой лошадей. Только от его удали зависит спасение людей. Произведение отсылает к широкому кругу текстов в русской культуре. Одно из них – поэма Гоголя «Мертвые души» со знаменитым фрагментом: «Русь, куда ж несешься ты? Дай ответ. Не дает ответа...». Тройка здесь может восприниматься также как национальный символ России, поддерживающий национальную идентичность.

В витражах на станции «Проспект славы» представлены звёзды, которые символизируют не только понятие воинской славы (один из выходов этой станции ведет к скверу воинов-интернационалистов), но и подвиг пожарных как воплощение представления о героизме людей, каждый день рискующих жизнью. Наконец, на станции «Дунайская» мы встречаем витражи-эмблемы – особый жанр, который появился в петербургском искусстве витража во второй половине XIX в. и снова возрождаются в наше время. До этого подобный тип витража использовался в оформлении Аничкова дворца. Геральдические композиции в оформлении окон библиотеки великого князя Александра Александровича.

Таким образом, витражные композиции, установленные в Ленинграде, вначале (в оформлении метро «Гостинный двор») трактовались, скорее, в сюжетно-повествовательном ключе. Однако затем, уже в 1985 г., оформление станции метро «Красногвардейская» было подсказано уже эстетикой оформления агитационных панно и агитационного плаката первых послереволюционных лет. Так в витраж переносятся приёмы, связанные со стремлением «разложить» пространство на отдельные плоскости, фрагменты, включающие в себя шрифт и революционные лозунги. Это во многом было связано с эстетикой революционных плакатов «Окон РОСТА» В.В.Маяковского и «Клином красным бей белых» Эль Лисицкого.

В то же время в витражах 1990-х – 2000-х гг. можно видеть более свободное использование чисто декоративных мотивов, как, например, на станции метро «Лиговский проспект», или использование символической образности в витражах «Чкаловской». Это уже новый, постсоветский этап, в котором витражисты уже не были скованы требованиями следования определённому стилю. Соответственно здесь для них было важно найти новые подходы к использованию витражных композиций и в данном случае акцент делается на создание чисто декоративных или символических образов, продолжением которых стали. Немного позже, в 2000-е гг., появляются композиции сюжетно-повествовательные, например, на станциях метро «Волковская» и «Парнас». Здесь речь уже шла о том, что в витраж переносятся те приёмы и те подходы к созданию композиции, которые идут из античной керамики, т.е. оформления краснофигурных или чёрнофигурных ваз («Парнас») или живописных полотен, имевших фольклорные истоки («Волковская»).

Список литературы

1. Арден В. Тайны московского метро. Москва, 2024. 32с.
2. Волобаева Т. В. Витраж в русской культуре: Санкт-Петербург и его памятники. Санкт-Петербург, 1999. 29 с.

References

1. Arden V. Secrets of the Moscow Metro [Arden V. Tayny moskovskogo metro]. Moscow, 2024. 32 pp. (in Rus.).
2. Volobaeva T. V. Vitrazh v russkoy kul'ture: Sankt-Peterburg i yego pamyatniki. [Stained Glass in Russian Culture: St. Petersburg and Its Monuments]. St.Petersburg, 1999. 29 pp. (in Rus.).

Научный руководитель: доцент кафедры монументального искусства Санкт-Петербургского государственного университета промышленных технологий и дизайна, кандидат искусствоведения Бахтияров Руслан Анатольевич

Scientific supervisor: PhD in Theory and History of Art, senior lecturer in the Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design Bakhtiyarov Ruslan Anatolievitch

Прокопович А.А.

ИГРА «ПУШКИНСКАЯ МОНОПОЛИЯ» КАК ИНСТРУМЕНТ ИЗУЧЕНИЯ И ПОПУЛЯРИЗАЦИИ ТВОРЧЕСТВА ПОЭТА

© Прокопович А.А. 2025

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
Санкт-Петербург, Большая Морская, 18

Аннотация. В статье рассматривается авторская игра «Пушкинская монополия», предназначенная всем интересующимся для проверки и расширения знаний о жизни и творчестве А.С. Пушкина.

Ключевые слова: игра, цель игры, значение, комплектация, правила.

A.A.Prokopovich

Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design

St. Petersburg, Bolshaya Morskaya, 18

THE GAME “PUSHKIN MONOPOLY” AS A TOOL FOR STUDYING AND POPULARIZING THE POET’S WORK

Annotation. The article discusses the author’s game “Pushkin’s Monopoly”, intended for everyone interested to test and expand knowledge about the life and work of Alexander Pushkin.

Keywords: game, purpose of the game, meaning, equipment, rules, popularization.

Александр Сергеевич Пушкин сыграл ключевую роль в становлении современного русского литературного языка. Его произведения демонстрируют уникальное сочетание высокого литературного стиля с элементами разговорной речи и народного языка. Это сделало его творчество понятным и доступным для широких слоев общества, что способствовало популяризации и развитию русского языка как основы национальной культуры. Пушкин обогатил наш язык, введя новые слова и выражения, которые стали частью повседневной речи. Таким образом, его вклад в формирование литературного языка и в развитие русской литературы и культуры трудно переоценить.

Мы считаем, что творчество А. С. Пушкина важно популяризировать по следующим причинам: во-первых, оно оказывает положительное влияние на современную молодёжь. Произведения Пушкина развивают эстетический вкус и любовь к литературе, содержат глубокие философские мысли, которые заставляют задуматься и вдохновляют на собственное творчество; во-вторых, творчество Пушкина помогает развивать эмоциональный интеллект и эмпатию; в-третьих, произведения Пушкина затрагивают универсальные темы, актуальные и в наши дни; в-четвертых, в его поэзии и прозе исследуются разные человеческие чувства и состояния человека; в-пятых, творчество Пушкина обогатило современный русский литературный язык, так как поэт писал свои произведения языком, максимально близким и доступным всему народу, придав ему особое звучание, гибкость и живость; в-шестых, произведения Пушкина служат источником вдохновения для современных авторов, которые активно обращаются к наследию Пушкина, к темам, которые он поднимал в своих произведениях.

Информационные технологии в настоящее время занимают прочное место в современном мире, в том числе в образовательной среде, делая ее более удобной и доступной для получения информации в разных областях знания. Такие инструменты, как электронные книги, социальные платформы, блоги и т.д., предоставляют пользователям разного возраста широкие возможности для знакомства с творчеством писателей. Так, более 60% пользователей интернета в России предпочитают для чтения классической литературы электронные книги, что свидетельствует о растущем интересе к этому формату. Электронные книги стали важным инструментом не только в обучении, но и в популяризации классической литературы, включая творчество А.С.Пушкина[3] Это особенно актуально для молодого поколения, привыкшего к цифровым технологиям. Благодаря электронным книгам произведения Пушкина можно читать практически в любом месте и в любое время, используя смартфон, планшет или электронную библиотеку. В последние годы на таких платформах, как Instagram и TikTok и др., наблюдается рост числа аккаунтов, посвящённых жизни и произведениям поэта. Эти аккаунты предоставляют пользователям возможность делиться с читателями своими размышлениями о произведениях Пушкина. Благодаря интерактивным возможностям социальных медиа пользователи контента могут также активно участвовать в его создании, размещая там, например, свои видео на основе пушкинских сюжетов. Все это позволяет сделать творчество Пушкина ближе и понятнее, а в конечном итоге способствует сохранению нашего культурного наследия. Игры представляют собой один из наиболее увлекательных и эффективных способов популяризации культурного наследия, включая творчество А.С. Пушкина. Современные игровые проекты, такие как квесты и настольные игры, позволяют участникам не только познакомиться с произведениями поэта, но и активно взаимодействовать с ними. Это способствует более глубокому восприятию литературного материала и формированию

эмоциональной связи с ним. Использование сюжетов из произведений Пушкина в сценариях игр помогает погрузиться в мир его творчества, превращая изучение литературы в увлекательный процесс. Таким образом, игры не только развлекают, но и способствуют формированию интереса к литературе и чтению в целом. [2]

Интерактивные проекты представляют собой инновационный подход к популяризации творчества А.С. Пушкина. Виртуальные экскурсии позволяют пользователям исследовать места, связанные с жизнью и творчеством поэта, не выходя из дома. Например, в 2019 году в Москве был представлен проект «Пушкинская карта», который включал такие экскурсии. Эти технологии не только сохраняют культурное наследие, но и делают его доступным для широкой аудитории, включая молодежь, активно использующую цифровые устройства.

«Монополия» – это популярная в течение нескольких десятилетий настольная игра, развлечение для всей семьи или компании друзей. Она является не просто забавой, но и интеллектуальной стратегией: необходимо быстро мыслить, логично рассуждать и тщательно обдумывать каждый шаг, а не просто рассчитывать на удачу. Адаптация игры «Монополия» под творчество Пушкина, которая сделана нами, представляет собой пример успешного объединения наследия поэта с популярным игровым форматом. В этой версии игры участники могут путешествовать по ключевым местам, связанным с жизнью и творчеством поэта, приобретать его литературные произведения и соревноваться за символические достижения. Такая игра не только увлекает игроков, но и способствует более глубокому знакомству с биографией Пушкина и его творчеством, превращая изучение классической литературы в интересное и доступное занятие. По мнению Клушиной Н.И., «роль Интернета в развитии языка и культуры сопоставима только с технологической революцией Гуттенберга и гуманитарно-стилистической революцией Пушкина» [1]. Эти слова подчеркивает значимость в популяризации культурных ценностей такого формата, как игра,.

Литературная игра «Пушкинская Монополия», созданная автором, посвящена 225-летию со дня рождения великого русского поэта. Сам Пушкин, как известно, был человеком азартным, участникам этой игры также не должно быть чуждо стремление испытать себя и свою фортуна. Данную игру мы рассматриваем не только как развлекательный, но и как образовательный проект, который поможет участникам не только проверить уровень полученных знаний, но и больше узнать о пушкинской эпохе, о круге исторических персон, связанных с жизнью поэта, о фактах его биографии и о его замечательных произведениях. Игра «Пушкинская монополия» принимала участие в конкурсе «Пушкинское многоборье». «Пушкинское многоборье» – это открытый конкурс школьников, посвящённый 225-летию со дня рождения А.С.Пушкина. Цель конкурса – выявление и поддержка школьников, способных продемонстрировать высокий уровень осознания ценностей национальной культуры. Организаторами конкурса выступали Российский государственный педагогический университет имени А.И.Герцена и школа «Унисон». Информацию об игре можно найти в книге «Пушкин в современной школе».



Рис.1 Книга «Пушкин в современной школе»

Игра адресована прежде всего учащимся старших классов, однако играть могут и студенты, желающие проверить свои знания. Иначе говоря, «Пушкинская монополия» - это игра, подходящая для всей семьи, компании друзей или просто любящих настольные игры и русскую классическую литературу. **Цель игры** – не только получение удовольствия от демонстрации своего культурного кругозора, но и его расширение, развитие стратегического мышления.

Игра состоит из игрового поля; фишек (фигурки Золотая рыбка, Ученый кот, Золотой петушок, Царевна лебедь, Русалка); кубика; брошюры, содержащей инструкцию, правила и ответы на вопросы; комплектов карточек с вопросами к разделам; «купюр». Интеллектуальный банк игры имеет свою валюту – «ПУШКИНЪ». В игре могут участвовать от 2 до 4 человек. Количество игроков влияет на количество фишек на поле: каждый должен выбрать себе одну и поставить ее на старт (игра начинается с поля «Царское село», участники передвигаются по часовой стрелке). Также необходимо определить среди участников банкира, который следит за средствами банка, занимается проверкой ответов на вопросы игроков (банкир будет сверять ответы игроков с приложенными к игре верными ответами, находящимися в приложенной брошюре). Игровое поле содержит участки: «Лирика», «Биография», «Евгений Онегин», «Капитанская дочка». Кроме того, на нем есть особые клетки, связанные с важными местами и событиями в жизни поэта - «Царское село», «Ссылки», «Санкт-Петербург» и «Черная речка». Карточки с вопросами соответствуют 4 разделам: «Лирика», «Биография», «Евгений Онегин», «Капитанская дочка». В каждом разделе по 20 карточек. Карточки перетасовываются (каждый раздел отдельно) и выкладываются на соответствующие участки игрового поля. Карточки дополнительных разделов - «Царское село», «Ссылки», «Санкт-Петербург» и «Черная речка» - также перетасовываются и выкладываются вне поля около соответствующих участков.



Рис. 2 Комплектация игры.

Началу игры предшествует изучение ее правил.

Цель игры – интеллектуальная победа. Для победы игроку необходимо остаться единственным знатоком пушкинской биографии и творчества. Очень важно не скатиться до «обнищания», умно отвечать на вопросы и распоряжаться имеющимися купюрами. В начале игры участники находятся в равном положении. Дальнейшее развитие событий зависит от попадания его фишки на ту или иную часть игрового поля, а также от знаний и стратегии игрока, его умения просчитывать свои траты и доходы. Монополия для двоих не отличается правилами от варианта с большим количеством игроков. Количество вопросов указано на самом участке в круге. Вот лишь некоторые примеры вопросов: Какая дата, связанная с Лицеем, еще не раз встретится в лирике Пушкина? Как назывался литературный кружок, в котором состоял Пушкин, в какие годы и кто в него входил? Кто из русских поэтов подарил Пушкину свой портрет с надписью «Победителю-ученику от побежденного учителя»? По каким причинам А.С. Пушкина отправили в ссылку в Михайловское? Как критик В.Г. Белинский метафорически охарактеризовал роман в стихах А.С. Пушкина «Евгений Онегин»? О ком идет речь в романе: «Наружность его показалась мне замечательна: он был лет сорока, росту среднего, худощав и широкоплеч»? и др.

Чтобы сделать ход, участник кидает кубик и передвигает фишку на количество клеточек, равное выпавшему числу. При попадании на пустой, никем не занятый участок, игрок может приобрести его, чтобы в дальнейшем не платить за стоянку на нем. Для «покупки» участка необходимо ответить на вопросы, количество которых указано на самой ячейке (вопросы находятся в колоде карт на соответствующей клетке с темой, в центре или около игрового поля).

За верные ответы игрок получает награду – столько купюр «ПУШКИНЪ» из банка, сколько было верных ответов. На начальном этапе игры (на старте) отвечать на вопросы по теме «Царское село» не нужно.

Далее игроки по очереди передвигают свои фишки и «покупают» ячейки (способ «покупки» описан в предыдущем пункте). При попадании на уже «занятую» другим участником клетку игроку необходимо ответить на один вопрос меньше, чем указано в данной клетке. Если игрок не может ответить на вопрос, ему нужно «заплатить» одной купюрой «ПУШКИНЪ» владельцу ячейки. При попадании на такие ячейки, как «Царское село», «Ссылки», «Санкт-Петербург» и «Черная речка», игрок также отвечает на вопросы, но не приобретает поле, а получает вознаграждение – то количество купюр «ПУШКИНЪ», которое указано в ячейке.

Целью игрока является приобретение всех ячеек с одной темой, тогда другие участники и отвечают на вопросы, и платят ему по одной купюре «ПУШКИНЪ» даже при верных ответах.

Если игрок не может ответить на вопросы и у него не осталось купюр, то он может «заложить» свои приобретенные ячейки. Это означает, что игрок в следующие ходы при попадании на эту клетку обязан отвечать на вопросы, как и другие участники игры. Чтобы забрать клетку назад, необходимо заплатить десять «Пушкиных».

Если игрок полностью «обнищал» и имеет большие «долги» (не имеет приобретенных тематических ячеек, не может заплатить за стоянку двум и более соперникам и ответить на вопросы), то он выбывает из игры и становится проигравшим.

При попытках обмана игрок получает наказание и отправляется на поле «Ссылки», в котором находится три хода других участников игры, соответственно, он пропускает свои ходы. Победитель в «Пушкинской монополии» может быть только один: игра продолжается, пока остальные участники не «обанкротятся». Помимо хороших знаний и везения важна предприимчивость игрока: к успеху приведет тщательное планирование «купи-продажи», умелое взаимодействие с другими игроками, бережное вкладывание средств и осторожность в общении с банком.

Завершая описание игры «Пушкинская монополия», мы желаем всем ее будущим игрокам, чтобы над их игровым столом витал «ПРОСВЕЩЕНЬЯ ДУХ», помогал в игре «ОПЫТ, СЫН ОШИБОК ТРУДНЫХ» и не забывал счастливый «СЛУЧАЙ – БОГ ИЗОБРЕТАТЕЛЬ»!



Рис.3. Процесс игры

Научный руководитель – доцент кафедры русского языка и литературы СПбГУПТД, кандидат педагогических наук Налимова Татьяна Анатольевна

Scientific supervisor – Associate Professor of the Department of Russian Language and Literature, SPbGUPTD, Candidate of Pedagogical Sciences Nalimova Tatiana Anatolyevna

Список литературы и источников

1. Клущина Н.И. О дигитализации языка // Филологические беседы. — [б. г.]. — С. 52–53. — DOI: 10.31857/S013161170003006-5.
2. Маркина О.Г. Деятельность библиотек России по продвижению чтения // [б. и.]. — [б. м.], [б. г.]. — [б. и.].
3. А.С. Пушкин и современность: проблемы, подходы, интерпретации / под ред. Ахтамовой М. У. — Душанбе: РТСУ, 2024. — 213 с.
4. Пушкин в современной школе. Пособие для учителей и учащихся. Составитель – А.Н.Бакушина. – Иваново:издательство «Роща», 2024. – 384 с.
5. Ребецкая Н. А. База данных «Словаря языка Пушкина» как инструмент исследования творчества поэта // [б. м.]. — [б. г.]. — [б. и.].

References

1. Klushina N.I. On the digitalization of language // Philological conversations. — [B. G.]. — pp. 52-53. — DOI: 10.31857/S013161170003006-5.
2. Markina O.G. The activity of libraries in Russia to promote reading // [B. I.]. — [B. M.], [B. G.]. — [B. I.].
3. A.S. Pushkin and modernity: problems, approaches, interpretations / ed. Akhtamova M. U. — Dushanbe: RTSU, 2024. — 213 p.
4. Pushkin in the modern school. Manual for teachers and students. Compiled by A.N.Bakushina. - Ivanovo: publishing house "Roshcha", 2024. - 384 p.
5. Rebetskaya N. A. The database of the "Dictionary of the Pushkin language" as a tool for researching the poet's work // [B. M.]. — [B. G.]. — [B. I.].

О.Б. Прохорова, Ю.Ю. Фирсова

СВАДЕБНЫЙ КОСТЮМ. СВЯЗЬ С КУЛЬТУРОЙ ПРЕДКОВ

© О.Б. Прохорова, Ю.Ю. Фирсова, 2025

Российский государственный университет им.А.Н.Косыгина
119071, г. Москва, ул. Малая Калужская д. 1

Статья посвящена растущему интересу к культурному наследию России, которое наблюдается в моде и, что более важно, в мировоззрении молодежи. Этот тренд рассматривается как отражение поиска идентичности и гражданской позиции. В проектировании коллекции свадебных нарядов авторы показывают связь между традициями и самосознанием. Коллекция является примером того, как культурное наследие может быть переосмыслено и интегрировано в современность, становясь частью личного и национального самоопределения.

Ключевые слова: костюм, мода, свадебный ансамбль, национальные традиции, культурная идентичность, народный костюм, свадебный ансамбль, вышивка, жемчуг.

O.B. Prokhorova, Y.Y. Firsova

A.N.Kosygin Russian State University
1 Malaya Kaluzhskaya str., Moscow, 119071

WEDDING COSTUME. CONNECTION WITH ANCESTRAL CULTURE

The article is devoted to the growing interest in the cultural heritage of Russia, which is observed in fashion and, more importantly, in the worldview of young people. This trend is seen as a reflection of the search for identity and citizenship. In designing a collection of wedding dresses, the authors show the connection between traditions and self-awareness. The collection is an example of how cultural heritage can be reinterpreted and integrated into modernity, becoming part of personal and national self-determination.

Keywords: costume, fashion, wedding ensemble, national traditions, cultural identity, folk costume, wedding ensemble, embroidery, pearls.

Данный проект посвящен возрождению традиционной русской свадебной культуры, в частности разработке новых свадебных ансамблей, в которые войдут аутентичные элементы народной свадебной одежды, народные свадебные орнаменты, выполненные в традиционных народных техниках. Цель исследовательского проекта - возвращение русскому свадебному ансамблю его исторической самобытности.

Возрастающий интерес к народным ремеслам и традиционному искусству в России обусловлен не прихотью моды, а глубоким осознанием россиянами своей принадлежности к богатой истории и многообразной культуре многонациональной страны. Это обращение к истокам является проявлением национальной идентичности и признанием значимости культурного наследия. Волна патриотизма, поднимающаяся в связи с международными событиями, направляет людей к демонстрации своей национальной идентичности и солидарности, в том числе через внешний вид. Костюм, отражая социокультурные изменения, становится мощным инструментом выражения общественного мнения и народного единства.

Однако, интерес к традиционной народной культуре и ремеслам возрастает не только из-за патриотических настроений, но и благодаря осознанию россиянами важности культурного наследия как носителя уникальной национальной идентичности. Осознанное понимание угрозы безвозвратной потери этого культурного пласта стимулирует его возрождение и передачу будущим поколениям. Народная культура является богатейшим источником для понимания социального опыта и формирования навыков общения. Культура рассматривается как процесс приобщения к ценностям, устоявшимся в народе, и одновременно как инструмент для воспитания уважительного и ценностного отношения между людьми [1].

Русский свадебный обряд представляет собой уникальное явление народной культуры. Самым ранним источником сведений о свадебных традициях древних славян является «Повесть временных лет», созданная Нестором, летописцем XII века. В своем труде он описывает различия в брачных обычаях различных славянских племен. «Повесть временных лет» свидетельствует о двух основных формах заключения брака: приведение невесты в дом жениха с приданым и «умыкание», то есть похищение девушки, часто происходившее во время языческих празднеств. Как ни удивительно, свадебные обряды, как более устойчивая форма культурного наследия, сохранили свою жизненную силу [2]. Игры и конкурсы, символические действия, хоть и в упрощенной, игровой форме, продолжают сопровождать свадебное торжество. Они переносят нас в прошлое, связывают с предками, напоминают о семейных ценностях и продолжении рода. Выкуп невесты, осыпание молодых зерном, разжигание семейного очага – эти древние ритуалы, трансформировались и адаптировались к современным условиям, продолжают присутствовать в свадебных церемониях. Совсем по-другому выглядит ситуация с костюмом. Традиционные свадебные наряды, некогда отражавшие этническую принадлежность, социальный статус и семейные ценности, уступили место унифицированным образам, диктуемым модой и рекламой. Белое платье невесты, черный костюм жениха – этот стандартный набор стал символом свадьбы во

многих уголках мира, стирая локальные особенности и национальную уникальность. Обидно утратить столь ценную и важную часть нашей истории и культуры, часть нашего исконно русского этикета как кодекса чести и достоинства.

На Руси свадьба была окружена строгими правилами, построенных на моральных принципах и понятиях чести. Важным элементом был подвенечный наряд невесты, включающий накидку (прототип современной фаты), скрывающую её лицо до окончания венчания. Только после совершения обряда жениху позволялось увидеть лицо своей избранницы. Этот обычай подчеркивал сакральность момента и целомудрие невесты. Свадьба воспринималась как ключевое событие в жизни девушки, поэтому подготовка начиналась задолго до торжества. Девушки с ранних лет обучались ведению домашнего хозяйства и рукоделию. Подвенечное платье невеста шила самостоятельно, часто задолго до свадьбы, и оно являлось частью ее приданого. Подвенечный наряд создавался с учетом личных вкусов невесты, но, главное с учетом культурных особенностей и обычаев ее региона.

Данное исследование сосредоточено на изучении и переосмыслении исторических свадебных костюмов северных губерний для создания современного ансамбля. Вдохновением для современной свадебной интерпретации послужили уникальные особенности кроя, колористики, орнаментального богатства и фактур традиционных нарядов. В качестве прототипов для создания современных свадебных образов были выбраны костюмы из Костромской, Псковской и Тверской губерний (рис. 1).



Рис.1 Свадебные наряды: а – Костромской губернии; б – Псковской губернии; в – Тверской губернии

В Костромской губернии женский свадебный наряд, основанный на сарафанном комплексе, отличался особым богатством. Сарафаны обильно украшали лентами, полосами ткани, тесьмой, кружевом, шнурами и пуговицами. Интенсивность и роскошь декора варьировались в зависимости от предназначения сарафана и социального статуса его обладательницы. На однотонные сарафаны, чаще всего синего, чёрного или красного цветов, нашивали ленты с орнаментом, напоминающим распустившийся цветок гвоздики. Вдоль разреза сарафана пришивали большое количество пуговиц, иногда до 25 штук, сделанных из различных металлов, таких как медь, олово, или даже украшенных филигранью, что также свидетельствовало о благосостоянии семьи. Главным украшением свадебного костюма Костромской губернии является кокошник. Существовали две основные формы этого головного убора: островерхий, известный как кика или наклон, и серповидный, имеющий круглую форму со стрельчатыми концами [3].

Отличительными особенностями свадебного наряда является распашной сарафан, который богато декорировался узорными лентами из серебряных нитей, располагавшимися в передней части и по подолу. Под сарафан одевалась рубаша из очень тонкого холщового материала, украшенная ажурными кружевами. Голову невесты венчал кокошник «шишак» в форме конуса, богато украшенный жемчугом и золотым шитьём. Свое название кокошник получил из-за декоративных элементов в виде шишечек [4].

Традиционный свадебный наряд Тверской губернии также состоял из сарафана, рубахи. Однако, отличала его знаменитая Тверская вышивка золотой и серебряной нитью [5].

При интеграции элементов народных костюмов в современный дизайн, особенно свадебный, важен тщательный отбор [6]. Необходимо учитывать не только символику и эстетику, но и практичность, а также возможность адаптации к современным тенденциям [7]. На рисунке 2 представлена схема адаптации элементов свадебных костюмов трех русских губерний, послуживших основой для традиционной составляющей современного свадебного наряда.



Рис. 2. Схема трансформации элементов народных костюмов губерний России в современный образ

На основе изучения народных костюмов северных губерний России была создана коллекция современных свадебных нарядов «В русских традициях». Ключевым элементом трех ансамблей является сочетание сарафана и рубахи.



Рис. 3. Фрагмент эскизного ряда авторская коллекция свадебных ансамблей «В русских традициях». Автор – Прохорова Ольга

На рисунке 3а представлен свадебный наряд, вдохновленный костюмом Костромской губернии. Характерными особенностями ансамбля являются акцентированные плечи за счет объемного рукава и необычный вырез сарафана, украшенный ручной вышивкой. Знаменитый костромской кокошник трансформирован в скромную диадему, также украшенную вышивкой. Вышивка выполнена в традиционной костромской стилистике и представляет собой орнамент-оберэг.

Рисунок 3б представляет эскиз свадебного наряда, вдохновленного народным костюмом Псковской губернии, известного своим жемчужным шитьем. Ключевым элементом дизайна является широкий пояс, богато украшенный жемчугом. Пояс выполняет двойную функцию: является изысканным ювелирным украшением и фиксирует полы распашного жилета-сарафана. Под жилетом просматривается минималистичное платье-мини, контрастирующее с объемными, многорукавными рукавами, создающими эффектный акцент. Пояс является композиционным центром всего ансамбля.

Костюм, созданный по мотивам нарядов Тверской губернии (рис. 3в), украшает вышивка серебряной нитью. Симметричные элементы по линии бедер, визуально продолжают объем рукавов, придавая силуэту воздушность. Как и в традиционных свадебных платьях Тверской области, современный сарафан имеет широкий кант с символическим свадебным орнаментом.

В коллекции свадебных ансамблей «В русских традициях» акцент сделан на возрождение не только традиционных черт народной свадебной одежды, но и возрождение забытых народных ручных ремесел и техник: вышивке, кружевоплетения, инкрустации жемчужным бисером. Эти трудоемкие и редкие техники превращают каждое свадебное платье в уникальный шедевр.

Традиционные орнаменты и узоры, некогда несущие в себе глубокий смысл оберегов и пожеланий благополучия, могут вновь обрести актуальность в современном обществе. На фоне государственной поддержки молодых семей, возвращение к элементам свадебной культуры предков способно стать не просто украшением торжества, но и символическим фундаментом веры, надежды и любви для новой семьи. Примером может служить орнаментальный элемент, взятый из свадебного наряда Псковской губернии Торопецкого уезда, представленный в таблице 1.

Регион	Силуэт	Колорит (набор цветов)	Тип орнамента	Расположение орнамента	Символика значения
Торопецкий уезд Псковской губернии	Трапеция – распашной сарафан	В свадебном костюме Торопецкого уезда Псковской губернии преобладали такие цвета: синий, серо-синий, лиловый, красный кумач, розовый, белый	Растительный (древо жизни) Женская фигура – «баба» 	Передняя часть и подол сарафана. На рубашке в области груди и по всей длине рукава, а также манжеты и воротник. На «шишаке».	Растительный – связь с природой «Баба» - стилизованная женская фигура. Вышитая женщина именовалась либо Макошь (руки подняты вверх), или Лада (руки опущены вниз). Макошь – древнеславянская богиня – олицетворяла Землю-Матушку, Лада – мать двенадцати месяцев и богиня плодородия

Таблица 1 – Орнамент в народном свадебном костюме Псковской губернии Торопецкого уезда

Орнамент «баба» глубоко почитается в народе и наделён сакральным смыслом [8]. В древнеславянской культуре существовала строгая иерархия женских ролей, где молодая незамужняя женщина носила название «девка» или «девица». Замужество и рождение детей значительно повышали социальный статус женщины. После рождения ребёнка, особенно первенца, её роль в обществе укреплялась, поскольку она становилась продолжательницей рода. При этом её называли «молодухой», если рождался мальчик, и «бабой», если рождалась девочка. Эти термины отражали не только её новый статус матери, но и половую принадлежность ребёнка. В славянской культуре частица «ба» означала бытие и жизнь, символизируя «Врата Жизни». Женщина, родившая дочь, получала статус «баба», то есть дважды «ба», поскольку становилась проводником для новой продолжательницы рода, девочки, которой предстояло стать «Вратами Жизни» для будущих поколений. Таким образом, мать дочери воспринималась как двойной символ жизни и преемственности.

Разработка свадебной коллекции одежды – это проект, требующий особого подхода и внимания, поскольку несет в себе не только эстетическую составляющую, но и значительную ответственность [9]. В современной российской культуре наблюдается усиливающийся интерес к традиционным духовно-нравственным ценностям, что подтверждается государственной поддержкой и инициативами в этой области. Образ России и русской женщины, выраженный через уникальную народную эстетику, является основой для создания Главного ансамбля в жизни каждой женщины. Такой подход рассматривается как залог формирования правильных нравственных ориентиров и гарантия передачи их будущим поколениям россиян. Национальный костюм, в свою очередь, представляет собой не просто одежду, а отражает историю народа как неотъемлемую часть большой страны [10].

Авторская коллекция «В русских традициях» представляет собой воплощение богатой и уникальной культуры России. Эта современная одежда призвана привлечь внимание к народным традициям, способствовать взаимопониманию и укреплению связи с историческими корнями. Коллекция подчеркивает многогранность и красоту национальной культуры, предлагая современному человеку возможность прикоснуться к наследию предков и обрести в нем силу.

Список литературы

1. Традиции России, URL: – Режим доступа: <https://www.culture.ru/>
2. Саранская С.А., Свадебные обряды и обычаи в славянской народной культуре: семантика и символика, «Вестник науки», 2024, № 2 (71), том 4, С. 191–194.
3. Воробьева Е.Н., Валькевич С.И. ЖЕНСКИЙ КОСТЮМНЫЙ КОМПЛЕКС КОСТРОМСКОЙ ГУБЕРНИИ XIX ВВ // Материалы V Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум» Шуйский филиал ФГБОУ ВПО «Ивановский государственный университет», факультет искусств URL: <https://scienceforum.ru/2013/article/2013003787>

4. Свадебные костюмы. Этнографический музей «Русская изба», URL: <https://ethnos-museum-push-pravdaschl.edumsko.ru/exhibition/3346569>
5. Объект этнокультурного достояния Тверской области «Свадебный обряд села Молодой Туд Оленинского района на Тверской области» URL: <https://odnt-tver.ru/нематериальное-наследие/свадебный-обряд-села-молодой-туд-оленинского-района-на-тверской-области/>
6. Инкина, А. К. Одежда как инструмент воспитания эстетической культуры / А. К. Инкина, Ю. Ю. Фирсова // Современные инженерные проблемы в производстве товаров народного потребления : Сборник научных трудов Международного научно-технического симпозиума IV Международного Косыгинского Форума «Проблемы инженерных наук: формирование технологического суверенитета», ФГБОУ ВО РГУ им.А.Н.Косыгина, М, 2024. – С. 225-228.
7. Фирсова Ю.Ю., Новый подход в проектировании одежды: дизайн эмпатии и комфорта, Научный журнал «Костюмология» /Journal of Clothing Science/2024, Том 9, № 4. URL: <https://kostumologiya.ru/PDF/07IVKL424.pdf>
8. Збаровская А.А. Архитектоника и графический язык древнерусского орнамента/ А.А. Збаровская, Ю.Ю. Фирсова// Всероссийская научно-практическая конференция «ДИСК-2018», ФГБОУ ВО РГУ им.А.Н.Косыгина, М, 2018. -С. 98-101.
9. Yu. Firsova, E. Gilmutdinova, V. Krasnoshchyokov, K. Karamova and A. Kalimullina, «Design Thinking: A New Model of Artistic Design of a Modern Costume Based on the Principles of Architectural Bionics, AIP Conf. Proc. 3268, 050018 (2025). URL: <https://doi.org/10.1063/5.0257800>
10. Прохорова, О. Б. Коллекция современной одежды в стиле «фолк» как олицетворение Великой страны / О. Б. Прохорова, Ю. Ю. Фирсова // Мотивы культурных традиций и народных промыслов в коллекциях современной одежды, обуви и аксессуаров, ФГБОУ ВО РГУ им.А.Н.Косыгина, М, 2023. – С. 125-129.

References

1. Traditions of Russia, URL: – Access mode: <https://www.culture.ru/>
2. Saranskaya S.A., Wedding rituals and customs in Slavic folk culture: semantics and symbolism, Bulletin of Science”, 2024 , № 2 (71), volume 4, pp. 191-194.
3. Vorobyeva E.N., Valkevich S.I. THE WOMEN’S COSTUME COMPLEX OF THE KOSTROMA PROVINCE OF THE 19TH CENTURY. Materials of the V International student Scientific Conference “Student Scientific Forum” Shuisky Branch of Ivanovo State University, Faculty of Arts URL: <https://scienceforum.ru/2013/article/2013003787>
4. Wedding costumes. Ethnographic Museum “Russian hut”, URL: <https://ethnos-museum-push-pravdaschl.edumsko.ru/exhibition/3346569>
5. The object of the ethnocultural heritage of the Tver region “The wedding ceremony of the village of Molodoy Tud in the Oleninsky district of the Tver region” URL: <https://odnt-tver.ru/нематериальное-наследие/свадебный-обряд-села-молодой-туд-оленинского-района-на-тверской-области/>
6. Inkina, A. K. Clothing as a tool for fostering aesthetic culture / A. K. Inkina, Yu. Y. Firsova // Modern engineering problems in the production of consumer goods : A collection of scientific papers of the International Scientific and Technical Symposium of the IV International Kosygin Forum “Problems of Engineering Sciences: formation of Technological Sovereignty”, Kosygin Russian State University, Moscow, 2024, pp. 225-228.
7. Firsova Yu.Y., A new approach to design clothing: Empathy and Comfort design, Scientific Journal “Costumology” /Journal of Clothing Science/2024, Volume 9, No. 4. URL: <https://kostumologiya.ru/PDF/07IVKL424.pdf>
8. Zbarovskaya A.A. Architectonics and the graphic language of Ancient Russian ornament/ A.A. Zbarovskaya, Yu.Y. Firsova// All-Russian Scientific and Practical Conference “DISK-2018”, Kosygin Russian State University, Moscow, 2018. -pp. 98-101.
9. Yu. Firsova, E. Gilmutdinova, V. Krasnoshchyokov, K. Karamova and A. Kalimullina, «Design Thinking: A New Model of Artistic Design of a Modern Costume Based on the Principles of Architectural Bionics, AIP Conf. Proc. 3268, 050018 (2025). URL: <https://doi.org/10.1063/5.0257800>
10. Prokhorova, O. B. Collection of modern clothes in the style of “folk” as the personification of a Great country / О. Б. Прохорова, Ю. Ю. Фирсова // Motifs of cultural traditions and folk crafts in collections of modern clothes, shoes and accessories, Kosygin Russian State University, Moscow, 2023. – S. 125-129.

К. В. Куралов

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ 3D-АНИМАЦИИ В ПРОМЫШЛЕННОМ ДИЗАЙНЕ: ОТ КОНЦЕПТА ДО ФИНАЛЬНОГО ПРОДУКТА

© К. В. Куралов, 2025

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна
191186, Санкт-Петербург, Большая Морская, 18

В статье рассматривается роль и важность 3D-анимации в промышленном дизайне на различных этапах разработки продукта: от создания концепции до окончательной визуализации и маркетинга. Особое внимание уделяется использованию современных программных средств, таких как Blender, Cinema 4D и Adobe After Effects, позволяющих создавать реалистичные и информативные анимации. Описаны преимущества 3D-анимации в иллюстрации функциональных принципов продукта, выявлении недостатков дизайна и эффективном общении с потребителями. Подход доказывает свою важность не только в рекламе и презентациях, но и в образовании, технической документации и пользовательских интерфейсах. В статье представлен следующий вывод: доступность современных технологий 3D-анимация становится мощным инструментом для повышения конкурентоспособности продукта и облегчения взаимодействия между дизайнерами, инженерами и конечными пользователями.

Ключевые слова: 3D-анимация, промышленный дизайн, визуализация, маркетинг, виртуальный прототип, Blender, Cinema 4D, After Effects, цифровое проектирование, анимация в обучении.

K. V. Kuralov

St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, 18 Bolshaya Morskaya Street, Saint Petersburg, 191186

THE USE OF 3D ANIMATION IN INDUSTRIAL DESIGN: FROM CONCEPT TO FINAL PRODUCT

This article discusses the role and importance of 3D animation in industrial design at various stages of product development, from concept creation to final visualization and marketing. Particular attention is paid to the use of modern software solutions such as Blender, Cinema 4D, and Adobe After Effects, which enable realistic and informative animations. The advantages of 3D animation in illustrating product functional principles, identifying design flaws, and effectively communicating with consumers are described. It emphasizes its importance not only in advertising and presentations, but also in education, technical documentation, and user interfaces. The article highlights that, thanks to the availability of modern technologies, 3D animation is becoming a powerful tool for improving product competitiveness and facilitating interaction between designers, engineers, and end users.

Keywords: 3D animation, industrial design, visualization, marketing, virtual prototype, Blender, Cinema 4D, After Effects, digital design, animation in training.

В наши дни промышленный дизайн сохраняет свою функциональную ориентацию, опираясь на технические характеристики продукта и его визуальную составляющую, обеспечивая впечатление, которое будут ожидать люди. Из-за сильной конкуренции на рынке стало важным не только создать качественный продукт, но и суметь его правильно представить. И именно тут на помощь приходит 3D-анимация, благодаря которой появляются различные демонстрации объектов и товаров, на которых они выглядят максимально эффектно и привлекательно для своей аудитории.

Трехмерная анимация уже давно начала становится незаменимым инструментом не только для инженеров и дизайнеров, но и для маркетологов и заказчиков, ведь именно благодаря ей еще на ранних этапах можно сделать визуализацию концепта, отобразить принцип работы какого-либо механизма, а также выявить потенциальные недостатки и протестировать эргономическую составляющую продукта. Проверка продукта является достаточно важной частью работы над ним: в условиях производства, зачастую, ограничены сроки и бюджет, и именно в такие моменты даже малейшая ошибка может стать критичной.

«Помимо этого, в эпоху цифрового маркетинга играет важную роль для привлечения внимания потребителей именно визуальный контент» [1]. «Потенциального клиента быстрее заинтригует яркая и динамическая картинка, которая при этом еще и служит источником подачи информации, чем скучные статичные картинки и сплошной текст» [2]. При этом 3D-анимация может продемонстрировать не только внешний вид продукта, но и показать его внутренний механизм, а также объяснить принцип работы и дать информацию об уникальных характеристиках. Несомненно, такие важные моменты помогают улучшить восприятие товара и повысить доверие потребителя к бренду, из-за чего использование 3D-анимации уже не является трендом, а становится неотъемлемым элементом современного промышленного дизайна.

«Кроме того, нельзя не выделить одно из главных преимуществ, а именно универсальность 3D-анимации» [3]. Универсальность заключается в том, что 3D-анимация может эффективно использоваться на всех этапах жизненного цикла продукта, от концепции и первых эскизов, до старта продаж и маркетингового продвижения. А все потому что, еще на этапе концепции анимация помогает визуализировать идею, из-за чего можно с легкостью сформировать более понятное представление о габаритах и форме конструкции, а также принципе работы продукта, благодаря этому разработчики и заказчики могут разговаривать на одном языке и избежать лишних недопониманий.

При формировании конструкции и функциональных элементов, анимация позволяет верифицировать полученный результат, так как с ее помощью моделируют движение деталей и различных частей объекта, а также оценивают эргономику и даже прогнозируют поведение продукта в различных условиях. Из-за чего можно заранее выявить технические недостатки и, в последствии, доработать проект.

До начала производства с помощью 3D-анимации можно провести виртуальную презентацию продукта, чтобы продемонстрировать его инвесторам или клиентам. Необходимо это в тех случаях, когда объект достаточно сложный и обладает механизмом, понятным узкой аудитории. С помощью анимации отражается весь принцип работы продукта, а также то, как он будет использоваться, кем и в каких условиях применяться. Вследствие чего 3D-анимация начинает экономить ресурсы и ускорять процесс разработки, так как делает его более прозрачным для всех участников и становится полноценным инструментом для анализа и коммуникации.

Сегодня возможности 3D-анимации стали намного доступнее благодаря стремительному развитию программного обеспечения, которым пользуются как любители, разрабатывающие небольшие персональные визуализации (зачастую, с развлекательной целью), так и профессионалы, работающие над серьезными проектами в крупных студиях и корпорациях. На сегодняшний день можно выделить широкий спектр программ, применяемых в полном цикле разработки: от концепта до финальной визуализации. В начале особенно необходимы такие программы как Blender, легко осваиваемый и вариативный продукт, а также Cinema 4D, 3ds Max, Maya, и другие. «В этих программах есть возможность работы с высокоточным моделированием и созданием анимации» [4]. Для наглядности интерфейс программы Blender продемонстрирован на рисунке 1.

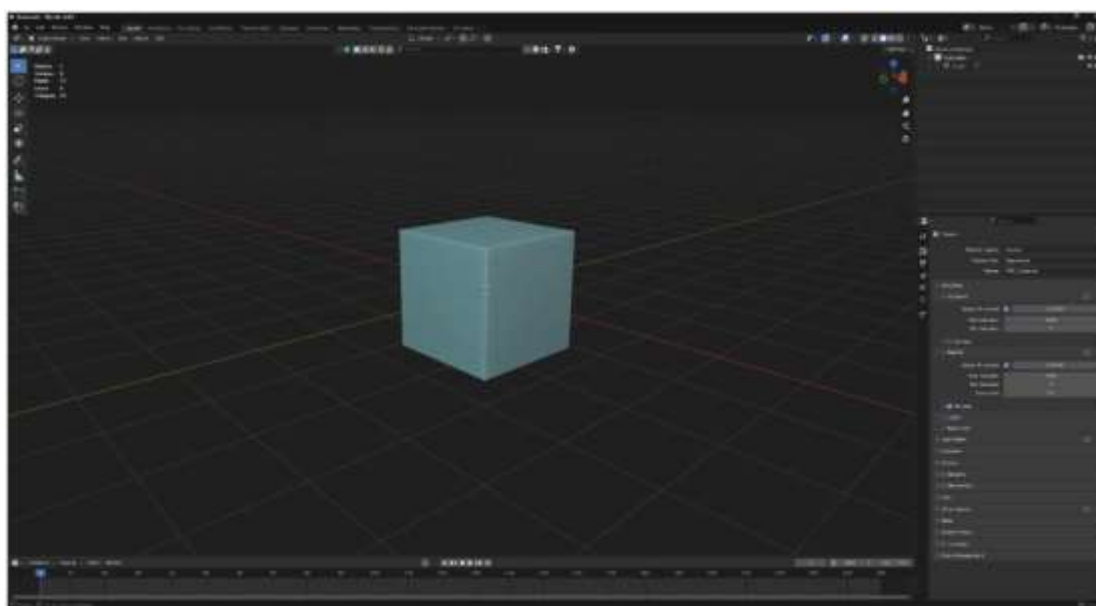


Рис. 1. Интерфейс программы Blender.

На этапе постобработки, наложения визуальных эффектов и композитинга профессионалы активно используют After Effects, Premiere Pro, DaVinci Resolve и Nuke. Именно эти программы позволяют импортировать 3D-анимацию в проект, используя ее с реальными видеоматериалами, дополняя работу титрами, специальными эффектами и различными стилизованными элементами. Благодаря такому подходу визуализации в результате получают кинематографическое качество. Ввиду чего, представленные программные средства используются на этапах подготовки презентаций и рекламных видеороликов. Чтобы четко представить рабочую область в данном программном обеспечении, представлен рисунок 2, на котором продемонстрирован интерфейс программы After Effects.

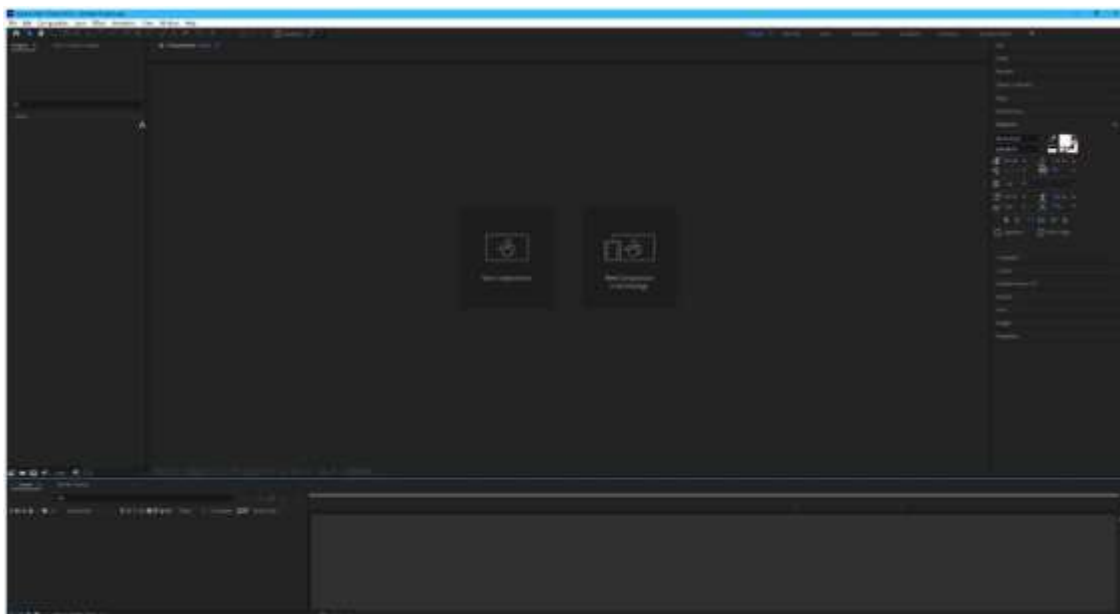


Рис. 2. Интерфейс программы After Effects.

Важно упомянуть и растущую популярность игровых движков, например Unreal Engine и Unity, которые все шире применяются в промышленном дизайне. Программы имеют уникальные технологии рендеринга в реальном времени, из-за чего появляется возможность не только визуализации сложных реалистичных сцен, но и создания интерактивных презентаций, где пользователь может вращать объект по своему желанию, а также присваивать ему другие материалы или текстуры. Интерфейс игрового движка Unreal Engine показан на рисунке 3.

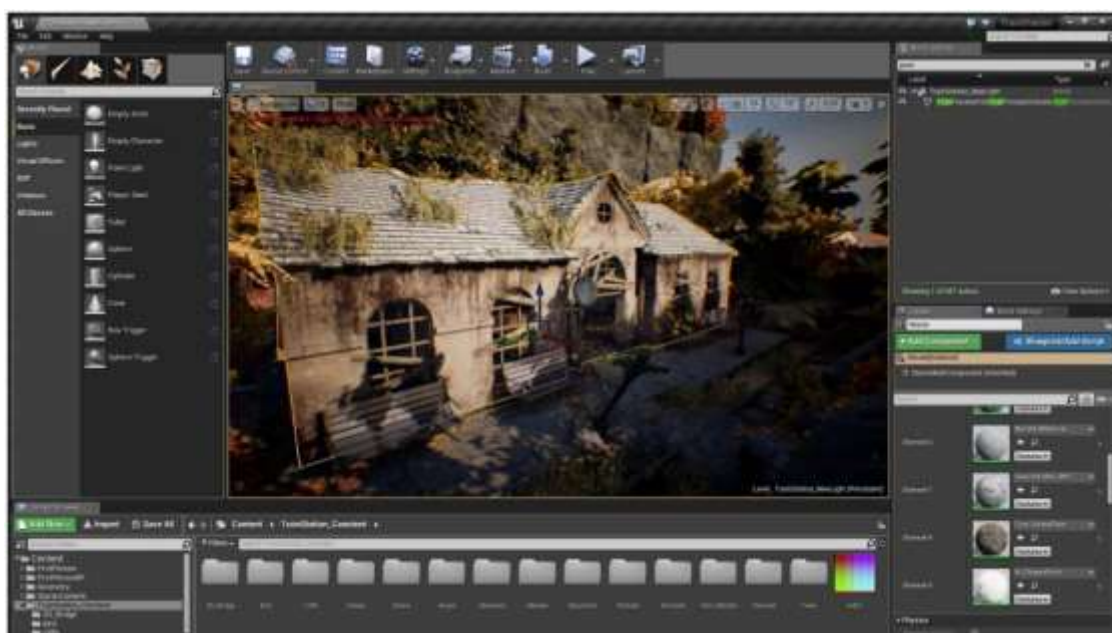


Рис. 3. Интерфейс программы Unreal Engine.

Чтобы ускорить процесс и повысить качество применяют различные плагины и аддоны. Они позволяют автоматизировать многие задачи, а также добавляют в программу новые возможности и инструменты. Аддоны и плагины особенно полезны в случае, когда работа должна быть выполнена срочно, а в самой сцене требуется большое количество разнообразных объектов. Именно аддоны позволяют просто и оперативно добавлять объекты, не создавая каждый из них вручную.

Благодаря всему перечисленному программному обеспечению инженеры и дизайнеры могут не только создавать визуализацию концептов и идей, но и адаптировать визуальные материалы под маркетинговые задачи. Таким образом все эти программы становятся не просто инструментом, а целым связующим звеном между идеей и финальным потребителем.

«Другое преимущество 3D-анимации в промышленном дизайне – способность демонстрировать то, что невозможно никаким образом показать привычными для всех способами» [5]. Например, это внутренности какого-либо продукта, его механизмы и движения маленьких шестеренок, а также другие скрытые процессы. Такая анимация

актуальна для техники, особенно мелкогабаритной (например, часов), где есть скрытый механизм, к которому нельзя подобраться с камерой и показать его во всей своей красе. Также визуализация механизма и принципов работы позволяет протестировать поведение элементов и выявить скрытые проблемы, например, такие, как проблемы в движении, зазоры и нехватка сцепления и так далее. Кроме этого, можно анимировать принцип взаимодействия человека с продуктом: визуализировать процессы открывания, включения, собирания и использования по назначению, таким образом сформировать объективную оценку эргономической составляющей процесса использования.

Для маркетинга такие анимации важны тем, что позволяют продемонстрировать продукт в действии. Покупатель сразу видит, как и зачем использовать продукт, какими преимуществами он обладает и чем он отличается от конкурентов. Это способствует продвижению новых или инновационных изделий, принцип работы которых интуитивно не понятен с первого взгляда. Даже простой механизм, показанный в движении и с комментариями, вызывает больше доверия и интереса, чем статичная инструкция. Смело можно говорить, что 3D-анимация становится универсальным языком объяснения чего-либо, ведь с её помощью пользователи легче понимают и оценивают продукт. Она повышает восприятие и интерес, снижает порог входа и увеличивает скорость принятия решений.

Для того чтобы грамотно и эффектно представить продукт, необходимо также обратиться к 3D-анимации. Она позволяет превратить технически сложный объект в нечто намного более привлекательное и понятное для аудитории. Также с помощью возможностей 3D-анимации создаются не только динамичные анимационные видеоролики, но и презентации, веб-контент, визуализации для социальных сетей, а также материалы для дополненной реальности.

Анимация помогает не только рассказать о продукте, но и вызвать эмоциональный отклик у зрителя. Красивое освещение, драматичная подача, приближения, разрезы, разлет деталей, ускоренное движение, именно это делает демонстрацию эффектной, запоминающейся и, что важно, информативной. Для потенциального клиента это значит не просто увидеть товар, а понять, как он работает, какие проблемы решает и чем отличается от других.

Маркетинговые материалы с 3D-анимацией особенно эффективны в онлайн-продвижении, в их числе видеоролики с демонстрацией продукта на стриминговом сервисе или видеохостинге, а также на сайтах и в презентациях. Они повышают вовлеченность и доверие к бренду, позволяют адаптировать контент под разные рынки и аудитории, изменяя язык, акценты и стилистику, без необходимости внесения корректировок в саму модель. Кроме того, 3D-анимация позволяет рекламировать даже те продукты, которые ещё не вышли в производство, что несомненно даёт компаниям временное преимущество для выхода на рынок. Прототипы могут быть представлены заранее, привлекая внимание, инвестиции или формируя предзаказы. Такой подход особенно популярен в краудфандинговых кампаниях, стартапах и высокотехнологичных проектах, а сама 3D-анимация становится не просто эстетичным дополнением, а мощным инструментом маркетинговой коммуникации, который сочетает в себе красоту, точность и функциональность подачи информации.

Помимо проектирования и маркетинга, 3D-анимация играет важную роль в обучении пользователей и техническом сопровождении продукта. «Визуализация заменяет сложные текстовые инструкции, чертежи и схемы, делая процесс освоения устройства более быстрым, понятным и интуитивным» [6]. Это особенно полезно в случаях, когда изделие содержит сложные механизмы или требует определённой последовательности действий при эксплуатации. Также при помощи анимации можно подробно продемонстрировать, как собрать или разобрать устройство, как его обслуживать, заменять детали, избегать ошибок. В отличие от традиционных бумажных руководств, анимационные инструкции можно легко адаптировать под любые языки и условия, использовать в мобильных приложениях, на сайте или в дополненной реальности. Пользователь не просто читает, а видит, что и как нужно сделать. Такие обучающие анимации особенно востребованы в производственных сферах, на предприятиях, в медицине и сфере обслуживания. Они помогают сократить время на подготовку персонала, минимизировать вероятность ошибок и ускорить внедрение новых решений. Более того, они могут быть использованы для внутреннего корпоративного обучения и сервисных служб.

Также анимации становятся эффективным способом взаимодействия с клиентом после продажи. «Визуальные руководства могут сопровождать продукт в виде QR-кода на упаковке или быть доступны на сайте компании, что значительно упрощает техподдержку и повышает лояльность пользователей» [7]. Тем самым, становится ясно, что 3D-анимация является не только средством для создания красивой визуализации, но и функциональным инструментом, способным оптимизировать процессы эксплуатации и сделать взаимодействие с продуктом максимально комфортным и предельно понятным.

Использование 3D-анимации в промышленном дизайне давно вышло за рамки исключительно визуального украшения и превратилось в полноценный инструмент, охватывающий все этапы жизненного цикла продукта, от разработки концепции до маркетингового продвижения. Возможности 3D-анимации позволяют не только экономить ресурсы и время, но и существенно повышать качество взаимодействия с продуктом как внутри команды разработчиков, так и с конечным потребителем. Современные программные решения, такие как Blender, Cinema 4D, Autodesk 3ds Max, а также дополнительные инструменты композитинга и постобработки типа Adobe After Effects, дают возможность создавать анимации высокого уровня с минимальными затратами. Кроме того, популярность таких платформ, как Unreal Engine и Unity, открывает доступ к реалистичной и интерактивной анимации, которую можно применять не только в видеороликах, но и в приложениях дополненной и виртуальной реальности.

Интеграция 3D-анимации в промышленный дизайн – это не просто тренд, а необходимость для компаний, стремящихся быть конкурентоспособными, гибкими и ориентированными на пользователя. Благодаря ей продукт становится живым, понятным и доступным ещё до своего появления в физическом мире. Что, безусловно, меняет подход к дизайну, коммуникации и взаимодействию с конечной аудиторией, открывая новые перспективы в сфере разработки и продвижения изделий.

Научный руководитель: доцент кафедры цифровых и аддитивных технологий, кандидат искусствоведения Костюк И.С.
Scientific supervisor: Associate Professor of the Department of Digital and Additive Technologies, Candidate of Art Criticism, Kostyuk I.S.

Список литературы

1. Шумакова Елена Артемьевна *Эстетика визуального контента в маркетинговых коммуникациях* // *Медиасреда*. 2020. №2.
2. Харечко Дарья Евгеньевна *Анимация как средство визуализации журналистских текстов в социальных сетях* // *Медиасреда*. 2021. №1.
3. Смолин Артем Александрович, Сысоева Екатерина Кирилловна *Применение и перспективы технологий моушн-дизайна в культурной и просветительской среде* // *Общество: философия, история, культура*. 2020. №3 (71).
4. Степанов Д. И. *Технологии и инструменты для реализации скелетной анимации в 3D-графике* // *Актуальные исследования*. 2024. №50 (232). Ч.I. С. 49-51.
5. Бондаренко Е. В. *3D графика и анимация* // *Экономика и социум*. 2017. №1-2 (32).
6. Золотарев Д. А., Белько Т. В. *Интерактивные технологии в дизайне как инструмент качественного изменения информации* // *Известия Самарского научного центра РАН*. 2011. №2-2.
7. Юмашев Д. О. *Анимация в системе средств массовой информации: развитие коммуникативного потенциала анимации* // *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*. 2015. №18 (215).

References

1. E. A. Shumakova *Estetika vizual'nogo kontenta v marketingovykh kommunikatsiyakh*. [Aesthetics of visual content in marketing communications]. // *Mediasreda*. [Media Environment]. 2020. No. 2. (in Rus.).
2. D. E. Kharechko *Animatsiya kak sredstvo vizualizatsii zhurnalistskikh tekstov v sotsial'nykh setyakh*. [Animation as a means of visualizing journalistic texts in social networks]. // *Mediasreda*. [Media Environment]. 2021. No. 1. (in Rus.).
3. A. A. Smolin, E. K. Sysoeva *Primenenie i perspektivy tekhnologiy mouchn-dizayna v kul'turnoy i prosvetitel'skoy srede*. [Application and prospects of motion design technologies in cultural and educational spheres]. // *Obshchestvo: filosofiya, istoriya, kul'tura*. [Society: Philosophy, History, Culture]. 2020. No. 3 (71). (in Rus.).
4. D. I. Stepanov *Tekhnologii i instrumenty dlya realizatsii skeletnoy animatsii v 3D-grafike*. [Technologies and tools for implementing skeletal animation in 3D graphics]. // *Aktual'nye issledovaniya*. [Current Research]. 2024. No. 50 (232). Part I. P. 49–51. (in Rus.).
5. E. V. Bondarenko *3D grafika i animatsiya*. [3D graphics and animation]. // *Ekonomika i sotsium*. [Economy and Society]. 2017. No. 1–2 (32). (in Rus.).
6. D. A. Zolotarev, T. V. Bel'ko *Interaktivnye tekhnologii v dizayne kak instrument kachestvennogo izmeneniya informatsii*. [Interactive technologies in design as a tool for qualitative information transformation]. // *Izvestiya Samarskogo nauchnogo tsentra RAN*. [Proceedings of the Samara Scientific Center of RAS]. 2011. No. 2-2. (in Rus.).
7. D. O. Yumashchev *Animatsiya v sisteme sredstv massovoy informatsii: razvitie kommunikativnogo potentsiala animatsii*. [Animation in the mass media system: development of the communicative potential of animation]. // *Voprosy zhurnalistiki, pedagogiki, yazykovedeniya*. [Issues of Journalism, Pedagogy, Linguistics]. 2015. No. 18 (215). (in Rus.).

Е.А. Головки

ХУДОЖЕСТВЕННО ДЕКОРАТИВНЫЕ ДОСТОИНСТВА БРЕНДА МЕБЕЛИ «MY BARLI»

© Е.А. Головки, 2025

*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна
191186, Санкт-Петербург, Большая Морская, 18*

Аннотация: данная работа была посвящена исследованию Российской мебельной компании MY BARLI. Рассмотрена история развитие бренда, ассортимент мебели, используемые материалы, стиль и дизайн. Поднимается тема экологической ответственности при производстве мебели.

Ключевые слова: мебель, мебельное производство, дизайн мебели, разработка мебели, экологической ответственность, тренды.

ARTISTIC AND DECORATIVE ADVANTAGES OF THE FURNITURE BRAND “MY BARLI”

Е.А. Golovko

Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design
191186, St. Petersburg, Bolshaya Morskaya, 18

Annotation: this work was devoted to the research of the Russian furniture company MY BARLI. The article examines the history of the brand's development, the range of furniture, materials used, style and design. The topic of environmental responsibility in furniture production is raised.

Keywords: furniture, furniture production, furniture design, furniture development, environmental responsibility, trends.

В последние десятилетия рынок мебели претерпел значительные изменения, отражая не только изменения в потребительских предпочтениях, но и новые тенденции в дизайне интерьера. На это повлияли тенденции на экологичность и функциональность. В этом контексте бренд мебели MY BARLI представляет собой интересный пример, как современные компании могут сочетать эстетическую привлекательность и практическое использование, предлагая своим клиентам уникальные решения для оформления интерьера. MY BARLI, обеспечивают высокое качество своих продуктов и учитывают индивидуальные потребности потребителей. Создают не просто предметы мебели, но и настоящие арт-объекты, при этом комфортные и стильные.

Данная статья направлена на исследование философии бренда MY BARLI, его основные принципы дизайна и производственного процесса. Уникальность в рациональном подходе к использованию экологически чистых материалов, а также адаптации к быстро меняющимся трендам в сфере интерьеров. Этот бренд не только предлагает широкий выбор стильной и функциональной мебели, но и активно внедряет в свою практику инновационные стратегии, направленные на удовлетворение потребностей современного потребителя. Мы рассмотрим уникальные характеристики продукции данного бренда, его подход к развитию, адаптации к быстро меняющимся требованиям потребителей. Таким образом, целью нашего исследования является изучение философии бренда MY BARLI, производственные процессы, уникальные дизайнерские решения.

Бренд мебели “MY BARLI” был основан в 2012 году с целью создания уникальной и функциональной мебели, отражающей современные тенденции дизайна и соответствующую высоким требованиям качества. Основателем марки является энтузиаст мебельного производства, который стремился вернуть в элементы интерьера изящество и гармонию, возрождая традиции отечественного производства.

На первом этапе своего развития, “MY BARLI” акцентировала внимание на функциональности и эргономичности своей продукции. Это позволило завоевать доверие первых клиентов и укрепить позиции на рынке. С течением времени, бренд стал использовать экологически чистые и безопасные для здоровья материалы, что стало одним из его основных принципов.

К 2015 году бренд значительно расширил свой ассортимент, добавив в него элементы интерьера, которые сочетали в себе современную эстетику и традиционный подход к производству. Особенно важным этапом в развитии “MY BARLI” стало сотрудничество с известными дизайнерами и архитекторами, что способствовало улучшению качества и оформления продукции. В результате, мебель “MY BARLI” стала регулярно участвовать в тематических выставках в России и за её пределами.

Значительное достижение для бренда произошло в 2018 году, когда “MY BARLI” была удостоена премии за лучший дизайн на международной выставке мебели. Это признание укрепило репутацию марки и позволило привлечь новых клиентов как в России, так и за её пределами, что способствовало расширению аудитории и повышению осведомленности о продукции.

Прежде всего, ассортимент мебели, предлагаемой «MY BARLI», охватывает широкий спектр категорий, включая, но не ограничиваясь, мягкой мебелью, корпусной мебелью, кухонными гарнитурами, кроватями и предметами интерьера. Этот разнообразный ассортимент отвечает различным потребностям потребителей и позволяет

удовлетворить вкусы как тех, кто предпочитает классические решения, так и тех, кто заинтересован в современных трендах. Каждое изделие продумано с учетом функционала, эстетики и комфорта.

В производстве мебели «MY BARLI» используются только высококачественные и экологически чистые материалы. Древесина, ткани и металлы находятся под строгим контролем качества и выбираются с акцентом на долговечность и надежность. Компания активно использует натуральную древесину, такие как бук, дуб и ясень, что обеспечивает не только прочность изделий. Используемые ткани также имеют высокие эксплуатационные характеристики, предлагая широкий выбор текстуры и цветовых решений, что позволяет каждому клиенту адаптировать мебель под свой интерьер.

Стиль и дизайн продукции «MY BARLI» можно охарактеризовать как синтез современности и традиционной русской эстетики. Бренд выбирает дизайнерские решения, которые гармонично вписываются в различные стилистические направления, будь то минимализм, скандинавский стиль или более классические интерьеры. Каждое изделие имеет свою индивидуальность. Важным аспектом является внимание к деталям, использованию изящных фурнитур и отделочных элементов.

Уникальные особенности продукции «MY BARLI» заключаются в высоком уровне индивидуального подхода. Бренд предлагает возможность кастомизации моделей, что позволяет потребителям выбирать не только стандартные размеры, но и адаптировать цвет, материал и даже некоторые элементы дизайна под свои требования. Такой подход способствует формированию более близких и доверительных отношений с клиентами, что в свою очередь формирует лояльность к бренду.

Также стоит отметить, что «MY BARLI» активно включает инновационные технологии в процесс производства и проектирования. Это не только повышает эффективность производства, но и обеспечивает возможность создания более сложных и оригинальных дизайнерских решений. Использование 3D-моделирования и виртуальной реальности в процессе разработки продуктов позволяет клиентам увидеть конечный результат и внести пожелания на одной из ранних стадий разработки, что значительно экономит время и усилия.

Экологическая ответственность стала одной из ключевых тем в мире производства и потребления, и бренд мебели «MY BARLI» демонстрирует пример активного и продуманного подхода к данной проблеме. В рамках своей деятельности компания ориентируется на применение устойчивых материалов и технологий. Экологическая составляющая в производстве «MY BARLI» охватывает несколько аспектов, включая выбор сырьевых материалов, технологические процессы, а также общий подход к ресурсам и утилизации.

«MY BARLI» активно использует экологически чистые материалы, такие как древесина, полученная из сертифицированных лесов, где соблюдаются строгие нормы лесоводства. Такой подход не только способствует сохранению природных ресурсов, но и гарантирует, что выбранный материал не наносит вреда окружающей среде. Кроме того, использование материалов с низким уровнем летучих органических соединений (ЛОС) способствует созданию здоровой атмосферы внутри помещений, что является важным аспектом для потребителей, заботящихся о своем здоровье и благополучии.

Бренд внедряет современные технологии, позволяющие оптимизировать производственные процессы и минимизировать отходы. Например, применение станков с числовым программным управлением (ЧПУ) позволяет значительно сократить количество обрезков и отходов, что, в свою очередь, уменьшает нагрузку на окружающую среду. Таким образом, использование высоких технологий не только повышает эффективность производства, но и делает его более экологически устойчивым.

Важным аспектом является и подход «MY BARLI» к ресурсам. Бренд осознает, что ответственное использование ресурсов включает в себя не только выбор качественных материалов, но и применение вторичных ресурсов. Для достижения устойчивого производства «MY BARLI» активно занимается переработкой и повторным использованием различных компонентов, что позволяет снизить потребление новых материалов. Этот подход является примером замкнутого цикла производства, при котором отходы превращаются в новые продукты.

«MY BARLI», подчеркивают необходимость формирования комплексного подхода к экологической ответственности. В условиях глобальных экологических вызовов, таких как изменение климата и истощение природных ресурсов, компания демонстрирует, как важно интегрировать устойчивые практики на всех уровнях производства. Применяя передовые технологии и основываясь на принципах экологической устойчивости, «MY BARLI» не только создает качественные и востребованные продукты, но и вносит значимый вклад в защиту окружающей среды.

Философия бренда «MY BARLI» основана на концепции создания мебели, которая не только выполняет практическую функцию, но и становится важным элементом внутреннего пространства. Бренд стремится к тому, чтобы каждая единица продукции воплощала в себе гармонию между эстетикой и практичностью. Основные декоративные элементы и стилистические решения MY BARLI вдохновлены современными трендами в дизайне интерьеров, при этом они сохраняют уникальность и индивидуальность, позволяя каждому покупателю создать свой неповторимый интерьер.

Дизайнерские решения «MY BARLI» выделяются своим разнообразием. Бренд предлагает широкий ассортимент мебели, включая как крупногабаритные предметы, такие как диваны и шкафы, так и мелкую мебель, такую как стулья и столы. Каждая коллекция разрабатывается с учетом потребностей целевой аудитории и современных тенденций, поэтому «MY BARLI» успешно адаптируется к изменениям в предпочтениях потребителей. Интересные цветовые сочетания, использование текстур и форм позволяют клиентам получить стильную и функциональную мебель, соответствующую их индивидуальным потребностям и стилю жизни.

Маркетинговая стратегия «MY BARLI» фокусируется на создании сильного имиджа бренда, который ассоциируется с качеством и инновациями. Компания активно использует цифровые каналы для продвижения своей

продукции, что позволяет ей охватить более широкую аудиторию и продемонстрировать свою философию через визуальный контент. Социальные сети, веб-сайт и специализированные выставки служат платформами для взаимодействия с клиентами.

Рассмотрим стратегии маркетинга и продвижения, которые компания использует для укрепления своего положения на рынке. В условиях быстро меняющегося потребительского поведения и высококонкурентной среды, «MY BARLI» успешно адаптирует свои маркетинговые подходы, чтобы привлечь и удержать клиентов.

Стратегии маркетинга и продвижения «MY BARLI» основываются на комплексном подходе, который сочетает в себе как онлайн-, так и оффлайн-активности. В онлайн-пространстве компания активно использует различные цифровые каналы для повышения видимости и взаимодействия с целевой аудиторией. Официальный веб-сайт «MY BARLI» является платформой, где потребители могут не только изучить ассортимент, но и получить полную информацию о характеристиках и преимуществах продукции. Наличие удобного интерфейса и четкой навигации способствует улучшению пользовательского использования.

Социальные медиа играют ключевую роль в маркетинговой стратегии «MY BARLI». Компания активно использует интернет-платформы для визуального продвижения своей продукции. Применяя качественные изображения и видеоматериалы, «MY BARLI» создает привлекательный контент, который не только демонстрирует особенности и стиль мебели, но и вдохновляет клиентов на создание уникальных интерьеров. Взаимодействие с подписчиками в социальных сетях осуществляется через комментарии, опросы и прямые трансляции, что позволяет установить обратную связь и создать более близкое отношение с клиентами.

Оффлайн-продвижение также имеет важное значение для «MY BARLI». Участие в выставках и специализированных событиях позволяет компании продемонстрировать свои новинки и укрепить связи с потенциальными партнерами. На таких мероприятиях «MY BARLI» предоставляет возможность потенциальным клиентам ознакомиться с качеством своей мебели вживую, что создает дополнительный стимул к покупке. Более того, компания активно поддерживает локальные инициативы и мероприятия, что повышает ее видимость на рынке и формирует положительный имидж.

Целевая аудитория бренда «MY BARLI» включает в себя молодых профессионалов, семейные пары, а также людей, заинтересованных в уютном и функциональном оформлении своих жилищ. Основные ценности этой аудитории — это качество, функциональность и современный дизайн. «MY BARLI» позиционирует себя как бренд премиум-класса, предлагающий продукты, которые соответствуют самым высоким стандартам. Это позволяет компании выделяться среди конкурентов.

Позиционирование «MY BARLI» на рынке основывается на принципах устойчивого развития и высоких стандартов качества. Бренд стремится внедрять в свою продукцию экологически чистые и безопасные материалы, что является важным аспектом для современного потребителя, который все больше обращает внимание на экологические материалы. Эта стратегия не только отвечает потребностям целевой аудитории, но и отвечает на глобальные вызовы, связанные с охраной окружающей среды.

В заключение, влияние «MY BARLI» на рынок мебели является многогранным и значимым. Бренд не только предлагает стильные и функциональные решения для оформления интерьера, но и активно пропагандирует идеи устойчивого развития и ответственного потребления. «MY BARLI» становится примером того, как современная мебельная индустрия может эволюционировать, вдохновляясь инновациями и сохраняющими традиции, отвечая на вызовы времени и меняя представление о мебели как о простом функциональном объекте. Бренд помогает своим клиентам не просто обустроить пространство, но и создать атмосферу уюта и гармонии, что делает его востребованным и актуальным в условиях современного рынка.

Научный руководитель: доцент кафедры дизайна интерьера и оборудования, преподаватель Колледжа технологии, моделирования и управления, Зорина И.Л.

Scientific supervisor: associate Professor of the Department of Interior Design and Equipment, lecturer at the College of Technology, Modeling and Management, Zorina I.L.

Список литературы

1. Магазин мебели «My Barli». URL: <https://mybarli.ru> (дата обращения: 05.04.2025)
2. Азбука Buro 24/7. URL: <https://www.buro247.ru/impressions/home/15-jan-2025-timeless-interior-design.html> (дата обращения: 05.04.2025)
3. Современные тренды и инновации в мебельном производстве: анализ рынка и перспективы развития. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-trendy-i-innovatsii-v-mebelnom-proizvodstve-analiz-rynka-i-perspektivy-razvitiya/viewer> (дата обращения: 05.04.2025)

References

1. Magazin mebeli «My Barli». URL: <https://mybarli.ru> (data obrashheniya: 05.04.2025)
2. Azbuka Buro 24/7. URL: <https://www.buro247.ru/impressions/home/15-jan-2025-timeless-interior-design.html> (data obrashheniya: 05.04.2025)
3. Sovremennye trendy i innovatsii v mebel'nom proizvodstve: analiz rynka i perspektivy razvitiya. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-trendy-i-innovatsii-v-mebelnom-proizvodstve-analiz-rynka-i-perspektivy-razvitiya/viewer> (data obrashheniya: 05.04.2025)

Н.В. Анисимова, Е.И. Садовская-Тишина

РАЗРАБОТКА КАПСУЛЬНОГО ГАРДЕРОБА С ЭЛЕМЕНТАМИ ИЗ ПРИНТОВАННОЙ СЕТКИ

© Н.В. Анисимова, Е.И. Садовская-Тишина, 2025

*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна
191186, Санкт-Петербург. Большая Морская, 18*

В статье рассматривается актуальность создания капсульного гардероба для молодой женщины, последовательность его разработки, подробный эскизный поиск, разработка принта.

Ключевые слова: капсульный гардероб, дизайн, эскизы моделей, принт, костюм, пальто, трикотажные изделия, свойства материалов

N.V. Anisimova, E.I. Sadovskaya-Tishina

Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design
191186, St. Petersburg, Bolshaya Morskaya, 18

DEVELOPMENT OF A STAGE CAPSULE WARDROBE WITH PRINTED TULLE ELEMENTS

The article discusses the relevance of creating a capsule wardrobe for a young woman, the sequence of its development, detailed sketch research, and print design.

Keywords: capsule wardrobe, design, model sketches, print, suit, coat, knitwear, material properties

Современное поколение живет в условиях ускоренного ритма жизни, где время имеет особую ценность. Рациональный подход к планированию времени распространяется также на составление и организацию собственного гардероба. Модная индустрия сегодня нацелена на интересы своего потенциального потребителя, поэтому при разработке коллекций учитывают его потребность в удобстве и функциональности без потери выразительности и уникальности. В обществе прослеживается тенденция роста популярности одежды, которую легко комбинировать, создавать многослойные образы и носить каждый день. Удовлетворяет перечисленные потребности концепция капсульного гардероба, выраженная в простых силуэтах, нейтральной цветовой гамме и универсальных предметах одежды, подходящих для различных жизненных ситуаций – от повседневной активности до вечернего выхода, кроме того, эта система снижает количество импульсивных покупок, соответствуя актуальным трендам осознанного потребления.

Молодой потребитель высоко ценит свободу выбора, стремление к самовыражению и, как правило, подчеркивает свою индивидуальность посредством одежды. Мода всегда была прикладным искусством, поэтому помимо оригинального и эстетичного дизайна важно понимать, как интегрировать ту или иную одежду в свой образ жизни, учитывая климатические условия и базовый набор функциональных элементов.

Была поставлена цель: разработать капсульную коллекцию-гардероб, используя простые конструктивные решения, ограниченную цветовую гамму и яркие стилистические акценты, а именно, гармоничные и оригинальные с точки зрения дизайна изделия из принтованного фатина. При создании капсульного гардероба важно учитывать образ жизни целевой аудитории, взгляды и род деятельности, также немаловажно достичь вневременной актуальности дизайна всех вещей. На формирование стиля и потребностей целевой аудитории значительное влияние оказывает город и регион, в котором её представители проживают, так для проектируемого гардероба условия эксплуатации диктует город Санкт-Петербург. На основании этих факторов определено, что проектируемый гардероб планируется для женщины 20-35 лет, проживающей в большом городе, основной сферой деятельности которой является работа в офисе, связанная с творческой индустрией и посещением светских мероприятий, театра, концертов и выставок, она не боится экспериментировать с образами и выделяться из толпы.

После общего анализа целевой аудитории была проведена проработка дизайна проектируемых изделий. На начальных стадиях эскизирования в качестве источника вдохновения принимались архитектурные формы и стилистические решения города Санкт-Петербург, в частности, постройки в стиле позднего классицизма и вышедшего из него стиля ампира. Классицизм восхищал своими строгими пропорциями, сдержанностью, минимальным количеством декоративных элементов и четкой осевой симметрией – это и хотелось отразить в одежде. Многоярусность Исаакиевского собора, одного из самых крупных и известных объектов классицизма в городе, стала неким прообразом для создания продуманной многослойности в капсульном гардеробе. Ещё одним образцом для подражания выбраны рельефные колонны Казанского собора, их утонченные силуэты послужили основой для поиска форм длинных изделий из сетки. Визуальный поиск концепции дизайна гардероба показан на рисунке 1.

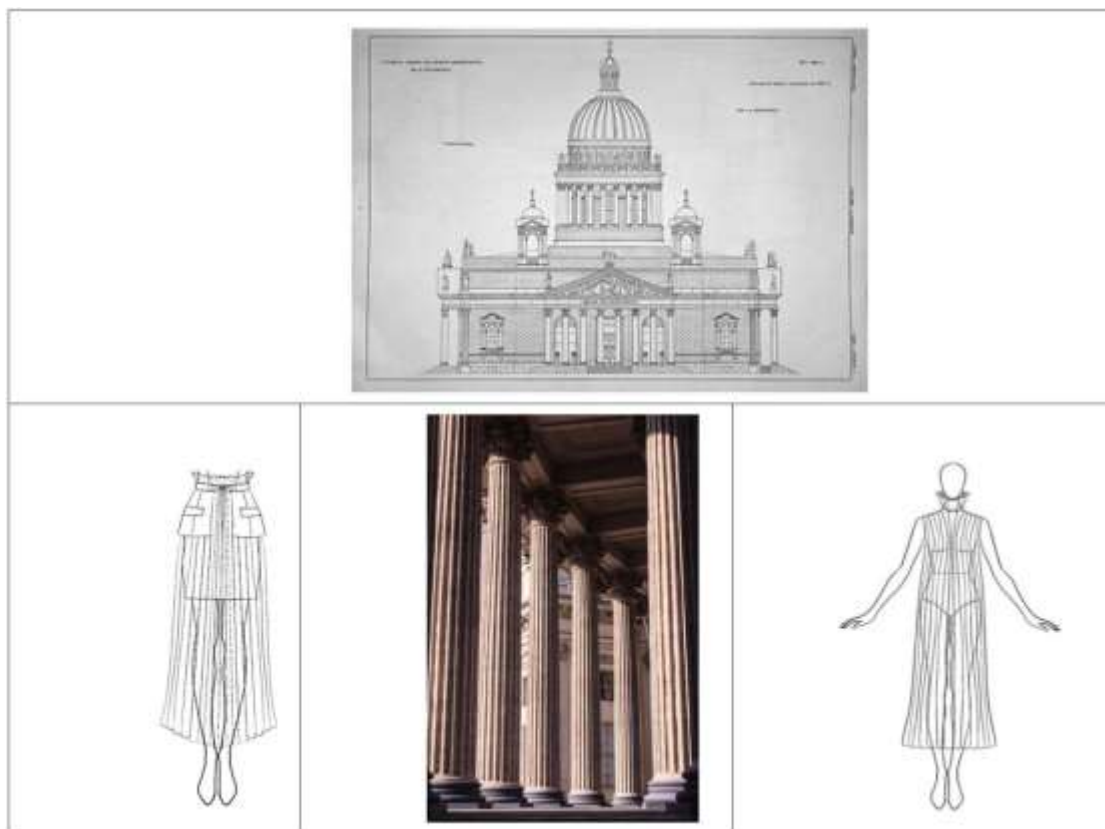


Рис. 1. Визуальный поиск концепции дизайна гардероба

Соответствовать выбранному источнику вдохновения должны не только основные предметы гардероба, но и аксессуары, подобранные в капсулу. Цепные декоративные ограждения вдоль улиц Северной столицы послужили аналогом для ожерелий-цепей и подвесных элементов в данной стилистике, а заостренные фронтоны зданий – для ободков-кокошников и других головных уборов.

В качестве цветового решения выбраны красный, белый и черный. Прежде всего данная цветовая символика нашла свое отражение в народном костюме, вплоть до XX века сохранившем архаичное сочетание красного узора на белом фоне. Это цветовая триада является самой устойчивой и распространенной, прошедшей сквозь столетия и не потерявшей свою актуальность в современной культуре. Черный с белым олицетворяют классику и сдержанную строгость в образе, а красный как экспрессивный акцент, приносящий динамику и страсть в скованном монохромном сочетании. Мудборд капсульного гардероба представлен на рисунке 2.



Рис. 2. Мудборд капсульного гардероба

Параллельно с формулировкой дизайнерского стиля гардероба проводился эскизный поиск через создание скетчей от руки (рис. 3). На основе этой проработки были выявлены ведущие силуэты – прямой и полуприлегающий, позволяющие подчеркнуть молодую фигуру и создать глубокие, многослойные сочетания. Отталкиваясь от вида деятельности потребителя, офисной работы, базовым стилем выбрана классика. Этот стиль обладает узнаваемыми конструктивными элементами, которые в свою очередь имеют высокую функциональность, например, прорезные карманы, стояче-отложные воротники с лацканами различной формы, застежки на петли и пуговицы. Именно эти конструктивные базисы послужили основой для таких аксессуаров в коллекции как воротником с лацканами на подтяжках и съемная баска с прорезными карманами с клапаном, что позволило расширить степень функциональности комплексного образа.

Исходя из потребностей потенциального покупателя также был установлен ассортимент изделий, которые будет входить в капсульный гардероб. Выполнялись наброски как изделий пальтово-костюмного ассортимента, так и предметов одежды второго слоя: трикотажные платья с рукавами и без, банлоны и боди. Важно было учесть, чтобы дизайн каждой позиции изделий в капсульный гардероб был универсальным, поэтому верхняя одежда задумывалась прямого и полуприлегающего силуэтов с возможностью регулировки степени прилегания по талии. Изделия из еврофатина также хотелось сделать немного увеличенного объема за счет сборок, складок и разведения лекал для того, чтобы добавить «воздуха» в будущие образы. Одежда же второго слоя наоборот должна, сидеть максимально плотно по фигуре, и для реализации этой задумки было решено использовать трикотажные полотна второй группы растяжимости.



Рис. 3. Эскизная проработка женских образов

Главной особенностью капсульного гардероба стали изделия из расписанной вручную сетки. Материал для изготовления платья с высоким воротником и рукавами-крылышками, юбки длины миди, перчаток с воланами, внешнего слоя шорт и платья-комбинации выбирался достаточно мягкий и пластичный, чтобы обеспечить легкость проектируемым фасонам, разбавляющим однообразие классических костюмов и платьев. Стилистика выполнения принта была вдохновлена граффити – субкультурным явлением, ставшим значимой частью уличного искусства, который в свое время отражал дух молодежи, желающей проявить себя на фоне обыденности (рис.4). Принт разрабатывался самостоятельно в графическом редакторе Procreate, его основной концепцией стала компоновка и различная интерпретация слова «корнерстон» (cornerstone), что в переводе с английского языка означает «краеугольный камень», первый камень, который кладут в основание любого строения (рис.5). Для достижения одновременно целостной и хаотичной картины использовались пятна, подтеки, различные шрифты и графические элементы.

Еврофатин был расписан акриловыми красками, нанесенными в несколько слоев художественными кистями и спонжами, в точном соответствии с полномасштабным макетом. Для удобства нанесения изображений, рисунок макета был выведен с проектора на развернутый отрез материала. Отсутствие как такового паттерна позволило уже на этом этапе выполнить раскладку и подобрать наилучшую часть принтованного пятна для той или иной детали, что придало уникальность и неповторимость каждой вещи. Индивидуальность проделанной работы заключается в введении оригинального художественного рисунка, который гармонично связал собой целый ряд базовых изделий.



Рис. 4. Предметы вдохновения при разработке принта



Рис. 5. Макет принта сетки на формат 16 м2

Окончательный вариант осенне-весеннего женского капсульного гардероба собран из различных предметов одежды пальто-костюмного ассортимента, трикотажных изделий и изделий из фатина, декорированных ручной печатью. Отдельные элементы комплектов с легкостью могут интегрироваться в повседневный гардероб потенциального потребителя. Перечень предметов гардероба представлен на рисунке 6 в виде эскизов составленных образов.



Рис. 6. Окончательный вариант эскизов всех элементов разработанного гардероба

В разработке гардероба важным моментом является конфекционирование материалов для каждого изделия, учитывая особенности нашей климатической зоны одежда должна обладать высокими защитными функциями и хорошо адаптироваться к резким погодным изменениям. Наглядным примером является разрабатываемое демисезонное пальто, сочетающее в себе фрагменты из чёрной полушерстяной пальтовой ткани с добавлением кашемира, обеспечивающей комфорт в холодный период, а также объемную нижнюю часть, выполненную из плащевое хлопкового материала молочного цвета с водоотталкивающей пропиткой, позволяющей носить пальто в период дождей без опаски за чистоту изделия. Из плащевое материала выполнены и другие предметы капсулы: платье-жилет и пояс-баска; благодаря его использованию изделия точно не сохраняют свой первоначальный вид и цвет. Для бадлонов и боди была выбрано синтетическое трикотажное полотно разных оттенков, создающее эффект «второй кожи» и позволяющее их использования в смежных размерах. Трикотажные платья гардероба изготовлены из более плотного трикотажа с добавлением хлопка, чтобы обеспечить повышенный комфорт при эксплуатации их в качестве самостоятельной вещи. С той же целью обеспечения комфорта, а также достижения высоких гигиенических свойств, для создания изделий костюмного ассортимента капсулы, прямых брюк и жакета с распашной спинкой, и нижнего слоя шорт, применялись материалы с высоким содержанием хлопка и вискозы.

Для построения конструкций плечевых изделий как из ткани, так и из трикотажа была выбрана единая методика «Мюллер и Сын». Базовая конструкция разрабатывалась на типовую фигуру размером 170-88-98. В соответствии

с эскизами, для достижения желаемых объемов были выбраны соответствующие прибавки, а для достижения плотного прилегания трикотажных изделий к фигуре при построении размерные признаки редуцировались в зависимости от коэффициента растяжимости используемого материала. Чертежи базовых конструкций, моделирование, комплект лекал и экспериментальная раскладка были выполнены в программе САПР Comtense. Фрагменты чертежей нескольких платьев из капсулы продемонстрированы на рисунке 7.

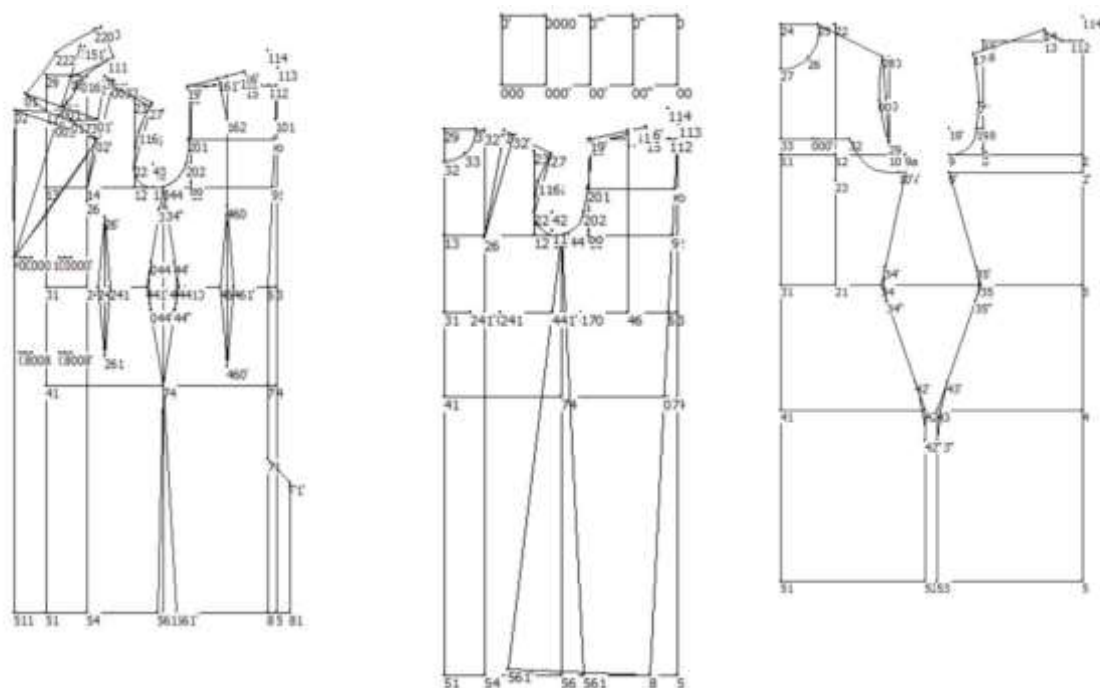


Рис. 7. Чертежи базовых и индивидуальных модельных конструкций трех платьев, включенных в капсулу

При проектировании изделий был сделан акцент на унификации методов обработки схожих технологических узлов. Выбор единой технологии обработки упрощает изготовление разных изделий, повышает их качество и обеспечивает стилевую целостность, что так важна в концепции капсульного гардероба

В результате решения поставленных задач разработан реальный капсульный гардероб (рис. 8), соответствующий концептуальной задумке, эксплуатационным требованиям для демисезонной одежды и обладающий высокими эстетическими свойствами. Капсула имеет множественность вариантов комплектации всех входящих в нее вещей. Прделанная работа помогла проявить внутренний потенциал художника в проектировании, научиться воплощать свои мысли и принципы в форме актуальной и гармоничной капсулы, познакомиться с построением конструкций и пошивом изделий различного ассортимента, что имеет особенную ценность в сфере модного бизнеса.





Рис. 9. Образцы отшитого капсульного гардероба

Разработанный капсульный гардероб неоднократно подтверждал высокое качество своего исполнения, целостность и продуманность образов, а также большой потенциал к коммерческой реализации на различных показах, выставках и профессиональных мероприятиях, например, XX конкурсе «Золотая Нить» Международного проекта «Юность планеты», где было получено звание лауреата I степени, и Всероссийском конкурсе презентаций научно-исследовательских и прикладных работ «Креативная индустрия», также получив диплом I степени. Возможность представлять свою работу на различных площадках позволила обменяться мнениями со специалистами, услышать конструктивную критику и совершенствоваться в дальнейших разработках.

УДК 687.016

Н.В. Анисимова, М.А. Чернова

РАЗРАБОТКА СЦЕНИЧЕСКОГО КОСТЮМА ПОРУЧИКА ДОЛОХОВА ДЛЯ ОПЕРЫ «ВОЙНА И МИР» С.С. ПРОКОФЬЕВА

© Н.В. Анисимова, М.А. Чернова, 2025

*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна
191186, Санкт-Петербург. Большая Морская, 18*

Данная работа посвящена анализу особенностей разработки сценического костюма, требований, предъявляемых к изделию, а также характеристики потенциального потребителя в рамках разработки сценического костюма поручика Долохова для молодежного международного проекта «Опера и подиум», где будет поставлен отрывок из оперы «Война и мир» С.С. Прокофьева.

Ключевые слова: сценический костюм, опера, эскиз, мужской костюм, эскизы моделей, анализ, униформа, эскизное предложение.

N.V. Anisimova, M.A. Chernova

St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design
191186, St. Petersburg. Bolshaya Morskaya, 18

DEVELOPMENT OF A STAGE COSTUME FOR LIEUTENANT DOLOKHOV FOR THE OPERA "WAR AND PEACE" BY S.S. PROKOFIEV

This work is devoted to the analysis of the features of the development of a stage costume, the requirements for the product, as well as the characteristics of a potential consumer within the framework of the development of a stage costume by Lieutenant Dolokhov for the international youth project Opera and Podium, where an excerpt from the opera "War and Peace" by S.S. Prokofiev will be staged.

Keywords: stage costume, opera, sketch, men's costume, sketches of models, analysis, uniform, sketch proposal.

В молодёжном международном проекте «Опера и подиум» для оперы С. С. Прокофьева «Война и мир» по роману-эпопее Л. Н. Толстого, являющегося уникальным произведением, сочетающем в себе глубокую литературную и историческую основу, разрабатывается сценический костюм поручика Долохова.

Воплощение оперы на сцене неизбежно сопровождается рядом упущений не только в повествовательной части, но и визуальной, достаточно ярким примером этого является образ гвардейского офицера поручика Федора Долохова. Во всех визуальных произведениях, даже в самых подробных, данный образ значительно «урезан» и зачастую лишен важных сюжетных валентностей и своей решающей роли во многих эпизодах «Войны и мира». Несоответствие образа литературного героя внутри современного исторического контекста с его воплощением на сцене, пожалуй, главная проблема сценических постановок. Многие элементы его костюма упускаются или, наоборот, гипертрофируются. Грамотная адаптация героя для театрального зрителя в перспективе может стать еще одной гранью или точкой зрения, которую актер может правильно раскрыть и передать первоначальную задумку автора произведения.

Важными факторами при разработке сценического костюма являются: анализ первоисточника произведения; изучение условий эксплуатации костюма; анализ характерных действий актера (певца), его поз, движений в процессе игры в сценической постановке; формирование требований к разрабатываемому костюму, в первую очередь, обеспечивая безопасность актера при реализации художественного замысла режиссёра, сценариста.

Для достижения данной цели были поставлены следующие задачи:

- анализ особенностей сценического костюма;
- анализ костюмов, созданных для сценических интерпретаций романа «Война и мир»: опер, спектаклей, сериалов, фильмов и других произведений;
- разработка эскизного проекта, передающего идеи режиссёра о характере персонажа и общей концепции постановки;
- разработка требований к проектируемому костюму.

Перед началом работы над эскизом сценического костюма были изучены образы героя в опере, спектаклях, сериалах, фильмах и других произведениях, изучен первоисточник.

Л. Н. Толстой неоднократно подчеркивал, что для него в жизни, истории и его произведениях нет главных и второстепенных героев, тем не менее, некоторые образы долго оставались «в тени», и Фёдор Долохов является одним из самых ярких примеров. Это двадцатипятилетний офицер, проходящий службу в Семеновском полку, считавшимся элитным. Он из обедневших дворян, всегда рассчитывал только на себя и умел неплохо пристраиваться к людям. Большие амбиции и самолюбие приводят к тому, что он считает себя намного лучше богатых и знатных людей. Во многих интерпретациях романа его значение приуменьшается, а исследователи упорно называют его «второстепенным героем», игнорируя позицию автора. Однако, сюжетная значимость героя доказывается довольно просто: при исключении его из текста романа всё действие неизбежно останавливается. Он – «демон» семейства Безуховых и Ростовых, постоянный спутник Анатоля, участник ключевых военных событий и важных перипетий действия романа.

Долохов оказывается рядом с главными героями, «оттеняя» их, становясь временным контекстным двойником. Эта его функция провоцирует их внутренние конфликты и мотивации. Каждый контакт с Долоховым обогащает взаимодействия между главными героями и углубляет понимание их характеров.

В открытом доступе сегодня находятся шесть экранизаций романа «Война и мир»: 1956, 1965, 1972, 2007, 2012, 2015 годов. В архивах хранятся две черно-белых немых экранизации 1913 и 1915 годов, немой фильм «Наташа Ростова» 1915 г., «Война и мир» 1963 г. (режиссер Сильвио Нариззано), короткометражный фильм «Тоже люди» 1959 г. (режиссер Георгий Данелия) [1].

В каждой из них, как герой «войны», Долохов не расстаётся со своей униформой. Когда того требует ситуация, она сидит на нем строго по регламенту, в иных моментах камзол вольно висит на его плечах, а то и вовсе отсутствует. На рисунке 1 представлены образы Федора Долохова, созданные в экранизациях разных лет.



а



б



в



г

Рис. 1. Образы Долохова в киноинтерпретациях:
а) - 1956 г.; б) 1972 г.; в) 2007 г.; г) 2012 г.

Изучив оперные постановки, мы обнаруживаем схожую тенденцию: использование униформы или её интерпретации, характерной для офицера семёновского полка, белоснежная бальная форма с золотой тесьмой, или её вольное переосмысление с добавлением элементов, характерных для гусарских полков (рис.2).



а

б

в

г

Рис. 2. Образ Долохова в опере «Война и мир» С. С. Прокофьева: а) в постановке Ленинградского академического театра оперы и балета им. С. М. Кирова, 2000 г.; б) в постановке Национальной Парижской, реж.Гари Бертини; в) в постановке Ленинградского академического театра оперы и балета им. С. М. Кирова; реж. Баранников А. Г.; г) Эскиз театрального костюма Долохова, 1950-1964; автор: Вавра В. М.

В рамках молодежного проекта «Опера и подиум» будет поставлена вторая картина оперы, «Бал у екатерининского вельможи». Великосветский бал, на который постепенно собираются гости. Зритель знакомится с главными действующими лицами и получает их краткую характеристику. Это граф Ростов с дочерью, Пьер Безухов с красавицей-женой Элен и её братом Анатолем Курагиным, а также национальный герой генерал-фельдмаршалом Кутузов. Поручик Долохов, приятель Курагина, уже вальсирует среди танцующих. Андрей Болконский общается с гостями. Наташа Ростова впервые на большом балу, Пьер Безухов подводит её к Андрею Болконскому, который приглашает её на танец. Наташа счастлива, Андрей очарован ею, а действие оригинальной картины заканчивается. Чтобы завершить отрывок концептуально целостно, был введён образ «Войны», прерывающий торжество жизни, разворачивающийся на балу. Все герои объединяются, чтобы противостоять Наполеону.

Режиссёрское виденье героя фактически не отличается от оригинального образа, описанного выше, за исключением особенностей технического исполнения. Долохов – главный исполнитель танцевальных партий, не считая Наташу и Болконского, соответственно, элементы его костюма должны включать пластичные, развивающиеся элементы и выполнен из облегченных тканей.

При разработке эскизного предложения, было принято решение опираться на образы, предложенные художниками и режиссерами из вышеперечисленных постановок, сделав акцент на историческую достоверность униформы.

От остальных частей лейб-гвардии офицеры Семеновского полка отличались светло-синим с красной выпушкой по свободному краю, воротником мундира и особым полковым шитьем на воротнике и клапанах обшлагов. Сам мундир был фрачного покроя – в соответствии с европейской военной модой, из тонкого, темно-зеленого сукна и красными элементами отделки – воротника, обшлага, обкладки фалд. Имел двубортную застежку на шесть плоских гладких золоченых пуговиц, а на расстоянии 67 мм от соседнего ряда нашивалось ещё 6 таких же пуговиц.

Сзади на офицерском мундире на уровне талии находились горизонтальные карманные клапаны с тремя мысками и тремя пуговицами, а также в швах фалд прорезались вертикальные карманы, прикрытые небольшими клапанами. Сами фалды имели отвороты из красного сукна.

Обшлага выполнялась из красного сукна, на них перпендикулярно нашивался клапан с тремя шитыми петлицами, рисунок которых был аналогичен рисунку шитья на воротнике. Панталоны офицеров шились из белого сукна, не имели краг и заправлялись в высокие, черные сапоги [2].

С течением времени, общая концепция сценария оперы потерпела изменения, открыв путь для других решений. «Война» стала второстепенным лейтмотивом, в то время как «мир» основным и образ военного офицера уже никак не вписывался в жизнерадостную атмосферу праздника и изящных танцев.

Чтобы сохранить ассоциативный ряд зрителя о герое, военные элементы были интегрированы в торжественный костюм при создании ряда эскизов, подходящих, в том числе, для подиума.

В итоговых вариантах «мир» окончательно сместил «войну», раскрывая Долохова перед зрителем таким, каким он является на самом деле: дворянином, не имеющим финансовой возможности одеваться роскошно, но имеющим строптивый ум художника, позволяющим подобрать костюм изящный и элегантный, который сделает его полноценной частью высшего общества. При этом, он позволяет себе не вписываться в строгие рамки формальности. Как и в военной форме, главным элементом образа остался фрак с удлиненными фалдами, как у офицеров высших чинов.

Получив представление о характере персонажа, общей концепции постановки и режиссёрского видения были проработаны варианты сценических костюмов для реализации проекта (рис. 3).



a



б



в



г

Рис. 3. Эскизы разрабатываемой модели

В современном мире, где доминирует визуальное восприятие, культура и общество претерпевают значительные изменения. Визуальная культура становится ключевым фактором, определяющим социокультурное развитие как в целом, так и в отдельных сферах [3]. Это нашло отражение в современных оперных постановках, делая зрителя главным и основным потребителем. Ведь теперь именно костюм играет важную роль в передаче истории произведения, характера героя, места действия и обстоятельств, продавая постановку зрителю. Уже с первых секунд спектакля он получает представление о происходящем и даже если актёр не произнесёт ни слова, его костюм способен многое рассказать. Чтобы достичь такого эффекта, художники по костюму используют самые разнообразные средства выразительности:

Цвет и его оттенки оказывают сильное эмоциональное воздействие на зрителя, особенно в музыкальном театре. Гармоничная симфония звуков и сочетания цветов создают определённые образы, передают настроение и являются важнейшим источником информации. Они используются для отражения общественной дифференциации героя, его мироощущения, эпохи и возраста, а взаимодействие цвета костюма и декораций позволяет передать отношение героя к происходящему на сцене или подчеркнуть особые отношения между различными персонажами.

Форма это второе, что считывает наш глаз, сам костюм прежде всего представляет собой объёмно-пространственную форму, в которой все элементы взаимосвязаны и взаимодействуют с пространством. В зависимости от того, как распределена масса объёма, пропорции, акценты и элементы деталей костюма, мы можем увидеть совершенно разные образы героя.

Фактура ткани так же влияет на восприятие образа персонажа. Гладкие и блестящие материалы могут символизировать богатство и статус, в то время как шероховатые и матовые фактуры часто ассоциируются с простотой и искренностью, кроме того, фактура может подчеркнуть основные качества персонажа и создать соответствующую атмосферу, передать черты характера героя, например, силу и агрессию или доброту и нежность и т.д.;

Артист также является потребителем сценического костюма, поэтому при разработке требований, которыми должен обладать конкретный костюм для артиста, важно учитывать не только эстетическую составляющую с точки зрения его восприятия на сцене зрителем, но и, практическую возможность использования сценического костюма в конкретной постановке, влияние изделия на безопасность и трудоспособность исполнителя.

Театральное искусство подразумевает под собой активное действие, танцы, акробатические трюки и многое другое, поэтому конструкция должна быть свободной и не сковывающей движения, а материал, из которого он сделан, лёгким, но при этом достаточно прочным. Пластичность костюма подчеркивает движения и жесты актеров, усиливая их выразительность.

Необходимо учитывать, что одну и ту же роль в коллективе могут играть несколько исполнителей, поэтому важно предусмотреть в конструкции изделий частичную межразмерную и межростовую универсальность.

Современные театральные костюмы многофункциональны и могут трансформироваться в течение спектакля, содержать в себе несколько образов одновременно, это значительно снижает не только финансовые затраты, но и у самого актера будет отпадет необходимость полностью менять костюм вовремя или между сценическими действиями.

Третий потребитель сценического костюма, требованиям которого костюм обязательно должен соответствовать - театр, которому он принадлежит и где будет храниться, порой десятилетиями и использоваться не только по назначению, но и возможно, выставляться как экспонат в связи с моральным износом.

Для обеспечения такой сохранности, костюм должен быть износостойким, долговечным и ремонтпригодным. Для этого подбираются смесовые ткани, которые сохраняют свою структуру, устойчивы к деформации, износу и усадке. Используются съемные элементы декора или те, что не будут менять своего внешнего вида при стирке, усиленные швы и армированные, текстурированные нити.

Проведя анализ потенциального потребителя, можно сделать вывод, что создание сценического костюма – это сложный и многогранный процесс, который требует внимательного подхода к потребностям всех участников театрального процесса, обеспечивая гармоничное взаимодействие между искусством и исполнением.

Список литературы:

1. Гевель О.Е. Образ Фёдора Долохова в экранизациях романа «Война и мир» / О.Е. Гевель [Электронный ресурс] // cyberleninka: [сайт]. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obraz-fedora-dolohova-v-ekranizatsiyah-romana-voyna-i-mir> (дата обращения: 07.04.2025).
2. Мундиры русской гвардии 1802-1805 гг. / [Электронный ресурс] // forma-odezhda : [сайт]. — URL: https://forma-odezhda.com/encyclopedia/mundiry-russkoj-gvardii-1802-1805-gg/?ysclid=m7xn9171xg_316168884 (дата обращения: 07.04.2025).
3. Габова М.В. Визуальная культура современного общества (опыт типологии) / М. В. Габова [Электронный ресурс] // cyberleninka: [сайт]. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vizualnaya-kultura-sovremennogo-obschestva-opyt-tipologii> (дата обращения: 07.04.2025).

References

- 1.. Gevel' O.E. Obraz Fyodora Dolohova v ekranizatsiyah romana «Vojna i mir» / O. E. Gevel' [Elektronnyj resurs] // cyberleninka: [sajt]. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obraz-fedora-dolohova-v-ekranizatsiyah-romana-voyna-i-mir> (data obrashcheniya: 07.04.2025).

2. Mundiry russkoj gvardii 1802-1805 gg. / [Elektronnyj resurs] // forma-odezhda : [sajt]. — URL: <https://forma-odezhda.com/encyclopedia/mundiry-russkoj-gvardii-1802-1805-gg/?ysclid=m7xn9171xg316168884> (data obrashcheniya: 07.04.2025).

3. Gabova M.V. Vizual'naya kul'tura sovremennogo obshchestva (opyt tipologii) / M. V. Gabova [Elektronnyj resurs] // cyberleninka : [sajt]. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vizualnaya-kultura-sovremennogo-obshchestva-opyt-tipologii> (data obrashcheniya: 07.04.2025).

УДК 004.92:76:159.937.51

А.А. Байдукова

АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ВИЗУАЛЬНОГО ХАОСА НА ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ И КОГНИТИВНОЕ ВОСПРИЯТИЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ

© А.А. Байдукова, 2025

*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна
191186, Санкт-Петербург, Большая Морская, 18*

В статье рассматриваются понятие визуального хаоса как приёма, влияющего на эмоциональное и когнитивное восприятие пользователя. Анализируются основные способы проявления визуального хаоса и исследуется воздействие визуального хаоса на внимание, эмоции и скорость принятия решений пользователем. Также приводятся примеры использования данного приема в различных проектах и предлагаются советы по созданию эффективного визуального хаоса.

Ключевые слова: визуальный хаос, пользователь, дизайн, внимание, интерфейс, когнитивная нагрузка, эмоциональное восприятие

А.А. Baidukova

Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design
191186, St. Petersburg, Bolshaya Morskaya, 18

ANALYSIS OF THE IMPACT OF VISUAL CHAOS ON THE USER'S EMOTIONAL AND COGNITIVE PERCEPTION

The article discusses the concept of visual chaos as a technique that affects the user's emotional and cognitive perception. The main ways of visual chaos manifestation are analyzed and the impact of visual chaos on the user's attention, emotions and speed of decision-making is investigated. It also provides examples of using this technique in various projects and offers tips on creating effective visual chaos.

Keywords: visual chaos, user, design, attention, interface, cognitive load, emotional perception

Современная цифровая среда насыщена визуальной информацией. С каждым годом объём визуального контента, который потребляется пользователями ежедневно, растёт. В данных условиях дизайнеры всё чаще прибегают к нетрадиционным приёмам, одним из которых является визуальный хаос, который основан на сознательном нарушении порядка, перегруженных композициях, контрастах и отсутствии симметрии. Такой приём, в зависимости от цели дизайн-решения, может оказать сильное влияние на зрителя, вызывая как положительные, так и негативные эмоции.

Цель исследования – проанализировать влияние визуального хаоса на эмоциональное и когнитивное восприятие пользователя, а также определить принципы его эффективного применения в дизайне.

Задачи исследования:

- определить, что такое визуальный хаос, а также как он проявляется в дизайн-решениях;
- определить влияние визуального хаоса на внимание, эмоции и принятие решений пользователя;
- рассмотреть примеры использования визуального хаоса в графическом и веб-дизайне;
- на основе анализа выявить главные аспекты при создании визуального хаоса.

Визуальный хаос – это переполненность композиции различными элементами, вызывающими ощущение беспорядка, перегрузки и отсутствия структуры. Визуальный хаос характеризуется перегруженностью деталей, контрастными цветами, асимметрией и отсутствием баланса (в некоторых случаях). Начинающие дизайнеры часто путают визуальный хаос с визуальным шумом. Визуальный шум – это случайные элементы, которые мешают восприятию основной информации, например, некачественные изображения, несовместимые цвета, неровные отступы. Если говорить другими словами, то визуальный шум – это случайные ошибки в дизайне. Визуальный хаос, напротив, используется осознанно для создания оригинального и неповторимого образа бренда.

Направление контролируемого хаоса образовалось в 90-х годах. На тот момент развитие технологий было на пике. Именно усовершенствование технической составляющей искусства плаката и дизайна в целом, стало толчком для экспериментов и новых способов передачи идей.

Визуальный хаос в дизайне может проявляться различными способами. Основные формы проявления визуального хаоса:

использование контрастных цветов. Использование этого способа считается одним из самых эффективных в цифровом дизайне. При создании визуального хаоса дизайнеры часто используют композиционную схему (цвета, расположенные напротив друг друга на цветовом круге Иттена). Контрастные цвета часто используют для привлечения внимания пользователя, но в некоторых случаях такое решение может повлечь чрезмерное напряжение глаз, что может отразиться на пользовательском опыте;

перегруженная композиция. Данный приём подразумевает использование большого количества деталей, форм и других элементов, которые конкурируют между собой. Часто в перегруженных композициях отсутствует свободное пространство, из-за чего пользователю может быть трудно сосредоточиться на ключевых элементах;

асимметрия и отсутствие визуальной иерархии. Намеренное нарушение визуальной иерархии создает эффект хаотичности, а асимметрия и нарушение модульной сетки также могут усилить это ощущение. К асимметрии относятся текстовые блоки разного размера и визуальные элементы, которые расположены без логической последовательности.

Визуальный хаос в дизайне может проявляться через различные формы и приёмы, которые могут быть использованы дизайнером в качестве инструмента для передачи определенных эмоций или создания запоминающегося образа.

Визуальный хаос часто встречается в современном цифровом дизайне, так как он способен выделяться на фоне стандартных решений и вызывать у пользователя сильную эмоциональную реакцию. Актуальность данного приёма обусловлена следующими факторами:

необходимость привлечения внимания в условиях информационной перегрузки. Так как сегодня пользователи сталкиваются с огромным количеством визуальной информации, это приводит к снижению их способности фокусироваться на отдельных элементах. В таких условиях использование визуального хаоса может стать эффективным инструментом для выделения уникального контента. Яркие цвета и динамичные композиции могут заставить взгляд пользователя остановиться именно на том объекте, который хочет подчеркнуть дизайнер;

пользователей перестают привлекать однотипные дизайн-решения. Большинство дизайнеров интерфейсов делают акцент на минимализм и большое количество пустого пространства, из-за чего пользовательский опыт становится однотипным и предсказуемым. Визуальный хаос позволяет передавать сложные эмоции, которые трудно выразить с помощью минимализма. Хаотичные элементы, в свою очередь, могут вызывать тревогу, возбуждение, удивление или радость (в зависимости от контекста их использования). Этот эффект особенно важен в проектах, ориентированных на молодёжь. Этим можно объяснить то, что большинство музыкальных фестивалей или выставок стараются делать не минималистичные, а более сложные дизайны;

повышение узнаваемости и запоминаемости. Странные или необычные вещи часто ломают наши привычные шаблоны восприятия. Это нарушение привычного порядка стимулирует нас замечать детали, которые в обычных ситуациях мы бы могли не заметить. Если событие или объект сильно отличается от привычного, это привлекает наше внимание и помогает нам лучше его запомнить. Таким образом, то, что отклоняется от нормы, остаётся в памяти намного дольше, чем что-то рутинное и ожидаемое [1].

Важно отметить, что визуальный хаос требует осознанного и контролируемого применения. Чрезмерное или неуместное использование может снизить эффективность пользовательского опыта или вызвать негативные эмоции у пользователя, что повлияет на продукт и маркетинговую составляющую в целом. При использовании данного приёма важно соблюдать баланс между хаосом и функциональностью, чтобы случайно не перегрузить пользователя и не снизить удобство взаимодействия.

Взаимодействие человека с визуальным контентом в цифровой среде — это сложный процесс, в котором задействованы как эмоциональные, так и когнитивные механизмы. Визуальный хаос оказывает значительное влияние на восприятие пользователя, формируя его эмоциональное состояние, уровень концентрации и влияя на скорость принятия решений. Понимание того, как этот приём воздействует на пользователя, позволяет дизайнерам осознанно использовать хаос для достижения конкретных целей компании или её продукта.

Визуальный хаос, характеризующийся избыточностью и хаотичностью различных элементов, оказывает сильное влияние на эмоциональное состояние пользователя. Человеческий мозг стремится находить порядок и смысл в окружающем мире. Например, исследование показало, что люди склонны видеть закономерности даже в полностью случайных последовательностях [2]. Когда пользователь сталкивается с визуальным шумом, его когнитивная система активируется для обработки большого количества информации, что может вызвать как перегрузку (если количество визуальных элементов превышает способность мозга их обработать, то это может вызывать стресс, тревожность или раздражение), так и заинтересованность (если визуальный хаос используется осмысленно и соответствует ожиданиям пользователя). Эмоциональное воздействие визуального хаоса также во многом зависит от контекста его использования. В искусстве и культуре визуальный хаос чаще всего ассоциируется с экспериментальностью и свободой самовыражения. Такие проекты вызывают у зрителя чувство удивления и восхищения. В маркетинге визуальный хаос может

использоваться для создания ощущения напряжения, что является эффективным в рекламе молодежных брендов или мероприятий для молодых людей.

Эмоции, которые испытывает пользователь от взаимодействия с визуальным хаосом, зависят как от его интенсивности и характера, так и от контекста его использования. Рассмотрим основные эмоции, которые чаще всего провоцирует визуальный хаос:

напряжение: происходит естественным путем из-за нарушения гармонии, использования резких цветовых контрастов или перегруженности элементами. Такой подход часто используется в рекламе, искусстве или медиа, чтобы привлечь внимание к острым социальным проблемам или передать атмосферу страха. В качестве примера на рис. 1 представлена афиша панк-фестиваля в жанре хоррор, который проходил в Москве. Такой прием у большинства пользователей, вероятно, вызовет напряжение и тревогу, но для целевой аудитории данная афиша покажется вовлекающей и интересной;



Рис. 1. Афиша панк-фестиваля в жанре хоррор

удивление и любопытство: при умеренном и креативном использовании. Нарушение композиции и стандартных паттернов восприятия заставляют мозг пользователя работать активнее, что может пробуждать интерес. Например, дизайн упаковки японской марки фруктовых соков Soukai, представленный на рис. 2, привлекает внимание и побуждает нас задержаться на изображении, чтобы разобраться в его смысле;



Рис. 2. Дизайн упаковки японской марки фруктовых соков Soukai

игривость и веселье: эффект достигается за счёт использования ярких и необычных комбинаций элементов, которые создают ощущение легкомысленности. Данный вид хаоса часто используется в дизайне детских приложений или развлекательных платформ. Например, на рис. 3 представлена мобильная игра «Candy Crush Saga», где используется большое количество анимаций, ярких цветов и много различных кондитерских элементов.



Рис. 3. Мобильная игра «Candy Crush Saga»

раздражение: если визуальный хаос становится слишком интенсивным или плохо организованным. Например, интерфейсы с большим количеством мигающих элементов, чрезмерным количеством текста или нечитаемыми шрифтами могут создавать дискомфорт. В таких случаях пользователь быстро теряет интерес к ресурсу и покинет его. На рис. 4 представлен интерфейс сайта Arngren, где пользователю понадобится достаточно большое количество времени, чтобы понять цель данного ресурса [3]. Вероятнее всего пользователь покинет сайт, так и не выполнив никакого действия.



Рис. 4. Главная страница сайта «Arngren»

Концентрация внимания пользователя является одним из основных аспектов, который необходимо учитывать при разработке дизайна. Визуальный хаос привлекает внимание пользователя за счёт нарушения привычных паттернов восприятия информации. Приёмы, которые используются для создания визуального хаоса, выделяются на фоне остального контента, но если таких элементов будет слишком много, то пользователь может начать испытывать трудности с выполнением основного действия. Только при правильном использовании визуальный хаос будет привлекать внимание пользователя и формировать положительный пользовательский опыт.

Визуальный хаос способен увеличивать когнитивную нагрузку на пользователя, так как в таком случае наш мозг должен обработать большое количество информации. Если основная цель продукта состоит в том, чтобы заставить пользователя задержаться на контенте и исследовать его, то использование визуального хаоса усилит этот эффект, но важно помнить, что слишком сильная перегрузка может привести к усталости пользователя и снижению его концентрации.

Скорость принятия решений связана со способом визуального оформления информации. Визуальный хаос оказывает сильное влияние на этот процесс. Если интерфейс сайта будет сильно перегружен, то мозг пользователя будет тратить больше ресурсов на обработку контента, что может привести к медленному принятию решений или. Визуальный хаос стоит использовать в тех случаях, когда эмоции, которые хотел передать автор проекта, важнее внимания к деталям. Примерами таких случаев могут быть сайты фестивалей и концертов, обложки музыкальных альбомов или рекламные кампании, которые акцентируются на молодую аудиторию. В таких случаях пользователь наоборот остановится, чтобы рассмотреть элементы и композицию и задуматься над их смыслом.

Таким образом, визуальный хаос может как ускорять, так и замедлять процесс принятия решений в зависимости от того, как он реализован и в каком контексте применяется. Этот приём наиболее эффективен для рекламы, маркетинга и молодёжных проектов, где важно вызвать эмоциональную реакцию и привлечь внимание, но его использование стоит ограничивать при разработке функциональных интерфейсов, чтобы не создавать дискомфорт и не снижать удобство взаимодействия пользователя с ресурсом.

Визуальный хаос активно применяется в проектах для создания запоминающихся образов. Рассмотрим несколько примеров использования данного приёма:

VK fest: один из самых заметных примеров использования визуального хаоса. Сайт, постеры и рекламные материалы этого фестиваля отличаются яркими цветами, перегруженными композициями, наложением текстур и смешением различных стилей. Так как целевой аудиторией мероприятия являются подростки, то данный приём работает на вовлечение и привлечение внимания к масштабному событию. Оформление цифровых элементов VK fest представлено на рис. 5;



Рис. 5. Оформление VK fest

Миф: лендинг для продвижения онлайн-курса «Lost Summer. Лето с пользой» [4]. Ресурс также разработан для молодой целевой аудитории. Дизайн создает ощущение динамики и энергии, именно такие эмоции несет в себе и сам продукт, который рекламируется. Сайт содержит множество элементов, которые кажутся хаотично расположенными, при этом каждый элемент выполняет свою функцию, но их совокупность иногда создаёт ощущение сложности и многозадачности, что может оттолкнуть потенциального покупателя. Интерфейс сайта представлен на рис. 6;



Рис. 6. Сайт компании «Миф»

Нижний интернет: сайт креативного агентства из Нижнего Новгорода, главная цель которого продать свою услугу по продвижению через популярных блогеров [5]. Так как чаще всего социальные сети развивают именно молодые люди, то ресурс ориентирован на них. Данный сайт является нетипичным для рекламного агентства, поэтому привлекает внимание пользователя за счет нестандартных решений, большого количества анимаций и 3D-элементов. Однако местами можно заметить слишком перегруженный дизайн, из-за чего у пользователя может сильно замедлиться скорость принятия решения. На рис. 7 представлен интерфейс сайта рекламного агентства «Нижний интернет»;



Рис. 7. Сайт рекламного агентства «Нижний интернет»

«Surf party & Vinyl DJs»: вечеринка в стиле Surf & Hawaii [6]. Мероприятие ориентировано на молодежь, которой нравится виниловая музыка, гавайские рубашки и яркие платья и вечеринки на тапцполе. В афише мероприятия можно заметить перегруженную композицию, а также смешение разных стилей и графических элементов. Основная информация вынесена в верхний блок, что улучшает восприятие и делает афишу более структурированной. На рис. 8 представлена афиша мероприятия «Surf party & Vinyl DJs».



Рис. 8. Афиша мероприятия «Surf party & Vinyl DJs»

При создании эффективного визуального хаоса, который будет вовлекать пользователя, а не отталкивать, необходимо учитывать несколько важных факторов. Этот приём требует осмысленного подхода и тщательной проработки, чтобы избежать негативных последствий, таких как когнитивная перегрузка или раздражение. Рассмотрим основные аспекты, которые необходимо учитывать при создании визуального хаоса:

перед внедрением визуального хаоса в стилистику проекта необходимо определить, какие задачи должны решаться с помощью дизайна в целом. Например, если цель состоит в привлечении внимания молодёжи, то яркие цвета и динамичные элементы будут уместны. Однако для корпоративного интерфейса или образовательной платформы такой подход может оказаться неэффективным; хаотичные элементы должны быть логично встроены в общую концепцию, даже если они будут асимметричны. Если используется перегруженная композиция, важно следить за тем, чтобы каждый элемент выполнял свою функцию и дополнял общий стиль проекта;

важно сохранять гармонию между хаосом и функциональностью, чтобы пользователь мог легко ориентироваться в интерфейсе. Необходимо следить за тем, чтобы важные элементы интерфейса (СТА, формы обратной связи) выделялись среди других элементов и не путали пользователя, создавая дополнительную когнитивную нагрузку;

после внедрения визуального хаоса в проект необходимо некоторое время наблюдать за реакцией пользователей. Это необходимо для того, чтобы понять, как разные варианты дизайна влияют на поведение аудитории и убедиться, что данный подход работает эффективно и не вызывает негативных эмоций и отрицательного пользовательского опыта.

Таким образом, визуальный хаос представляет собой сложный, но эффективный инструмент, который при правильном использовании может значительно усилить воздействие визуального контента. С помощью данного приёма можно привлечь внимание пользователей, даже в условиях информационной перегрузки, но при этом важно учитывать целевую аудиторию и контекст использования хаоса, так как в некоторых случаях он может вызвать не положительные эмоции, а отрицательные (тревога, раздражение, усталость).

Влияние визуального хаоса на когнитивные процессы пользователя также будет зависеть от правильности использования приёма. Хаотичные элементы в одном случае могут увеличить концентрацию на определенных элементах и вовлечь пользователя, а в другом случае замедлить восприятие и создать чрезмерную когнитивную перегрузку. В таком состоянии пользователь не сможет быстро принимать решения, а пользовательский опыт, вероятнее всего, будет негативным.

Наиболее эффективно применение визуального хаоса в проектах, ориентированных на молодую аудиторию (музыкальные фестивали, мобильные игры, арт-пространства). Использование визуального хаоса в функциональных интерфейсах требует особой осторожности, такие элементы лучше помещать на второстепенный план или делать их менее заметными.

Для создания эффективного визуального хаоса необходимо соблюдать баланс между эстетикой и функциональностью, тщательно продумывать каждый элемент композиции и тестировать реакцию пользователей. Только

осмысленный и контролируемый подход к применению этого приема позволяет достичь желаемого результата без негативного влияния на пользовательский опыт.

Научный руководитель: старший преподаватель кафедры цифровых и аддитивных технологий, Славникова Мария Александровна

Scientific supervisor: senior lecturer at the department of digital and additive technologies, Slavnikova Maria Aleksandrovna

Список литературы

1. Почему мы запоминаем странные вещи лучше. URL: <https://sergeyloginov.com/article/1862> (дата обращения: 05.04.2025).
2. Иллюзия корреляции: Почему мозг везде видит взаимосвязь. URL: <https://blog.wikium.ru/illyuziya-korreljatsii-pochemu-mozg-vezde-vidit-vzaimosvyaz.html> (дата обращения: 05.04.2025).
3. ARNGREN. URL: <https://arngren.net/> (дата обращения: 05.04.2025).
4. Миф. URL: <https://www.mann-ivanov-ferber.ru/courses/lostsummer/?ref=https://referest.ru/sites/vse> (дата обращения: 05.04.2025).
5. Нижний интернет. URL: <https://nizhny.net/?ref=https://referest.ru/sites/vse#agency> (дата обращения: 05.04.2025).
6. Surf party & Vinyl DJs. URL: <https://sevcableport.ru/ru/afisha/surf-party-and-vinil-djs> (дата обращения: 05.04.2025).

References

1. Pochemu my zapominaem strannye veshhi luchshe — URL: <https://sergeyloginov.com/article/1862> [Why do we remember strange things better] (date accessed: 05.04.2025).
2. Illyuzija korreljatsii: Pochemu mozg vezde vidit vzaimosvjaz' — URL: <https://blog.wikium.ru/illyuziya-korreljatsii-pochemu-mozg-vezde-vidit-vzaimosvyaz.html> [The illusion of correlation: Why the brain sees interconnection everywhere] (date accessed: 05.04.2025).
3. ARNGREN — URL: <https://arngren.net/> [ARNGREN] (date accessed: 05.04.2025).
4. Миф — URL: <https://www.mann-ivanov-ferber.ru/courses/lostsummer/?ref=https://referest.ru/sites/vse> [The myth] (date of request: 05.04.2025).
5. Nizhnij internet — URL: <https://nizhny.net/?ref=https://referest.ru/sites/vse#agenc> [Lower Internet] (date accessed: 05.04.2025).
6. Surf party & Vinyl DJs — URL: <https://sevcableport.ru/ru/afisha/surf-party-and-vinil-djs> [Surf party & Vinyl DJs] (date accessed: 05.04.2025).

А.Б. Брюггеман

ЧТО ТАКОЕ NFT?

© А.Б. Брюггеман

*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна
191186, Санкт-Петербург, Большая Морская, 18*

Данная статья исследует появление и снижение спроса на NFT как технологию блокчейн системы и феномен в области искусства

Ключевые слова: NFT, криптовалюта, биткоин, эфириум, смарт-контракты, блокчейн.

A.B. Bryuggeman

Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design
191186, St. Petersburg, Bolshaya Morskaya, 18

What is NFT?

This article explores the emergence and decline of demand for NFT as a blockchain technology and an art phenomenon.

Keywords: technical aesthetics, foreign design, designers, Yu.B. Solovyov, V. Chernievsky, VNIITE, cover.

NFT создал огромный общественный резонанс как среди постоянных обывателей мира криптовалюты, так и среди людей, которые до этого были с ним не знакомы. Он предоставил совершенно новые решения не только проблемы закрепления за творцом авторского права, но и многих современных проблем.

Блокчейн

Технология блокчейн была разработана Сатоши Накомото в 2008 году с целью создать альтернативу фиатным валютам, которой можно будет расплачиваться по всему миру.

Блокчейн - это распределенная база данных, которая хранит информацию обо всех транзакциях участников системы. Она состоит из цепочки блоков, объединенных по определенным правилам. В основе технологии лежит принцип децентрализации. Это означает, что база данных находится не на каком-то одном сервере, а на компьютерах всех участников системы, образующих сеть. Благодаря такому распределению информация в блоках не может быть заменена или удалена — для этого пришлось бы взламывать сразу все компьютеры сети, а их миллионы.

Защищать информацию от взлома помогает хеширование, т.е. преобразование данных в уникальный код. Каждый новый блок данных в блокчейне не только захеширован, но и содержит хеш предыдущего блока. Это значит, если мы изменим данные в первом блоке, его хеш тоже изменится и перестанет совпадать с хешем, который был записан во второй блок. Система заметит это несоответствие и заблокирует изменения. [1]

Главное преимущество блокчейна заключается в сочетании открытости и безопасности. Посмотреть данные обовсехсовершенных егопомощьюоперацияхможетлюбойчеловекс доступомв интер-нет,а изменитьилиподделать эти данные не может никто. Блокчейн обеспечивает полную прозрачность, высокую скорость и защищенность любых транзакций. С его помощью можно, например:

- Хранить и подтверждать личную информацию;
- Заверять документы;
- Отслеживать происхождение и передвижение товаров;
- Автоматизировать процессы и избавиться от сложного документооборота;
- Проверять контрагентов и безопасно заключать сделки;
- Защитить интеллектуальную собственность и многое другое.

Биткоин

Электронная монета «Биткоин» является первопричиной появления технологии блокчейн

Определимэлектроннуюмонетукакпоследовательностьцифровыхподписей.Очереднойвладелецотправляет монету следующему, подписывая хэш предыдущей транзакции и публичный ключ будущего владельца и присоединяя эту информацию к монете. Получатель может проверить каждую подпись, чтобы подтвердить корректность всей цепочки владельцев. Проблема, разумеется, в том, что получатель не может определить, сколько раз бывший владелец потратил эту монету. Традиционное решение заключается в проверке центральным доверенным лицом («монетным двором» или эмитентом) каждой транзакции. После любого платежа монета возвращается к эмитенту, который выпускает новую ее версию; и только напрямую полученным таким образом монетам можно доверять. [2]

Недостаток этого подхода в том, что от компании-эмитента зависит судьба всей денежной системы, так как она подобно банку контролирует каждую проходящую через нее транзакцию. Адресат должен знать, что никто из предыдущих владельцев не подписал транзакцию, предшествующую по времени той, что находится в цепочке отправленной ему монеты. Для наших целей лишь первая транзакция из нескольких является истинной, поэтому мы не должны беспокоиться о поздних попытках двойной траты. В централизованной модели эмитент знал обо всех транзакциях и решал, в каком порядке они идут. Чтобы избавить схему от посредника, участникам необходимо открыто публиковать транзакции, а также уметь приходить к согласию относительно единого порядка их следования.

Получателю нужно доказательство того, что для каждой транзакции из цепочки большинство пользователей согласны считать ее первой. [8]

Ethereum

Разработка Сатоши Накамото Биткойна в 2009 году часто преподносится как радикальное изменение в сфере денег и валют. Это первый пример цифрового актива, который одновременно не имеет поддержки или «внутренней ценности» и неконтролируется централизованным эмитентом или регулятором. Однако другая, возможно, более важная часть эксперимента с Биткоином — это лежащая в его основе технология блокчейн как инструмент распределённого консенсуса, и внимание быстро смещается на этот аспект Биткойна. Часто упоминаемые альтернативные применения технологии блокчейн включают использование цифровых активов на блокчейне для представления пользовательских валют и финансовых инструментов «цветные монеты», владение базовым физическим устройством «интеллектуальная собственность», невзаимозаменяемые активы, такие как доменные имена «Namecoin», а также более сложные приложения, включающие прямое управление цифровыми активами с помощью фрагмента кода, реализующего произвольные правила «смарт-контракты» или даже основанные на блокчейне «децентрализованные автономные организации»

Цель Ethereum — создать альтернативный протокол для разработки децентрализованных приложений, предоставляющий другой набор возможностей, которые, по нашему мнению, будут очень полезны для большого класса децентрализованных приложений. Особое внимание уделяется ситуациям, в которых важны быстрое время разработки, безопасность для небольших и редко используемых приложений, а также возможность эффективного взаимодействия между различными приложениями. Ethereum делает это, создавая, по сути, идеальный абстрактный базовый уровень: блокчейн со встроенным языком программирования, полным по Тьюрингу, который позволяет любому писать смарт-контракты и децентрализованные приложения, где можно создавать собственные произвольные правила для владения, форматов транзакций и функций перехода между состояниями. Базовую версию Namecoin можно написать в две строчки кода, а другие протоколы, такие как валюты и системы репутации, можно создать менее чем за двадцать. Смарт-контракты, криптографические «коробки», которые содержат ценность и открывают её только при соблюдении определённых условий, также могут быть созданы на основе платформы и обладают гораздо большей мощностью, чем скрипты Биткойна, благодаря дополненным возможностям полноты по Тьюрингу, осведомлённости о ценности, осведомлённости о блокчейне и состоянии. [7]

Что такое NFT?

«NFT — это уникальные цифровые виджеты, которые обычно являются частью блокчейна Ethereum и могут использоваться для идентификации владельца произведения цифрового искусства. Любой цифровой объект может стать NFT, если он «отчеканен» или помещен в блокчейн в качестве токена. Это что-то вроде коллекционных карточек, если бы карточка была цифровой и указывала на URL-адрес. [6]

Вариант аналитического определения NFT: «NFT - реестровая запись, но в блокчейне. Она содержит в себе сам цифровой объект, информацию о создателе произведения (так NFT помогают защищать авторские права), номер кошелька владельца в системе Ethereum и определенный набор прав владельца». [4]

Технология NFT стремительно обрела свою популярность и уже сложно представить цифровой мир без неё. Кажется, что она появилась из ниоткуда и скоро об этом все забудут, но каждый день все больше людей создают криптокошельки и начинают создавать собственные NFT-коллекции. Работает NFT на технологии блокчейн, так же как и любая криптовалюта. Такие токены можно хранить в своём криптокошельке, покупать или продавать. Важное отличие NFT от криптовалюты – невзаимозаменяемость токенов. Т.е. NFT нельзя разделить на части или заменить на аналогичный токен. С этой точки зрения NFT обладает всеми свойствами уникального предмета в физическом мире. Однако у материального предмета и NFT есть одно существенное различие. При покупке предмета в реальном мире вы становитесь его владельцем, а при покупке NFT вы фактически приобретаете фрагмент кода, который влияет на место, где находится цифровой объект – как правило это сервер. [3]

NFT стал гибридным решением. Будучи токеном, он обладает всеми родовыми свойствами криптовалюты. Его можно передавать в ходе транзакции, можно им торговать и хранить его в кошельке. Вместе с тем он имеет все свойства ценных предметов из реального мира.

Он неделим, его нельзя заменить другим таким же, и количество NFT заранее ограничено. [4]

Через анализ известных произведений искусства NFT можно увидеть, что по сравнению с традиционными художественными произведениями, существуют различные факторы, определяющие ценность искусства, не в последнюю очередь связанные с биографией автора, его выставочным опытом, коллекционными записями, суждениями экспертов и так далее. В мире произведений искусства NFT художники, дизайнеры и даже программисты могут превратить цифровые дизайнерские работы и программные коды, которые ранее хранились на их столах или в компьютерах, в зашифрованное искусство с помощью технологии NFT. Что еще более важно, по сравнению с традиционными произведениями искусства или художественными активами, публикуя NFT в доступной цепи и «перемещая» работы художника в «цепь» с помощью технологии NFT, разработчики могут создать универсальный, многократно используемый и наследуемый стандарт для всех неоднородных продуктов. [1]

Данные произведения имеют свои визуальные особенности в виде шаблонности создания. Изначально архитектура проекта строится с учётом дополнительной чеканки похожих работ, которые имманентно будут частью той коллекции, шаблон которой он содержит. В следствии этого на биржах по продаже NFT имеются заготовленные фильтры/теги для токенов, которые помогают отображать шаблонные параметры токена. Например: цвет глаз, волосы, кожа, есть или нет головной убор и т. д. Яркими примерами данной шаблонности являются коллекции Scurto Punks и Bored Ape.

Однако, вышесказанные визуальные особенности NFT не являются универсальными. Существует множество произведений известных художников которые не подгоняются под столь примитивные шаблоны. Напротив, работы могут делаться с уклоном на уникальность и неповторимость. Например, NFT художника Beeple Grap'a, которые не имеют столь точных параметров определения и классификаций.

По самой технике исполнения крипто искусство не должно быть на высоком уровне. Многие коллекции содержат некую небрежность в своём исполнении, простоту сравнимую с рисованием в графических редакторах 2000-х годов. Именно это и создаёт уникальность визуального искусства NFT. Оно не содержит в себе ограничений в техниках исполнения.

В чём польза NFT?

Как минимум три аргумента в пользу NFT приводит В. Шуми-Во-первых, благодаря NFT-токенам авторы контента (художники, музыканты, видеомейкеры, блогеры) могут зарабатывать деньги без посредников, получая средства напрямую от аудитории. Во-вторых, NFT-токены позволяют аудитории поддерживать любимого автора финансово и дают пользователям право на использование цифрового контента: его можно размещать в соцсетях, использовать в качестве аватара и т.д. Произведения с прикрепленным NFT - еще и коллекционный актив, ценность которого может со временем меняться. В-третьих, в целом операции с NFT проходят гораздо быстрее, чем с физическими предметами. Благодаря уникальному идентификатору NFT может храниться структурированную информацию о тонне нефти, об автомобиле, об игровом предмете в MMORPG или о предмете искусства с точностью до последнего бита, без возможности незаметной подмены этой информации и с возможностью организовывать сделки по продаже и передаче NFT между пользователями. Характер блокчейна позволяет владеть NFT и публично, и анонимно, и даже частично. [3]

NFT могут использоваться не только в качестве произведений искусства, но и в других целях:

- Уникальная личная документация: водительские права, записи о вакцинации, свидетельство о рождении и многое другое. А билеты на концерты, отчеканенные как NFT, могли бы искоренить незаконную деятельность на вторичном рынке.

- Предметы виртуальной реальности (VR): ожидается рост использования NFT в торговле подлинными цифровыми произведениями. Мы уже видим децентрализованные VR-среды, работающие на технологиях блокчейн, в Somnium Space и Decentraland.

- Внутриигровые покупки: NFT подтверждают владение виртуальными игровыми предметами - оружием, зданиями, картами в коллекционных играх, уникальными персонажами, пространством в виртуальных мирах и т. д. С помощью NFT игроки могут переносить предметы между своими аккаунтами, перепродавать их, заявлять о владении ими. Авторские права на эти предметы остаются у компании-разработчика. В отличие от централизованных внутриигровых покупок и микроплатежей, NFT могут создаваться и продаваться самими игроками.

- Коллекционные вложения: NFT подходят для множества коллекционных предметов, таких как первоиздания и препринты, коллекционные карточки или даже марки. Будучи децентрализованной технологией, NFT позволяют не нанимать сторонних лиц для проверки подлинности подобных предметов.

Снижение интереса к NFT

В первой половине 2021 г., по данным аналитической компании DappRadar, объём продаж NFT вырос до \$2.5 млрд, а весь 2020 г. общий объём генерируемый коллекциями NFT, превысил \$94,8 млн.

По оценкам Statista, рост вторичного рынка NFT происходит особенно бурно. В апреле 2021 г. его объёмы немногим превышали рынок первичных продаж, а уже к августу разрыв вырос почти в 3,5 раза. А на момент пика своей популярности в весну 2022 года капитализация NFT рынка составляла 430 млрд долларов. [4]

Как писал в Forbes Э. Айерс, «почти сразу после того, как NFT стали обычным явлением, возникло предположение, что это был просто жалкий пузырь, готовый лопнуть... Временами это казалось современной цифровой золотой лихорадкой. Но суть в том, что NFT предоставляют гораздо больше возможностей, чем простой способ собрать фотографии летающих котиков с завышенной ценой». Однако, на сегодняшний день со своего пика капитализация уменьшилась почти в 268 раз.

Существуют также серьезные проблемы с текущим состоянием развития искусства NFT. Технический порог NFT не позволяет участвовать в нем всем художникам; в сети появилось слишком много спекулянтов, что вызывает путаницу на рынке искусства и снижает качество работ; существуют также хакеры, занимающиеся кражей произведений и интернет-пиратством; и, наконец, есть проблема загрязнения окружающей среды, которая существует с момента появления технологии блокчейн. [1].

Исходя из всего вышеперечисленного можно сделать вывод, что на сегодняшний день NFT проживают сильный спад популярности в силу многих факторов, который были вызваны ещё в период пика своей популярности. Ещё раз отдельно стоит выделить, помимо ограничений в законодательстве и экологических проблем, воистину огромное количество масштабных спекуляций, которые проводились в период расцвета данной технологии, которые в свою очередь сильно попортили репутацию NFT из-за чего сферу покинуло множество платежеспособных инвесторов. Из-за открытости и отсутствия ограничений в крипто искусстве эти обманные схемы было значительно проще организовывать. Это стало причиной того, что потерянные финансы ушли не людям, сферой деятельности которых является технология блокчейн, как это зачастую происходит на криптобиржах, а тем кто увидели данную лазейку. Из-за этого такой отток инвесторов не смог перерасти в развитие и создание большего количества блокчейн технологий. Ключевыми фигурами данных обманных схем являлись средне медийные личности, которые имели за плечами раскрученные социальные сети для создания эффекта надёжности вложений и перспективности проекта.

На сегодняшний день невозможно точно сказать какое будущее ждёт NFT.

Список литературы:

1. Цзинхао С. Художественное произведение NFT: новые формы и будущие ценности цифровой живописи : автореф. дис. ... канд. искусствоведения. – 2024. – 24 с.
2. Максуров, А. А. Блокчейн, криптовалюта, майнинг: понятие и правовое регулирование : монография. – М.: Русайнс, 2020. – 160 с.
3. Генкин, А. С. Блокчейн для всех : как работают криптовалюты, BaaS, NFT, DeFi и другие новые финансовые технологии. – М.: Альпина Паблишер, 2023. – 334 с.
4. Лоуренс, Т. Блокчейн для чайников / пер. С. Филина. – 3-е изд. – М.: Диалектика, 2018. – 304 с.
5. Смирнов, С. С. NFT-технологии в применении к отмыванию денежных средств // Вопросы российского и международного права. – 2022. – Т. 12, № 2А. – С. 413-418.
6. BIG DATA and Advanced Analytics. BIG DATA и анализ высокого уровня : материалы Восьмой Международной научно-практической конференции, Минск, Республика Беларусь, 11-12 мая 2022 г. – Минск: Белорусский государственный университет, 2022. – 311 с.
7. Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System : [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bitcoin.com/satoshi-archive/whitepaper/> (Дата обращения: 02.04.2025).
8. Ethereum Whitepaper : [Электронный ресурс]. URL: <https://ethereum.org/en/whitepaper/> (Дата обращения: 02.04.2025).

References:

1. Tszinkhao S. Khudozhestvennoye proizvedeniye NFT: novyye formy i budushchiye tsennosti tsifrovoy zhivopisi [NFT Artwork: New Forms and Future values of digital painting]: avtoref. dis. ... kand. iskusstvovedeniya. – 2024. – 24 s.
2. Maksurov. A. A. Blokcheyn. kriptovalyuta. mayning: ponyatiye i pravovoye regulirovaniye : monografiya [Blockchain, cryptocurrency, mining: concept and legal regulation] – M.: Rusayns. 2020. – 160 s.
3. Genkin. A. S. Blokcheyn dlya vseh : kak rabotayut kriptovalyuty. BaaS. NFT. DeFi i drugiye novyye finansovyye tekhnologii.[Blockchain for everyone : how cryptocurrencies, BaaS, NFT, DeFi and other new financial technologies work] – M.: Alpina Pablisher. 2023. – 334 s.
4. Lourens. T. Blokcheyn dlya chaynikov [Blockchain for dummies] / per. S. Filina. – 3-e izd. – M.: Dialektika. 2018. – 304 s.
5. Smirnov. S. S. NFT-tekhnologii v primenenii k otmyvaniyu denezhnykh sredstv [NFT technologies applied to money laundering] // Voprosy rossiyskogo i mezhdunarodnogo prava. – 2022. – T. 12. № 2А. – S. 413-418.
6. BIG DATA and Advanced Analytics. BIG DATA i analiz vysokogo urovnya : materialy Vosmoy Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii. Minsk. Respublika Belarus. 11-12 maya 2022 g. – Minsk: Belorusskiy gosudarstvennyy universitet. 2022. – 311 s.

Научный руководитель: Доцент кафедры дизайна рекламы, Кодатенко А.Д.

Scientific supervisor: Associate Professor of Advertising Design Department, Kodatenko Anastasia Dmitrievna

М. А. Вислогозова

СЛОВАРЬ VS ДИСКУРС: ОБРАЩЕНИЕ «РЕБЯТА»

© М. А. Вислогозова, 2025

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна
191186, Санкт-Петербург, Большая Морская улица, 18

В статье рассматривается проблема отставания языковых словарных изданий от современного дискурса на примере этикетного обращения «ребята», выявляются новые значения этикетного знака, приобретенные им с начала XXI века.

Ключевые слова: словарные издания, дискурс, этикетное обращение, прагматика.

М. А. Visloguzova

Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design
191186, St. Petersburg, Bolshaya Morskaya, 18

DICTIONARY VS DISCOURSE: ADDRESS "GUYS"

The article examines the problem of the lag of language dictionaries behind discourse using the example of the etiquette of address "guys"; new meanings of the language sign acquired by it since the beginning of the 21st century are revealed.

Keywords: dictionary editions, discourse, etiquette, pragmatics.

Языковая система подвижна, эти изменения отражаются на всех уровнях языка, лексика же, непосредственно обращенная к действительности, изменяется наиболее активно. Словари как группа изданий, описывающих лексемы, их части и сочетания, выполняют множество функций лингвистической, социальной и культурной значимости. Кроме систематизации лингвистических знаний, описания языка (в том числе разъяснения языковых единиц разных уровней), его истории и происходящих изменений, словарные издания способствуют нормализации языка, обеспечивают межъязыковую коммуникацию, выступают средством познания истории и культуры народа, говорящего на этом языке [1, с. 296]. Однако как бы оперативно ни велась работа над ними (и это особенно отражается на печатных или электронных изданиях, прошедших редакционно-издательскую подготовку), словари тем не менее отстают от дискурса. Проиллюстрировать такую тенденцию можно на примере конкретных языковых единиц. Лексический уровень современного русского языка изучается по разным аспектам лексикологии, так прагматика изучает слово в связи с субъектом речи. Прагматический потенциал лексемы отражает реализацию прагматического компонента значения, то есть разнообразных коннотативных компонентов значения слова (социальных, культурных, этических, исторических, эмотивных, экспрессивных), которые могут реализоваться в определенной речевой ситуации, сообщая информацию о намерениях говорящего, речевой ситуации, статусах собеседников, взаимоотношениях собеседников, об оценке предмета речи [2, с. 10].

Прагматический потенциал выражается особенно ярко в такой группе лексем, как обращение. Целью статьи является изучение динамики прагматического потенциала этикетного обращения «ребята» в первой четверти XXI века для выявления новых наращиваемых значений, не отраженных в авторитетном словарном издании [3] и иллюстрировании тенденции отставания словарных изданий от дискурса. Речевой этикет представляет собой систему «языковых знаков и правил их употребления, принятых в данном обществе в данное время с целью установления речевого контакта между собеседниками и поддержания общения в эмоционально положительной тональности в соответствии с речевой ситуацией» [3, с. 3]. Под этикетными обращениями принято понимать «слова и устойчивые словесные формулы, обладающие синтаксически обусловленными и ситуативно связанными, нередко идиоматичными значениями, узואльно употребляемые в общении с целью призыва адресата (собеседника), установления или поддержания с ним речевого контакта в эмоционально положительной (вежливой, доброжелательной) или официальной тональности в соответствии с коммуникативной ситуацией» [4, с. 34].

Исходным языковым материалом выступила словарная статья из «Словаря русского речевого этикета» Анатолия Георгиевича Балакая. В ней подытоживается опыт словоупотребления этикетного обращения «ребята» XIX–XX веков. Оттенки значения лексемы – как смысловые, так и оттенки употребления – выявлялись с помощью характеристики компонентов речевой ситуации: адресанта, адресата, способа общения (контактного или дистантного), места и времени общения, целей и мотивов общения. С имеющимся аналитическим материалом сопоставлялся тот, который отражает современное функционирование обращения «ребята». В качестве него выступили собранные, расклассифицированные и описанные примеры употребления обращения «ребята» в статьях СМИ, современной литературе (выявленные с помощью ресурса «Национальный корпус русского языка») и разговорной речи (из данных переписок в мессенджерах, общения пользователей в социальных сетях, устного общения).

Структура статьи. Для того, чтобы проследить динамику многозначного этикетного обращения «ребята», сначала представлен перечень его исходных значений. Затем каждое из этих значений рассмотрено подробнее с точки зрения его современного функционирования, указаны изменения исходного значения и приведены новые смысловые оттенки или оттенки употребления имеющихся значений обращения, приобретенные в связи с расширением

такой сферы общения как интернет-общение. В заключении приведена дополненная актуальными данными словарная статья для этикетного знака «ребята».

В статье «Словаря русского речевого этикета» у обращения «ребята» выделяется три основных значения: «Ребята. 1. Разг. Обращение взрослого к мальчикам, юношам <...> || Обращ. взрослых к детям, подросткам (мальчикам и девочкам). <...> 2. Прост. устар. Доброжелательно-покровительственное обращ. высшего по положению к лицам мужск. пола (помещики к крестьянам, хозяина к работникам, командира к солдатам и т. п.). <...> 3. Разг. Дружеск. обращ. к лицам мужск. пола, равным по возрасту, положению. <...> || Дружеск. обращ. к знакомым, равным по положению, независимо от возраста и пола» [3, с. 446–447]. Первое и третье значения по функциональной окраске разговорные, второе – просторечное, причем отмечено, что оно устаревшее. Второе и третье значения имеют экспрессивную окраску, соответственно доброжелательно-покровительственную и дружескую. Кроме основных значений у первого и третьего выделяются смысловые оттенки значения, примечательно, что основное значение в обоих случаях ограничивает круг адресатов к лицам мужского пола, а второе наоборот – расширяет его до лиц обоего пола. Стоит также отметить, что адресантом, использующим обращение «ребята», всегда является одно лицо, а адресатами – пара или группа лиц.

Цели использования обращения «ребята» в рассматриваемых смысловых оттенках – привлечение внимания группы адресатов, установление или поддержание речевого контакта с ней, намерение обратиться к ее участникам с просьбой, поручением, выразить отношение к объекту речи, оценить его. Способ общения между коммуникантами может быть как дистантным, так и контактным. В современных условиях возможности дистантного способа общения расширяются благодаря возможностям сети Интернет и социальных сетей, позволяющих организовывать коллективные чаты, звонки и обсуждения каких-либо сообщений в комментариях.

Оба смысловых оттенка первого значения этикетного знака «ребята», выделяемые в словарной статье: «1. Разг. Обращение взрослого к мальчикам, юношам <...> || Обращ. взрослых к детям, подросткам (мальчикам и девочкам)» [3, с. 446], – остаются актуальными, поэтому они активно фигурируют в устной и письменной коммуникации, в СМИ и в бытовом общении. Более частотным чем ранее становится обращение «ребята», направленное от взрослого к детям и подросткам обоих полов, тем не менее применение данного этикетного знака от того же коммуникатора к мальчикам и юношам распространено и обусловлено грамматически: начальная форма существительного «ребята» – «ребенок» мужского рода.

Так, например, в заголовке статьи онлайн-СМИ используется обращение «ребята» для поздравления детей и взрослых (которые, как отмечает автор материала, тоже «сначала были детьми») с Днём защиты детей: «Уважаемые взрослые! Дорогие ребята!» (подзаголовок статьи: «Поздравляем вас с Днём защиты детей!») (сайт «Moё! Online» здесь и далее источники материалов для примеров). Адресантом в речевой ситуации поздравления выступает обобщённый взрослый, являющийся в данном случае представителем СМИ, а адресантами – лица детского возраста обоих полов.

Распространено обращение ребята в речевой ситуации процесса обучения детей в детских садах, школах и вне них в системе коммуникантов: «воспитатель/учитель – группа детей/подростков». В речевой ситуации в транспорте (трамвае) в устной форме коммуникации учитель, обращаясь к младшим школьникам, сообщает: «Ребята, все оплачиваем проезд» (пример из устной речи). В программе урока по рисованию обращение используется так же учителем по отношению младшим школьникам: «Учащиеся анализируют рисунки и подводят итоги. / – Ребята, понравилось быть филимоновскими мастерами?» («Национальный корпус русского языка»). Адресант учитель использует обращение «ребята» не только в устной, но и в письменной форме коммуникации, например, в переписке с группой старших школьников (11 класс): «Ребята, на прошлой неделе вы не получали задания, потому что я лежала в больнице. Сегодня изучите тему «Радиоактивность», параграфы...» (пример из разговорной речи).

В современном русском языке выделяется еще два смысловых оттенка данного значения разговорного окраса, которые связаны с расширением таких компонентов речевой ситуации, как адресант и адресат речи.

Первый смысловой оттенок может быть описан таким образом: «|| Обращ. взрослых к лицам молодого возраста (как знакомым, так и незнакомым) независимо от пола и социального статуса (преподаватели к студентам, обобщённый взрослый к паре или группе молодых людей на улице и т. п.)». В данном значении обращения «ребята» адресант остается тем же, что и в отмеченных в словаре, – обобщённый взрослый, однако теперь он применяет этикетный знак к более взрослой возрастной группе лиц – юношеству и молодежи. Адресатами могут выступать как знакомые, так и незнакомые молодые люди младше адресанта по возрасту; в случае обращения к группе незнакомых адресантов, социальный статус не играет значимой роли. Способ общения может быть как контактный (в речевых ситуациях в учебном заведении или на улице), так и дистантный (в переписке или коллективном звонке с группой молодых людей, например, между преподавателем и студентами). Цели использования обращения совпадают с традиционными для обращения «ребята».

С мотивами установить речевой контакт и обратиться с поручением, к примеру, заместитель декана по воспитательной работе со студентами пишет студентам-бакалаврам в мессенджере: «Добрый день. Ребята, подскажите мне, кто у нас может заняться музыкальным оформлением мероприятия на 9 мая? Кто это умеет делать?» (пример из разговорной речи). В современной прозе профессор использует обращение «ребята» для установления речевого контакта со студентами: «...в кабинете появился профессор Валентин Иванович Трубинский. / – Здравствуйте, ребята! – поприветствовал он нас и, покосившись на стопку карточек, полюбопытствовал: – А чем это вы тут занимаетесь, если не секрет?» («Национальный корпус русского языка»). Адресантом однако может выступать и иной обобщённый взрослый (лицо не только из сферы образования); так первый заместитель руководителя администрации президента РФ, Сергей Кириенко, поздравил молодых людей с Днём молодежи: «Ребята, всех вас поздравляем с Днем молодежи, с днем будущего, с днем мечты, с днем гордости за великую страну и за каждого из нас!» (сетевое издание «Комерсантъ»).

Второй наращиваемый смысловой оттенок: «| | Дружеск. обращ. детей, подростков и молодых людей к лицам одного с ними возраста или лицам соотносительно младшей группы независимо от пола». Адресантом в данном значении является не обобщённый взрослый, как в предыдущих случаях, а непосредственно лица детского, подросткового и молодого возраста. Субъекты речи находятся в равных отношениях при речевой ситуации общения одноклассников или в относительно равных отношениях при общении лица более старшей возрастной группы с лицами младшей (в сравнении с речевой ситуацией общения лиц этих групп и взрослого). Языковой этикетный знак «ребята» в таком контексте приобретает экспрессивную окраску и выражает доброжелательное, дружеское отношение к адресатам, как бы сближая субъектов речи, выравнивая их отношения, если они неравноправны изначально. Обращение используется как индикатор принадлежности адресанта и адресатов к более близкой социальной группе (товарищи, друзья). К целям общения добавляются цели выражения отношения адресанта к адресатам, поддержания доброжелательного тона общения.

Примеры употребления рассматриваемого смыслового оттенка обращения «ребята». В романе из современной прозы адресантом является школьник (9 класс), использующий обращение «ребята» по отношению к одноклассникам-однокурсникам, которые являются его товарищами и друзьями, отношения между субъектами общения равноправные: «– Ну, пока, ребята. Скоро увидимся. / Про контрольную я, в общем, тоже наврал. / Но Маринка молодец. Сообразила» («Национальный корпус русского языка»). В коллективном общении молодых людей друг с другом (равные отношения субъектов общения) в разговорной речи применяется обращение «ребята», к примеру, один из студентов-магистрантов обращается к одноклассникам в групповом чате: «ребят, кто доклад по философии брал, у вас много получилось?» (пример из разговорной речи).

В исходной словарной статье второе значение обращения «ребята» описано таким образом: «**2.** Прост. устар. Доброжелательно-покровительственное обращ. высшего по положению к лицам мужск. пола (помещики к крестьянам, хозяина к работникам, командира к солдатам и т. п.)» [3, с. 446]. Это значение претерпело изменения в современных условиях: оно актуализировалось и сменило функционально-стилистическую принадлежность с просторечной на разговорную, цель его использования скорректировалась. Более того отмечается появление нового оттенка употребления в связи с изменением гендерного состава группы адресатов.

Обновленная версия части словарной статьи для второго значения, актуальная в первой четверти XXI века, может быть представлена так: «Разг. Доброжелательно-покровительственное обращ. высшего по положению к лицам мужск. пола независимо от возраста (высшее по положению лицо в армии, уполномоченное или медийное лицо к солдатам, тренер к членам команды/спортсменам, руководитель к рабочим и т. п.). | Доброжелательно-покровительственное обращ. высшего по положению к лицам более низкого социального или должностного положения независимо от пола и возраста». Этикетный знак «ребята» выражает доброжелательно-покровительственное отношение адресанта к адресатам, то есть дружественно-снисходительное, изменяющее тональность речевой ситуации таким образом, что она преобразуется из формальной в более неформальную, сближая коммуникаторов.

В первом оттенке употребления (представленном до прямой черты) отмечается изменение состава адресантов и адресатов: их расширение, в связи с расширением сфер применения обращения «ребята» между обобщённым лицом более высокого социального или должностного положения и группой лиц соответственно более низкого положения любого возраста. Это изменение сопровождалось уходом зафиксированных в «Словаре русского речевого этикета» групп адресантов и адресатов из-за исчезновения из социальной действительности референтов (помещиков, крестьян, «хозяев»); их заменяют более актуальные социальные и профессиональные группы. А экспрессивная окраска (доброжелательно-покровительственная) указывает на неформальные отношения в таких группах.

Второй смысловой оттенок (представленный после прямой черты) отражает ещё большее расширение сферы использования обращения «ребята» к группам лиц, состоящих теперь групп более низкого социального или должностного положения из представителей обоих полов (это стало возможным благодаря тому, что роль женщины актуализировалась в большем количестве сфер и профессий).

В речевой ситуации организации выступления музыкальной группы организатор, адресант, выступает высшим по положению относительно членов группы (адресатов), поэтому в следующем примере наблюдается реализация обращения в анализируемом значении: «Мы тогда считали себя супер-рок-звездами. <...> В какой-то момент заходит организатор концерта и говорит: «Ну, что, ребята, на самом деле, вы можете не играть сегодня». <...> Он говорит: «Ребята, ситуация такая: на ваш концерт продан один билет...»» («Национальный корпус русского языка»). Выбор именно такого обращения обусловлен тем, что организатор хочет сгладить ситуацию, занять ту же позицию, что и члены группы, как бы приравнивая себя к ним и указывая на близость отношений между ними, стремление вызвать у собеседников чувство защищенности. В спортивной сфере в отношениях тренера и спортсменов часто фигурирует исследуемое обращение, в связи с этим оно появляется в таком фольклорном жанре как анекдот: «В перерыве футбольного матча тренер обращается к игрокам: /– Ребята, не подумайте, что я суеверный, но при счете 0:13 я начинаю сомневаться в нашей победе» (сайт «Проза.ру»). В примере заметен оттенок иронии, выражающийся в помощью этикетного знака, тем не менее покровительствующая позиция тренера мягкая: он не ругает их более жесткими словами, а выбирает доброжелательную форму обращения – «ребята», тем самым демонстрируя их близость.

Третье исходное значение этикетного обращения «ребята» включает два смысловых оттенка, различающихся по двум характеристикам компонентов речевой ситуации: половой принадлежности лиц, входящих в группу адресатов, и возрасту коммуникантов: «**3.** Разг. Дружеск. обращ. к лицам мужск. пола, равным по возрасту, положению. <...> | | Дружеск. обращ. к знакомым, равным по положению, независимо от возраста и пола» [3, с. 447]. В современной коммуникации оба зафиксированных в словаре значения остаются актуальными. Эмоционально-экспрессивная тональность

обоих оттенков значения – дружеская – указывает на близкую связь субъектов общения и их стремление поддержать положительную тональность общения.

Иллюстрацией функционирования обращения «ребята» в рассматриваемых значениях могут служить следующие примеры. В современной прозе адресант взрослый мужчина обращается к группе товарищей равных по социальному статусу (мужчины и женщины): «Витька молчал всю дорогу. У подъезда к Ясному его прорвало: / – Ой, ребята, спасибо! Я хоть с вами в тайгу смоюсь, заскучал совсем, а то же не выпускает, как волчица!» («Национальный корпус русского языка»). В современной драматической литературе взрослые мужчины приятели (в произведении их роли – это профессиональные статусы: философ, писатель и поэт) используют обращение «ребята» в бытовом межличностном общении: «Философ. Да вот – в окно. Время дорого. А ну, ребята! Писатель и поэт помогают ему поднять врача и выбросить в окно» («Национальный корпус русского языка»). Также в современной прозе взрослый мужчина обращается к своим товарищам-коллегам в рабочее время, однако в неформальной обстановке близкого общения из-за межличностных отношений работников: «Хазарцев смотрел на него с укоризной: вот, мол, ты вчера надрался, а сегодня нам лететь. ... Иван выходил из забытья. / «Ребята! – стонал, стиснув зубы, – как же мне жить теперь? Как жить?!»» («Национальный корпус русского языка»). Первые два примера иллюстрируют ситуацию бытового общения, третий – неформального общения в рабочее время.

За первую четверть XXI века третье значение обращения «ребята», зафиксированное в «Словаре русского речевого этикета», преобразилось, значительно увеличив сферу употребления. Это связано с расширением границ характеристик группы адресатов в опосредованной коммуникации (письменной – в формате блогов, общения в групповых чатах, обсуждения в комментариях и т. п. – и устной – в формате видеообщения, в том числе на прямых трансляциях). Теперь адресантом может быть представитель СМИ, блогер или немедийная личность, ставшая частью какого-либо события, обсуждаемого в сети. Адресатами сообщения может выступать заранее неограниченное количество пользователей Интернета и социальных сетей, которые могут быть непосредственно знакомы с адресантом, малознакомыми для него или незнакомыми лицами любого возраста, пола и социального статуса. Поэтому к исходной части словарной статьи можно добавить сформировавшийся третий смысловой оттенок функционально-стилистически закрепленный так же за разговорным стилем: «| | Дружеск. обращ. представителя СМИ, блогера или немедийного лица к открытой группе знакомых, незнакомых или малознакомых реципиентов (подписчиков, читательской и иной аудитории СМИ, социальных сетей, зрителей канала), независимо от их положения и социального статуса, возраста и пола».

Обращение «ребята» в рассматриваемом значении используется по отношению к смешанной группе знакомых, незнакомых или малознакомых (подписчиков, а также читательской, слушательской или зрительской аудитории) реципиентов независимо от их положения и социального статуса, возраста и пола. Любые личностные критерии как бы игнорируются коммуникантом, потому что, хотя он и может представлять свою целевую аудиторию читателей, слушателей или зрителей, реальная аудитория может не совпадать с прогнозируемой или быть значительно шире для определенного контента. Наиболее яркие примеры употребления обращения «ребята» в таком значении встречаются в сетевом общении (в комментариях между участниками каких-либо тематических сообществ в «ВК», подписчиками каналов разных площадок: Telegram, «Яндекс.Дзен» и т. п.) и в обращениях СМИ, блогеров, медийных и немедийных личностей к широкой, иногда ничем не ограниченной аудитории.

В записи на стене тематического сообщества о книгах во «ВКонтакте» участник сообщества – немедийное лицо (девушка), обращается ко всем другим подписчикам с целью установить речевой контакт, расположить к себе аудиторию (путем маркирования себя включенной в группу – своей) и обратиться к адресатам с просьбой таким образом: «Ребята! Нужна помощь, кто читал эту книгу? 1) Как Вам? 2) Стоит ли продолжать читать?» (сайт «ВКонтакте»).

Иной аспект реализации значения иллюстрируется обращением медийного лица или представителя СМИ:

– запись в тематическом сообществе о творчестве музыкальной группы от имени медийной личности – певца: «Ребят, вы все уже послушали нашу новую работу «Вспомни моменты»?» (сайт «ВКонтакте»);

– речевая ситуация при цитировании в СМИ разговорной речи (видеообращения) медийной личности, представлен такой заголовком статьи: ««РЕБЯТА, Я ВЫЖИЛ»: КУШАНАШВИЛИ ПОКАЗАЛ СЕБЯ ПОСЛЕ 10-ЧАСОВОЙ ОПЕРАЦИИ. Журналисту удалили раковую опухоль (сайт «Дзен»);

– речевая ситуация цитирования в СМИ письменной речи: записи из личного Telegram-канала медийной личности, представлен отрывок статьи с комментарием новости от цитируемого адресанта: «Во вторник старший тренер сборной России Валентина Родионенко сообщила, что 27-летний спортсмен закончил выступления и стал вице-президентом Федерации гимнастики России. «Информация неподтвержденная, ребята! Спокойно», – написала Нагорная в телеграм-канале» (сайт «Дзен»).

По итогу инвентаризации и описания прагматической динамики примеров современного употребления этикетного обращения «ребята» по отношению к актуальным в XIX–XX веках и зафиксированным в «Словаре русского речевого этикета», была составлена новая словарная статья (на основе исходной с исключением примеров) для этикетного знака, отражающая изменения его словоупотребления:

Ребѣта.

1. Разг. Обращение взрослого к мальчикам, юношам. <...> | | Обращ. взрослых к детям, подросткам (мальчикам и девочкам). <...> | | Обращ. взрослых к лицам молодого возраста (как знакомым, так и незнакомым) независимо от пола и социального статуса (преподаватели к студентам, обобщенный взрослый к паре или группе молодых людей на улице и т.п.). | | Дружеск. обращ. детей, подростков и молодых людей к лицам одного с ними возраста или лицам соотносительно младшей группы независимо от пола.
2. (XIX–XX вв.) Прост. устар. Доброжелательно-покровительственное обращ. высшего по положению к лицам мужск. пола (помещики к крестьянам, хозяина к работникам, командира к солдатам и т. п.).

3. **(первая четверть XXI в.)** Разг. Доброжелательно-покровительственное обращ. высшего по положению к лицам мужск. пола независимо от возраста (высшее по положению лицо в армии, уполномоченное или медийное лицо к солдатам, тренер к членам команды/спортсменам, руководитель к рабочим и т. п.). | Доброжелательно-покровительственное обращ. высшего по положению к лицам более низкого социального или должностного положения независимо от пола и возраста.
4. Разг. Дружеск. обращ. к лицам мужск. пола, равным по возрасту, положению. <...> || Дружеск. обращ. к знакомым, равным по положению, независимо от возраста и пола» || Дружеск. обращ. представителя СМИ, блогера или немедийного лица к открытой группе знакомых, незнакомых или малознакомых реципиентов (подписчиков, читательской и иной аудитории СМИ, социальных сетей, зрителей канала), независимо от их положения и социального статуса, возраста и пола.

В прослеживаемых изменениях функционирования этикетного обращения «ребята» отражаются динамические процессы лексической системы языка. Переход второго значения обращения из просторечного в разговорное указывает на стилистическую нейтрализацию, а его актуализация на переоценку круга слов, связанных с социально-экономическим переустройством общества. Общие тенденции изменения наращиваемых значений – расширение групп адресантов и адресатов по критериям возраста («ребята» применяются к лицам всех возрастных групп, включая новые группы юношества, молодежи, пожилых людей), пола (не только мужчины, но и смешанные группы лиц из мужчин и женщин), взаимоотношения субъектов речи (движение к общению в дружеской манере как со знакомыми, так и с малознакомыми и совершенно незнакомыми адресатами) связаны с демократизацией нормы в условиях устно-письменной коммуникации. Таким образом, постоянное развитие языка затрудняет работу по созданию и редакционно-издательской подготовке словарных изданий, которые отстают от дискурса по многим причинам от внутренних и внешних факторов, воздействующих на язык, до самих функций таких изданий, призванных содействовать нормализации языка, а значит закреплять устоявшиеся образцы языковых единиц.

Научный руководитель: кандидат филологических наук, доцент

Балакай А. А.

Scientific supervisor: PhD in Philology, Associate Professor Balakay A. A.

Список литературы

1. Терехова Н. Н. Современные словари и их информативные возможности // Форум молодых ученых. 2022. №4 (68). С. 294 - 297. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennnye-slovari-i-ih-informativnye-vozmozhnosti/viewer> (дата обращения: 01.04.2025).
2. Булыгина Е. Ю. Интерпретационный потенциал прагматически маркированного слова: взаимодействие идеологического и оценочного компонентов // Science for Education Today. 2015. №5 (27). С. 8 - 20. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/interpretatsionnyy-potentsial-pragmaticheski-markirovannogo-slova-vzaimodeystvie-ideologicheskogo-i-otsenochного-komponentov/viewer> (дата обращения: 10.11.2024).
3. Балакай А. Г. Словарь русского речевого этикета: словарь. М.: АСТ-ПРЕСС, 2001. 672 с.
4. Балакай А. А. Этикетные обращения: функционально-семантический и лексикографический аспекты: дисс. ... канд. филол. наук. Новосибирск, 2005. 243 с.

References

1. Terehova N. N. *Sovremennnye slovari i ih informativnye vozmozhnosti* // Forum molodyh uchenykh. 2022. №4 (68). S. 294 - 297. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennnye-slovari-i-ih-informativnye-vozmozhnosti/viewer> (data obrashheniya: 01.04.2025).
2. Bulygina E. Ju. *Interpretatsionnyy potencial pragmaticheski markirovannogo slova: vzaimodeystvie ideologicheskogo i ocenochного komponentov* // Science for Education Today. 2015. №5 (27). S. 8 - 20. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/interpretatsionnyy-potentsial-pragmaticheski-markirovannogo-slova-vzaimodeystvie-ideologicheskogo-i-otsenochного-komponentov/viewer> (data obrashheniya: 10.11.2024).
3. Balakaj A. G. *Slovar' russkogo rechevogo jetiketa: slovar'*. M.: AST-PRESS, 2001. 672 s.
4. Balakaj A. A. *Jetiketnye obrashheniya: funkcional'no-semanticheskij i leksikograficheskij aspekty: diss. ... kand. filol. nauk*. Novosibirsk, 2005. 243 s.

В. Головня

СЕМАНТИЧЕСКИЕ НЕОЛОГИЗМЫ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАДИСКУРСЕ: «ТЮБИК»

© В. Головня, 2025

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна
191186, Санкт-Петербург, Большая Морская, 18

Статья посвящена изучению семантических неологизмов в современном медиадискурсе на примере трансформации значения слова «тюбик». В центре внимания — влияние медиасреды, особенно социальных сетей как катализатора языковых изменений. На основе анализа интернет-мемов и медийных публикаций за 2022–2024 гг. выявлены новые значения лексемы «тюбик», получившие распространение в массовом употреблении. Рассматриваются механизмы семантического сдвига, связанные с метафоризацией и персонификацией. Делается вывод о значительной роли медиасреды в формировании и закреплении лексических инноваций.

Ключевые слова: семантический неологизм, медиадискурс, тюбик, семантический сдвиг, интернет-мем, социальные сети, медиасреда.

V. Golovnya

Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design
191186, St. Petersburg, Bolshaya Morskaya, 18

SEMANTIC NEOLOGISMS IN CONTEMPORARY MEDIA DISCOURSE: “TYUBIK”

The article explores semantic neologisms in contemporary media discourse, focusing on the transformation of the word “tyubik”. The study emphasizes the role of the media environment, particularly social networks, as a catalyst for linguistic change. Based on the analysis of internet memes and media publications from 2022 to 2024, the paper identifies new meanings of the lexeme “tyubik” that have gained popularity in everyday usage. It examines the mechanisms of semantic shift, including metaphorization and personification. The study concludes that the media sphere plays a key role in the development and consolidation of lexical innovations.

Keywords: semantic neologism, media discourse, tyubik, semantic shift, internet meme, social media, media.

Одним из наиболее заметных процессов в современном русском языке является формирование новых значений у слов — семантических неологизмов. Язык находится в постоянном развитии, изменяясь под воздействием как внутренних лингвистических факторов, так и внешних условий, включая особенности его использования. В частности, медиадискурс, будучи сложным и многогранным явлением, отражает актуальное состояние языка.

Например, социальные сети показательно иллюстрируют изменения, происходящие в языке, наряду с традиционным медиадискурсом средств массовой информации. Социально-сетевой сегмент в целом отличается объемом и тематическим разнообразием, благодаря непрерывному потоку создаваемого контента, что позволяет проводить исследования с высокой степенью релевантности.

Также особенностью медиадискурса является фиксирование «модных» слов, которые выступают речевыми маркерами. Эти слова не только указывают на принадлежность говорящего к определенной социальной группе, но и повышают его дискурсивный статус, демонстрируя владение терминологией, часто малопонятной для широкой аудитории. Значение моды в статистике связано с типичностью, что проявляется при вхождении новых значений слов в активное употребление при различных дискурсах [1].

В рамках данного исследования объектом изучения стали мемы, опубликованные в медиа пространстве за период с 2022 по 2024 годы. А именно плеяда мемов, связанных с употреблением номинаций «масик», «мечик», «скуф», «штрих» и «тюбик». Выборочно остановимся на последней, так как она, по нашему мнению, имеет наибольший потенциал, чтобы проследить смысловые и контекстные изменения в современной речевой практике.

Словарные значения

«Историко-этимологический словарь» под редакцией Черных П. Я. фиксирует следующее: слово «тюбик» в русском языке в словарях отмечается с 1933 года (Кузьминский и др., 1204). Заимствование произошло из французского языка: tube, т. (< латин. tubus) — «труба», «трубка», «тюбик». Форма с уменьшительно-ласкательным суффиксом -ик- возникла на русской почве [2].

Итак, первое упоминание делает Кузьминский К. С. в «Словаре иностранных слов, вошедших в русский язык» (1933 г.): «тюбик — вид упаковки для мазей, пасты, красок и других полужидких товаров, в форме металлической (цинковой, свинцовой) трубочки, из которой выдавливают содержимое» [3].

С тех пор, в 1940 г. в «Толковом словаре русского языка» Д. Н. Ушакова, 1949 г. — в «Словаре русского языка» С. И. Ожегова, 1961 г. в «Малом академическом словаре» под редакцией Евгеньевой А. П. наблюдается приблизительно одно и то же определение, различия которого заключаются только в формулировках и потому в данной статье не приводятся.

Одно из последних упоминаний на сегодняшний день в «Большом толковом словаре русского языка» Кузнецова С. А. (издание 2004 г.) тюбик понимается как «металлическая, пластмассовая трубочка для полужидких веществ, содержимое которой извлекается выдавливанием. Т. зубной пасты. Акварельные краски в тюбиках. Выдавила немного крема из тюбика. Мёд, мармелад в тюбиках» [4].

Исходя из приведенных определений, можно заключить, что первоначальное и основное значение слова «тюбик» остается единственным среди кодифицированных. Со временем оно лишь обогатилось примерами материалов конструкции и видов содержимого: от технической до пищевой продукции.

Новые значения

Понятие семантической нормы тесно связано с лексико-семантической нормой, которая включает данные о значении слова (или совокупности его значений), а также о парадигматических и синтагматических связях, характерных для него. Нарушения лексико-семантической нормы, называемые *семантическими сдвигами*, вызывают разнообразные мнения среди исследователей и пользователей языка.

Ю. В. Дорофеев, например, понимает семантический сдвиг в том числе как неконвенциональное использование языковой единицы, которое представляет собой «сознательное нарушение языковых правил, основанное на интенциях говорящего» [5]. Это может привести к появлению в тексте дополнительного, образного смысла или к полной переинтерпретации его отдельных компонентов. В результате нарушение семантической нормы часто вызывает полное или частичное непонимание текста. Если же искажение закрепляется в употреблении, оно начинает влиять на языковую картину мира говорящего или читающего. Подобные трансформационные процессы в семантике получают различные названия, такие как *«приращение смысла»*, *«гиперсемантизация»*, *«семантические аномалии»* и другие.

Относительно слова «тюбик» в современном медиадискурсе произошли значительные изменения, которые можно классифицировать в качестве семантического сдвига. Употребление слова в новом значении начало набирать обороты в социальных сетях в ноябре 2022 года. Изначально термин «тюбик» в мемах применяли к ухоженным художавым парням с длинными волосами, равнодушным к спорту и неспособным постоять за себя. В разговорной речи его можно заменить словами «хлюпик», «слюнтяй» или «слабак». Здесь мы можем говорить о таком приеме, как перенос свойств предмета на человека, когда эластичность, вытянутость и пастообразное содержимое тюбика обозначают аморфную и сублинную личность.

К слову, попытки персонификации тюбика в своем литературном творчестве предпринимал еще Н. Н. Носов. Но в его художественном мире слово (как имя собственное одного из героев) отождествлялось в первую очередь с родом деятельности персонажа, Тюбик был художником. Обратимся к открывающему отрывку текста, в котором автор представляет нам Тюбика впервые: «Тюбик был очень хороший художник. Одевался он всегда в длинную блузу, которую называл «балахон». Стоило посмотреть на Тюбика, когда он, нарядившись в свой балахон и откинув назад свои длинные волосы, стоял перед мольбертом с палитрой в руках. Каждый сразу видел, что перед ним настоящий художник». Созвучные нынешнему определению тюбика атрибуты можно проследить во внешних признаках: длинные волосы и привлекательный гардероб. Однако прямой связи между образом, сформировавшимся сегодня, и тем, который был составлен Носовым, нет. Дополнительно стоит отметить, что Словарь русского арго фиксирует «тюбик» в значении «художник, живописец» с примечанием «Возм. распространилось под влиянием повестей Н. Носова о Незнайке», а также слово встречается в современных сканвордах, например, «Художник земляк/друг Незнайки». Это свидетельствует о приращении смысла в литературе — как ещё одним катализаторе семантических перемен — благодаря созданию запоминающегося образа персонажа.

Со временем значение слова расширилось еще больше, и «тюбиками» стали называть любых мужчин, с которыми трудно выстраивать отношения. Обычно этот термин используется с целью задеть или унижить собеседника. В социальных сетях он стал частью популярной классификации, в рамках которой пользователей делят на пять условных категорий: масиков, чечиков, скуфов, штрихов и тюбиков. Это привело к обсуждению персонажей из фильмов, сериалов и книг: люди начали сопоставлять героев с этими типажам. Например, героев «Властелина колец» и «Гарри Поттера» — Сэма и Рона — относят к «тюбикам».

Сэм Гэмджи — кажется хрупким и скромным на фоне сурового мира Средиземья. Здесь термин сложно применить напрямую, но в современных интерпретациях преданность может быть переосмыслена как форма скрытого доминирования (например, через эмоциональное влияние на Фродо). В свою очередь Рон Уизли — физически не выделяется среди героев, часто чувствует себя «в тени» Гарри Поттера. Его неловкость и неуверенность усиливают образ слабого человека. Манипуляции носят скорее эмоциональный характер, например, попытки привлечь внимание через жалобы или ревность. Несмотря на свою неуклюжесть, он стремится к признанию.



а



б

Рис. 1. Мемы с персонажами из кинофильмов:

а – «Гарри Поттер»; б – «Властелин колец»

Область применения выходит за пределы кинематографа, и в том числе касается, например, классической русской литературы. В романе Достоевского «Преступление и наказание» Родион Раскольников предстает истощенным, подавленным жизнью человеком, который физически и морально выглядит как «выжатый тюбик». Этот образ соответствует его метаниям и попыткам самоутверждения через преступление. Внешне он пытается казаться героем идеи, но фактически его действия — форма доминирования над окружающими (морально и даже физически, в случае убийства).



Рис. 2. Фрагмент из мема с персонажами русской классической литературы.
Родион Раскольников, «Преступление и наказание»

Тема была освещена на множестве крупных медийных платформ, таких как Тинькофф-журнал, РБК Тренды, Мел, Lenta.ru и Правила жизни (2023–24 гг.) Это является интересным примером того, как за отсутствием научного подхода к вопросу, медиапространство пытается осмыслить себя самостоятельно и так или иначе тяготеет к унификации употребления слова в новом значении.

Таким образом, сегодня в медиадискурсе сформировались два семантических варианта слова «тюбик» с негативной коннотацией: 1) худой и слабый молодой человек; 2) внешне привлекательный, ухоженный представитель мужского пола, склонный к манипуляциям, доминированию и подавлению окружающих. Эти два значения могут сосуществовать в зависимости от контекста. Например, «тюбик» как слабый, но манипулятивный человек, когда внешняя хрупкость становится инструментом управления чужими эмоциями.

Портал «Подмосковье Сегодня», к примеру, пишет о тюбике так: «Тюбик — это молодой, долговязый и худой парень, который, в отличие от масика, не помогает девушке финансами, не дарит подарков. Это парень, которого девушка еще не может назвать мужчиной». В то же время в интернет-издании Lenta.ru можно встретить следующие сентенции: «О чём речь? Он же тюбик! Очень привлекательный и очаровательный только на первый взгляд. В итоге оказывается, что он абыюзер и манипулятор, который постоянно играет со своей партнершей в кошки-мышки».

Из рассмотренных примеров следует, что семантический сдвиг происходит в сторону метафоризации (персонификации) превращая привычное слово в сленговое выражение с определенной негативной коннотацией.

Научный руководитель: кандидат филологических наук, доцент

Балакай А. А.

Scientific supervisor: PhD in Philology, Associate Professor Balakay A. A.

Список литературы

1. Степанова И. Ж., Бохиева М. В. Семантические неологизмы языка Интернета // МНКО. 2018. №2 (69).
2. Черных П. Я. Историко-этимологический словарь современного русского языка: в 2 т. 3-е изд., стереотип. М.: Русский язык, 1999. Т. 1. 623 с.; Т. 2. 560 с.
3. Кузьминский К. С. Словарь иностранных слов, вошедших в русский язык / Сост.: К. С. Кузьминский, М. М. Каушанский, Я. А. Рохлин, С. С. Бровкин; Под ред. Т. М. Капельзона; С прил. грамматики, сост. Н. В. Юшмановым. М.: ОГИЗ РСФСР, Гос. словарно-энциклопед. изд-во «Советская энциклопедия», 1933. 1502 стб., [5] с.

4. Кузнецов С. А. Большой толковый словарь русского языка: А–Я // СПб.: Норинт, 2004. — 1534, [1] с.
5. Дорофеев Ю. В. Трансформация семантики языковых единиц в тексте: функциональный подход // Ученые записки Казанского университета. Серия Гуманитарные науки. 2020. Т. 162. № 5. С. 48–61.

References

1. *Stepanova, I. Zh., Bokhueva, M. V.* Semantic Neologisms of Internet Language // MNKO. 2018. No. 2 (69).
2. *Chernykh, P. Ya.* Historical and Etymological Dictionary of Modern Russian: In 2 Vols. 3rd ed., stereotyped. Moscow: Russkiy Yazyk, 1999. Vol. 1. 623 pp.; Vol. 2. 560 pp.
3. *Kuzminsky, K. S.* Dictionary of Foreign Words that Entered the Russian Language / Compiled by: K. S. Kuzminsky, M. M. Kaushansky, Ya. A. Rokhlin, S. S. Brovkin; Edited by T. M. Kapelzon; With an appendix on grammar compiled by N. V. Yushmanov. Moscow: OGIZ RSFSR, State Dictionary and Encyclopedic Publishing House "Soviet Encyclopedia", 1933. 1502 cols., [5] pp.
4. *Kuznetsov, S. A.* Large Explanatory Dictionary of the Russian Language: A–Ya. St. Petersburg: Norint, 2004. 1534, [1] pp.
5. *Dorofeev, Yu. V.* Transformation of the Semantics of Language Units in the Text: A Functional Approach // Scientific Notes of Kazan University. Series: Humanities. 2020. Vol. 162. No. 5. Pp. 48–61.

УДК 070.4:81'42

Е.Е. Горовая

ПРИМЕНЕНИЕ ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ТЕКСТОВ В ЗАГОЛОВКАХ ДЕЛОВЫХ СМИ (НА ПРИМЕРЕ ОНЛАЙН-ИЗДАНИЯ «ДЕЛОВОЙ ПЕТЕРБУРГ»)

© Е.Е. Горовая, 2025

*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна
191186, Санкт-Петербург, Большая Морская, 18*

В статье рассматривается использование прецедентных текстов в заголовках материалов онлайн-издания «Деловой Петербург». Автор анализирует 50 заголовков, опубликованных с января по октябрь 2024 года, и выявляет наиболее распространённые типы прецедентных единиц, среди которых преобладают фразеологизмы, пословицы и крылатые выражения. Исследуются способы трансформации прецедентных текстов — усечение, замена и добавление компонентов, а также их прагматические функции: выражение оценки, объяснение причины и подведение к умозаключению. Отдельное внимание уделено тематическим рубрикам, в которых использование прецедентных текстов оказывается наиболее частым. Работа демонстрирует, что прецедентные тексты выполняют важную роль в привлечении внимания читателя, формировании эмоциональной окраски заголовка и усилении выразительности журналистского дискурса.

Ключевые слова: прецедентный текст, язык деловых СМИ, «Деловой Петербург», современный медиадискурс, медиаконтент, деловая журналистика.

Е.Е. Gorovaya

Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design
191186, St. Petersburg, Bolshaya Morskaya, 18

THE USE OF PRECEDENT TEXTS IN BUSINESS MEDIA HEADLINES (A CASE STUDY OF THE ONLINE PUBLICATION "DELOVOY PETERBURG")

The article explores the use of precedent texts in the headlines of the business online media outlet "Delovoy Peterburg". The author analyzes 50 headlines published between January and October 2024 and identifies the most common types of precedent units, with idioms, proverbs, and catchphrases being predominant. The study examines the methods of transforming precedent texts — truncation, substitution, and addition of components — as well as their pragmatic functions: expressing evaluation, explaining causes, and drawing conclusions. Special attention is given to the sections of the publication where such precedent-based headlines occur most frequently. The research demonstrates that precedent texts play a significant role in attracting readers' attention, creating emotional tone, and enhancing the expressiveness of journalistic discourse.

Keywords: precedent text, language of business media, «Delovoy Peterburg», contemporary media discourse, media content, business journalism.

На сегодняшний день в связи с массовым распространением клипового мышления СМИ оказываются вынуждены преобразовывать свой контент, подстраиваясь под особенности восприятия аудитории, чтобы сохранять свою актуальность, лаконичность и востребованность.

Эффективным способом привлечения внимания, воздействующим на воспоминания и ассоциативные ряды читателей, является использование прецедентных текстов в заголовках материалов издания.

В свою очередь анализ трансформации прецедентных феноменов в СМИ позволяет определить, какому из видов прецедентов журналисты конкретного медиа отдают предпочтение при попытке воздействия на аудиторию. Впервые термин изучаемого нами языкового феномена предложил Ю. Н. Караулов. Вслед за ним под «прецедентными» будем понимать тексты, «значимые для той или иной личности в познавательном и эмоциональном отношениях, имеющие сверхличностный характер, т.е. хорошо известные широкому окружению данной личности, включая ее предшественников и современников, и, наконец, такие, обращение к которым возобновляется неоднократно в дискурсе данной языковой личности» [1].

Исследование прецедентных текстов в заголовках СМИ ранее уже было представлено в работах Ю. Н. Караулова, М. С. Малецкой и Ю. Г. Толкачевой, О. В. Наволоцкой и др.

В ходе работы мы изучили заголовки журналистских материалов, представленных на сайте «Делового Петербурга» за период с января по октябрь 2024 года (выбор временных рамок был обоснован нашим желанием исследовать наиболее актуальные тенденции). В результате удалось выявить 50 прецедентных единиц (т.е. 50 заголовков, в которых фигурировал бы прецедентный текст).

Представим анализ выявленных прецедентных текстов, руководствуясь типологией, основанной на тематико-жанровой классификации Е.А. Земской, А.Е. Супруна, Г.Е. Слышкина [2, 3, 4]. В ходе изучения материала были обозначены наиболее распространенные типы прецедентных текстов, используемых в заголовках «Делового Петербурга»: 1) фразеологизмы, пословицы, поговорки и крылатые выражения (70%); 2) названия кинофильмов/телепередач и высказывания из них (10%); 3) названия литературных произведений и цитаты из них (7%); 4) имена известных личностей или вымышленных лиц (4%); 5) названия песен и цитаты из них (4%); 6) высказывания и волшебные предметы из сказок (4%).

Рассмотрим каждую группу отдельно.

– фразеологизмы, пословицы, поговорки и крылатые выражения (70%).

Заголовок «Лучше поздно: подавать «фейковые» иски о банкротстве станет сложнее» (Алексей Клепиков, 08.05.2024) содержит в себе пословицу: «лучше поздно, чем никогда». В данном случае журналист прибегнул к трансформации прецедентного текста при помощи усечения компонентов.

Следующим рассмотрим материал: «Одной ногой здесь: французский «Ашан» может сменить вывеску в России» (Дарья Зайцева, 25.10.2024). Автор привлекает внимание читателя, используя в заголовке усеченный вариант поговорки: «одна нога здесь, другая там».

Также обратим внимание на заголовок «Покупают и живут припеваючи: спрос на новостройки в Москве не угасает» (Алексей Степанов, 13.06.2024), который содержит в себе фразеологизм: «жить припеваючи».

Трансформированное крылатое выражение встречается в заголовке «Билборды не сдаются: затраты бизнеса на наружную рекламу выросли на 45%» (Алина Кизьякова, 19.04.2024), его оригинальная форма: «русские не сдаются».

Прецеденты данной группы встретились нам в 35 заголовках, что составило 70% от общего числа рассматриваемых прецедентных текстов. Их частое использование может быть связано с тем, что устойчивые и крылатые выражения являются элементами культурной памяти социума и постоянно употребляются нами в повседневной речи (т.е. они отлично знакомы, как журналисту, так и его читателям, за счет чего использование таких прецедентов в заголовках мгновенно привлекает внимание аудитории).

– названия кинофильмов/телепередач и высказывания из них (10 %).

В заголовке «Дайте жалобную книгу: муниципальная кампания 2024 года стартовала в судах» (Екатерина Рязанова, 29.07.2024) также присутствует прецедентный текст, дословно воспроизводящий название советского кинофильма «Дайте жалобную книгу».

Трансформация названия телепередачи представлена в следующем примере: «Очевидное и вероятное: футурологический взгляд на развитие городов» (Андрей Черенков, 13.06.2024). В данном случае автор материала ссылается на научно-популярную телевизионную программу «Очевидное – невероятное».

Обратимся к заголовку «Кушать подано: сигналов о подорожании продуктов в России становится всё больше» (Андрей Жуков, 10.08.2024), в котором в качестве знака прецедентного текста представлена усеченная цитата из кинокомедии «Джентльмены удачи»: «Кушать подано! Садитесь жрать, пожалуйста!»

Прецеденты данной группы были задействованы в 5 из 50 отобранных заголовков, что составляет 10%. Также стоит отметить, что большинство прецедентных текстов 2 группы относится к советскому кинематографу. Это обусловлено тем, что советские фильмы и телепередачи являются наиболее узнаваемыми для взрослых отечественных читателей (основную же аудиторию «Делового Петербурга» как раз составляют мужчины и женщины от 25 до 40 лет).

– названия литературных произведений и цитаты из них (7%).

Обратим внимание на следующий заголовок: «Небедные люди. Квартиру, где Достоевский написал роман, продают за 25 млн рублей» (Редакция «Делового Петербурга», 15.09.2024)). В данном материале при помощи замены компонентов произошла трансформация названия литературного произведения Ф. М. Достоевского «Бедные люди».

Также рассмотрим пример трансформации высказывания героя художественного текста: «Торг неуместен: в Петербурге перестали открываться новые ТЦ» (Дарья Дмитриева, 12.07.2024)). В приводимом заголовке журналист употребил прецедентный текст с усечением компонентов, первоисточником которого послужила цитата из произведения И. Ильфа и Е. Петрова «Двенадцать стульев»: «Торг здесь неуместен!»

При работе с заголовком «Обманываться рад: промо-акции пробили дно» (Дарья Ковалёнок, 30.10.2024) в качестве прецедентного текста автор использовал цитату из стихотворения А.С. Пушкина «Признание»: «Я сам

обманываться рад!». В рассматриваемом примере, как и в предыдущем, мы наблюдаем трансформацию с усечением компонентов.

Данные прецеденты встретились в 4 заголовках, что составило 7%. Большинство из них относилось к произведениям золотого века русской литературы, что также обосновывается их известностью среди самих журналистов и их аудитории.

– имена известных личностей или вымышленных лиц (4%).

В качестве примера употребления прецедентного имени рассмотрим заголовок «Шайка Ильича: строительство на месте Удельных бань, где мылся Ленин, затянулось» (Павел Никифоров, 04.10.2024). В нем журналист обращается к личности В.И. Ленина, называя его народным прозвищем «Ильич».

В материале «Агент 0,06: у риелторов в Петербурге выросли комиссии по сделкам» (Павел Никифоров, 01.10.2024) мы наблюдаем трансформацию имени героя кинематографа – Агента 007 (Джеймса Бонда) при помощи замены компонентов, которая выступает элементом языковой игры.

– названия песен и цитаты из них (4%).

Прецедентный текст данной группы использован в заголовке «Доллар, гудбай: биржевые торги американской валютой в РФ пали жертвой санкций» (Александр Пирожков, 14.06.2024). Его первоисточником является название песни «Лондон, гудбай» музыкальной группы «Кар-мэн».

В качестве еще одного примера рассмотрим журналистский материал «Не спеши ты нас сносить: Конституционный суд поддержал градозащитников» (Екатерина Рязанова, 12.04.2024). В заголовке употреблена трансформированная при помощи замены компонентов строчка из песни «Не спеши» группы «Чайф»: «Не спеши ты нас хоронить».

– высказывания и волшебные предметы из сказок (4%).

Автор материала «Горшочек, не вари: властей припугнули полным коллапсом строительной отрасли» (Александр Пирожков, 31.05.2024) дословно воспроизвел в заголовке фразу из сказки братьев Гримм «Горшочек каши»: «Горшочек, не вари!»

Другим примером использования прецедентного текста, связанного со сказками, является заголовок: «Олимпиада-невидимка: игры в Париже рискуют остаться незамеченными в России» (Игорь Гурфинкель, 26.07.2024). В данном случае трансформированный прецедентный текст отсылает читателя к волшебному предмету, а именно к шапке-невидимке.

Заключительные три группы прецедентных текстов — имена известных личностей или вымышленных персонажей, названия песен и цитаты из них, а также высказывания и волшебные предметы из сказок — встречаются в заголовках делового издания значительно реже по сравнению с фразеологизмами, пословицами, поговорками, крылатыми выражениями, а также отсылками к кинематографу и литературе. Каждая из этих групп представлена всего в двух заголовках, что составляет лишь 4% от общего числа выявленных прецедентных текстов.

Таким образом, анализ заголовков «Делового Петербурга» показывает, что наиболее частым источником прецедентности в материалах издания становятся пословицы, поговорки, фразеологизмы и крылатые выражения, на долю которых приходится 70% от всех выявленных случаев. Эти языковые единицы, глубоко укорененные в культурной памяти и широко используемые в повседневной речи, оказываются удобным инструментом привлечения внимания аудитории. Помимо этого, журналисты нередко обращаются к прецедентным текстам, связанным с кинематографом и телевидением: названия фильмов, телепередач или цитаты из них встречаются в заголовках в 10% случаев, что свидетельствует о высокой узнаваемости этих источников среди читателей. Несколько реже — в 7% заголовков — встречаются отсылки к литературным произведениям, включая их названия и цитаты. В то же время прецеденты, основанные на именах известных личностей или вымышленных персонажей, названиях песен и цитатах из них, а также сказочных выражениях и волшебных предметах, используются реже прочих категорий.

Кроме того, в рамках исследования важно рассмотреть не только частоту использования прецедентных текстов в заголовках «Делового Петербурга», но и способы их интеграции в структуру заголовка. Журналисты могут либо дословно воспроизводить исходное выражение, либо изменять его форму, адаптируя под контекст статьи, что существенно влияет на восприятие читателем и степень оригинальности подачи материала.

Так, дословное воспроизведение прецедента встретилось нам в 12 материалах (что составило 24% от общего числа). Например, «Не в деньгах счастье: какие ПИФы станут популярными в ближайшие месяцы» (в данном случае поговорка воспроизводится без каких-либо изменений).

Гораздо чаще журналисты «Делового Петербурга» прибегают к трансформации формы прецедента. Так, трансформированный прецедентный текст был обнаружен в 38 заголовках (что составило 76%).

При этом трансформация осуществлялась различными способами, а именно:

– в 12 заголовках при помощи усечения компонентов (24%). Например, в материале «Лучше поздно: подавать «фейковые» иски о банкротстве станет сложнее» мы видим усеченную версию пословицы «лучше поздно, чем никогда».

– в 22 заголовках при помощи замены компонентов (44%). Например, в заголовке «Агент 0,06: у риелторов в Петербурге выросли комиссии по сделкам» при помощи замены компонентов трансформируется имя персонажа Джеймса Бонда, т.е. Агента 007.

– в 4 заголовках при помощи добавления компонентов (8%). Такой способ трансформации присутствует в заголовке «Покупают и живут припеваючи: спрос на новостройки в Москве не угасает».

Таким образом, мы видим, что в большинстве случаев журналисты «Делового Петербурга» трансформируют прецедентный текст при включении его в заголовок. При этом наиболее востребованным способом выступает **замена**

компонентов (44%). В данном случае, трансформация не только служит рождению новых смыслов, но и позволяет привлечь внимание читателя при помощи яркой языковой игры.

Далее проанализируем, в рамках каких рубрик «Делового Петербурга» заголовки с прецедентными текстами встречаются наиболее часто. Это позволит выявить, какие тематические направления издания особенно располагают к использованию подобных выразительных средств. При этом следует учитывать, что некоторые журналистские материалы затрагивают сразу несколько смежных тем, в связи с чем редакция размещает их одновременно в нескольких рубриках. В представленной диаграмме учтены все случаи таких пересечений, что обеспечивает более точное понимание распределения прецедентных заголовков по различным разделам издания.

Наибольшее число прецедентов встречается в рубриках «Деловые новости» (34), «Недвижимость» (18) и «Политика» (18). При этом в рубрике «Политика» прецеденты обычно упоминаются в материалах, центром которых является определенное событие, а не конкретная личность. Такая особенность объясняется тем, что прецедентные тексты обладают сильной эмоциональной (часто ироничной) окраской. В целях самоцензуры в материалах, посвященных представителям власти, таких прецедентов стараются избегать.

Наименьшие показатели наблюдаются в рубриках «Ретейл» (10), Строительство (8), «Финансы и право», а также «Банки» (4), Транспорт и «Проект года» (1). Но (по большей части) это обуславливается тем, что данные рубрики не являются ключевыми в «Деловом Петербурге», т.е. относительно небольшое число прецедентов объясняется ограниченным числом материалов на данную тематику.

При этом совершенно отсутствуют прецеденты в рубриках «Происшествия» и «Военная операция». Данный фактор напрямую связан с соблюдением журналистской этики. Поскольку в упомянутых рубриках обычно размещаются достаточно серьезные материалы, так или иначе связанные с преступлениями, человеческими потерями и другими трагическими событиями, то употребление в них прецедентных текстов зачастую оказывается неуместным.

Также обратим внимание на то, какие акценты может содержать в себе прецедентный текст в заголовках при эмоциональной оценке автором рассматриваемого инфоповода на примерах следующих категорий:

– **оценка событий.** В данном случае журналист использует прецедент для того, чтобы выразить свое отношение к происходящему и заранее настроить читателя на определенный лад. «Скандалы вместо зрелищ: чем запомнится Евро–2024», «Ложная тревога: массового сноса гаражей во дворах Петербурга не будет».

– **объяснение причины.** Например, «Обманываться рад: промо-акции пробили дно». В рассматриваемом материале рассказывается о том, как с точки зрения психологии и маркетинга на людей влияет система распродаж. Однако автор убежден, что в массовости этого явления виноваты не маркетплейсы, а сами покупатели. Поэтому прецедент в заголовке («Обманываться рад») будет выступать как раз объяснением причины.

– **вывод, умозаключение.** К примеру, «Что посеешь, то и пожнешь: фермерские протесты усилят позиции правых в Европе», «Лучше поздно: подавать «фейковые» иски о банкротстве станет сложнее». Так как данные акценты обычно носят наставнический и поучительный характер, то в качестве прецедента зачастую выступают именно пословицы.

Таким образом, прецедентные тексты в заголовках не только привлекают внимание аудитории, но и выполняют важную смысловую функцию, позволяя журналисту выразить оценку событий, объяснить их причины или подвести к определенному умозаключению. Эти особенности еще раз подчеркивают значимость данного приема в медиапространстве. Перейдем к обобщению результатов исследования и рассмотрим ключевые выводы, касающиеся роли прецедентных текстов в заголовках «Делового Петербурга».

В рамках проведенного исследования было выявлено, что использование прецедентных текстов в заголовках журналистских материалов играет ключевую роль в привлечении внимания аудитории. Анализ публикаций издания «Деловой Петербург» показал, что наиболее популярными являются фразеологизмы, пословицы и поговорки, что связано с их укорененностью в культурной памяти читателей. Менее востребованными оказались ссылки на художественную литературу, кинематограф и другие культурные источники, хотя и они остаются важными элементами языковой игры и создания эмоционального эффекта. Выявленные типы трансформации прецедентных текстов, такие как замена компонентов и усечение, подчеркивают творческий подход журналистов к формированию заголовков. Чаще всего прецедентные тексты использовались в рубриках «Деловые новости», «Недвижимость» и «Политика», помогая раскрыть суть событий. В то же время их отсутствие в рубриках, связанных с трагическими и криминальными темами, свидетельствует о соблюдении журналистской этики.

Таким образом, можно сделать вывод, что использование прецедентных текстов в заголовках является эффективным инструментом привлечения внимания и формирования у читателя нужного отношения к материалу. Это доказывает, что язык СМИ адаптируется под современные условия восприятия информации, сохраняя при этом связь с культурными и эмоциональными кодами аудитории.

Научный руководитель: кандидат филологических наук, доцент

Балакай А. А.

Scientific supervisor: PhD in Philology, Associate Professor Balakay A. A.

Список литературы

1. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность [Текст] / Ю. Н. Караулов // Изд. 6-е. – М.: Изд-во ЛКИ, 2007.
2. Петрова Н. В. Эволюция понятия прецедентный текст / Н. В. Петрова // Вестник ИГЛУ. 2010. №2 (10).

3. Малецкая М. С., Толкачева Ю. Г. Особенности прецедентных заголовков современных печатных СМИ / М. С. Малецкая, Ю. Г. Толкачева // Журналистский ежегодник. 2013. №2-2.
4. Наволоцкая О. В. Прецедентность в заголовках медиа: сопоставительный аспект / О. В. Наволоцкая // Ученые записки НовГУ. 2022. №6 (45).

References

1. Karaulov, Yu. N. (2007). *Russkii iazyk i iazykovaia lichnost* [Russian Language and Linguistic Personality] (6th ed.). Moscow: LKI Publishing House.
2. Petrova N. V. Evolution of the concept of precedent text // *Vestnik IGLU*. 2010. №2 (10).
3. Maletskaya M. S., Tolkacheva Yu. G. Features of precedent headlines in contemporary print media // *Zhurnalistskiy ezhegodnik*. 2013. №2-2.
4. Navolotskaya, O. V. (2022). *Pretsedentnost v zagolovkakh media: sopostavitelnyi aspekt* [Precedent Phenomenon in Media Headlines: A Comparative Aspect]. *Uchenye zapiski NovGU*, 6(45).

УДК 67.017(679.7)

Г.А. Григорян, Ю.А. Широкая

ОТ СТАРОЙ ОДЕЖДЫ К НОВЫМ ВОЗМОЖНОСТЯМ: КАК СОЗДАЮТСЯ ИННОВАЦИОННЫЕ РЕШЕНИЯ ИЗ ПЕРЕРАБОТАННОГО ТЕКСТИЛЯ

© Г.А. Григорян, Ю.А. Широкая, 2025

*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна
191186, Санкт-Петербург, Большая Морская, 18*

В статье рассматриваются экологические и технологические аспекты переработки текстильных отходов, а также потенциал создания инновационных материалов из использованной одежды. Подчеркивается значительный экологический ущерб от текстильной промышленности и проблема накопления синтетических и смешанных тканей, не поддающихся естественному разложению. Приводятся современные методы переработки — механическая, химическая, биотехнологическая — и примеры успешных международных и российских инициатив. Особое внимание уделяется применению переработанного текстиля в строительстве и промышленности: от тепло- и звукоизоляционных панелей до нетканых материалов и дизайнерских решений. Делается вывод о необходимости развития замкнутой экономики и поддержке инновационных подходов к утилизации текстиля как важной части устойчивого будущего.

Ключевые слова: текстиль, переработка, экология, ткани, инновационные материалы, текстильные отходы, стройматериалы, микропластик.

G.A. Grigoryan, J.A. Shirokaya

Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design
191186, St. Petersburg, Bolshaya Morskaya, 18

FROM OLD CLOTHES TO NEW OPPORTUNITIES: HOW INNOVATIVE SOLUTIONS ARE CREATED FROM RECYCLED TEXTILES

The article deals with ecological and technological aspects of textile waste recycling, as well as the potential for creating innovative materials from used clothing. It emphasizes the significant environmental damage caused by the textile industry and the problem of accumulation of synthetic and mixed fabrics that cannot be decomposed naturally. Modern methods of recycling - mechanical, chemical, biotechnological - and examples of successful international and Russian initiatives are given. Special attention is paid to the application of recycled textiles in construction and industry: from heat and sound insulation panels to nonwovens and design solutions. It is concluded that it is necessary to develop a circular economy and support innovative approaches to textile recycling as an important part of a sustainable future.

Keywords: textiles, recycling, ecology, fabrics, innovative materials, textile waste, building materials, microplastics.

Текстильная промышленность — одна из самых загрязняющих отраслей. По данным ООН, ежегодно в мире выбрасывается около 92 миллионов тонн текстильных отходов, и эта цифра продолжает расти. Каждую секунду в мире на свалку попадает грузовик одежды. Производство одежды за последние 20 лет выросло более чем в два раза, но срок её службы сократился. По экспертным оценкам, в России образуется более 2 млн т текстильных отходов в год. Почти все они оказываются на свалках. В среднем городской житель в год выбрасывает 15-17 кг, а перерабатывается не более 1% этого объема текстильных отходов.[1]

На мировом рынке текстильных изделий и одежды, объем которого в 2023 году достиг \$1,69 трлн, доля России составляет немногим более 1%, тогда как в Китае, Турции — 30% ВВП. Среднегодовой темп прироста российского рынка с 2017 по 2023 год оценивается в 13,5%. [3]

Системы сбора и переработки одежды значительно различаются в разных странах, отражая уровень развития инфраструктуры. В Германии и Нидерландах сбор использованного текстиля через контейнеры, пакеты на обочине или сбор «от двери» определяется как сбор отходов. В Дании, Финляндии и Швеции сбор текстиля является сбором отходов только когда сборщики явно указывают, что принимают любой текстиль, включая на переработку. В России системы сбора и переработки одежды находятся на начальном этапе развития. Отсутствие широкой сети приёмных пунктов и недостаточная осведомлённость населения затрудняют эффективный сбор текстильных отходов. Благодаря созданию организаций «Второе дыхание», «Спасибо!», «Добрые вещи» и др., магазины начинают внедрять программы по приёму старой одежды, но такие инициативы пока не получили широкого распространения. В Индии организация Goonj перерабатывает ранее использовавшуюся одежду, предметы домашнего обихода, стройматериалы и компьютеры, предоставляя работу и дешёвые товары городским беднякам. Ежегодно через сеть волонтеров и партнеров организация собирает и распределяет тысячи тонн старых материалов, производя из них школьные портфели, шляпы, гигиенические прокладки, матрасы и одеяла для наиболее бедных сообществ.

В наши дни существуют много причин накопления текстильных отходов. Быстрая мода — это модель производства и потребления одежды, при которой новые коллекции появляются с высокой скоростью, повторяя подиумные тренды и стремительно поступая в продажу по низкой цене. Такая система позволяет брендам регулярно обновлять ассортимент и стимулировать потребителей к частым покупкам, часто — спонтанным и необдуманным. Быстрая мода также оказывает давление на социальную сферу: сотрудники фабрик в развивающихся странах работают по 12–14 часов в сутки за крайне низкую плату, зачастую без должных условий безопасности. Производственные цепочки часто непрозрачны, и бренды не раскрывают информацию о происхождении своих товаров. Альтернативой быстрой моде выступает движение «медленной моды», ориентированное на устойчивое потребление, высокое качество изделий, этическое производство и уважение к окружающей среде. Всё больше людей обращаются к секонд-хенду, апсайклингу и созданию капсульных гардеробов, стремясь сократить количество покупок и продлить жизнь вещей.

Синтетические материалы, такие как полиэстер, нейлон, акрил и эластан, широко используются в производстве одежды благодаря своей прочности, износостойкости и низкой себестоимости. Однако их массовое применение сопровождается серьёзными экологическими рисками. Прежде всего, синтетические ткани изготавливаются из продуктов нефтехимии, что означает высокую энергоёмкость производства и зависимость от невозобновляемых ресурсов. Производство таких материалов сопровождается выбросами парниковых газов, способствующих изменению климата. Одной из ключевых проблем синтетики является её крайне медленное разложение. Изделия из полиэстера, например, могут сохраняться на свалках сотни лет, не подвергаясь естественному разложению. Это ведёт к накоплению текстильных отходов и увеличению нагрузки на полигоны. Кроме того, при каждой стирке синтетическая одежда выделяет микроскопические частицы пластика — микроволокна, которые попадают в сточные воды, а затем в реки, озёра и моря. Эти частицы не улавливаются фильтрами на очистных сооружениях и становятся частью глобального загрязнения микропластиком. В конечном итоге микропластик попадает в пищевую цепочку, угрожая не только экосистемам, но и здоровью человека. Ещё одна проблема — невозможность полноценной переработки большинства синтетических тканей. Многочисленные изделия производятся из смесовых материалов, например, из комбинации хлопка и полиэстера, что затрудняет их разделение и повторное использование.

Экологическая нагрузка от текстильного производства является одной из самых значительных среди всех отраслей лёгкой промышленности. Этот сектор оказывает многоуровневое влияние на окружающую среду, начиная от использования природных ресурсов и заканчивая загрязнением почвы, воды и воздуха.

Одна из главных проблем — огромное потребление воды. Особенно это касается выращивания хлопка: чтобы произвести одну хлопковую футболку, необходимо около 2700 литров воды, а для одной пары джинсов — до 10 000 литров.[2] В регионах с дефицитом пресной воды это приводит к истощению водных источников и деградации земель. Другой серьёзный аспект — загрязнение воды химикатами. В процессе производства и окрашивания тканей применяются токсичные вещества: красители, отбеливатели, смягчители и другие химикаты. Особенно критична ситуация в странах, где отсутствует эффективная система очистки сточных вод. По оценкам, текстильная промышленность ответственна за 20% мирового загрязнения пресной воды. Также текстиль — один из крупнейших источников углеродных выбросов. По разным данным, отрасль производит до 10% всех парниковых газов в мире, опережая авиацию и морской транспорт. Особенно высокий углеродный след у синтетических тканей, таких как полиэстер и нейлон, поскольку они изготавливаются из ископаемых ресурсов.

Разные страны предлагают разнообразные подходы к переработке текстиля, отражающие уровень развития технологий, инфраструктуры и экологической политики. Основные методы переработки включают механическую, химическую и биотехнологическую переработку, а также повторное использование и благотворительные инициативы.

Механическая переработка предполагает измельчение тканей. Частицы превращают в волокна, которые затем используют для создания новых материалов. Чаще всего применяется для переработки натуральных волокон, таких как хлопок и шерсть. Этот метод широко применяется в Европе, где существуют специализированные предприятия по переработке текстиля.

Химическая переработка использует растворители для распада волокон на молекулярном уровне, которые затем могут быть использованы для создания новых материалов. Этот способ позволяет перерабатывать синтетические и смешанные ткани. Такие технологии развиваются в Швеции и Нидерландах, однако они требуют строгого контроля из-за возможных выбросов загрязнённого воздуха и сбросов воды. В России фонд «Второе дыхание» развивает новые программы. Они научились перерабатывать однокомпонентные синтетические вещи (например, из 100% полиэстера) — из них получают пластиковые гранулы, из которых потом делают ручки, вешалки и другие пластиковые предметы. [6]

Биотехнологическая обработка. При переработке используют ферменты или бактерии для разложения текстильных волокон. Это позволяет перерабатывать натуральные и синтетические ткани.

Повторное использование и благотворительные инициативы также играют важную роль. В Китае на фабриках по переработке текстиля одежда сортируется вручную; неповреждённые вещи дезинфицируются, гладятся и продаются как подержанные или передаются в бедные районы через благотворительные организации. Рваную одежду превращают в текстильные изделия или в сельскохозяйственную изоляцию для теплиц, промышленный канат, перчатки и ковры.

Развитие инфраструктуры и целевые программы также способствуют эффективной переработке текстиля. В Японии планируется переработать 50 тысяч тонн старой одежды, превращая её в волокно, пригодное для повторного использования. В США и других странах Северной Америки рынок переработки текстиля развивается благодаря надёжной инфраструктуре сбора и переработки отходов, а также инвестициям от ритейлеров модной одежды. [9]

В последние годы активно развиваются инновационные направления переработки текстиля, направленные не только на повторное производство одежды, но и на создание совершенно новых материалов для различных отраслей. Эти технологии помогают решать проблему текстильных отходов и расширяют возможности устойчивого производства. Вот несколько перспективных направлений:

Переработанный текстиль можно добавлять в биополимеры, создавая прочные и лёгкие композитные материалы. Такие композиты применяются в автопроме, мебели и упаковочной промышленности. Они могут заменить стекловолокно или углеродное волокно, что делает производство более экологичным.

Разрабатываются технологии, позволяющие расщеплять смешанные ткани (например, хлопок+полиэстер) на отдельные компоненты. Из них затем получают чистое сырьё: целлюлозу для производства бумажных изделий, синтетические волокна для повторного текстиля или даже химикаты, которые можно использовать в других отраслях (например, в производстве пластика или растворителей).

В некоторых странах одежду низкого качества, непригодную для вторичного использования, перерабатывают в синтетическое топливо (например, дизель или метан) методом пиролиза. Это направление активно исследуется в Японии и Южной Корее.

Переработанный текстиль используется для создания фильтрующих материалов и устойчивой упаковки. Такие изделия применяются в медицине, промышленности и в качестве альтернативы пластиковым упаковкам.

Сейчас развивается перспективное направление – строительные и промышленные материалы из переработанного текстиля. Например, для блоков теплоизоляции отбирают преимущественно хлопковый и шерстяные ткани, так как они обладают лучшими теплоизоляционными свойствами. Для акустических панелей отбирают текстиль с хорошими звукопоглощающими свойствами, например, джинсовая ткань. У каждой ткани есть определённые свойства, на основе которых можно придумать новые материалы.

Процесс переработки текстиля начинается со сбора и сортировки отходов, где материалы разделяются по типу ткани, цвету и степени износа. Затем ткани очищаются от загрязнений и фурнитуры. После этого наступает этап механической переработки, ткань измельчают в волокнистую массу. Далее этой массе придают форму, например, прессуют. При необходимости в материал добавляют связующее вещества.

Исследователи Технологического института Мадрида представили инновационный метод переработки текстильных отходов в стеновые панели с улучшенными экологическими и эксплуатационными характеристиками. В основе технологии лежит процесс извлечения волокон из текстильных материалов и их склеивание с вяжущим веществом на основе твердой извести. Этот подход обеспечивает высокую экологичность, безопасность и эффективность конечного продукта. Твердая водная известь, используемая в качестве связующего, обладает рядом преимуществ по сравнению с традиционными химическими вяжущими. Она менее огнеопасна, не выделяет токсичных газов и идеально подходит для применения в производстве внутренних строительных материалов. Получаемые панели характеризуются низкой плотностью, что снижает их вес и упрощает транспортировку и монтаж. [4]

С точки зрения тепло- и звукоизоляционных характеристик, текстильные стеновые панели демонстрируют значительные преимущества перед традиционными материалами. Теплопроводность панелей, изготовленных по предложенной технологии, составляет всего 1/2 от теплопроводности стандартных стеновых панелей, что позволяет существенно повысить энергоэффективность зданий. Кроме того, введение текстильного волокна в состав панелей значительно улучшает их звукопоглощающие свойства, обеспечивая высокий уровень акустического комфорта. [4]

Компания Margasa специализируется на разработке и строительстве комплексных установок по переработке текстильных отходов, включая разрыхление, очистку и смешивание волокон. Они также производят оборудование для производства нетканых материалов, используемых в строительстве и промышленности. Вдохновленные инновациями и стремлением обеспечить применение, отличное от традиционного, любым побочным продуктам и отходам текстильной промышленности, ими также было спроектировано и построено комплексное оборудование по производству нетканых материалов по системе Airlay для производства войлока, в том числе акустических и теплоизоляционных нетканых материалов высочайшего качества для использования в строительстве, автомобилестроении, производстве бытовой техники и т. д. [5]

Компания FabBRICK, основанная архитектором Клариссой Мерле, перерабатывает текстильные отходы в строительные материалы с уникальной текстурой. Натуральные волокна давно используются как естественные изоляторы, но идея Клариссы была уникальна: она предложила использовать старые текстильные изделия для создания новых строительных материалов. Используя натуральный клей, она превратила измельченные текстильные отходы в прочные кирпичи. Этот инновационный подход не только получил признание, но и стал основой для создания компании FabBRICK. Их продукция используется в дизайне интерьеров для создания перегородок, облицовочных

панелей и мебели. Успех не заставил себя долго ждать. В 2018 году Кларисса участвовала в *Faire call* — престижном конкурсе инноваций в дизайне и архитектуре во Франции, где её проект получил поддержку. Сейчас штаб-квартира FabBRICK находится в Париже, где расположены офисы, выставочный зал и производственная лаборатория. Компания быстро набрала популярность, сотрудничая с крупными брендами, такими как Levi's, Galerie Lafayette, Google, Assog, AXA и IKEA. FabBRICK стала ведущей французской компанией, специализирующейся на переработке постпроизводственного и постпотребительского текстиля в новые материалы, используемые в интерьере. [7]

Компания «Чистые промышленные технологии» объявила о планах строительства завода по переработке текстильных отходов в Клину (Московская область), что станет важным шагом в развитии экологической инфраструктуры региона. Инвестиции в проект составят 2,6 млрд рублей, что позволит создать более 200 новых рабочих мест. Запланированный запуск производства намечен на II квартал 2027 года. После выхода на полную мощность завод будет перерабатывать до 16 тыс. тонн текстильных отходов ежегодно. Это позволит производить около 18 тыс. тонн нетканых материалов, которые найдут применение в мебельной, строительной и автомобильной отраслях. В качестве сырья для переработки будут использоваться текстильные отходы и мебель, что способствует снижению объёмов текстильных отходов, отправляемых на свалки. [8]

Уже сейчас в России есть компании, которые создают брендированную продукцию из вторсырья. В основном ассортименте яркие аксессуары из кофейных пачек, фирменной спецодежды или даже баннеров. Такой вариант переработки пользуется спросом у крупных игроков рынка, подчеркивающих свою миссию о создании экологичной альтернативе сувенирной продукции.

Инновационные материалы из переработанного текстиля становятся важным элементом устойчивого развития, позволяя эффективно использовать отходы и снижать экологическую нагрузку. Современные технологии переработки открывают новые возможности для создания функциональных и эстетически привлекательных изделий, от одежды до строительных материалов. Развитие этой отрасли способствует формированию экономики замкнутого цикла, где отходы становятся ценным ресурсом. Таким образом, переработка текстиля не только решает проблему утилизации, но и стимулирует инновации, создавая новые перспективы для различных секторов промышленности.

Список литературы

1. Экология производства. Эксперты обсудили проблему утилизации текстильных отходов в России. 14.11.2023. URL: https://news.ecoindustry.ru/2023/11/eksperty-obsudili-problemu-utilizatsii-tekstilnyh-othodov-v-rossii/?utm_source=chatgpt.com (дата обращения: 12.04.2025)
2. Hedgehog. Written by Max. The environmental impact of the textile sector. 16.01.2024. URL: <https://www.hhc.earth/knowledge-base/articles/the-environmental-impact-of-the-textile-sector> (дата обращения: 12.04.2025)
3. Tadviser. Текстильная промышленность в России. 01.04.2025. URL: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Текстильная_промышленность_в_России#:~:text=Доля%20импортной%20продукции%20на%20российском,России%20составляет%20немногим%20более%201%25 (дата обращения: 12.04.2025)
4. Lanci. Waste Recycling - Waste Textiles Turned Into Building Materials. 27.09.2018. URL: <https://www.lancaifashion.com/news/waste-recycling-waste-textiles-turned-into-b-17985836.html> (дата обращения: 12.04.2025)
5. Margasa. The company. URL: <https://www.margasa.com/the-company/> (дата обращения: 12.04.2025)
6. Второе дыхание. Фонд. Переработка текстиля. Как мы это делаем в фонде «Второе дыхание»? 15.11.2020. URL: <https://vtoroe.ru/2020/11/15/world-recycling-day/> (дата обращения: 13.04.2025)
7. DECORNEWS.ru. Как текстильные отходы превращаются в новый материал для дизайна интерьера. 13.04.2018. URL: https://decornews.ru/editors-choice/kak-tekstilnye-othody-prevrashchayutsya-v-novyy-material-dlya-dizajna-interera/?utm_source=chatgpt.com (дата обращения: 13.04.2025)
8. Правительство Московской области. В новое производство в Клину инвестируют 2,6 млрд рублей. 06.03.2025. URL: <https://mosreg.ru/sobytiya/novosti/myn-obrazovaniya/klinskiy-rayon/v-novoe-proizvodstvo-v-klinu-investiruyut-2-6-mlrd-rublei> (дата обращения: 14.04.2025)
9. WhitePack. Япония ставит целью переработать 50 тысяч тонн старой одежды. Когда и почему? 30.07.2024. URL: https://whitepack.ru/articles/yaponiya-stavit-tselyu-pererabotat-50-tysyach-tonn-staroy-odezhdy-kogda-i-pochemu/?utm_source=chatgpt.com (дата обращения: 14.04.2025)

References

1. Ecology of production. Experts discussed the problem of textile waste disposal in Russia. 14.11.2023. URL: https://news.ecoindustry.ru/2023/11/eksperty-obsudili-problemu-utilizatsii-tekstilnyh-othodov-v-rossii/?utm_source=chatgpt.com (date accessed: 12.04.2025)
2. Hedgehog. Written by Max. The environmental impact of the textile sector. 16.01.2024. URL: <https://www.hhc.earth/knowledge-base/articles/the-environmental-impact-of-the-textile-sector> (date accessed: 12.04.2025)
3. Tadviser. The textile industry in Russia. 01.04.2025. URL: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Текстильная_промышленность_в_России#:~:text=Доля%20импортной%20продукции%20на%20российском,России%20составляет%20немногим%20более%201%25 (date accessed: 12.04.2025)
4. Lanci. Waste Recycling - Waste Textiles Turned Into Building Materials. 27.09.2018. URL: <https://www.lancaifashion.com/news/waste-recycling-waste-textiles-turned-into-b-17985836.html> (date accessed: 12.04.2025)
5. Margasa. The company. URL: <https://www.margasa.com/the-company/> (date accessed: 12.04.2025)
6. Second wind. Fund. Textile recycling. How do we do this at the Second Wind Foundation? 15.11.2020. URL: <https://vtoroe.ru/2020/11/15/world-recycling-day/> (date accessed: 13.04.2025)

7. DECORNEWSru. How textile waste is transformed into a new material for interior design. 13.04.2018. URL: https://decornews.ru/editors-choice/kak-tekstilnye-othody-prevrashchayutsya-v-novyy-material-dlya-dizajna-interera/?utm_source=chatgpt.com (date accessed: 13.04.2025)
8. The Government of the Moscow region. 2.6 billion rubles will be invested in new production in Klin. 06.03.2025. URL: <https://mosreg.ru/sobytiya/novosti/myn-obrazovaniya/klinskiy-rayon/v-novoe-proizvodstvo-v-klinu-investiruyut-2-6-mlrd-rublei> (date accessed: 14.04.2025)
9. WhitePack. Japan aims to recycle 50,000 tons of old clothes. When and why? 30.07.2024 URL: https://whitepack.ru/articles/yaponiya-stavit-tselyu-pererabotat-50-tysyach-tonn-staroy-odezhdy-kogda-i-pochemu/?utm_source=chatgpt.com (date accessed: 14.04.2025)

А. А. Гунгер

АРТ-ОБЪЕКТЫ В ДИЗАЙНЕ ИНТЕРЬЕРА

*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна
191186, Санкт-Петербург, Большая Морская, 18*

Предметом исследования статьи, является связь объектов декоративного искусства с дизайном интерьера. Рассмотрены варианты функционального использования и правила гармоничного размещения арт-объектов во внутренних пространствах. Было проанализировано несколько изделий российских компаний с точки зрения объектов искусства и подведены итоги анализа.

Ключевые слова: арт-объект, дизайн интерьера, функциональность, компания, коллекция.

A.A. Gunger

Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design
Saint Petersburg, Bolshaya Morskaya, 18

ART OBJECTS IN INTERIOR DESIGN

The subject of the article is the connection between decorative art objects and interior design. The options for the functional use and rules for the harmonious placement of art objects in interior spaces are considered. Several products of Russian companies were analyzed from the point of view of art objects and the results of the analysis were summarized.

Keywords: art object, interior design, functionality, company, collection.

Завершенный интерьер – это сложное пространство, немаловажной частью которого являются предметы искусства. Именно поэтому дизайнеры часто используют в своих проектных решениях разные арт-объекты. Но как же правильно выбрать арт-объект, вписать его в свой дизайн интерьера и найти ему функциональное применение?

Далеко не каждая декоративная деталь интерьера может считаться арт-объектом. Арт-объекты это предметы искусства, цель которого произвести впечатление на зрителя донести до него художественный посыл. Зачастую это декоративный предмет, не несущий в себе никаких функций. Но в настоящее время арт-объекты все чаще начали приобретать специальное назначение, ведь современные интерьеры все больше стремятся к минимализму, и большее предпочтение отдается практичной составляющей оформления.

Среди практических задач, для которых применяют арт-объекты, можно выделить:

- зонирование пространства
- улучшение акустических характеристик пространства
- мебелировка
- освещение
- конструктивные элементы здания

В качестве примеров я хотела бы рассмотреть несколько работ российских дизайнеров и студий дизайна.

Российская компания «Lick my Brick», открытая Алексеем Фищевым, специализируется на создании изделий из терраццо. **Терраццо — строительный и отделочный материал, состоящий из осколков разных пород камня, залитых в единое полотно цементом.** Сначала собирается опалубка из ЛДСП, затем смешиваются ингредиенты для бетонного раствора. После заливки смесь высыхает в течение недели. Для придания эффекта камням, необходимо ошлифовать хотя бы 2—3 мм. Далее изделие покрывается защитным составом, обычно это лак. Он защищает бетон от воздействия агрессивных и красящих жидкостей.

В 2021 году компания «Lick my Brick» представила коллекцию «Галя+1» (Рис. 1) в которую вошли многофункциональные блоки, сделанные из терраццо, и дополненные столешницами из листовой шлифованной нержавеющей стали. Блоки монолитные, при этом один блок весит около 50 кг, но их легко можно передвигать без вреда для напольного покрытия благодаря фетровым накладкам.



Рис. 1. Коллекция блоков «Галя+1»

Таким образом, компания производит различные изделия: столешницы всех видов, раковины, облицовочные плиты и др. Главная их особенность в том, что они не занимаются массовым производством, и все предметы изготавливают вручную из смеси собственной разработки. Каждый предмет получается уникальным не только потому, что узор терраццо невозможно повторить, но и благодаря индивидуальному подходу в работе с клиентами – дизайнеры всегда подбирают объект под конкретный интерьер заказчика. Все вышеперечисленное говорит о том, что каждое их изделие можно назвать арт-объектом, потому что они обладают **интересными формами и оригинальным дизайном**, которые привлекают внимание.

Дмитрий Логинов — ведущий российский предметный дизайнер. В 2008 г. Дмитрий одновременно окончил Международную школу дизайна в Москве и Школу дизайна «Interior Design School Rhodes» в Великобритании. Дизайнер получил образование по специализации «дизайн интерьера», но позднее изменил свои интересы и начал заниматься дизайном предметов интерьера. В начале он несерьезно относился к новому увлечению и много экспериментировал. Но вскоре к нему начали обращаться дилеры, архитекторы, блогеры и обычные люди с просьбами купить его дизайнерские предметы.

Одна из главных работ Дмитрия Логинова - концепция шезлонгов «Dounyasha» (Рис. 2). Кресло имеет необычный силуэт и сочетает в себе несколько текстур и цветов. После презентации этого дизайна Дима Логинов был выдвинут на «Elle Decor International Design Awards 2010» в качестве молодого дизайнера года. Кресло отвечает всем нормам эргономики, позволяя человеку принять естественную и удобную для отдыха позу. Такие кресла будут отлично смотреться в их интерьере, совершенно не требуя каких-либо дополнений, так как они сами создадут оригинальный дизайн гостиной.



Рис. 2. Шезлонг «Dounyasha»

В коллекциях бренда «Dima Loginoff» кроме мебели представлены также и светильники, которые имеют как эстетичный внешний вид, так и весомое функциональное значение. Дизайнер считает, что не нужно выбирать между функциональностью и эстетикой, правильнее использовать разные светильники для разных целей. Но, разумеется, бывает, что предмет идеально сочетает в себе обе эти стороны.

Особого внимания заслуживает коллекция ламп «Fedora» (Рис. 3), которую Дмитрий Логинов разработал специально для итальянского бренда «Axo Light». Светильник по форме напоминает матрешку. Коллекция состоит из пяти видов светильников: от одной до двенадцати лампочек. Светильники могут быть расположены в ряд, создавая общую композицию, или же объединены в единую люстру и находиться на разных высотах. Каждый светильник состоит из двух частей, каждая из которых имеет свой материал. Верхняя часть матрешки выполнена из алюминия и покрыта металлизированным опылением. Цвет опылениения можно выбрать разный: бронзовый, металлический или розово-золотой. Нижняя часть светильника сделана из прозрачного рифленого стекла, которое при свечении рассеивает свет, создавая интересный узор.



Рис. 3. Коллекция ламп «Fedora»

В работах Дмитрия Логинова можно ощутить влияние видов искусства: архитектуры, графики и даже музыкальных клипов. Они остаются близкими нашим традициям, при своей достаточной авангардности. Это позволяет отнести его работы к числу арт-объектов. Дизайнер смог уловить и воплотить в осветительных приборах и мебели тонкую грань между прошлым и будущим, что, вероятно, и привлекает к ним такое множество покупателей.

Компания «BEZHKO» занимается проектированием и производством световых систем и инсталляций для жилых и общественных пространств с 2012 года. Все свои светильники они собирают вручную на собственном небольшом производстве в Санкт-Петербурге. Основатель и идейный вдохновитель компании - Анатолий Бежко а главный дизайнер - Алексеем Полаем. Совместно они создали первый светильник «CROSSFIRE», который стал основой целой коллекции каркасно-светодиодных светильников. Светильник создавался для Смольного института и должен был располагаться на потолочных сводах анфилады учебного корпуса. Поскольку информация о замысле автора не сохранилась, у дизайнеров была возможность предложить собственное решение. Любые бронзовые или стеклянные светильники оказались бы громоздкими и в перспективе сливались бы в единую массу, мешая восприятию архитектуры. Так возникла идея проволочного светильника, который по форме отсылал бы к классике, но по своему исполнению был выполнен в стиле хай-тек. Такой светильник дает достаточно света, но благодаря своей прозрачной и тонкой конструкции не мешает восприятию исторической архитектуры.

Сейчас ассортимент светильников «Bezhko» состоит из десятков моделей с авторским дизайном и запатентованной технологией сборки. Светильники «Bezhko» превосходно справляются с декоративной функцией, придавая помещению особую атмосферу, и, в то же время, способны качественно освещать пространство, являясь основными источниками света. Благодаря концептуальному дизайну, светильники «Bezhko» могут вписаться практически в любой интерьер, дополняя его или становясь главным акцентом.

На выставке «АРХ МОСКВА 2022» компания представила свою новую коллекцию блоков «Tetris» (Рис. 4), из которых можно собрать любую подвесную или встраиваемую интерьерную световую систему. Тем самым они смогли объединить стену и светильник, тем самым убрав границу между архитектурой и светом.



Рис. 4. Коллекция блоков «Tetris»

Абсолютно все модели компании «Bezhko» объединяет технология исполнения, которая, независимо от формы светильника, однозначно относится к стилистике хай-тек.. Этот стиль идеально встраивается в любой интерьер, не вызывая диссонанса. Светильники «Bezhko» имеют свой уникальный характер, дополняющий, а не спорящий со стилистикой интерьера, но при этом привлекая к себе внимания, благодаря необычной, авторской конструкции и уникальным формам моделей, что позволяет считать их арт-объектами.

Современное пространство может органично включать в себя искусство в самых различных его проявлениях, но для создания гармоничного интерьера важно помнить о правилах размещения **арт-объектов**. Главным из них является сопоставление общего стиля интерьера и предмета искусства. Также стоит соотносить габариты арт-объектов с общим объемом помещения и уже имеющимся в нем наполнением. Кроме того, необходимо учитывать особенности освещения, цветовую гамму и материалы, используемые в интерьере.

Вписываться в пространство арт-объект может по-разному. Чаще всего он является композиционным центром, вокруг которого строится интерьер. В таком случае его следует выделить из общего наполнения пространства, расположить в просторной и хорошо освещенной части интерьера. Арт-объект также может служить лишь дополнением общей концепции. Тогда его следует гармонично вписать в дизайн всего интерьера.

В заключение, можно с уверенностью сказать, что арт-объекты – это не просто элементы декора, а уникальные объекты искусства, которые дополняют интерьер не только эстетически, но и функционально. В итоге, созданный дизайн, с правильно подобранным арт-объектами, обретает свой собственный стиль и индивидуальность.

Научный руководитель: преподаватель кафедры дизайна пространственной среды имени проф. Б.Г. Устинова - Киселева А. А.

Scientific supervisor: teacher of the Department of Spatial Environment Design named after prof. B.G. Ustinov - Kiseleva A.A.

Список литературы

1. Алексей Фищев «Иногда я могу не ответить на запрос клиента»: как прораб открыл производство мебели из бетона / Алексей Фищев [Электронный ресурс] // Т-Ж : [сайт]. — URL: <https://t-j.ru/lick-my-brick/> (дата обращения: 17.04.2025).
2. Алексей Фищев Натуральный терраццо. Lick my brick. / Алексей Фищев [Электронный ресурс] // Lick my brick : [сайт]. — URL: <https://lickmybrick.com/> (дата обращения: 17.04.2025).

3. Дизайнер Дима Логинов: «Каждый светильник служит своей цели» / [Электронный ресурс] // Ордынка свет : [сайт]. — URL: <https://o-svet.ru/blog/dima-loginoff/> (дата обращения: 17.04.2025).
4. Bezhko / [Электронный ресурс] // Sargas : [сайт]. — URL: <https://sargas.spb.ru/fabrics/bezhko> (дата обращения: 17.04.2025).
5. Екатерина Проскурина Когда искусство становится функциональным: роль арт-объектов в современном дизайне интерьеров / Екатерина Проскурина [Электронный ресурс] // ЕКАТЕРИНА ПРОСКУРИНА : [сайт]. — URL: <https://kpd.design/services> (дата обращения: 17.04.2025).

References

1. Aleksey Fishchev “Sometimes I may not respond to a client’s request”: how a foreman opened a concrete furniture production business / Aleksey Fishchev [Electronic resource] // T-J: [site]. — URL: <https://t-j.ru/lick-my-brick/> (date of access: 04/17/2025).
2. Aleksey Fishchev Natural terrazzo. Lick my brick. / Aleksey Fishchev [Electronic resource] // Lick my brick: [site]. — URL: <https://lickmybrick.com/> (date of access: 04/17/2025).
3. Designer Dima Loginov: “Each lamp serves its own purpose” / [Electronic resource] // Ordynka svet: [site]. — URL: <https://o-svet.ru/blog/dima-loginoff/> (date of access: 04/17/2025).
4. Bezhko / [Electronic resource] // Sargas: [site]. — URL: <https://sargas.spb.ru/fabrics/bezhko> (date of access: 17.04.2025).
5. Ekaterina Proskurina When art becomes functional: the role of art objects in modern interior design / Ekaterina Proskurina [Electronic resource] // EKATERINA PROSKURINA: [site]. — URL: <https://kpd.design/services> (date of access: 17.04.2025).

УДК 004.9+364-056.36

С.А. Дубровская

СОЗДАНИЕ ВЕБ-ДИЗАЙНА, ДРУЖЕЛЮБНОГО ДЛЯ АУТИЧНЫХ ЛЮДЕЙ

*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна
191186, Санкт-Петербург, Большая Морская, 18*

В статье рассматриваются ключевые принципы инклюзивного веб-дизайна, направленного на создание интерфейсов, комфортных для пользователей с расстройствами аутистического спектра. Анализ существующих веб-ресурсов, эмпирические данные и результаты исследований свидетельствуют о том, что упрощение информационной структуры, контроль сенсорной нагрузки, использование понятных визуальных подсказок и адаптивность настроек способствуют улучшению качества взаимодействия с цифровыми средами. Особое внимание уделено необходимости получения обратной связи непосредственно от аутичных людей, чьи реальные потребности и опыт являются основой для разработки эффективных инклюзивных решений. В статье также обсуждаются перспективы применения современных технологий, таких как искусственный интеллект, виртуальная и дополненная реальность, а также динамические адаптивные системы, что позволяет прогнозировать дальнейшее развитие инклюзивного веб-дизайна и его влияние на социальную интеграцию и экономическую эффективность.

Ключевые слова: инклюзивный веб-дизайн, доступность, аутизм, расстройства аутистического спектра (РАС), дружелюбный интерфейс, сенсорная нагрузка, пользовательский опыт, цифровая доступность.

S.A. Dubrovskaya

Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design
191186, St. Petersburg, Bolshaya Morskaya, 18

CREATING AUTISM-FRIENDLY WEB DESIGN

The article examines the key principles of inclusive web design aimed at creating interfaces that are comfortable for users with Autism Spectrum Disorder. An analysis of existing online resources, empirical data, and research findings indicates that simplifying the information structure, controlling sensory load, employing clear visual cues, and offering adaptive settings contribute significantly to improving the digital user experience. Particular emphasis is placed on the necessity of obtaining direct feedback from autistic individuals, whose real needs and experiences form the cornerstone for developing effective inclusive solutions. The article also discusses the prospects of applying modern technologies such as artificial intelligence, virtual and augmented reality, and dynamic adaptive systems, thereby forecasting the further development of inclusive web design and its impact on social integration and economic efficiency.

Key words: inclusive web design, accessibility, autism, Autism Spectrum Disorder (ASD), user-friendly interface, sensory load, user experience, digital accessibility.

Современный мир характеризуется быстрым развитием цифровых технологий, что делает веб-пространство неотъемлемой частью повседневной жизни. Ежедневное использование интернета охватывает миллионы пользователей, и для многих из них доступность цифровых ресурсов становится залогом эффективного получения информации,

образования и общения. Однако далеко не все пользователи одинаково воспринимают информацию, и те, кто сталкивается с особенностями восприятия, например, люди с расстройствами аутистического спектра, нуждаются в специальных подходах к организации интерфейсов.

Расстройства аутистического спектра (РАС) – группа неврологических расстройств, характеризующаяся особенностями восприятия, коммуникации и взаимодействия с окружающим миром, а также ограниченностью интересов, повторяющимися действиями, сосредоточенностью на деталях и нестандартными реакциями на внешние стимулы. Инклюзивный веб-дизайн представляет собой комплекс мер, направленных на создание доступных, понятных и дружелюбных цифровых ресурсов, что позволяет уменьшить барьеры для людей с различными когнитивными особенностями и улучшить качество их взаимодействия с информационными системами.

Актуальность данной статьи обусловлена стремительным развитием цифровых технологий и возрастающей ролью интернета в повседневной жизни общества. В современном мире, где доступ к информации становится ключевым ресурсом, критически важным является обеспечение удобства и доступности веб-интерфейсов для всех категорий пользователей, включая людей с особыми потребностями, такими как расстройства аутистического спектра. Наличие инклюзивного веб-дизайна не только способствует социальной интеграции, но и создает условия для равного доступа к образовательным, культурным и коммерческим ресурсам. В этом контексте статья представляет собой своевременное исследование, которое помогает выявить и систематизировать практические подходы к созданию интерфейсов, дружелюбных для аутичных людей, что является особенно важным на фоне роста числа онлайн-сервисов и цифровых продуктов.

На сегодняшний день многие сайты и веб-приложения созданы с акцентом на эстетическую привлекательность и интерактивность, что зачастую приводит к перегрузке информации и чрезмерному количеству анимационных элементов. Такие решения могут создавать трудности для аутичных людей. Их повышенная чувствительность к сенсорным раздражителям часто приводит к стрессу и перегрузке. Избыточная визуальная сложность, резкие цветовые контрасты и сложные навигационные схемы затрудняют восприятие представленной информации, снижая общий уровень удобства использования. Поэтому становится необходимым переосмысление подходов к веб-дизайну с акцентом на потребности пользователей с особыми когнитивными особенностями. Результатом такого подхода может стать формирование цифровой среды, где каждый, независимо от индивидуальных различий, сможет свободно и комфортно взаимодействовать с веб-ресурсами.

Для анализа поставленной задачи использовались методы качественного исследования, включающие анализ существующих веб-проектов, интервью с пользователями и опросы специалистов в области UX/UI дизайна. Одним из ключевых источников информации стал опыт фонда «Антон тут рядом», реализующего проекты поддержки аутичных людей. Сайт фонда демонстрирует успешное применение принципов инклюзивного дизайна в создании образовательных и коммуникационных платформ, где акцент сделан на минимализме и понятности структуры. Дополнительные примеры были обнаружены в проектах интернет-магазинов, ориентированных на аудиторию с аутизмом, а также в коллаборациях коммерческих компаний с фондами поддержки, таких как совместный проект Divan.ru с фондом «Антон тут рядом». Научные публикации, представленные на ресурсах CyberLeninka и ResearchGate, дали теоретическую основу для понимания принципов инклюзивного подхода, что позволило сформулировать рекомендации по оптимизации интерфейсов с учетом специфических потребностей людей с расстройствами аутистического спектра.

При создании веб-ресурсов для аутичной аудитории основной упор делается на облегчение когнитивного восприятия и снижение потенциальных источников стресса. Исследования показывают, что именно простота и предсказуемость интерфейса являются одними из ключевых факторов, способствующих тому, чтобы пользователи могли без труда ориентироваться в информационном потоке. Логически структурированное расположение элементов на сайте, продуманное расположение блоков информации и последовательное представление контента позволяют минимизировать нагрузку на внимание. Например, проекты, реализованные ранее упомянутым фондом «Антон тут рядом», демонстрируют, как отсутствие избыточных декоративных элементов и четко разделённые тематические секции способствуют быстрому поиску нужной информации и улучшают общее восприятие ресурса. В ряде научных работ подчёркивается, что минималистичный подход к дизайну не только облегчает навигацию, но и предотвращает возможное когнитивное переутомление, которое может возникнуть при восприятии сложной и перегруженной информацией структуры сайта [1].

Контроль над сенсорной нагрузкой занимает не менее важное место при разработке интерфейса. Чрезмерное использование анимаций, резкие цветовые вспышки и сложные переходы могут вызвать у людей с РАС повышенную чувствительность, что приводит к нежелательным психофизиологическим реакциям, таким как стресс и головокружение. Исследования подтверждают, что ограничение анимационных эффектов и использование спокойных, ненавязчивых цветовых палитр являются необходимыми условиями для создания комфортной среды [2]. При этом важно не только уменьшать динамичность визуальных элементов, но и грамотно внедрять статические подсказки, которые помогут пользователям ориентироваться. Такие решения демонстрируют положительное влияние на адаптацию пользователей с РАС при первичном взаимодействии с сайтом, что подтверждается практическим опытом различных специализированных интернет-ресурсов.

Ещё один важный аспект – это чёткая и понятная коммуникация, направленная на упрощение восприятия информации. Стандарты инклюзивного дизайна рекомендуют использовать максимально простой и доступный язык. При этом на помощь приходят визуальные элементы – иконки, символы и графические подсказки, которые дополняют текстовое содержание и выступают в роли ясных ориентиров для пользователя. Исследование, проведённое Ашуровой С.С. и Джумагуловой А.Ф., демонстрирует, что визуальная поддержка информации существенно снижает вероятность ошибок при интерпретации данных, особенно на этапах первичной навигации по сайту [3]. При таком

подходе каждая категория или раздел сайта снабжается понятными метками, что позволяет избежать двусмысленности и способствует быстрому распознаванию функциональных зон веб-ресурса. Это особенно важно при проектировании онлайн-сервисов, где четкость и непрерывность информационного потока напрямую влияют на удовлетворенность пользователей.

Немаловажную роль играет наличие адаптивных настроек, позволяющих каждому пользователю самостоятельно настраивать интерфейс под свои особенности и предпочтения. Возможность менять размер шрифта, регулировать контрастность, настраивать яркость и даже изменять расположение ключевых элементов – всё это даёт человеку возможность получить индивидуальный опыт взаимодействия с сайтом. Практический опыт, накопленный в проектах для аутичных пользователей, свидетельствует о том, что функциональность адаптивных настроек напрямую коррелирует с комфортом использования ресурса. Таким образом, пользователи, обладая возможностью подстроить интерфейс под свои потребности, чувствуют себя более уверенно и спокойно, что положительно сказывается на их восприятии информации.

Практические примеры, собранные из опыта работы специализированных платформ, таких как интернет-магазины, ориентированные на аудиторию с аутизмом, демонстрируют, что применение описанных принципов способствует не только улучшению визуального восприятия, но и развитию социальной инклюзии. В качестве примера можно рассмотреть коллаборацию Divan.ru с фондом «Антон тут рядом». Стоит отметить то, как представлена информация о товарах и услугах: каждый элемент интерфейса подвергнулся тщательной оптимизации для обеспечения наглядности и удобства использования. Применение адаптивных настроек позволяет пользователям изменять показатели визуального оформления страницы, что делает взаимодействие более комфортным. В рамках такого партнерства создаются коллекции продуктов, где дизайн становится не просто визуальным оформлением, а механизмом, который способствует улучшению качества жизни людей с особыми потребностями. Здесь особое внимание уделяется не только эстетике, но и функциональности, поскольку каждый дизайнерский элемент продуман с учетом специфики восприятия целевой аудитории. Это демонстрирует, что даже в коммерческой сфере можно успешно внедрять инклюзивный подход без ущерба для функциональности и эстетики веб-продукта. Такие совместные проекты коммерческих структур с фондами поддержки аутичных людей показывают, как грамотное сочетание адаптивного дизайна, ясной коммуникации и минималистичного подхода может преобразовать продукт в эффективный инструмент социальной интеграции. Кроме того, подобные инициативы поднимают общий уровень цифровой доступности и способствуют формированию более справедливой и открытой цифровой среды, где каждый пользователь может почувствовать поддержку и внимание.

Деятельность фонда «Антон тут рядом» является яркой иллюстрацией, как принципы инклюзивного веб-дизайна находят своё применение в реальной жизни. Сайт фонда оформлен в спокойных тонах с минимальным количеством динамических элементов, что позволяет пользователям без труда сосредоточиться на содержании. Простота навигации и четкая структура разделов способствуют тому, что посетитель может быстро найти нужную информацию, будь то сведения о курсах, тренингах или социальных инициативах. Такой подход подтверждает возможность создания онлайн-среды, дружелюбной для аутичных людей.

При разработке инклюзивных цифровых решений крайне важно опираться на непосредственный опыт и мнения аутичных людей. Только они могут достоверно рассказать о своих потребностях, трудностях и предпочтениях при взаимодействии с веб-интерфейсами. Обратная связь от специалистов и семей, хотя и ценна, не может полностью заменить перспективу самих пользователей с аутизмом. Ари Нейман, президент и основатель «Сети самоадвокации аутистов» (Autistic Self Advocacy Network), подчеркивает: «Мы считаем, что когда вы говорите об аутизме, когда вы исследуете аутизм, когда вы планируете политику по аутизму, то критически важно вовлекать аутичных людей в эти обсуждения и размышления. Мы верим в принцип «ничего о нас без нас», как и многие другие сообщества людей с инвалидностью» [4]. Этот принцип особенно актуален в контексте веб-дизайна, где даже небольшие детали могут существенно повлиять на комфорт и доступность для аутичных пользователей.

Понимание потребностей аутичных пользователей невозможно без прямого диалога с ними. Например, исследование, проведенное Университетом Стерлинг, показало, что приоритеты аутичных людей в вопросах взаимодействия с цифровыми технологиями часто не совпадают с тем, как их представляют себе нейротипичные разработчики [5]. Среди основных запросов были названы простота интерфейса, избегание сенсорной перегрузки и возможность гибкой настройки — параметры, которые кажутся очевидными только тогда, когда услышан реальный пользовательский голос.

Аутичные активисты и исследователи также указывают на недостаточность традиционного пользовательского тестирования, в которое редко включают людей с РАС. В одном из интервью аутичная дизайнерка и UX-специалистка Сара Куллис отмечает: «Мы часто сталкиваемся с тем, что цифровые продукты создаются „для нас“, но не „вместе с нами“. Это фундаментальное различие. Когда аутичные люди участвуют в разработке, меняется не только результат, но и сам подход» [6].

Кроме того, важно признать, что сами аутичные пользователи — чрезвычайно разнородная группа, и универсальных решений быть не может. Поэтому вовлечение в процесс сразу нескольких представителей аутичного сообщества, с различными профилями восприятия и коммуникации, позволяет делать интерфейсы по-настоящему гибкими. Это также даёт возможность выявить неожиданные проблемы: например, для одних пользователей анимация может быть источником перегрузки, а для других — важным ориентиром в навигации. Подобные тонкости невозможно предугадать без прямого включения этих людей в процесс проектирования.

Таким образом, практическая ценность обратной связи от аутичных людей заключается не только в этичности и соблюдении принципов инклюзии, но и в повышении качества самих цифровых решений. Разработчики,

прислушивающиеся к таким пользователям, чаще приходят к более универсальному и адаптивному дизайну, который оказывается удобным не только для людей с РАС, но и для широкой аудитории в целом.

Современные тенденции в области веб-дизайна связаны с стремительным развитием технологий: использование искусственного интеллекта и методов машинного обучения. Такие технологии способны анализировать поведение пользователя в реальном времени и автоматически настраивать интерфейс в соответствии с его индивидуальными особенностями. Например, системы, основанные на искусственном интеллекте, могут адаптировать размер шрифта, контрастность цвета или даже изменять структуру представления информации, чтобы минимизировать когнитивную нагрузку и снизить сенсорную нагрузку [7].

Одной из рассматриваемых инноваций является использование виртуальной и дополненной реальности для визуализации информации. VR и AR-технологии позволяют создавать иммерсивные среды, где традиционный двухмерный интерфейс заменяется трёхмерным пространством, что способствует лучшему усвоению информации за счёт использования дополнительных сенсорных каналов. Например, AR-приложения могут использоваться для создания интерактивных обучающих модулей, где пользователи с расстройствами аутистического спектра получают возможность взаимодействовать с информацией в контролируемой и адаптированной среде. Такой подход может обеспечить более естественное восприятие материала и снизить риск возникновения стрессовых состояний при получении новой информации [8, 9].

Ещё одной важной тенденцией является развитие адаптивных систем, позволяющих в режиме реального времени оценивать удобство использования веб-ресурса и предлагать изменения, соответствующие текущим потребностям пользователя. Эти системы работают на основе анализа пользовательских данных, что позволяет выявлять проблемы восприятия ещё на ранних этапах и предлагать оптимизированные решения. Специалисты отмечают, что с помощью таких инструментов можно не только улучшить функциональность сайта, но и существенно повысить его социальную инклюзию, сделав цифровую среду комфортной для самых разных категорий пользователей [10]. Практический опыт, подтвержденный публикациями в авторитетных научных журналах, демонстрирует, что применение динамических адаптивных интерфейсов приводит к росту удовлетворенности конечных пользователей и снижению количества отказов от использования ресурса.

Одним из примеров внедрения современных технологий в области инклюзивного дизайна является разработка интеллектуальных помощников и чат-ботов, оснащенных алгоритмами машинного обучения. Такие системы не только отвечают на вопросы пользователей, но и в процессе общения анализируют их эмоциональное состояние, подстраиваясь под индивидуальные особенности восприятия. Это особенно актуально для людей с РАС, для которых традиционные формы коммуникации могут быть недостаточно эффективными. Интеллектуальные помощники могут предлагать дополнительные разъяснения или сопровождение в навигации по сайту, что делает процесс взаимодействия менее стрессовым и более интуитивно понятным [11].

Создание дружественных интерфейсов для людей с расстройствами аутистического спектра – это не просто вопрос эстетического выбора, а комплексное решение, требующее учета психологических, сенсорных и когнитивных особенностей аудитории. Инклюзивный веб-дизайн, базирующийся на принципах простоты, контроля сенсорной нагрузки, ясности коммуникации и адаптивности, способен не только улучшить пользовательский опыт, но и значительно сократить барьеры, возникающие при взаимодействии с цифровыми продуктами. Опыт авторитетных проектов и результаты научных исследований подтверждают, что даже незначительные изменения в дизайне могут вести к заметному улучшению качества жизни пользователей, способствуя их социальной интеграции и расширяя возможности для саморазвития в цифровую эпоху.

Таким образом, глубокий и всесторонний подход к разработке инклюзивных веб-решений становится важным ориентиром для специалистов в области UX/UI дизайна. Проекты, опирающиеся на проверенные источники и подтвержденные практическими исследованиями, демонстрируют, что современные технологии способны решать сложные задачи, связанные с адаптацией цифровых сервисов для пользователей с особыми потребностями.

Учитывая динамичное развитие цифровых технологий, дальнейшие исследования в области инклюзивного веб-дизайна должны быть направлены на разработку новых инструментов для автоматизированной оценки доступности веб-ресурсов и внедрение систем, способных адаптироваться к индивидуальным особенностям пользователей в реальном времени. Внедрение таких систем позволит не только расширить возможности персонализации, но и значительно улучшить качество взаимодействия пользователей с цифровой средой. В конечном итоге, комплексный подход, основанный на сотрудничестве между научными кругами, коммерческими структурами и общественными организациями, станет залогом создания справедливого и доступного интернет-пространства, где каждый сможет воспользоваться всеми преимуществами современных технологий без исключения.

Научный руководитель: старший преподаватель Смородина О.В.

Scientific supervisor: Senior Lecturer Smorodina O.V.

Список литературы

1. Быстрова Т.Ю., Токарская Л.В., Грозина В.А. Графический дизайн для лиц с расстройствами аутистического спектра (РАС) // Академический вестник УралНИИпроект РААСН. 2016. № 2 (29). С. 95-99.
2. Ашурова С.С., Джумагулова А.Ф. Инклюзивный дизайн текста в интерфейсах для людей с расстройствами аутистического спектра и синдромом дефицита внимания и гиперактивности // International Culture & Technology Studies. 2023. № 8(2). С. 75-86.

3. Артюшенко Е.А. Коммуникативные технологии адаптации людей, страдающих аутизмом: разработка интернет-ресурса: магистерская диссертация. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет, 2017. – 100 с.
4. «Положительно аутичный»: интервью с Ари Нейманом // Autistic City [Электронный ресурс]. URL: <https://aspengers.ru/node/37> (дата обращения: 25.03.2025).
5. Cage, E., Crompton, C. J., Dantas, S., Strachan, K., Birch, R., Robinson, M., Morgan-Appel, S., MacKenzie-Nash, C., Gallagher, A., Botha, M. What are the autism research priorities of autistic adults in Scotland? // Autism. 2024. № 28 (9). С. 2179-2190.
6. Designing for neurodivergence: Q&A with UX designer Sara Cooles // Spectrum News [Электронный ресурс]. URL: <https://www.spectrumnews.org/features/deep-dive/designing-for-neurodivergence-qa-with-ux-designer-sara-cooles/> (дата обращения: 03.04.2025).
7. Al-Azawei A., Serenelli F., Lundqvist K. Universal Design for Learning (UDL): A content analysis of peer-reviewed journal papers from 2012 to 2015 // Journal of the Scholarship of Teaching and Learning. – 2016. № 16 (3). С. 39-56;
8. Newbutt N., Bradley R., Conrade J. Using Virtual Reality Head-Mounted Displays in Schools with Autistic Children: Views, Experiences, and Future Directions // Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking. – 2020. № 23 (1). С. 22-33
9. Parsons S., Cobb S. State-of-the-art of virtual reality technologies for children on the autism spectrum // European Journal of Special Needs Education. – 2011. № 26(3). С. 355-366.
10. Benton L., Vasalou A., Khaled R., Johnson H., Gooch D. Diversity for design: A framework for involving neurodiverse children in the technology design process // CHI '14: Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems: сб. докладов. Торонто, Канада: 2014. С. 3747-3756.
11. Holmes W., Bialik M., Fadel C. Artificial Intelligence in Education: Promises and Implications for Teaching and Learning // Center for Curriculum Redesign. – 2019.

References

1. Bystrova T.Yu., Tokarskaya L.V., Grozina V.A. Graficheskij dizajn dlja lic s rasstrojstvami autisticheskogo spektra (RAS) [Graphic design for individuals with autism spectrum disorders (ASD)] // Akademicheskij vestnik UralNIIProekt RAASN [Academic Bulletin of UralNIIPROject RAASN]. 2016. Vol. 2 No. 29. P. 95-99. (in Rus.).
2. Ashurova S.S., Dzhumagulova A.F. Inkljuzivnyj dizajn teksta v interfejsah dlja ljudej s rasstrojstvami autisticheskogo spektra i sindromom deficita vnimanija i giperaktivnosti [Inclusive text design in interfaces for people with autism spectrum disorders and attention deficit hyperactivity disorder] // International Culture & Technology Studies. 2023. Vol. 8 No. 2. P. 75-86. (in Rus.).
3. Artyushenko E.A. Kommunikativnye tehnologii adaptacii ljudej, stradajushhih autizmom: razrabotka internet-resursa: masterskaja dissertacija [Communicative technologies for the adaptation of people with autism: development of an Internet resource: Master's thesis]. – St. Petersburg: Sankt-Peterburgskij gosudarstvennyj universitet, 2017. – 100 p. (in Rus.).
4. «Polozhitel'no autichnyj»: interv'ju s Ari Nejmanom [“Positively Autistic”: Interview with Ari Ne'eman] // Autistic City [Online resource]. URL: <https://aspengers.ru/node/37> (date accessed: 25.03.2025).
5. Cage, E., Crompton, C. J., Dantas, S., Strachan, K., Birch, R., Robinson, M., Morgan-Appel, S., MacKenzie-Nash, C., Gallagher, A., Botha, M. What are the autism research priorities of autistic adults in Scotland? // Autism. 2024. Vol. 28, No. 9. 2179-2190 pp.
6. Designing for neurodivergence: Q&A with UX designer Sara Cooles // Spectrum News [Online resource]. URL: <https://www.spectrumnews.org/features/deep-dive/designing-for-neurodivergence-qa-with-ux-designer-sara-cooles/> (date accessed: 03.04.2025).
7. Al-Azawei A., Serenelli F., Lundqvist K. Universal Design for Learning (UDL): A content analysis of peer-reviewed journal papers from 2012 to 2015 // Journal of the Scholarship of Teaching and Learning. – 2016. Vol. 16, No. 3. 39-56 pp.
8. Newbutt N., Bradley R., Conrade J. Using Virtual Reality Head-Mounted Displays in Schools with Autistic Children: Views, Experiences, and Future Directions // Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking. – 2020. Vol. 23, No 1. 22-33 pp.
9. Parsons S., Cobb S. State-of-the-art of virtual reality technologies for children on the autism spectrum // European Journal of Special Needs Education. – 2011. Vol. 26, No. 3. 355-366 pp.
10. Benton L., Vasalou A., Khaled R., Johnson H., Gooch D. Diversity for design: A framework for involving neurodiverse children in the technology design process // CHI '14: Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems. Toronto, Canada: 2014. 3747-3756 pp.
11. Holmes W., Bialik M., Fadel C. Artificial Intelligence in Education: Promises and Implications for Teaching and Learning // Center for Curriculum Redesign. – 2019.

О. В. Заложных

«РУБАШКА» В ТОЛКОВЫХ СЛОВАРЯХ: ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ

*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна
191186, Санкт-Петербург, Большая Морская, 18*

Данная статья посвящена лексико-семантическому варьированию слов в толковых словарях, изданных в период с XVIII по XXI век. Цель исследования – проследить процесс лексико-семантического варьирования слова «рубашка», предмета одежды, традиционно присутствующей в гардеробе русского человека. В статье рассматриваются значения слова, задокументированные в словарях, прослеживается динамика их появления и исчезновения в разные эпохи.

Ключевые слова: лексико-семантическое варьирование, толковый словарь, рубашка.

O. V. Zalozhnykh

Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design
191186, St. Petersburg, Bolshaya Morskaya, 18

“RUBASHKA” IN EXPLANATORY DICTIONARIES: FROM THE ORIGINS TO MODERN TIMES

This research is devoted to reflecting the lexico-semantic variation of words denoting garments in explanatory dictionaries published in the period from the XVIII to the XXI century. The purpose of the research is to trace the process of lexico-semantic variation of the word “rubashka”, which means an item of clothing traditionally present in the wardrobe of a Russian person. In the article, meanings of the word documented in dictionaries and the dynamics of their appearance and disappearance in different eras are analyzed.

Keywords: lexico-semantic variation, explanatory dictionary, rubashka

Явление лексико-семантического варьирования представляет в лингвистике особый интерес. Впервые термин «лексико-семантический вариант» был введен А. И. Смирницким. Сегодня под этим понятием подразумеваются «различные значения полисемантического слова» [1]. Лексико-семантическое варьирование является естественным для любой динамичной и развивающейся системы языка.

Изменения в общественной жизни чаще всего являются причиной появления новых лексических единиц для обозначения новых предметов, а также изменения значения старых. Для того чтобы проследить процесс варьирования значений слов, нередко прибегают к помощи толкового словаря. С возникновением лексикографии как науки появилось множество словарей, фиксирующих процесс развития языка в различные эпохи. Благодаря авторитетным толковым словарям, созданным в разные времена, сегодня в рамках современного языкознания появилась уникальная возможность исследовать особенности варьирования значений лексических единиц.

Часто лексико-семантическое варьирование затрагивает тематические группы слов, обозначающих привычные для нас предметы быта. Одной из таких групп, или же лексико-семантических полей, является группа предметов одежды. На протяжении истории развития общества предметы быта, относящиеся к данной группе, претерпевали существенные изменения, связанные с динамикой образа жизни человека в определенную эпоху. Особый интерес в данном случае представляет лексико-семантическое варьирование слов, обозначающих предметы одежды. В процессе развития общества один элемент гардероба мог изменить свое назначение, а другой – вовсе выйти из обихода. Все это оказывает существенное влияние на лексику.

Слово «рубашка» обозначает предмет одежды, традиционно присутствующий в гардеробе русского человека. Однако в современном русском языке мы можем встретить и другие предметы быта, обозначаемые данным словом, например, рубашка карт или трости. Таким образом, данная лексическая единица прочно укоренилась в лексиконе современного человека и продолжает функционировать в различных значениях.

Для того чтобы подробнее рассмотреть процесс лексико-семантического варьирования слова «рубашка», обратимся к источникам, в которых содержатся первые упоминания о его использовании. Первым толковым словарем, зафиксировавшим обозначение данного предмета одежды, является «Словарь Академии Российской», изданный в XVIII веке (1789 г.).

В данном словаре словоформа «рубашка» еще не функционирует в самостоятельном значении, и ей не посвящена отдельная словарная статья, она рассматривается лишь как производное от слова «рубаха». Основная словарная статья посвящена слову «рубаха». Согласно данному лексикографическому источнику, «рубаха» принадлежит к словообразовательному гнезду слова «Руб», имеющему значение «ветхая или из толстого изтканья одежда» [2]. В «Словаре Академии Российской» также присутствует указание на отношение данного предмета одежды и к женскому, и к мужскому гардеробу. Уже тогда одним из синонимов являлось слово «сорочка», означающее предмет женской одежды. Имеются словообразовательные формы, такие как «рубашка», «рубашечка», «рубашонка», «рубашища». В XVIII веке официально задокументированы два значения слова «рубаха»: предмет одежды и лак, которым покрывают трость («рубашка трости»). При этом именно форма «рубашка» чаще функционирует в составе словосочетаний и фразеологических оборотов.

В словаре представлены такие фразеологические обороты, как «пустить в рубашку», «остаться в одной рубахе», «он рубаха рубахою», «рубашка ближе к телу» и прилагательное «рубашечный». Фразеологические обороты часто сопровождаются пометой о просторечном употреблении.

Стоит принять во внимание и те источники, в которых приводится этимология исследуемых лексических единиц. Например, в «Кратком этимологическом словаре» Н. М. Шанского приводится информация о происхождении слова «рубаха» от общеславянского «*grbъ*», имеющего семантику, близкую к слову «руб» и образованному от этого же корня слова «рубить» [3]. При этом также приводится буквальное значение слова «рубаха»: «подрубленная одежда с каймой», следовательно, можно судить и о родстве с упомянутым глаголом, на что указывает другой источник, «Этимологический словарь русского языка» Г. А. Крылова [4].

Если вновь обратиться к словообразовательному гнезду корня «Руб» в «Словаре Академии Российской», можно проследить вышеупомянутые сходные элементы в значениях. Одно из значений глагола «рубить» – «обшивать края у какого-нибудь изтканья, чтобы не осыпалось» [2]. В данном случае можно обратить внимание на слово «рубец», одно из значений которого – «край изделия».

В «Этимологическом словаре русского языка» Г. А. Крылова также упоминается образованное от основы однокоренное слово «рубище», имеющее значение «ветхая одежда». Следовательно, можно судить об изначальной семантике слова «рубаха», как об одежде из грубой, а часто и ветхой ткани.

Во втором томе «Историко-этимологического словаря современного русского языка» под редакцией П. Я. Черных также приводятся данные о этимологическом родстве слов «рубаха», «руб» и «рубить», вместе с указанием на семантику «ветхого, грубого одеяния» [5]. При этом указывается, что в форме «рубаха» слово известно с начала 18 века, но встречались и более ранние упоминания в церковных текстах, относящихся еще к 1568 году. При этом в словарной статье говорится о том, что слово было замечено в определенной форме в текстах на иностранных языках в указанный период. Следовательно, можно утверждать, что оно было распространено и замечено ранее, чем в 18 веке, когда был издан «Словарь Академии Российской».

Наиболее известным лексикографическим источником, составленным в XIX веке, является «Толковый словарь живого великорусского языка» В. И. Даля. Данный словарь представляет особую важность среди источников, так как содержит подробные и полные описания народного быта, которые необходимо принимать во внимание при исследовании лексико-семантического варьирования слова.

В четвертом томе издания словаря 1866 года приводится словарная статья с толкованием слова «рубаха», а не «рубашка». Однако в словаре Даля «рубашка» впервые приводится в качестве второго заглавного слова к статье, наряду с единицей «рубаха», что свидетельствует о постепенном возникновении у изначальной формы слова статуса самостоятельной лексической единицы.

Слово уже имеет значение не только «грубой, ветхой одежды», но и «одежды из числа белья, надеваемой под низ, на тело» [6]. Таким образом, постепенно начинает преобладать семантика, вкладываемая в понятие «нижняя рубаха», «нижнее белье», а исконное значение сохраняется в однокоренном слове «рубище».

В толковом словаре В. И. Даля впервые официально зафиксирована фразеологическая единица «рубаха-парень». При этом о первом ее упоминании можно судить еще по «Словарю Академии Российской», где в словарной статье упомянуто разговорное выражение «он рубаха рубахою» и приводится пояснение «из него все можно сделать» [6]. В данном случае, исходя из приведенной информации, можно сделать вывод о том, что первоначально выражение «рубах-парень» использовалось для обозначения ведомого и наивного человека. В «Толковом словаре живого великорусского языка» для данного выражения приводится значение «простой, прямой, добрый, смирный» [6], следовательно, уже не наблюдается прежней коннотации. При этом в толковом словаре В. И. Даля можно заметить указание на измененный порядок лексических единиц в словосочетании: «парень-рубаха».

Толковый словарь также содержит первые упоминания о других значениях, в которых употребляется именно слово «рубашка», что свидетельствует об активном процессе лексико-семантического варьирования. Ввиду наличия большого количества словосочетаний с этим компонентом, можно также предположить, что слово «рубашка» приобретает статус самостоятельной лексической единицы именно в эпоху XIX века. Например, приводятся формы употребления «рубашка на картах» («пестрина изнанки» [6]) и «рубашка животного» (в значении «окрас», а также «подкожное сало»). В словарной статье можно встретить и другие менее известные значения, которые могли относиться к профессиональной среде: «рубашка сукна» – «мешок из крашенины», «рубашка ружейного ствола» – «внутренняя оболочка, если выкована отдельно», рубашка паруса и т.д.

Большой интерес с точки зрения лексико-семантического варьирования представляет и упоминание значительного количества фразеологизмов, пословиц и поговорок с опорным компонентом «рубашка», например, «своя рубашка к телу ближе», «когда у Ивашки белая рубашка, тогда у Ивашки и праздник», «остаться в одной рубашке», «испила кума бражки, да и хватилась рубашки», «последнюю рубаху снимают»). Отдельное внимание стоит уделить выражению «родиться в рубашке», так как именно по сведениям, которые содержатся в толковом словаре В. И. Даля, можно рассуждать о его этимологии. В словаре впервые приводится такое значение слова «рубашка», как «оболочка, за которой лежит зародыш, ребенок в матке». Вероятно, данный фразеологический оборот мог произойти именно от упомянутого значения, ведь сегодня оно все еще функционирует не только в повседневной речи, но и в сфере акушерства.

XX век в мировой и российской истории по праву считается периодом переломных моментов и серьезных изменений в обществе. Известно, что именно в данную эпоху в языке произошло множество динамических процессов, продиктованных сменой привычного уклада жизни.

Одним из наиболее знаковых словарей первой половины XX века является «Толковый словарь русского языка» под редакцией профессора Д. Н. Ушакова. Исходя из информации, приведенной в данном словаре, можно

утверждать, что слово «рубашка» сохраняет статус самостоятельной лексической единицы и постепенно начинает вытеснять слово «рубаха» из сферы употребления. Статья, посвященная слову «рубаха» содержит отсылочное толкование на статью о слове «рубашка» [7].

Если обратиться к статье, посвященной слову «рубашка», то можно выяснить, что приведенные лексико-семантические варианты, такие как «одежда из легкой ткани для верхней части тела», «цвет шерсти, масть», «задняя сторона, изнанка игральных карт», «оболочка плода в утробе матери», «оболочка, облегающий слой» совпадают с теми, что были перечислены в «Толковом словаре живого великорусского языка», при этом они более конкретизированы. Например, основное значение слова приводится в форме «одежда для верхней части тела», следовательно, отсутствует семантика, указывающая на обязательную принадлежность рубахи к элементам нижнего белья. В словарной статье также объясняется, что рубашка может использоваться и как часть белья, и как верхняя одежда («употр. как принадлежность белья и как верхняя одежда»). В отличие от словаря П. Я. Черных, где рубаха рассматривается в первую очередь как предмет мужской одежды, в данном словаре эта сема отсутствует.

Помимо значений данного слова в профессиональной среде, которые также были ранее приведены в словаре В. И. Даля, присутствует новое значение, которое относится к издательской сфере. В данном случае «рубашкой» называется «бумажная обертка книги поверх переплета или обложки, суперобложка» [7].

Также в данном словаре отмечена ранее упомянутая фразеологическая единица «родиться в рубашке».

Таким образом, в первой половине XX века семантика слова «рубашка» меняется незначительно. Зафиксированные ранее значения конкретизируются, при этом более частотное употребление получает именно слово «рубашка», а предшествующее ему «рубаха» употребляется реже.

В первом издании «Словаря русского языка» С. И. Ожегова 1949 года издания в статье к слову «рубаха» также приводится отсылочное толкование для перехода к слову «рубашка» [8]. При этом значения слов не меняются по сравнению с ранее упомянутым словарем Д. Н. Ушакова, что свидетельствует об устойчивости их семантики в данный период. Основное отличие данной словарной статьи от приведенной выше – добавление значения «ночная рубашка».

Одним из наиболее авторитетных словарей советского периода является «Большой академический словарь русского языка» [9]. В издании 1961 года (тогда издание имело название «Словарь современного русского литературного языка») словарная статья к слову «рубаха» также отсылает читателя к слову «рубашка», что вновь свидетельствует о снижении частоты его употребления. К лексической единице «рубаха» в статье приводится только уже упомянутое ранее словосочетание «рубаха-парень», и это доказывает, что в форме «рубаха» слово функционирует только в рамках фразеологического оборота.

В словарной статье к слову «рубашка» приводятся уже упомянутые при анализе других статей значения, при этом также добавляется новое – «смирительная рубашка». Наиболее вероятно, данное словосочетание вошло в обиход благодаря активному развитию такой области медицины, как психиатрия, во второй половине XX века.

В «Большом академическом словаре русского языка» словарная статья также дополняется новым значением слова «рубашка» в профессиональной среде: «полость в машинах и аппаратах, предназначенная для циркуляции охлаждающей или обогревающей жидкости и газа» [9]. Таким образом, семантика слова расширяется за счет практики профессионального употребления, что является подтверждением наличия процесса лексико-семантического варьирования, так как данная лексическая единица продолжает использоваться для обозначения не только предмета одежды.

Стоит также отметить, что в толковых словарях середины XX века часто отсутствует значение слова «рубашка» как «лак, покрывающий трость». Наиболее вероятно, сфера употребления словосочетания «рубашка трости» значительно сузилась, и данный речевой оборот продолжает функционировать только в узких профессиональных кругах.

Так как в толковых словарях конца XIX–XX века задокументировано множество фразеологических оборотов со словом «рубашка», варьирование значения фразеологизмов в период 20 века также представляет интерес. Обратимся к «Фразеологическому словарю русского языка» под редакцией А. И. Молоткова, впервые изданному в 1968 году. В словарной статье, относящейся именно к слову «рубаха», приводится только значение фразеологизма «рубаха-парень», но при этом имеется указание на форму «рубашка-парень», следовательно, в данном случае можно также утверждать о большем распространении последней лексической единицы [10].

Далее в словарной статье, относящейся к слову «рубашка», приводятся наиболее часто упоминаемые в рассмотренных ранее словарях фразеологические единицы, такие как «остаться в одной рубашке», «снимать последнюю рубашку». При этом в фразеологическом словаре задокументированы наиболее известные обороты, и их количество значительно меньше, чем то, что приводится в толковых словарях.

Более полная характеристика фразеологизмов с семантическим компонентом «рубашка» приведена во «Фразеологическом словаре русского литературного языка» под редакцией А. И. Федорова. В издании содержится одна словарная статья, посвященная устойчивому сочетанию «рубаха-парень», и три статьи о фразеологических оборотах с компонентом «рубашка»: «в одной рубашке», «до последней рубашки» и «без рубашки». При этом значение последнего фразеологизма приравнивается к тому, что вкладывается в сочетание «в одной рубашке» («то же, что в одной рубашке») [11]. Почти каждая словарная статья дополняется примером употребления, взятым из классических произведений русской литературы, например, романа Л. Н. Толстого «Анна Каренина» и пьесы М. Горького «На дне».

Можно предположить, что изменения, произошедшие в обществе в последние годы XX века, в целом не повлияли на варьирование семантики слова «рубашка». Однако следует упомянуть о некоторых различиях в том, как задокументированы значения данной лексической единицы в словарях современной эпохи.

Рассмотрим значение, приведенное в «Большом толковом словаре» под редакцией С. А. Кузнецова [12], изданном в 2000 году. Словарная статья к форме слова «рубаха» остается неизменной: значение также приравнивается

к слову «рубашка». Таким образом, можно утверждать, что частота использования слова «рубаха» по-прежнему снижена, и оно присутствует только в составе словосочетаний, а предпочтение при этом отдается слову «рубашка».

При этом в словаре начала XXI века снова присутствует указание на принадлежность рубашки к группе мужской или детской одежды. Женская рубашка подразумевает нижнее белье. Задокumentированное в словарях советского периода словосочетание «смирительная рубашка» дополняется более конкретным значением из сферы медицины, а именно психиатрии. Интересным дополнением к статье является то, что в словаре имеется указание на волшебные свойства предмета одежды в сказках: «...рубашка обладает чудесными свойствами: надев её, герой, персонаж становится богатырём и может сражаться с превосходящей его силой». При этом определенных помет относительно значения в словарной статье не содержится, но присутствует указание на то, что волшебные свойства предмета одежды описываются в русских сказках [12].

Наиболее актуальные лексикографические сведения о значении слова «рубашка» можно найти в новом издании «Большого академического словаря русского языка» 2017 года. Словарная статья о лексической единице «рубашка» является гораздо более объемной и содержит упомянутое ранее толкование основных пяти значений слова: «одежда из легкой ткани для верхней части тела», «цвет шерсти животного», «изнанка игральные карт», «оболочка, облегающий защитный слой», «полость в машинах и аппаратах» [13]. При этом значения, такие как «шерсть», «оболочка» и «часть механизма» сопровождаются пометами о профессиональном употреблении. Толкование фразеологизма «родиться в рубашке» отнесено к разделу значения «оболочка», что еще раз указывает на упомянутое ранее возможное происхождение данного словосочетания.

Таким образом, можно утверждать, что с началом XXI века динамика лексико-семантического варьирования слова «рубашка» замедлилась. С начала прошлого века данная лексическая единица приобрела ряд устойчивых значений, которые сохраняет и по сей день, при этом новых значений зафиксировано не было.

Таким образом, подводя итоги, можно прийти к следующим выводам:

Уже из первых лексикографических источников можно установить, что исследуемая лексическая единица являлась многозначной. При этом слово «рубашка», являясь изначально одной из форм, еще в XIII веке постепенно начинает приобретать самостоятельность и функционирует в рамках словосочетаний.

Пик лексико-семантического варьирования слова «рубашка» приходится на XIX век. Большинство лексических значений данных слов документируется в источниках, относящихся к данному периоду.

В XIX веке слово «рубашка» также получает большее распространение, чем слово «рубаха» и постепенно начинает приобретать статус самостоятельной единицы, а не формы, вытесняя слово «рубаха» из сферы употребления.

Несмотря на активный характер социальных изменений, произошедших в России в эпоху XX века и повлиявших на состав языка, диапазон лексико-семантических значений слова «рубашка» остается стабильным. Данная лексическая единица приобретает новые значения только в сферах профессионального употребления, таких как медицина и машиностроение.

В XXI веке новых значений слова «рубашка» на данный момент не зафиксировано, что свидетельствует о замедлении процесса лексико-семантического варьирования. Некоторые значения слова постепенно утратили актуальность, о чем свидетельствует постепенное их исключение из словарных статей. Сегодня в сфере употребления по-прежнему доминирует лексическая единица «рубашка», в то время как «рубаха» функционирует только в рамках фразеологических оборотов, и это говорит о сниженной частотности употребления.

История становления значения слова «рубашка» является довольно богатой и многогранной. На протяжении нескольких веков истории нашего государства данная единица, используемая, в основном, для обозначения предмета одежды, приобрели ряд новых значений и стали функционировать в разных сферах общественной жизни.

Научный руководитель: канд. филол. наук, доц. Балакай А. А.

Scientific supervisor: Ph.D., Assoc. Prof. Balakaj A. A.

Список литературы

1. Смирницкий А. И. К вопросу о слове (Проблема «тождества слова»). Труды института языкознания. Том 4. М.: Изд-во АН СССР, 1954. 380 с.
2. Словарь Академии Российской. Электронное издание. URL: <http://it-claim.ru/Projects/ESAR/SAR/PDFSAR/Framesetpdf.htm> (дата обращения: 31.10.2024)
3. Шанский Н. М., Иванов В. В., Шанская Т. В. Краткий этимологический словарь русского языка. М.: Просвещение, 1971. 576 с.
4. Крылов Г. А. Этимологический словарь русского языка URL: <https://gufo.me/dict/krylov> (дата обращения: 30.10.2024)
5. Черных П. Я. Историко-этимологический словарь современного русского языка. Том 2. М.: Издательство «Русский язык», 1999. 560 с.
6. Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка. Часть четвертая. М.: Типография Т. Рись, у Мяснических воротъ. Домъ Воейкова. №2, 1866. 712 с.
7. Ушаков Д. Н. Толковый словарь русского языка. Том 2. М.: ОГИЗ, 1935. 815 с.
8. Ожегов С. И. Словарь русского языка. М.: Гос. Изд-во иностр. и нац. словарей, 1949. 968 с.
9. Словарь современного русского литературного языка. Том двенадцатый. М. Ленинград: Издательство Академии Наук СССР, 1961. 846 с.

10. **Молотков А. И. Фразеологический словарь русского языка. М.: Издательство «Советская энциклопедия», 1968. 541 с.**
11. **Фёдоров А. И. Фразеологический словарь русского литературного языка. М.: АСТ. Астрель, 2007. 881 с.**
12. Кузнецов С. А. Большой толковый словарь русского языка. СПб.: Норинт, 2000. 1536 с.
13. **Большой академический словарь русского языка. М. СПб.: Наука, 2017. 673 с.**

References

1. Smirnitskiy A. I. *K voprosu o slove (Problema "tozhdestva slova")*. *Trudy instituta yazykoznaviya. Tom 4*. [On the question of the word (The problem of the "identity of the word"). The works of the institute of linguistics. Volume 4.]. Moscow. Izdatelstvo AN SSSR, 1954. 380 pp. (in Rus.).
2. *Slovar Akademii Rossiiskoy. Elektronnoye izdaniye*. URL: <http://it-claim.ru/Projects/ESAR/SAR/PDF/SAR/FrameSetpdf.htm> [The Dictionary of the Russian Academy. Digital issue] (date accessed: 31.10.2024)
3. Shanskiy N. M., Ivanov V. V., Shanskaya T. V. *Kratkiy etimologicheskiy slovar russkogo yazyka* [The brief etymological dictionary of the Russian language]. Moscow. Prosvescheniye, 1971. 676 pp. (in Rus.).
4. Krylov G. A. *Etimologicheskiy slovar russkogo yazyka*. URL: <https://gufo.me/dict/krylov> [Etymological dictionary of Russian language] (date accessed: 30.10. 2024)
5. Chernykh P. Ya. *Istoriko-etimologicheskiy slovar sovremenogo russkogo yazyka. Tom 2*. [The historical and etymological dictionary of modern Russian language. Volume 2.]. Moscow. Izdatelstvo "Russkiy yazyk", 1999. 560 pp. (in Rus.).
6. Dal V. I. *Tolkovy slovar zhivogo velikorusskogo yazyka. Chast chetvertaya*. [The explanatory dictionary of live great Russian language. Part four.] Moscow. Tipografiya T. Rys, u Myasnitskih vorot. Dom Voeikova. No. 2, 1866. 712 pp. (in Rus.).
7. Ushakov D. N. *Tolkovy slovar russkogo yazyka. Tom 2*. [The explanatory dictionary of the Russian language. Volume 2.]. Moscow. OGIZ, 1935. 815 pp. (in Rus.).
8. Ozhegov S. I. *Slovar russkogo yazyka* [Dictionary of Russian language]. Moscow. Gos. izdatelstvo inostrannykh i natsionalnykh slovarei, 1949. 968 pp. (in Rus.).
9. *Slovar sovremennogo russkogo literaturnogo yazyka. Tom dvenadtsaty*. [The dictionary of modern Russian language. Volume twelvth]. Moscow. Leningrad, Izdatelstvo Akademii Nauk SSSR, 1961. 846 pp. (in Rus.).
10. Molotkov A. I. *Frazeologicheskiy slovar russkogo yazyka* [Phraseological dictionary of Russian language]. Moscow. Sovetskaya Entsiklopediya, 1968. 541 pp. (in Rus.).
11. Fyodorov A. I. *Frazeologicheskiy slovar russkogo literaturnogo yazyka* [Phraseological dictionary of Russian literary language]. Moscow. AST. Astrel, 2007. 881 pp. (in Rus.).
12. Kuznetsov S. A. *Bolshoy tolkovy slovar russkogo yazyka* [The Big Explanatory Dictionary of Russian Language] Saint-Petersburg. Norint, 2000. 1536 pp. (in Rus.).
13. *Bolshoy Akademicheskiy Slovar Russkogo Yazyka* [The Big Academic Dictionary of Russian Language]. Moscow. Saint-Petersburg. Nauka, 2017. 673 pp. (in Rus.).

Игнатов Л. Д.

ИСТОРИЯ И ВОПРОСЫ ИЗУЧЕНИЯ НЕВЬЯНСКОГО ИКОНОПИСНОГО ПРОМЫСЛА

© Игнатов Л. Д. 2025

*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна
191186, Санкт-Петербург, Большая Морская, 18*

В статье проводится комплексный анализ трудов, посвященных изучению Невьянской иконописной школы. Предметом изучения были как исторические, так и искусствоведческие исследование, благодаря которым удалось более четко выявить основные вопросы, связанные с изучением Невьянской иконописной школы, проследить каким образом формировалось изучение Невьянской иконы, а также выявить малоизученные проблемы, связанные с иконами Невьянска.

Ключевые слова: Невьянская школа иконописи, иконопись, старообрядчество.

L. D. Ignatov

Saint Petersburg Academy of Arts n. a. Ilya Repin
199034, Saint Petersburg, Universitetskaya Embankment, 17

HISTORY AND RESEARCH ISSUES OF NEVYANSK ICON PAINTING TRADITION

The article provides a comprehensive analysis of scholarly works devoted to the study of the Nevjansk icon painting school. The research incorporates both historical and art-historical studies, enabling a clearer identification of key issues in the study of Nevjansk icon painting, tracing the evolution of research methodologies, and highlighting understudied aspects related to Nevjansk icons.

Keywords: Nevjansk school of icon painting, icon painting, Old Believing.

Первый доклад, связанный с изучением вопроса о Невьянской иконе, принадлежал Сюшелю Дюлонгу, до этого Невьянская икона появлялась лишь в историко-литературных сочинениях (например очерки писателя Д. Н. Мамина-Сибиряка), в которых упоминались отдельно взятые фигуры уральских иконописцев. В своем докладе Дюлонг обращает внимание на то, что Невьянская икона является феноменом совершенно не изученным. Ссылаясь на отсутствие письменных источников, он подчеркивает, что его доклад строится на информации, полученной из разговоров с последними уральскими иконописцами-старообрядцами, что делает исследование Сюшеля Дюлонга достаточно уникальным так как докладчик общается непосредственно с коренными мастерами Невьянска. Однако, данный труд нельзя воспринимать, как абсолютно истинную информацию. В своей статье «Повествовательные и документальные источники по истории старообрядческого иконописания на горных заводах Урала в XVIII — начале XX в.» В. И. Байдин приводит полное содержание данного доклада, вместе с комментариями, в которых он отмечает некоторые неточности, совершенные Дюлонгом. Так, например, Байдин указывает на субъективное начало оценки мастерства иконописцев: «Нуждаются в корректировке и явно субъективные, основанные на знакомстве автора только с отдельными работами оценки творчества некоторых мастеров», [1, с. 238] - а также подчеркивает неточность некоторых биографических сведений. Пример этому - личность Гавриила Сергеевича Коскина, который по словам Дюлонга является первым иконописцем Невьянска, хотя на самом деле, уже установлено, что до Коскина были и другие иконописцы. С другой же стороны в докладе присутствуют конкретные имена мастеров и датировки некоторых работ, что может послужить базой для дальнейшего изучения.

Поставленный в 1927 году вопрос о Невьянской иконе почти не разрабатывался до 1950-х годов. Возвращаются к ней только в 60-е годы, а уже в 70-х Екатеринбургский краеведческий музей организует экспедиции, главная цель которых - выявить иконописные памятники на территории Урала. Стоит отметить, что помимо научного интереса к иконам, на Невьянскую школу смотрели и коллекционеры (Одни из самых известных частных коллекций — это собрания Чеснокова - крупнейшее ныне, Калашникова, Брусилова, Бурлакова.), что по итогу, спровоцировало достаточно большой спрос на рынке. По воспоминаниям Т. А. Руновой, возглавлявшей экспертную комиссию по описанию культовых предметов, хранящихся в церквях и молельных домах г. Свердловска (Екатеринбурга) и Свердловской области, во время второй экспедиции часть описанных еще в первой поездке памятников была утеряна, то есть похищена или выкуплена частными лицами. Данный пример показывает, что иконописная база, на которой основывается изучение Невьянской иконы не является полной, и какие-то источники, которые могут дать ответ на вопросы, связанные с атрибуцией, датировками и мастерскими, возможно, находятся в частных коллекциях.

В 80-х и 90-х годах Невьянскую икону продолжают активно изучать. Так, например, первой научной статьей, связанной с Невьянской иконописной школой, была статья Л. Д. Рязановой. В ней автор выводит «Невьянские приемы письма», основываясь на трех иконах «Апостол Павел», «Богородица Тихвинская», «Богоявление Христа», которые были найдены в подсобке Карабашского музея. Уже тогда Рязанова отмечала, что в приемах Невьянских мастеров присутствует влияние нескольких центров. Данный вопрос до сих пор активно обсуждается. Еще одной личностью вложившей большой вклад в изучение Невьянской иконы является Голынец Г. В., которая также совершила

экспедицию по культурным памятникам Урала, в ходе которой были собраны иконы со многих районов Свердловской области: Талицкого, Кувшинского, Красноуфимского, Шалинского, Ржевского, Нижне-Туринского, и Невьянска (самое большое количество предметов искусства было привезено из Невьянска). Основываясь на собранном материале, добавив к нему иконописное наследие, хранящееся в уральских музеях и частных собраниях, Гольнец провела систематизацию икон, хранящихся в Свердловском государственном историко-революционном музее (СГОИРМ) и Свердловском музее изобразительных искусств (СМИИ). Итогом этого стал образовавшаяся группа икон, сходная с иконами, чья принадлежность к Невьянску была документирована. Такое открытие дало автору возможность спроецировать на эту группу понятие «школа». Понятие обозначающее принадлежность определенных предметов искусства к одному географическому положению, а также единство этих предметов с точки зрения стилистических особенностей и схожести художественных решений. В своей концепции Гольнец учла географические, религиозные, социальные и экономические факторы, добавив к ним и художественные решения: «Говорить о существовании иконописной школы на горнозаводском Урале позволяет следующее: обособленность географического региона; наличие идеологического центра старообрядчества; определенный заказчик; старообрядческая торговопромышленная верхушка».[2, с. 34] Также она выделяла такие факты как: система в которой крестьяне были приписаны к заводу (из этих крестьян в дальнейшем и выходили иконописцы) и обучение подрастающего поколения (мастера иконописцы передавали свои знания детям, которые вслед за ними продолжили заниматься созданием икон).

Однако, данное исследование не было принято единогласно, так, например, историк В. И. Байдин (специализировался на ранней истории изучения иконописи Урала), проведя анализ исследований Гольнец, подвергал критике территориальный аспект: «Анализ архивных источников позволил автору реконструировать биографии первых иконописцев горнозаводского Урала Паисия и Тимофея Заверткиных, Григория Коскина, Федора Уткина, Алексея и Ивана Колчиных. Вследствие чего выяснилось, что все они либо были крепостными нижнетагильского завода Демидовых, либо в какой-либо промежуток времени скрывались в сто окрестностях.» [3, с. 2] Таким образом, по мнению В. И. Байдина корректнее было бы обозначать данную старообрядческую иконописную школу как «уральскую горнозаводскую». О. П. Губкин также занимался вопросами связанными центрами написания Невьянской иконы, более того он отмечал прямое влияние Холмогор и Великого Устюга на Невьянскую иконопись, а также большое количество времени уделил мастерской Богатыревых и Чернобровиных. Его исследования строятся не только на искусствоведческих доводах, но также основываются на архивных данных. Л. Ю. Яковлева и Ю. М. Рязанов также занимались проблематикой, связанной с Невьянской иконой. Итогом данных исследований стали теории о влиянии Строгановской и Ярославской школы на Невьянскую. Все эти исследования являются показателем научной заинтересованности общества в отношении Невьянской иконописной школы.

В 1997 году в свет выходит первый каталог «Невьянская икона» в котором были напечатаны репродукции икон из частных коллекций. В каталоге также были опубликованы статьи, В. И. Байдина, О. П. Губкина, и Г. В. Гольнец, Н. А. Гончаровой, которые раскрывали основные вехи в истории Невьянской иконописной школы. Статья Гольнец «Невьянская икона: традиции Древней Руси и контекст Нового времени» раскрывала само понятие «Невьянской иконописной школы», систематизировала основные материалы, посвященные изучению этого явления, а также давала справку о том, каким образом появилось старообрядчество на Урале. Также Гольнец отмечала возможное влияние некоторых других иконописных традиций, таких как Строгановская: «Естественно предположить, что строгановская традиция переходила из Прикамья на Центральный Урал и в Зауралье и воспринималась местными монастырями» [4, с. 209] - однако сам автор отмечает, что данный факт еще не является доказательством прямого влияния. Статья Гончаровой повествует о Невьянском иконописном наследии в музеях Екатеринбурга, а именно истории икон в контексте их нахождения в экспозиции Екатеринбургских музеев. В статье рассказывается о зарождении интереса общества в отношении Невьянской иконы: «В связи с организацией выставки была предпринята первая попытка сбора материала о местных художественных промыслах» [5, с. 217] - и приведен исторический путь икон, начиная с их первого упоминания до их попадания в фонд музея. Таким образом, можно отследить моменты возможной реставрации работ, понять природу утрат на предметах искусств, узнать их изначальное местоположение и понять для какой цели они изначально были созданы. В статье О. П. Губкина, «Династии Невьянских Иконописцев Богатыревых и Чернобровиных» описывается два семейства иконописцев, проживающих в Невьянске во второй половине XVIII – первой половине XIX века. Автор отмечает, что иконы Богатыревых, «в период расцвета их мастерской» близки «к образцам ярославской иконописи последней трети XVIII в., ориентированным в свою очередь, на поздний период творчества одного из видных мастеров Московской оружейной палаты Федорова Зубова...» [6, с. 229]. В статье В. И. Байдина «Повествовательные и документальные источники по истории старообрядческого иконописания на горных заводах Урала в XVIII — начале XX в» приводится историографический анализ материалов, связанных с Невьянской иконой, что дает возможность проследить процесс разработки проблематики иконописи Урала.

Одной из самых важных глав для истории Невьянской иконы в контексте Нового времени становится открытие музея «Невьянская икона» в Екатеринбурге 4 декабря 1999 года. Данный музей сыграл очень важную роль в контексте региона. Открытие музея и его последующее существование решило очень важную проблему, связанную с вывозом иконописного наследия из своего родного региона. До открытия музея, Невьянская икона очень часто покидала пределы родной области, в качестве объекта контрабанды, с целью дальнейшей продажи коллекционерам. Почти с первых дней существования, музей открыто выкупал иконы из частных собраний, активно взаимодействовал с коллекционерами. Итогом такой политики музея стала приостановка вывоза икон. Более того, музей заручился поддержкой профессиональных реставраторов, которые тщательно восстанавливали иконы, приводя их в состояние, максимально приближенное к изначальному. Примеры реставрационной деятельности можно увидеть в работе «Невьянская икона начала – середины XVIII века», где представлены репродукции икон до и после реставрации, в каталоге

также есть небольшая статья за авторством Максим Ратковского, руководителя отделения реставрации Свердловского художественного училища им. И. Д. Шадра. Данная статья раскрывает стилистические особенности Невьянской иконы с точки зрения реставрационной деятельности. Более того, музей издает собственный вестник с одноименным названием, в котором помимо статей, на различные темы, связанные с Уральским искусством, также выпускается и каталог датированных и подписных икон, что безусловно, является большим шагом в сторону изучения искусства Урала. Музей продолжает выпускать альбомы и каталоги связанные с Невьянской иконой и активно занимается выставочной деятельностью: «В 2005 г. прошли выставки в Феропонтове, Ярославле, Москве, в декабре 2008 выставка была организована в Челябинске, где было представлено около 300 уральских и северных икон, а также резная деревянная скульптура из частной коллекции Е. В. Ройзмана.» [3, с. 3] В двухтысячном году термин «невьянская школа иконописи» появляется в издании Уральской исторической энциклопедии, где невянской иконе выделена отдельная статья за авторством Т. А. Руновой и В. И. Колосницхиной, данное событие можно считать доказательством принятия термина «невьянская иконописная школа». В 2010 году 17 февраля в Российской академии художеств прошла презентация альбома «Невянского письма благая весть», в котором были представлены более 180 икон из частных, церковных и музейных собраний.

За последние годы вышло также большое количество статей и работ, в которых активно рассматривается, обсуждается и анализируется Невьянская икона. Данные работы охватывают различные темы, отдельно разбирая атрибуцию, состав красок на иконах, анализируют школу на основе собраний музеев, а также выпускают различные рецензии на уже изданные книги и каталоги. Так, например, в статье «Технико-технологические особенности группы невянских икон из собрания музея «Невянская икона» Лаврентьевой Елены Валерьевны и Кадиковой Ирины Фанисовны анализируются работы не только с искусствоведческой точки зрения, но также и исследованы на тему химического состава живописи и грунта при помощи рентгеновских лучей. Основываясь на результат этих исследований, авторы выдвигают тезисы, благодаря которым можно проводить дальнейшее изучение памятников иконописного искусства Невьянска и Урала.

Статья «Позем в Невьянской иконе как атрибуционный признак» написанная А. Л. Чвалла, разбирает то, каким образом видоизменялся позем на Невьянских иконах и как он преобразовывался вместе с развитием Невьянской школы. Также автор анализирует различные колористические решения, применяющиеся во время написания позема, указывает на параллели с другими иконописными школами и обозначает конкретные детали, появляющиеся на иконах «В эпоху расцвета «поморского» направления, мастера Невьянска часто изображают алые розы на холмистом поземе... холмики с цветочками в иконах «романовского» направления сменяются разноцветными горками... во второй половине XIX начале XX века у невянских мастеров наблюдается стремление к реалистичности в изображении позема»[7, с. 277]. Также существует большое количество трудов, которые основываются на анализе Невьянской иконописной школы на основе экспозиций различных (преимущественно уральских) музеев.

Показателем заинтересованности научного общества, является наличие рецензий на работы исследователей Невьянской иконы. Такая, неостанавливающаяся полемика, может не только привести к каким-то новым открытиям, но и привлечь еще большее внимание историков, искусствоведов, и меценатов.

При том, стоит отметить, что поиск и реставрация не только невянских, но и уральских икон происходит и прямо сейчас. Поскольку, из-за гонений старообрядцы были вынуждены периодически менять свое место жительства на все более и более удаленные места обитания, часть невянских икон оставалась на старых местах жительства. Благодаря экспедициям в старые места проживания старообрядцев, исследователям удаётся периодически находить новые иконописные памятники искусства Урала. Более того, не стоит забывать, что еще в советское время определенная часть икон так или иначе была продана и вывезена за пределы Урала, а какие-то образцы оказались за границей. Также Невьянские иконы до сих пор могут использоваться некоторыми старообрядцами в качестве их изначального предназначения, то есть моленного образа и стоять в красном углу, на полке, прикрытые куском ткани.

Таким образом, на момент написания данной статьи, само по себе явления Невьянской иконописной школы активно обсуждается как в исторических и краеведческих, так и в искусствоведческих кругах. Научная деятельность ведется в таких направлениях как: историко-искусствоведческая деятельность, связанная с восстановлением истории Невьянской иконописной школы (В. И. Байдин, Г. В. Голынец, О. П. Губкин), сопоставлении Невьянской школы со школами, существующими в других Российских регионах, а также атрибуция икон по определённым признакам, технико-технологические исследования, которые анализируют состав краски икон и проводят рентгеновский и спектральный анализ, реставрационные работы, которые основываются на методике консервации и реставрации работ и изучают старообрядческие методы реставрации и поновления, архивные исследования, которые базируются на описи храмов и монастырей, экспедиции и выставочная и просветительская деятельность, заключающаяся в издании различных каталогов, статей, вестников и создании выставок, посвященных Невьянской иконе.

Данная иконописная мастерская часто фигурирует на различных научных конференциях, а новые теории о связи Невьянска с другими иконописными школами побуждают специалистов постоянно обращаться к архивам. Так, например, одним из актуальных на сегодняшний день вопросов, является исследование связи Невьянска и Романова-Борисоглебска. И. Л. Бусева-Давыдова в своей книге «Русская иконопись от Оружейной палаты до модерна» помимо влияния поморцев на ««стилистику и приёмы письма»[8, с. 181] Невьянских мастеров, также рассуждает о схожести художественных решений ликов на иконах Невьянска и Романова: «Совпадения иконографии было бы еще недостаточно для определенных выводов: в это время иконописцы пользовались прорисями, и одна и та же иконография могла встречаться в разных местах.»[9, с. 255] - и выдвигает теорию о том, что Невьянские мастера могли посещать Романов-Борисоглебск. Однако, далеко не все исследователи с этим согласны.

Невьянская иконописная школа на данный момент, явление до конца не изученное, икону продолжают активно исследовать, разрабатывать проблематику и выявлять новые влияния и стилистические решения. Уже сейчас известно о существовании мастерских еще в XVIII веке, каждая из которых имела свои собственные особенности. Однако, иконы XVIII века мастера начали подписывать лишь ближе к концу столетия, что осложняет датировку самых ранних источников. Также исследователи открывают ответвления Невьянской иконы, такие как Красноуфимская и Армизонская, которые хоть и связаны с особенностями Невьянска, являются обособленными произведениями искусства, создаваемыми на Урале. Невьянская икона – самое молодое течение на территории России, просуществовавшее чуть более двухсот лет, она смогла прийти от строгой графичной формы к изящной, переливающейся золотом плавности при этом всегда оставаясь прекрасным объектом искусства и достойным символом веры. За более чем семьдесят лет активного изучения Невьянская иконописная школа постепенно приоткрывала свои двери перед учеными, являя миру свое многообразие и красоту. А её исследования, которые происходят сейчас обязательно продолжают собирать этот удивительный пазл, который явит миру красоту Невьянской иконы.

Список литературы

1. Байдин В.И. Повествовательные и документальные источники по истории старообрядческого иконописания на горных заводах Урала в XVIII — начале XX в. // Невьянская икона: каталог. — Екатеринбург, 1997. — С. 233-245.
2. Голынец Г.В. Невьянская иконописная школа второй половины XVIII—XIX в. и ее стилистические особенности // Из истории художественной культуры Урала: сборник научных трудов. — Свердловск: [б.и.], 1988. — С. 31-44.
3. Трофимова Н. В. Проблема стилистических истоков старообрядческой иконописи горнозаводского Урала в отечественной историографии // Вестник ЮУрГУ. — 2009. — № 32 С. 2-3.
4. Голынец Г.В. Невьянская икона: традиции Древней Руси и контекст Нового времени // Невьянская икона: каталог. — Екатеринбург, 1997. — С. 208–215.
5. Гончарова Н.А. Невьянское иконописное наследие в музеях Екатеринбурга. Страницы истории // Невьянская икона: каталог. — Екатеринбург, 1997. — С. 216–226.
6. Губкин О.П. Династии невянских иконописцев Богатыревых и Чернобровиных // Невьянская икона: каталог. — Екатеринбург, 1997. — С. 227–232.
7. Чвала Александр Леонидович Позем в невянской иконе как атрибуционный признак // Вестник славянских культур. 2019. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pozem-v-nevyanskoy-ikone-kak-atributsionnyy-priznak> (дата обращения: 14.04.2025).
8. Бусева-Давыдова И. Л. Русская иконопись от Оружейной палаты до модерна: поиски сакрального образа. — М.: БуксМАрт, 2019. — 181 с.
9. И. Л. Бусева-Давыдова, Невьянского письма благая весть: Искусство Невьянской иконописи из музейных и частных собраний / И.Л. Бусева-Давыдова. — М.: Интербук-бизнес, 2002. — 255 с.

References

1. Baidin V.I. Povestvovatel'nye i dokumental'nye istochniki po istorii staroobryadcheskogo ikonopisaniya na gornykh zavodakh Urala v XVIII — nachale XX v. // Nev'yanskaya ikona: katalog. — Ekaterinburg, 1997. — S. 233-245.
2. Golynets G.V. Nev'yanskaya ikonopisnaya shkola vtoroy poloviny XVIII—XIX v. i ee stilisticheskie osobennosti // Iz istorii khudozhestvennoy kul'tury Urala: sbornik nauchnykh trudov. — Sverdlovsk: [b.i.], 1988. — S. 31-44.
3. Trofimova N. V. Problema stilisticheskikh istokov staroobryadcheskoy ikonopisi gornozavodskogo Urala v otechestvennoy istoriografii // Vestnik YuUrGU. — 2009. — № 32 S. 2-3.
4. Golynets G.V. Nev'yanskaya ikona: traditsii Drevney Rusi i kontekst Novogo vremeni // Nev'yanskaya ikona: katalog. — Ekaterinburg, 1997. — S. 208–215.
5. Goncharova N.A. Nev'yanskoe ikonopisnoe nasledie v muzeyakh Ekaterinburga. Stranitsy istorii // Nev'yanskaya ikona: katalog. — Ekaterinburg, 1997. — S. 216–226.
6. Gubkin O.P. Dinastii nev'yanskikh ikonopistsev Bogatyrevykh i Chernobrovinykh // Nev'yanskaya ikona: katalog. — Ekaterinburg, 1997. — S. 227–232.
7. Chvala Aleksandr Leonidovich Pozem v nev'yanskoy ikone kak atributsionnyy priznak // Vestnik slavyanskikh kul'tur. 2019. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pozem-v-nevyanskoy-ikone-kak-atributsionnyy-priznak> (data obrashcheniya: 14.04.2025).
8. Buseva-Davydova I. L. Russkaya ikonopis' ot Oruzheynoy palaty do moderna: poiski sakral'nogo obraza. — M.: BuksMArt, 2019. — 181 s.
9. I. L. Buseva-Davydova, Nev'yanskogo pis'ma blagaya vest': Iskusstvo Nev'yanskoy ikonopisi iz muzeynykh i chastnykh sobraniy / I.L. Buseva-Davydova. — M.: Interbuk-biznes, 2002. — 255 s.

*Научный руководитель: профессор кафедры Русского искусства Академии художеств имени Ильи Репина, Шилов В. С.
Scientific supervisor: Professor at the Department of Russian Art, Ilya Repin Academy of Arts, V.S. Shilov*

А.А.Исмангулова

ИСКУССТВО ДЕКОРИРОВАНИЯ И ХУДОЖЕСТВЕННАЯ ОБРАБОТКА ОБУВИ И ИЗДЕЛИЙ ИЗ КОЖИ С ЭЛЕМЕНТАМИ РОСПИСИ

© А.А.Исмангулова, 2025

*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна
191186, Санкт-Петербург, Большая Морская, 18*

Статья посвящена исследованию художественной обработки кожи в традиционной обуви разных народов мира. Рассматриваются исторические техники декорирования, такие как аппликация, вышивка и роспись, которые не только выполняли техническую и эстетическую функцию, но и несли глубокий символический смысл, отражая культурные, социальные и религиозные аспекты жизни различных этносов. Особое внимание уделено орнаментам (геометрическим, зооморфным, растительным, астральным и комбинированным) и их семантике. Приведены исторические примеры художественной обработки монгольских гутал, башкирских сарыков, татарских ичигов, а также изделий народов Приамурья, Сахалина и Крайнего Севера. Статья подчеркивает актуальность сохранения и переосмысления культурного наследия в современном дизайне.

Ключевые слова: художественная обработка кожи, традиционная обувь, аппликация, орнамент, роспись, культурное наследие, этнический дизайн, гуталы, сарыки, ичиги

A.A.Ismangulova

Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design
191186, St. Petersburg, Bolshaya Morskaya, 18

ART OF DECORATION AND ARTISTIC PROCESSING OF SHOES AND LEATHER PRODUCTS WITH ELEMENTS OF PAINTING

The article is devoted to the study of artistic processing of leather in traditional footwear of different nations of the world. The article considers historical decoration techniques such as applique, embroidery and painting, which not only performed a technical and aesthetic function, but also carried a deep symbolic meaning, reflecting the cultural, social and religious aspects of life of various ethnic groups. Particular attention is paid to ornaments (geometric, zoomorphic, plant, astral and combined) and their semantics. Historical examples of artistic processing of Mongolian gutals, Bashkir saryks, Tatar ichigs, as well as products of the peoples of the Amur region, Sakhalin and the Far North are given. The article emphasizes the relevance of preserving and rethinking cultural heritage in modern design.

Keywords: artistic leather processing, traditional footwear, applique, ornament, painting, cultural heritage, ethnic design, gutals, saryks, ichigi

В эпоху массового производства и глобализации индивидуальный стиль приобретает особую ценность. Его в свою очередь часто выражают через внешний вид, состоящий из элементов гардероба и обуви с аксессуарами. Однако всё большее количество людей задумывается о важности мелких необычных деталей в образе. Обувь, сумки, ремни, перчатки и другие изделия из кожи становятся не просто утилитарными предметами, а произведениями искусства за счет декорирования, тем самым открывая путь к самовыражению. Художественная обработка кожи – это многовековая традиция, которая продолжает развиваться, сочетая в себе древние ремесленные техники, современные технологии и модные тенденции.

Искусство обработки кожи с давних времен выполняет не только эстетические функции, но и технологические, культурные и социальные. Технологический аспект проявлялся в том, что цветные полосы из кожи и другие декоративные элементы не просто украшали изделие, но также укрепляли швы, корректировали и поддерживали форму предмета и маскировали естественные дефекты материала, называемые пороками. Этот практический подход к декору демонстрирует, как в традиционных ремеслах красота граничила с функциональностью. Одновременно с этим обработка кожи несла глубокую культурную и религиозную нагрузку. Наносимые на изделия символы и орнаменты отражали связь человека с природой и выполняли роль защитных амулетов. Каждый элемент узора имел свое значение, создавая своеобразный визуальный код, понятный представителям определенных народов и групп. Однако особый интерес представляет социальная функция. Вплоть до XVIII в. украшенные предметы из кожи оставались привилегией знати – дороговизна материалов и трудоемкость процесса делали такие предметы роскоши недоступными для простого народа.

С древнейших времен кожа была не просто материалом — она стала первым полотном, на котором человек начал воплощать свои творческие замыслы. Как первый материал для изготовления одежды, обуви и других предметов, кожа сопровождала человечество на всех этапах его развития, и потому практически каждый народ в мире оставил свой уникальный след в искусстве ее художественной обработки. Нации за счет различных условий жизни использовали для декорирования изделий уникальные материалы и техники.

Самой распространенной стала техника аппликации – этот метод декорирования представляет собой создание орнаментов или изображений путем наложения с последующей фиксацией контрастных кусочков материала

на основу. Данная техника дополняется обычно различными видами вышивки и росписи, что придаёт четкость, яркость, объем и завершенность изображению. На обуви, одежде и других изделиях из кожи обычно изображали различные орнаменты, которые, в свою очередь, были представлены несколькими основными видами: геометрический, зооморфный, растительный, астральный и комбинированный, каждый из которых имел своё значение.

- Геометрический орнамент
Включает строгие формы (полосы, ромбы, круги, треугольники, спирали), воплощающие природные и бытовые символы: горные хребты, солнечный диск, водные потоки, следы повозок, элементы жилища и семейный очаг.
- Зооморфные мотивы
Отражают фауну кочевого мира: мощь (рога барана, оленя), плодородие (следы жеребёнка, заячьи ушки), гармонию с природой (верблюжий горб, лебединая шея, птичьи лапки).
- Растительные узоры
Демонстрируют стилизованные формы флоры: трилистники и бутоны как символы роста, цветочные композиции (ромашки, тюльпаны), сакральное «дерево жизни».
- Астральные символы
Представляют космогонические представления: звёздные фигуры, солнечно-лунарные знаки, воплощающие цикличность мироздания.
- Комбинированные композиции
Синтезируют спиралевидные завитки с элементами быта, небесными телами и природными формами, создавая сложные семантические структуры[3].

Аппликация имеет богатую историю и отражается в традициях различных народов.

Например, народы Приамурья и Сахалина изготавливали предметы гардероба из рыбьей кожи, которую украшали разноцветными аппликациями. Узор состоит из спиралей и лент с изображением животных, рыб, птиц и растений. В настоящее время экспонаты представлены в Сахалинском областном художественном музее. Там располагаются расшитые халаты, тапочки сумки «паду», показанные на рисунке 1. Изображения на халатах делились на ярусы, которые передавали систему мироздания и несли в себе сакральный смысл[2].



А



Б



В



Г

Рис. 1. Изделия народов Приамурья и Сахалина

А - сумка «паду», Б – халат, В – нанайские тапочки, Г- обувь орочей из рыбьей кожи с росписью

Гуталы – сапоги монгольских кочевников. Каждая деталь их обуви передаёт особые традиции народа. Их загнутые носки не просто облегчали верховую езду и борьбу, для которой были созданы – они символизировали трепетное отношение к природе, позволяя ступать по степи, не топча землю. Массивная подошва надёжно защищала от колючих трав и зимнего холода, делая эти сапоги верными спутниками в бескрайних просторах Монголии. Однако главной особенностью можно смело назвать их орнамент – замысловатые узоры, число которых могло достигать 64, превращались в своеобразный «язык статуса», где каждый завиток и линия рассказывали о ранге и значимости владельца. Простота формы и богатство декора создали совершенный образец традиционного искусства. Таким образом, монгольские гуталы стали отражением кочевой жизни, мудрости и стремлений народа. Пример одних таких гутал представлен на рисунке 2. [1]



Рис2.Гуталы

Татарская традиционная обувь, в особенности ичиги, представляет уникальное явление в декоративно-прикладном искусстве благодаря особой технике аппликации. Отличительной чертой является метод соединения деталей «встык» без припусков, с использованием специального «татарского шва» – виртуозной техники, где

соединительныйшоводновременновыполняетдекоративнуюфункциюи техническую,создаваяэффектцельногоузора. Для сборки требуется специальная колодка, что обусловлено технологической сложностью соединения фигурных элементов. Орнаментальные мотивы (растительные, геометрические, астральные), примеры которых представлены на рисунке 3, вырезаются с ювелирной точностью и komponуются в сложные полихромные композиции, украшающие не только обувь, но и изделия кожгалантереи, декоративные панно и подушки. Эта традиция демонстрирует высочайший уровень мастерства татарских умельцев, сохранивших уникальную технологию на протяжении столетий. [4]



Рис. 3. Татарские орнаменты

А – орнаменты, Б – изготовление заготовки верха ичигов

В башкирскойкультуре тожебылитатарские сапоги, но имелись свои традиционные – сарыки, представленные на рисунке 4. Женские сарыки отличались от мужских своим внешним видом. Особый интерес представляет арочная композиция на женских сарыках, где полукруг из треугольников образовывал своеобразную дверь, символизируя жизненную силу и защиту. Мужские экземпляры украшались скромнее – преимущественно кожаными полуovalами и треугольниками-амулетами из черной или зеленой кожи, что отражало их утилитарное назначение как рабочей обуви. Данная традиция обработки демонстрирует хорошее сочетание кожи и сукна, а также указывает на глубокую семантическую нагрузку орнамента, где каждая деталь носила особый смысл. [5,6]



Рис. 4. Сарыки

Аналогичные техники встречаются у народов Крайнего Севера, где обувь и сумки украшались аппликациями из меха и кожи, а также росписью, примеры которых показаны на рисунке 5. Орнаменты включали геометрические узоры и стилизованные изображения животных и сцен охоты. Краски изготавливались из натуральных материалов: сажи, графита, охры, цветной глины, а также отваров коры, ягод и трав. Роспись носила повествовательный характер, отражая события из жизни общины.



А

Б

В

Рис. 5. Изделия народов крайнего севера

А – панно «Игра в мяч», Б – фрагмент росписи женской сумки, В – традиционная обувь ненцев

Однако существует и деревянная обувь, которую также охотно декорировали (рис. 6.). Голландские кломпы, изготовленные из цельного куска древесины, украшались яркой полихромной росписью с использованием масляных красок, где преобладали растительные орнаменты и морские мотивы, отражающие профессиональную принадлежность владельца. В отличие от них, японские гэте, создававшиеся из более твердых пород дерева, декорировались сдержанными монохромными или двухцветными узорами, выполненными минеральными пигментами с добавлением лака.



А

Б

Рис. 6. Деревянная обувь. А – голландские кломпы, Б – японские гэте.

В прошлом мастера полагались на натуральные красители и кропотливую ручную работу. Но в настоящее время технологии позволяют получать различные изображения на вещах в зависимости от назначения. На данный момент существует лазерная гравировка, печать разных видов, синтетические краски, аэрограф, позволяющий сделать равномерные переходы цвета, что позволяет дизайнерам открывать новые горизонты для творчества. Однако массовое производство по-прежнему сталкивается с вызовами: трудоёмкость ручной работы, высокая стоимость и строгие требования к качеству материалов. Тем не менее, именно слияние традиционных техник и современных технологий обеспечивает дальнейшее развитие художественной обработки кожи. Обращение к историческим орнаментам и методам декорирования не только сохраняет культурное наследие, но и вдохновляет на создание новых, актуальных дизайнов. Таким образом, рождаются уникальные изделия, сочетающие в себе глубину традиции и смелость современных решений, отвечающие запросам требовательного потребителя XXI в.

Список литературы

1. Ворожцова Е. В. Декоративно-прикладное искусство коренных малочисленных народов Дальнего Востока, Крайнего Севера и Северо-Востока Сибири в собрании Сахалинского государственного областного художественного музея [Электронный ресурс] // Гуманитарные исследования в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке. 2008. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/dekorativno-prikladnoe-iskusstvo-korenyh-malochislennyh-narodov-dalnego-vostoka-kraynego-severa-i-severo-vostoka-sibiri-v-sobranii> (дата обращения: 11.04.2025).
2. Гутали - традиционная обувь народов Дагестана [Электронный ресурс] // Государственный музей Востока. 2019. URL: <https://www.orientmuseum.ru/events/2019/gutali/index.php> (дата обращения: 11.04.2025).

3. Канокова Ф. Ю. Художественная обработка кожи как один из видов традиционных ремёсел у ногайцев [Электронный ресурс] // Новый взгляд. Международный научный вестник. 2015. № 10. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/hudozhestvennaya-obrabotka-kozhi-kak-odin-iz-vidov-traditsionnyh-remesel-u-n> (дата обращения: 11.04.2025).
4. Марданова Ф. Ф. Казанский татарский шов [Электронный ресурс] // Татарский культурный ресурс. URL: <https://tatcultresurs.ru/onkn/kazanskiy-tatarskiy-shov> (дата обращения: 11.04.2025).
5. Юлдашбаева Л. А. Лексические обозначения декоративных решений башкирской одежды // Мир науки, культуры, образования. 2023. № 2(99). С. 575-577. DOI: 10.24412/1991-5497-2023-299-575-577.
6. Янузакова Р. Р. Художественная обработка кожи у башкир [Электронный ресурс] // Национальная библиотека им. А.-З. Валиди Республики Башкортостан. URL: <https://nknrb.ru/passport/view?id=21> (дата обращения: 11.04.2025).

References

1. Vorozhtsova E. V. Dekorativno-prikladnoe iskusstvo korennykh malochislennykh narodov Dalnego Vostoka, Krainego Severa i Severo-Vostoka Sibiri v sobranii Sakhalinskogo gosudarstvennogo oblastnogo khudozhestvennogo muzeia [Decorative and applied art of the indigenous peoples of the Far East, the Far North and the North-East of Siberia in the collection of the Sakhalin Regional Art Museum] [Electronic resource] // Gumanitarnye issledovaniya v Vostochnoy Sibiri i na Dalnem Vostoke. 2008. No 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/dekorativno-prikladnoe-iskusstvo-korennykh-malochislennykh-narodov-dalnego-vostoka-krainego-severa-i-severo-vostoka-sibiri-v-sobranii> (accessed 11.04.2025).
2. Gutali - traditsionnaya obuv narodov Dagestana [Gutali - traditional footwear of the peoples of Dagestan] [Electronic resource] // Gosudarstvennyy muzey Vostoka. 2019. URL: <https://www.orientmuseum.ru/events/2019/gutali/index.php> (accessed 11.04.2025).
3. Kanokova F. Yu. Khudozhestvennaya obrabotka kozhikakodin iz vidov traditsionnykh remesel u nogaitsev [Artistic leather processing as one of the traditional crafts of the Nogais] [Electronic resource] // Novyy vzglyad. Mezhdunarodnyy nauchnyy vestnik. 2015. No 10. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/hudozhestvennaya-obrabotka-kozhi-kak-odin-iz-vidov-traditsionnyh-remesel-u-n> (accessed 11.04.2025).
4. Mardanova F. F. Kazanskiy tatarskiy shov [Kazan Tatar stitch] [Electronic resource] // Tatarskiy kulturnyy resurs. URL: <https://tatcultresurs.ru/onkn/kazanskiy-tatarskiy-shov> (accessed 11.04.2025).
5. Yuldashbaeva L. A. Leksicheskie oznacheniya dekorativnykh resheniy bashkirskoy odezhdy [Lexical designations of decorative solutions in Bashkir clothing] // Mir nauki, kultury, obrazovaniya. 2023. No 2(99). Pp. 575-577. DOI: 10.24412/1991-5497-2023-299-575-577.
6. Yanuzakova R. R. Khudozhestvennaya obrabotka kozhi u bashkir [Artistic leather processing among the Bashkirs] [Electronic resource] // Natsionalnaya biblioteka im. A.-Z. Validi Respubliki Bashkortostan. URL: <https://nknrb.ru/passport/view?id=21> (accessed 11.04.2025).

Научный руководитель: Доцент кафедры монументального искусства.

Мешков М.М.

Scientific supervisor: Associate Professor of the Department of Monumental Art.
Meshkov M.M.

М.А. Калашников, И.К. Князева

ИСКУССТВО МУЗЫКАЛЬНОЙ ОБЛОЖКИ

© М.А. Калашников, И.К. Князева, 2025

*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна
191186, Санкт-Петербург, Большая Морская, 18*

В статье рассматриваются современные тенденции в дизайне музыкальных обложек в условиях цифровых платформ и социальных сетей. Анализируются визуальные приёмы, адаптированные к новым форматам, а также влияние жанровой стилистики, кинематографического подхода и технологий дополненной реальности на оформление альбомов.

Ключевые слова: **дизайн обложки альбома, жанровая эстетика, фотография, кинематографичность, минимализм, символизм, дополненная реальность, визуальное повествование, эмоциональное воздействие.**

М.А. Kalashnikov, I.K. Knyazeva

Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design
191186, St. Petersburg, Bolshaya Morskaya, 18

MUSIC COVER ART

The article examines current trends in music cover design in the context of digital platforms and social networks. The article analyzes visual techniques adapted to new formats, as well as the influence of genre stylistics, cinematic approach and augmented reality technologies on the design of albums.

Keywords: album cover design, genre aesthetics, photography, cinematography, minimalism, symbolism, augmented reality, visual storytelling, emotional impact.

Введение

Музыка и изобразительное искусство уже давно существуют как одно целое. В то время как восприятие музыки на слух передает эмоции и настроение с помощью звука, дизайн обложки альбома служит ее первым визуальным образом — эстетической отправной точкой. В эпоху цифровых платформ, когда слушатели знакомятся с песнями в основном по миниатюрам на смартфонах, роль обложки стала одновременно и более значимой, и менее значимой. Она стала важной частью публичного имиджа музыканта и его повествования.

Обложки музыкальных альбомов сегодня находятся на стыке маркетинга, дизайна и психологии. Они должны передавать атмосферу, жанр, индивидуальность и замысел — и все это в одном контексте. Обложка становится компактной формой повествования.

Историческая эволюция

На заре музыкальной индустрии упаковка альбомов служила сугубо практическим целям. Пластинки выпускались в простых, ничем не украшенных упаковках, выполненные из плотной бумаги или картона, с минимальной маркировкой. Никто не пытался сделать их визуально привлекательными.

Ситуация кардинально изменилась в 1939 году, когда Алекс Стейнвайс, молодой дизайнер из Columbia Records, предложил добавлять на обложки пластинок иллюстрации. Его яркие дизайны привлекли внимание в магазинах и произвели революцию в представлении музыки. Продажи стремительно росли, и вскоре иллюстрированные обложки альбомов стали стандартом. Пример одной из первых музыкальных обложек показан на рисунке 1.



Рис. 1. Первые дизайны обложек

К 1970 году оформление альбомов превратилось в серьезную сферу. Формат 12-дюймового винила стал для дизайнера как большое квадратное полотно, идеально подходящее для создания выразительных, иногда провокационных образов. Художники, такие как Роджер Дин, создавали фантастические пейзажи для прогрессивных рок-групп, таких как Yes, в то время как дизайнерский коллектив Hipgnosis создал сюрреалистические визуальные эффекты для Pink Floyd, которые соответствовали концепции музыки. Пример обложки альбома Pink Floyd показан на рисунке 2.



Рис. 2. Обложка альбома Pink Floyd

Фотография также стала основной частью для дизайна обложек. Одним из самых знаменитых примеров является «Abbey Road» The Beatles. Простая уличная фотография, которая мгновенно стала легендарной. Обложки стали выступать в качестве визуального дополнения к музыке, передавая настроение и стиль. Легендарная обложка альбома «Abbey Road» The Beatles показана на рисунке 3.



Рис. 3. Обложка альбома «Abbey Road» The Beatles

К концу 1970-ых годов обложка альбома перестала быть просто упаковкой. Она стала культурным артефактом. Обложка для пластинок превратилась из обычной защитной оболочки в мощное визуальное выражение [1], [2].

Визуальное повествование в разных жанрах

Музыкальные жанры уже давно формируют не только то, как мы слушаем, но и то, как мы видим. С первых дней обложки альбомов выступали в роли компаньона звука, определяя ожидания, эмоции и ассоциации слушателя еще до начала прослушивания одного трека.

Психоделический рок, например, развил яркий, захватывающий визуальный стиль, соответствующий его экспериментальному звуку. Обложки конца 1960-х и начала 1970-х годов часто отличались закрученными формами, насыщенными цветами и сложным шрифтом, выполненным от руки. Эти дизайны отражали связь музыки с измененными состояниями сознания и желанием отойти от традиционных норм. Пример обложки альбома психоделического рока показан на рисунке 4.



Рис. 4. Пример обложки альбома психоделического рока

Панк-рок, напротив, восстал как против музыкальных, так и визуальных условностей. В начале 1980-х годов панк-обложки были созданы в грубой эстетике ручной работы. Они содержали грубые фотокопии, вырезанные буквы, агрессивная типографика и высококонтрастные изображения. Визуальные эффекты стали частью фирменного стиля жанра. Пример обложки панк-рок альбома показан на рисунке 5.



Рис. 5. Пример обложки панк-рок альбома

Хип-хоп, особенно в 1980-х и 1990-х годах, развил визуальную лексику, основанную на самопрезентации и уличной культуре. На обложках альбомов часто появлялись портреты в городской среде и надписи в стиле граффити. Обложка была не просто маркетинговым инструментом, но и визуальной автобиографией. По мере развития жанра менялась и его эстетика, которая включала смелые эксперименты, оставаясь при этом аутентичной. Пример обложки хип-хоп альбома показан на рисунке 6.



Рис. 6. Пример обложки хип-хоп альбома

Электронная музыка пошла другим путем. В ее визуальном ряду преобладала абстракция. Геометрические формы, цифровые текстуры, футуристические символы стали частью дизайна. Такие исполнители, как Daft Punk или Boards of Canada, использовали минимализм или сюрреалистические образы, чтобы отразить искусственное и потустороннее звучание жанра. На этих обложках избегались буквальные отсылки, отдавая предпочтение настроению и концепции, а не репрезентации. Пример обложки альбома электронной музыки показан на рисунке 7.



Рис. 7. Пример обложки альбома электронной музыки

Однако некоторые исполнители вообще не соответствуют жанровым ожиданиям. Альбом Radiohead «Kid A» с его неровными цифровыми пейзажами не был похож на типичный рок альбом. Обложка визуально перекликалась с темами отчуждения, дисторшна и технологического беспокойства, что делало дизайн неотъемлемой частью атмосферы альбома. Обложка Radiohead «Kid A» показана на рисунке 8 [4].



Рис. 8. Обложка Radiohead «Kid A»

Жанровые визуальные эффекты служат своего рода кодом. Они помогают нам классифицировать, и интерпретировать музыку с первого взгляда. Но когда артисты решают переписать эти коды, результат может быть еще более впечатляющим, напоминая нам о том, что визуальное повествование в музыке такое же изменчивое, сложное и творческое, как и сам звук.

Цифровой сдвиг и связанные с ним проблемы

Появление цифровых потоковых платформ изменило не только то, как мы слушаем музыку, но и то, как мы взаимодействуем с ее визуальным оформлением. В эпоху винила и компакт-дисков обложки альбомов имели физическое воплощение. Большие, детализированные рисунки на 12-дюймовых обложках или буклетах, созданные для того, чтобы их можно было держать в руках и с интересом рассматривать. Сегодня эта материальность исчезла. Обложка альбома теперь часто сводится к небольшому цифровому квадратику, который обычно просматривается на экране телефона, где он конкурирует с бесчисленным множеством других за внимание.

Этот сдвиг в формате заставил дизайнеров полностью переосмыслить свой подход. Там, где когда-то процветали сложные детали, тонкие текстуры и многослойные изображения, теперь основное внимание уделяется смелым, упрощенным визуальным эффектам, которые сохраняют эффектность даже при небольших размерах. Мелкий текст, тонкие линии и едва уловимые нюансы часто теряются при сжатии или становятся нечитаемыми на миниатюрах. Теперь на обложках современных альбомов в приоритете стоит визуальная четкость. Четкие формы, высокая контрастность и яркие цвета, которые мгновенно отображаются в прокручиваемой ленте приложения.

Эта новая логика дизайна привела к возрождению иконографического мышления. Дизайнеры и художники все чаще полагаются на символические образы: лица, логотипы, силуэты или выразительные жесты, которые могут мгновенно передать настроение. Ярким примером может служить дебютный альбом Билли Айлиш, на котором певица запечатлена в темной комнате с закатанными глазами. Фотография простая, но эмоционально насыщенная

и идеально соответствует психологическому тону музыки. Она привлекает внимание в любом формате, даже если смотреть на него в уменьшенном размере на экране телефона.

Но дело не только в сокращении масштабов. Цифровые платформы также представили новые инструменты для творчества. Функция «Холст» в Spotify позволяет заменять статичные обложки короткими циклическими видеорядами. Эти 3-8 секундные клипы добавляют музыке движения, ритма и атмосферы, создавая более тесную связь между звуком и изображением. Для некоторых исполнителей эти анимированные обложки становятся такими же культовыми, как и сами треки, они распространяются в социальных сетях и формируют визуальную привлекательность релиза.

Одна из ключевых проблем - это разнообразие платформ. Обложка может отлично смотреться на Spotify, но быть неудобно обрезана на YouTube или требовать изменения размера, чтобы соответствовать сетке Tik Tok. Это заставляет дизайнеров выходить за рамки одного изображения и создавать визуальные системы, которые работают в различных форматах, сохраняя при этом согласованность. Цветовые схемы, шрифты и графика должны быть гибкими и узнаваемыми, обеспечивая единство во всех цифровых точках соприкосновения.

Цифровая эра не уменьшила важность обложек альбомов, а наоборот предала им новое значение. Сегодня обложка требует больше усилий, занимает меньше места и используется в большем количестве форматов. Но у нее также есть больше возможностей и продвигаться дальше в интернете [3].

Фотография и кинематографические сюжеты

В отличие от традиционных студийных съемок, кинематографические обложки, как правило, отказываются от искусственного совершенства в пользу эмоциональной глубины и двусмысленности. Цель состоит в том, чтобы передать настроение, душевное состояние или особую атмосферу, которая отражает тематику самой музыки. Эти изображения часто носят интроспективный, эмоционально насыщенный характер и предназначены для того, чтобы задержаться в воображении зрителя.

В рамках этого стиля появились определенные визуальные особенности:

- Мрачные, ненасыщенные цветовые палитры используются для передачи тонких эмоциональных переживаний: одиночества, ностальгии, неуверенности или спокойной решимости. Отсутствие ярких оттенков позволяет зрителю сосредоточиться на эмоциональной значимости предмета, а не на декоративной эстетике;
- Продуманная постановка сюжета напоминает язык кинематографа: объекты часто запечатлены в середине действия, смотрящими в сторону от камеры, или помещены в места, которые кажутся обжитыми и интимными. Например, спальни, коридоры или ночные кафе;
- Естественное или минимальное освещение играет решающую роль. Многие такие обложки сняты в сумерках, при свете уличных фонарей или в интерьерах с мягким освещением, что создает тени, зернистость или легкое размытие. Вместо того чтобы снижать качество, эти «несовершенства» создают ауру реализма, которая находит большой отклик у аудитории.

Ярким примером этого является рост популярности лофт-попа, жанра, основанного на самовыражении и эмоциональной открытости. На обложках альбомов в этом жанре часто представлены зернистые фотографии повседневной обстановки. Смятая постель, открытые окна, одинокая прогулка по тускло освещенной улице стали главными элементами этого жанра. Эти, казалось бы, банальные образы отнюдь не случайны. Они стирают границу между публичным и частным, погружая слушателя во внутренний мир исполнителя. Спокойная обыденность визуальных эффектов усиливает искренность музыки, создавая ощущение личной исповеди, которой можно поделиться только со слушателем.

Более того, этот кинематографический подход позволяет создать мощную форму эмпатической проекции. Избегая излишне отточенных или буквальных образов, эти обложки оставляют пространство для интерпретации.

Примечательно, что эта тенденция не ограничивается инди-жанрами. Даже исполнители мейнстрима используют кинематографические визуальные эффекты, чтобы дистанцироваться от избыточной эстетики и создать эмоциональную аутентичность. Например, такие исполнители, как Лана Дель Рей, The Weeknd и SZA, часто используют сюжеты ретро-фильмов и фотографии в аналоговом стиле, чтобы создать ощущение меланхоличного гламура, воспоминаний или потерянного времени. Их обложки напоминают старую видеокассету или забытый снимок - фрагменты индивидуальности и опыта, которые соответствуют лирическому содержанию их альбомов.

Многослойность делает этот стиль особенно эффектным. В отличие от кричащих, перенасыщенных дизайнов предыдущих эпох, кинематографические обложки не кричат, привлекая внимание, они шепчут, и тем самым создают более глубокое и стойкое впечатление. Зрители не просто смотрят на обложку; они становятся участниками истории, которая разворачивается еще до того, как прозвучит первая нота [5].

Новые рубежи: Дополненная реальность, NFT и интерактивность

Будущее дизайна музыкальных обложек связано с технологической интеграцией. Дизайнеры все чаще используют дополненную реальность (AR), интерактивные приложения для создания обложек и даже предметы коллекционирования на основе блокчейна, такие как NFT. Например, альбом Трэвиса Скотта «Astroworld», обложка которого превратилась в анимированную поездку по тематическому парку в режиме онлайн и в визуальные эффекты реального тура. Бьорк, выпустившая интерактивный VR-альбом «experience», который позволил фанатам исследовать визуальный 3D-мир, связанный с каждым треком. Инди-артисты выпускают анимированные обложки ограниченным тиражом под названием NFT, что обеспечивает новый источник дохода и способствует привлечению поклонников. Эти инновации позволяют предположить, что дизайн обложек переходит от двумерного искусства к иммерсивным платформам для мультисенсорного повествования.

Вывод

Дизайн обложек альбомов оказался удивительно гибким, развиваясь в разных форматах, от виниловых до кассетных, CD и цифровых, сохраняя при этом свою основную роль - визуально выражать суть музыки. Даже в современном быстро меняющемся, насыщенном контентом цифровом мире яркая обложка может вызвать эмоции, привлечь внимание и укрепить связь со слушателем еще до того, как прозвучит хотя одна нота.

Сила дизайна музыкальной обложки в краткости. Как и стихотворение в виде картинки, лучшие обложки говорят о многом, но при этом мало передают настроение, индивидуальность и повествование в одном кадре. Поскольку музыка сама по себе становится все более экспериментальной и жанрово размытой, обложки превратились в кинематографические визуальные эффекты, абстрактное искусство и даже интерактивные форматы, такие как дополненная реальность и анимация.

Обложка альбома не только не исчезла, но и продолжает процветать — не только как упаковка, но и как непреходящий культурный артефакт. Она остается визуальной душой музыки, адаптируясь ко времени и сохраняя при этом свой эмоциональный резонанс.

Список литературы

1. История культовых музыкальных обложек. URL: <https://goo.su/vclybJ> (дата обращения 09.03.25)
2. Эволюция дизайна музыкальных обложек. URL: <https://surl.gd/mlplos> (дата обращения 13.03.25)
3. Дизайн музыкальных обложек: от белых конвертов до яркого Spotify. URL: <https://goo.su/9jheuQn> (дата обращения 13.03.25)
4. 50 лучших музыкальных обложек альбомов всех времен по версии Billboard. URL: <https://goo.su/pcQno37> (дата обращения 15.03.25)
5. Концептуальные приемы в дизайне музыкальных обложек. URL: <https://goo.su/j7iph> (дата обращения 18.03.25)

References

1. *Istoriya kul'tovyyh muzykal'nyh oblozhek*. URL: <https://goo.su/vclybJ> [The history of iconic music covers]. (date accessed 09.03.25)
2. *Evolyuciya dizajna muzykal'nyh oblozhek*. URL: <https://surl.gd/mlplos> [The evolution of music cover design]. (date accessed 13.03.25)
3. *Dizajn muzykal'nyh oblozhek: ot belyh konvertov do yarkogo Spotify*. URL: <https://goo.su/9jheuQn> [Music cover design: from white envelopes to bright Spotify]. (date accessed 13.03.25)
4. *50 luchshih muzykal'nyh oblozhek al'bomov vseh vremen po versii Billboard*. URL: <https://goo.su/pcQno37> [The 50 best Music album Covers of all time according to Billboard]. (date accessed 15.03.25)
5. *Konceptual'nye priemy v dizajne muzykal'nyh oblozhek*. URL: <https://goo.su/j7iph> [Conceptual techniques in music cover design]. (date accessed 18.03.25)

Л.И. Каменник

РОЛЬ UI KIT В СОЗДАНИИ ДИЗАЙНА ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКОГО ИНТЕРФЕЙСА

© Л.И. Каменник, 2025

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна
191186, Санкт-Петербург, Большая Морская, 18

В статье исследуется роль UI kit в проектировании пользовательских интерфейсов. Рассматриваются преимущества готовых библиотек компонентов, включая ускорение процесса разработки, обеспечение визуальной консистентности и снижение нагрузки на команды дизайнеров и разработчиков. На основе эксперимента с использованием библиотеки Nuxt UI v3 в программе Figma анализируется эффективность применения UI kit для создания страницы поиска работы. Измеряется время проектирования, оценивается удобство работы с библиотекой и обсуждаются потенциальные выгоды для разработчиков. Сравниваются подходы к использованию готовых UI kit и разработке собственных библиотек с учетом уникальности продукта и временных затрат. Предлагаются рекомендации по выбору оптимального решения в зависимости от задач проекта.

Ключевые слова: UI kit, пользовательский интерфейс, UX/UI-дизайн, автоматизация проектирования, визуальная консистентность, Figma, Nuxt UI, разработка интерфейсов

L.I. Kamenik

St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design
18, Bolshaya Morskaya Street, St. Petersburg, 191186.

THE ROLE OF UI KIT IN USER INTERFACE DESIGN

The article explores the role of UI kits in user interface design. The advantages of pre-built component libraries are examined, including accelerated development, visual consistency, and reduced workload for design and development teams. Based on an experiment using the Nuxt UI v3 library in Figma, the effectiveness of UI kits is analyzed for designing a job search page. The design time is measured, the ease of working with the library is evaluated, and potential benefits for developers are discussed. The approaches to using ready-made UI kits versus developing custom libraries are compared, considering product uniqueness and time costs. Recommendations are provided for selecting the optimal solution depending on project requirements.

Keywords: UI kit, user interface, UX/UI design, design automation, visual consistency, Figma, Nuxt UI, interface development

Современные цифровые продукты требуют создания удобных, интуитивно понятных и эстетически привлекательных пользовательских интерфейсов. В условиях высокой конкуренции и ограниченных временных ресурсов разработка интерфейсов должна быть не только качественной, но и эффективной. Одним из инструментов, способствующих достижению этих целей, является UI kit — библиотека стандартизированных компонентов интерфейса, включающая кнопки, поля ввода, иконки, типографические стили и другие элементы. Использование UI kit позволяет ускорить процесс проектирования, обеспечить единообразие дизайна и улучшить взаимодействие между командами дизайнеров и разработчиков.

Актуальность темы обусловлена ростом популярности готовых библиотек компонентов, таких как Material UI, Ant Design и Nuxt UI, которые активно применяются в профессиональной практике. Однако выбор между использованием готового UI kit и созданием собственной библиотеки остается предметом дискуссий среди специалистов. В данной статье ставится цель исследовать роль UI kit в проектировании пользовательских интерфейсов, оценить их влияние на эффективность работы и предложить рекомендации по выбору подхода

Задачи исследования:

1. Определить основные преимущества и ограничения использования UI kit
2. Провести эксперимент по созданию пользовательского интерфейса с использованием Nuxt UI v3 в Figma.
3. Сравнить эффективность применения готовых UI kit и разработки собственных библиотек компонентов.
4. Сформулировать рекомендации для дизайнеров и разработчиков/

UI kit представляет собой набор заранее разработанных элементов интерфейса, предназначенных для многократного использования в процессе проектирования цифровых продуктов. Как правило, UI kit включает следующие компоненты:

- Графические элементы: кнопки, иконки, карточки, формы, всплывающие окна.
- Типографические стили: заголовки, подзаголовки, основной текст, аннотации
- Цветовые схемы: палитры, обеспечивающие визуальное единство.
- Гайдлайны: «правила применения компонентов для соблюдения консистентности» [2].

Такая структура позволяет стандартизировать процесс проектирования, минимизировать ошибки и обеспечить единообразие интерфейса на всех этапах разработки.

Использование UI kit предоставляет ряд преимуществ, которые существенно влияют на процесс проектирования и разработки:

1. Ускорение проектирования. Готовые компоненты позволяют сократить время на создание интерфейсов, так как дизайнеру не требуется разрабатывать каждый элемент с нуля.
2. Визуальная консистентность. Единые стили и правила обеспечивают согласованность дизайна, что улучшает восприятие продукта пользователем.
3. Снижение нагрузки на команду. «Дизайнеры могут сосредоточиться на исследовании пользовательского опыта (UX), а разработчики — на реализации функциональности, так как UI kit упрощает интеграцию компонентов» [1].
4. Поддержка масштабируемости. «Стандартизированные элементы облегчают обновление дизайна и добавление новых функций» [3].

Особенно значимым является взаимодействие UI kit с фреймворками разработки, такими как Vue.js в случае Nuxt UI. Фреймворк предоставляет готовые программные решения, которые синхронизируются с библиотекой компонентов, упрощая процесс верстки и интеграции.

Несмотря на преимущества, использование готовых UI kit имеет ограничения. Во-первых, готовые библиотеки могут не соответствовать уникальным требованиям бренда, таким как корпоративные цвета или голос бренда. Во-вторых, адаптация готового UI kit к специфическим задачам иногда требует дополнительных усилий, что может свести на нет экономию времени. Наконец, чрезмерная стандартизация может привести к потере оригинальности дизайна, что критично для продуктов, «стремящихся выделиться на рынке» [4].

Для оценки эффективности UI kit был проведен эксперимент, в ходе которого проектировалась страница поиска работы с использованием библиотеки Nuxt UI v3 в программе Figma. Nuxt UI v3 — это библиотека компонентов, разработанная для фреймворка Nuxt, основанного на Vue.js. Она включает широкий набор элементов, таких как кнопки, формы, карточки и фильтры, оптимизированных для создания современных интерфейсов [5].

Цели эксперимента:

- Измерить время, затраченное на проектирование страницы.
- Оценить удобство работы с Nuxt UI v3 для дизайнера и потенциальную выгоду для разработчиков.
- Сравнить результаты с гипотетическим сценарием разработки интерфейса без UI kit.

Описание задачи:

Страница поиска работы должна включать следующие элементы:

- Панель поиска с полем ввода и фильтрами (местоположение, тип занятости).
- Список вакансий в виде карточек с краткой информацией (название, компания, зарплата).
- Кнопки для перехода к детальной информации о вакансии.
- Дизайн выполнен для десктопной версии

Эксперимент проводился в Figma с использованием библиотеки Nuxt UI v3. После загрузки библиотеки был изменен акцентный цвет на синий, чтобы соответствовать предполагаемому стилю проекта. Также в процессе работы был скорректирован параметр скругления углов, который автоматически применялся ко всем компонентам, что значительно упростило процесс проектирования. Общее время, затраченное на создание страницы, составило 32 минуты, включая настройку библиотеки и финализацию прототипа.

Работа с Nuxt UI v3 оказалась интуитивно понятной благодаря логичной структуре библиотеки. Возможность массового применения изменений (например, скругления углов) позволила избежать рутинных операций. Для сравнения, создание аналогичной страницы без использования UI kit, заняло бы около 1 часа при отсутствии предварительной настройки стилей и компонентов. Если же учитывать создание полноценной библиотеки компонентов с нуля (включая цвета, типографику и гайдлайны), время могло бы превысить 2 часа.

Результаты эксперимента подтверждают высокую эффективность UI kit в ускорении проектирования. Использование Nuxt UI v3 позволило сократить время работы на 46–73% по сравнению с гипотетическими сценариями без библиотеки. Ключевыми факторами успеха стали:

- Готовые компоненты. Элементы, такие как кнопки, карточки и формы, были сразу доступны и требовали минимальной настройки.
- Гибкость настройки. Изменение акцентного цвета и скругления углов не вызвало затруднений и применялось ко всем компонентам автоматически.
- Интуитивность. Логичная структура библиотеки упростила процесс проектирования.

Для наглядности результатов представлены скриншоты, демонстрирующие процесс работы с Nuxt UI v3. На рисунке 1 показан финальный прототип страницы поиска работы, включающий панель поиска, фильтры и карточки вакансий

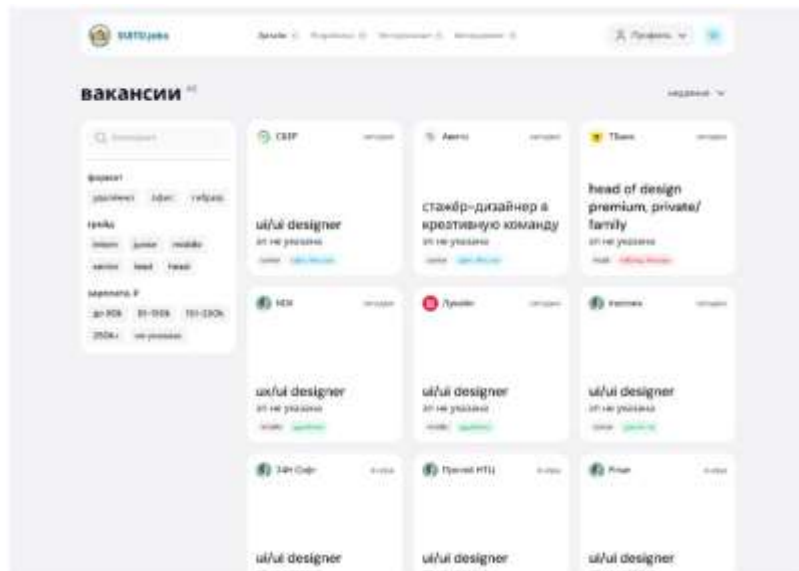


Рис.1. Прототип страницы поиска работы

На рисунке 2 представлена настройка личных предпочтений в библиотеке Nuxt UI, включая изменение акцентного цвета на синий.

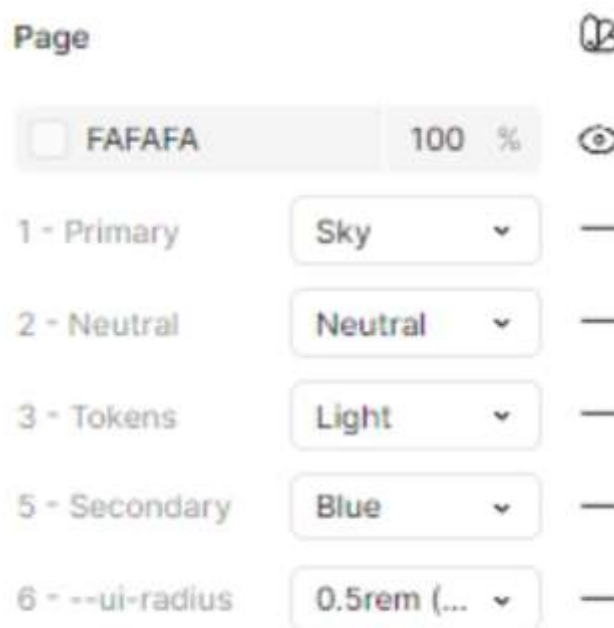


Рис. 2. Настройка личных предпочтений в библиотеке Nuxt UI v3.

На рисунке 3 показана настройка компонента Dropdown (выпадающего меню), используемого для профиля и настроек.

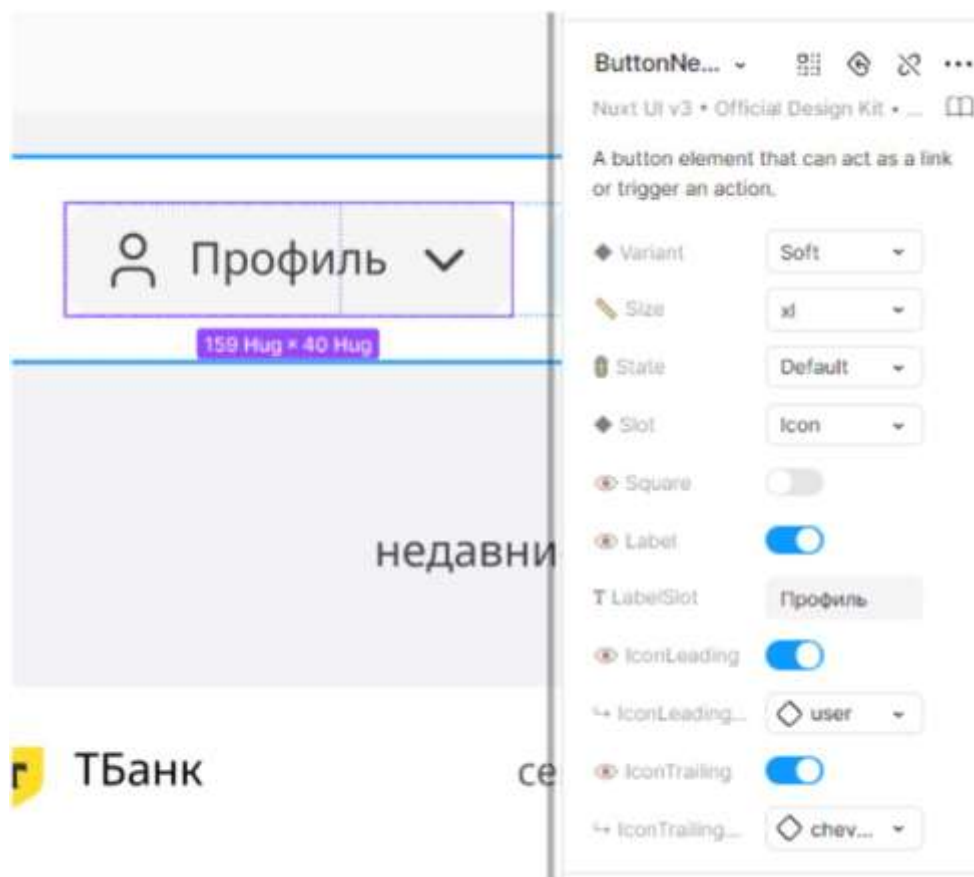


Рис. 3. Настройка компонента Dropdown в Nuxt UI v3.

В таблице 1 представлены результаты эксперимента по созданию страницы поиска работы с использованием библиотеки Nuxt UI v3 в программе Figma. Таблица включает три сценария проектирования:

- Проектирование с использованием Nuxt UI v3.
- Проектирование без UI kit, но без предварительной настройки стилей и компонентов.
- Проектирование без UI kit с созданием собственной библиотеки компонентов.

Каждый сценарий сопровождается временем, затраченным на выполнение задачи, и примечаниями, описывающими особенности процесса (например, настройка цвета и скругления, ручное создание компонентов).

Таблица 1. Сравнение времени проектирования страницы

Сценарий проектирования	Время (мин)	Примечания
С использованием Nuxt UI v3 32		Включает настройку цвета и скругления, интуитивный процесс
Без UI kit (без настройки стилей)	~60	Ручное создание компонентов, отсутствие массовых изменений
Без UI kit (с созданием библиотеки)		Полная разработка компонентов, стилей и гайдлайнов

Эксперимент показал, что использование Nuxt UI v3 значительно ускоряет процесс проектирования интерфейсов. Затраченное время (32 минуты) демонстрирует высокую эффективность библиотеки, особенно для типовых задач, таких как создание страницы поиска работы. Возможность массового применения изменений, таких как смена акцентного цвета или скругления углов, позволила избежать рутинной работы и сосредоточиться на компоновке элементов. Это подтверждает тезис о том, что UI kit «освобождает дизайнера для работы над пользовательским опытом (UX), а не над созданием базовых компонентов» [6].

Для разработчиков Nuxt UI v3 также предоставляет преимущества. Интеграция с фреймворком Vue.js обеспечивает синхронизацию между дизайном и кодом, минимизируя несоответствия при верстке. Однако стоит учитывать потенциальные риски, связанные с использованием готовых библиотек. Например, зависимость от обновлений Nuxt UI может привести к необходимости адаптации дизайна в случае изменения структуры компонентов. Кроме того, долгосрочная поддержка продукта «может быть осложнена, если библиотека перестанет обновляться или не будет соответствовать новым требованиям рынка» [7].

Готовые UI kit, такие как Nuxt UI v3, оптимальны для проектов, где приоритет отдается скорости и функциональности. Они подходят для стартапов, прототипов или приложений с типовыми интерфейсами. Однако для

продуктов с уникальными требованиями к брендингу разработка собственной библиотеки компонентов становится предпочтительным решением. Собственный UI kit позволяет:

- Полностью соответствовать корпоративным стандартам (цвета, типографика, голос бренда).
- Упростить коммуникацию между дизайнерами и разработчиками за счет четких гайдлайнов.
- Сократить время на проектирование последующих страниц благодаря многократному использованию компонентов [7].

В таблице 2 проведено сравнение использования готовых UI kit (Nuxt UI v3) и разработки собственных библиотек компонентов по четырем критериям:

- Время разработки.
- Визуальная уникальность.
- Гибкость.
- Поддержка команды

Таблица иллюстрирует преимущества и недостатки каждого подхода, помогая выбрать оптимальное решение в зависимости от задач проекта.

Таблица 2. Сравнение готовых и собственных UI kit

Критерий	Готовый UI kit (Nuxt UI v3)	Собственный UI kit
Время разработки	Низкое (32 мин на страницу)	Высокое (большие системы разрабатываются от нескольких недель до месяцев)
Визуальная уникальность	Ограничена стандартами библиотеки	Полное соответствие бренду
Гибкость	Требуется адаптация под задачи	Полная кастомизация
Поддержка команды	Упрощает интеграцию, но требует изучения	Требуется гайдлайнов для новых участников

На основе эксперимента и анализа можно предложить следующие рекомендации:

1. Используйте готовые UI kit, такие как Nuxt UI v3, для проектов с ограниченными сроками и бюджетом, чтобы ускорить проектирование и верстку.
2. Разрабатывайте собственный UI kit для продуктов с уникальным брендингом, чтобы обеспечить визуальную консистентность и упростить масштабирование.
3. Интегрируйте UI kit с фреймворками (например, Vue.js), чтобы минимизировать несоответствия между дизайном и кодом.
4. Регулярно обновляйте гайдлайны UI kit, чтобы поддерживать актуальность компонентов и упрощать адаптацию новых членов команды.
5. Учитывайте долгосрочные риски, связанные с зависимостью от готовых библиотек, и планируйте стратегию поддержки продукта.

Использование UI kit в проектировании пользовательских интерфейсов играет ключевую роль в повышении эффективности работы дизайнеров и разработчиков. Готовые библиотеки, такие как Nuxt UI v3, позволяют значительно сократить время на создание интерфейсов, обеспечить визуальную консистентность и сосредоточиться на улучшении пользовательского опыта [1]. Эксперимент с Nuxt UI v3 показал, что использование готовых библиотек позволяет сократить время проектирования на 46–73% по сравнению с созданием интерфейса без UI kit. Однако выбор между готовым и собственным UI kit зависит от специфики проекта. Для проектов с уникальными требованиями к брендингу разработка собственного UI kit является долгосрочной инвестицией, упрощающей последующее масштабирование. В дальнейшем целесообразно исследовать влияние UI kit на долгосрочную поддержку продуктов и их адаптацию к новым требованиям.

Научный руководитель: доцент кафедры цифровых и аддитивных технологий, кандидат технических наук Якуничева Е.Н.

Список литературы

1. Круг С. Не заставляйте меня думать! Веб-юзабилити и здравый смысл / С. Круг; пер. с англ. Е. Мухаметшина. — 4-е изд. — М.: Питер, 2022. — 240 с.
2. Nielsen J. Usability Engineering. Morgan Kaufmann, 1993.
3. Aufaitux. Design Systems at Scale: Building and Managing a Scalable Component Library. URL: <https://www.aufaitux.com/blog/scalable-design-system-guide> (дата обращения: 08.02.2025)
4. Shneiderman B. Designing the User Interface: Strategies for Effective Human-Computer Interaction. Pearson, 2016.
5. Nuxt UI Documentation. URL: <https://ui.nuxt.com> (дата обращения: 12.02.2025)
6. Cooper A. About Face: The Essentials of Interaction Design. Wiley, 2014.
7. Whiteui.store. What is a UI kit? And how you can use it in design workflow. URL: <https://www.whiteui.store/blog/what-is-ui-kit> (дата обращения: 17.03.2025)

References

1. Krug S. Ne zastavlyayte menya dumat'! Veb-yuzabiliti i zdaviy smysl [Don't make me think! Web usability and common sense] / S. Krug; per. s angl. E. Mukhametshina. — 4-e izd. — M.: Piter, 2022. — 240 s. (in Rus).
2. Nielsen J. Usability Engineering. Morgan Kaufmann, 1993.
3. Aufaitux. Design Systems at Scale: Building and Managing a Scalable Component Library. URL: <https://www.aufaitux.com/blog/scalable-design-system-guide> (date accessed: 08.02.2025)
4. Shneiderman B. Designing the User Interface: Strategies for Effective Human-Computer Interaction. Pearson, 2016.
5. Nuxt UI Documentation. URL: <https://ui.nuxt.com> (date accessed: 12.02.2025)
6. Cooper A. About Face: The Essentials of Interaction Design. Wiley, 2014.
7. Whiteui.store. What is a UI kit? And how you can use it in design workflow. URL: <https://www.whiteui.store/blog/what-is-ui-kit> (date accessed: 17.03.2025)

УДК 745.1

А.А. Киселева, А.И. Терзема́н

ТЕКСТИЛЬ КАК ИСКУССТВО: ВОЗВРАЩЕНИЕ К РУССКИМ ТРАДИЦИЯМ В ИНТЕРЬЕРЕ

© А.И. Терзема́н, А.А. Киселева, 2025

*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна
191186, Санкт-Петербург, Большая Морская, 18*

Аннотация: статья исследует значение русского текстиля в современном интерьере, подчеркивая его культурное и историческое значение. Автор рассматривает, как традиционные текстильные изделия — рушники, покрывала и лоскутные одеяла — могут гармонично вписаться в современные дизайнерские решения, создавая уникальную атмосферу и уют в доме. В статье также обсуждается возрождение интереса к ручным ремеслам и экологическим материалам, а также влияние этнических мотивов на современные тренды в дизайне. Русский текстиль становится не только элементом декора, но и важным связующим звеном между прошлым и настоящим, позволяя сохранить культурное наследие и передать его следующим поколениям.

Ключевые слова: русский текстиль, традиционные ремесла, современный интерьер, дизайн, культурное наследие, уют, ручная работа, этнические мотивы, экологические материалы, лоскутное шитье, вышивка, рушники, покрывала, декор, история текстиля

A.I. TERZEMAN

Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design
191186, St. Petersburg, Bolshaya Morskaya, 18

TEXTILES AS ART: A RETURN TO RUSSIAN TRADITIONS IN INTERIOR DESIGN

Annotation: The article explores the significance of Russian textiles in modern interiors, emphasizing their cultural and historical importance. The author examines how traditional textile products—such as rushnyks, bedspreads, and patchwork quilts—can harmoniously fit into contemporary design solutions, creating a unique atmosphere and coziness in the home. The article also discusses the revival of interest in handmade crafts and eco-friendly materials, as well as the influence of ethnic motifs on modern design trends. Russian textiles become not just a decorative element but also an important link between the past and the present, allowing for the preservation of cultural heritage and its transmission to future generations.

Keywords: Russian textiles, traditional crafts, modern interiors, design, cultural heritage, coziness, handmade, ethnic motifs, eco-friendly materials, patchwork sewing, embroidery, rushnyks, bedspreads, decor, history of textiles.

Представьте себе дом, в котором каждый текстильный предмет хранит свою историю, рассказывая о древних обрядах и передавая тепло рук умелых мастериц. Рушники, покрывала и лоскутные одеяла — это не просто элементы декора, а живая нить, связывающая нас с традициями. Но возможно ли гармонично вписать такие изделия в современный интерьер?

В последние годы наблюдается растущий интерес к традиционным ремеслам и культурному наследию, и русский текстиль не стал исключением. Он вновь обретает популярность, становясь важным элементом в дизайне интерьеров и моде.

Русский текстиль — это не просто изделия, а часть нашей истории и культуры. Каждое изделие несет в себе традиции и обычаи предков. Используя такие элементы в интерьере, мы не только сохраняем культурное наследие, но и передаем его следующим поколениям. Это создает связь между прошлым и настоящим, делая интерьер уникальным и наполненным смыслом.

В мире массового производства и однообразия русский текстиль предлагает уникальные изделия, которые невозможно найти в обычных магазинах. Ручная работа, авторские дизайны и традиционные техники делают каждое

изделие неповторимым. Это позволяет создать интерьер, который отражает индивидуальность и стиль, добавляя в него особую атмосферу.

Современные тенденции в дизайне интерьеров все больше акцентируют внимание на экологии и использовании натуральных материалов. Русский текстиль, выполненный из льна, хлопка и других природных тканей, отвечает этим требованиям. Он не только безопасен для здоровья, но и приятен на ощупь. Такие материалы создают комфорт в доме, способствуют хорошей вентиляции и атмосфере.

Такой текстиль можно использовать в самых разных формах. Вышитые рушники (это обрядовое, расшитое декоративное полотно прямоугольной формы) могут служить как настенные украшения, так и элементы декора на столе. Кружевные скатерти добавляют изящество в обеденные зоны, а лоскутные одеяла становятся яркими акцентами в спальне. Шали и платки можно использовать не только по назначению, но и как декоративные элементы, например, повесив их на стену или украсив ими мебель. Это многообразие позволяет легко интегрировать русский текстиль в любой интерьер.

Современные дизайнеры все чаще обращаются к этническим мотивам и традиционным техникам. Текстиль в русском стиле отлично вписывается в такие тренды, как «бохо», «кантри» и «прованс». Он добавляет тепла, создавая атмосферу домашнего уюта. Кроме того, сочетание старинных текстильных элементов с современными предметами мебели и декора помогает создать стильный и гармоничный интерьер.

Обратившись к прошлому, можно увидеть, что текстильное искусство в России имеет древние корни, уходящие своими истоками в тысячелетнюю историю. В Древней Руси текстильные промыслы были распространены, а полотно служило обменной монетой. Образцы текстиля, найденные в X–XI веках, свидетельствуют о высоком уровне мастерства русских искусниц уже тогда.

С раннего возраста девочек учили ткачеству, вязанию, прядению и вышивке, независимо от их социального статуса. Прялка становилась неотъемлемой частью жизни девушки, а веретено хранилось как зеница ока. Секреты мастерства передавались из поколения в поколение, и многие из них дошли до наших дней.

Ручное ткачество представляет собой одно из древнейших ремёсел, существовавших на территории северо-запада Восточной Европы. Оно не только отражает культурные и исторические особенности народов, но и является важным компонентом их художественной культуры. Исследование традиций текстиля различных народов имеет как теоретическую, так и практическую ценность для искусствоведов, историков и этнографов. На рубеже XX–XXI веков внимание к проблемам творческого использования художественных форм традиционных ремёсел в современном декоративно-прикладном искусстве становится особенно актуальным.

Ручное ткачество на территории северо-запада Восточной Европы начало развиваться ещё во II тысячелетии до н. э. В XIX и XX веках ручное ткачество сохраняло черты традиционности и было тесно связано с бытом и религиозными представлениями народов [1].

Исследование ручного ткачества охватывает как технологические, так и семантические аспекты. Описаны различные техники ткачества, их эволюция, а также семантика тканых узоров. Орнаменты, используемые в ткачестве, служили не только украшением, но и отражали культурные и религиозные представления народов [1].

Процесс ткачества можно рассматривать как сложное взаимодействие технологии и искусства, где каждая деталь имеет своё значение. Подробно описаны технологии ткачества, а также символика узоров, что позволяет глубже понять их значение в жизни народа [2].

С середины XX века ручное ткачество претерпело значительные изменения. Социальные, промышленные и культурные воздействия привели к утрате обрядовой функции ткачества. Однако интерес к народным орнаментам не исчез. Художники и дизайнеры начали использовать традиционные узоры в своих работах, создавая новые изделия, которые отвечали современным эстетическим требованиям [3].

В XX веке наблюдается рост художественных объединений, поддерживающих развитие искусства ручного ткачества. Это стало важным шагом в сохранении и развитии традиций, которые были под угрозой исчезновения в условиях быстро меняющегося мира.

Сегодня создавая изделия в стиле «a La Russe» дизайнер не только способствует развитию ремесел, но и помогает сохранить уникальные техники и знания, передаваемые из поколения в поколение. Участие в этом процессе придает особую ценность каждому предмету, который оказывается в интерьере.

В старину рушники использовались в ритуалах и обрядах. Их вышивали с особым вниманием к деталям, и каждый узор имел свое значение. На Руси рушники были не только функциональными, но и символическими предметами, которые сопровождали важные события в жизни человека: свадьбы, рождения, проводили на последний путь.

Сегодня рушники с растительными или геометрическими орнаментами отлично смотрятся как дополнение к скатерти, покрывалу или как настенное украшение в гостиной. Они могут служить не только элементом декора, но и напоминанием о культурных корнях (рис. 1).



Рис. 1. Рушник в современном прочтении

На Руси шторы и занавески часто шились из натуральных тканей. Домотканое полотно создавали вручную. Сегодня такие шторы могут стать отличным решением для тех, кто хочет добавить в свой интерьер элементы стиля Прованс или кантри.

Шторы из натуральных материалов отлично сочетаются с деревянной мебелью и натуральными материалами. Они могут создать атмосферу уюта и тепла, а также визуально расширить пространство.

Для создания легкой, воздушной атмосферы, можно выбрать тонкие занавески с минимальным декором (рис. 2). Более плотные шторы подойдут для спален и гостиных комнат, где нужно создать атмосферу уединения (рис.3).



Рис.2. Тонкие занавески с минимальным декором



Рис. 3. Плотные шторы

Выбрав изделия с орнаментами, можно тонко подчеркнуть концепцию интерьера в стиле «а La Russe». Вышитые элементы могут служить акцентами в интерьере, добавляя ему уникальности и характера. Вышивка ручной работы требует особого ухода. Но это не означает, что от нее следует отказываться. Наоборот, это подчеркнет тонкий вкус и высокий статус заказчика (рис.4).

Покрывала, или накидки, традиционно использовались в русских домах не только для украшения кроватей, но и для защиты мебели от пыли и износа. Часто их ткали из шерсти, льна или хлопка, а иногда украшали вышивкой или тесьмой. Такие покрывала могли быть однотонными или с геометрическими орнаментами (рис5).

Сегодня они могут стать стильным и практичным акцентом, особенно в спальне или гостиной. Покрывала из натуральных материалов создают атмосферу тепла и комфорта.



Рис. 4. Вышивка ручной работы



Рис. 5. Покрывала и накидки

Многие помнят, как наши бабушки создавали яркие изделия используя обрезки ткани. Каждое такое изделие было уникальным и неповторимым. Лоскутное шитье (или пэчворк) вновь становится популярным. Яркие цвета и разнообразие узоров делают его универсальным для различных стилей интерьера. Лоскутные изделия отлично смотрятся в интерьере (рис.6). Они добавляют тепло и гармонию в каждом уголке, особенно в детских комнатах или спальнях. Яркие и разнообразные узоры могут стать прекрасным акцентом, который оживит любое пространство.

Такие изделия можно комбинировать с однотонными текстурами, что создает гармоничный и сбалансированный вид. Они также отлично подходят для создания уютного и приветливого пространства, где можно расслабиться и отдохнуть.



Рис. 6 Лоскутное шитье

Кружева тонкой работы издавна украшали женскую одежду, постельное белье и предметы интерьера. Русские мастерицы создавали кружевные изделия вручную, и это была очень сложная и кропотливая работа. В наше время кружевные скатерти, салфетки и занавески могут придать пространству легкость и изящество, создавая атмосферу романтики.

Кружевные элементы прекрасно смотрятся в интерьере, добавляя нотки нежности и утонченности. Их можно использовать в современных интерьерах, создавая контраст с более грубыми текстурами.

Сочетая кружевные изделия с другими текстурами, такими как лен или хлопок, можно создать интересный визуальный эффект. Кружевные скатерти могут стать прекрасным дополнением к столу, а кружевные занавески — изящным акцентом в окнах(рис.7).



Рис. 7. Кружевные скатерти

В современном мире производство тканей стало высокоавтоматизированным, и существует множество методов и техник плетения нитей. Хотя ручное ткачество все еще существует, оно воспринимается как нечто экзотическое. Готовые изделия, созданные вручную, часто выставляются на различных выставках и продаются в качестве сувениров. Павловопосадские платки и крестецкая строчка — это два ярких примера русского текстильного искусства, которые имеют свои уникальные традиции и особенности.

Павловопосадские платки — это знаменитые изделия, которые производятся в городе Павловский Посад, расположенном недалеко от Москвы. Их история началась в XVIII веке, когда зажиточный крестьянин Яков Лабзин организовал массовое производство платков. Эти платки стали известны благодаря своим ярким цветам и сложным узорам, часто вдохновленным природой и фольклором. Изначально платки имели черный или красный цвет, но со временем палитра расширилась, и на них начали появляться изображения цветов, таких как розы и георгины. Павловопосадские платки стали символом русской культуры и популярным сувениром, отражающим богатство и разнообразие народного искусства [4].

Крестецкая строчка, в свою очередь, представляет собой одну из уникальных техник вышивки, которая возникла в селе Крестцы Новгородской губернии. Эта техника характеризуется использованием красных ниток для создания узоров, которые выглядят одинаково привлекательно с обеих сторон. Крестецкая строчка часто использовалась для украшения одежды и предметов быта, передавая традиции и мастерство местных рукодельниц [5]. Узорные швы и объемные многослойные элементы делают эту технику особенно привлекательной и востребованной.

Эти два элемента подчеркивают мастерство рукодельниц и их способность сохранять традиции, передавая их из поколения в поколение. Они прекрасно могут быть использованы в интерьере, подчеркивая традиционность русского стиля в новом звучании.

Павловопосадские платки — это настоящие произведения искусства, которые прекрасно вписываются в современный интерьер. Выполненные из шерсти, эти яркие и насыщенные по цвету платки могут добавить стиль в любое пространство. Их можно использовать как настенные панно, создавая акцент в комнате и привнося элементы русской культуры. Также платки отлично подходят для обивки стульев и диванов или в качестве декоративных подушек, добавляя ярких красок. Использование платков в качестве скатертей или салфеток подчеркивает стиль обеденного пространства. Их можно применять как аксессуары, повязывая на ручки мебели или используя в качестве драпировки. Платки прекрасно сочетаются с более строгими линиями мебели, что создает интересную игру на контрастах(рис.8).



Рис.8. Павловопосадский платок

В современном мире, где дом становится отражением нашей индивидуальности и ценностей, русский текстиль предлагает уникальные возможности для создания интерьеров, наполненных смыслом и историей. Он не только помогает сохранить культурное наследие, но и позволяет адаптировать его к современным реалиям, создавая гармоничное и уютное пространство для жизни.

Таким образом, использование русского текстиля в интерьере — это не просто дань моде, а важный элемент, который помогает нам соединить прошлое и настоящее, создавая уникальную атмосферу в доме. Это позволяет не только украшать пространство, но и наполнять его теплом и душевностью, создавая поистине уютный и гармоничный интерьер.

Русский текстиль — это часть нашей культуры и истории. Используя вышитые рушники, кружевные изделия, покрывала и лоскутные одеяла, можно создать уютное и стильное пространство, которое будет отражать индивидуальность и уважение к традициям. Создавая уникальные интерьеры, используя богатство русских текстильных традиций, дизайнер становится проводником культурного наследия.

Список литературы

1. *Доливо-Добровольская В.А.*, Руководство к ручному ткачеству и наставление к производству ковров. Санкт-Петербург, 1891
1. Dolivo-Dobrovolskaya V. A., *Rukovodstvo k ruchnomu tkachestvu i nastavlenie k proizvodstvu kovrov* [Guide to Hand Weaving and Instruction for Carpet Production]. Санкт-Петербург, 1891. (in Rus.).
2. Никифоровский Н.Я., Очерки простонародного жителя-бытия в Витебской Белоруссии. Витебск. 1895.
2. Nikiforovsky, N. Ya, *Ocherki prostonarodnogo zhitya-bytiya v Vitebskoy Belorussii* [Essays on the Folk Life in Vitebsk Belarus]. Витебск, 1895. (in Rus.).
3. Михайлова Л.В. Растительный орнамент в художественной практике российского текстиля XIX - XX веков/ Л.В. Михайлова/ Вестник МГХПА. Декоративное искусство и предметно пространственная среда. - №2 - М., 2011. - С.209-216
3. Mikhaylova, L. V., *Rastitel'nyy ornament v khudozhestvennoy praktike rossiyskogo tekstilya XIX - XX vekov* [Plant Ornament in the Artistic Practice of Russian Textiles of the 19th - 20th Centuries]. Bulletin of the Moscow State Academic Art Institute. Decorative Art and Spatial-Object Environment, (2), 209–216. Moscow.2011 (in Rus.)
4. Михайлова Л.В. Растительный орнамент в декоре платков, шалей, палантинов: история и современность/Л.В. Михайлова // Сборник материалов международной научной конференции «Мода и дизайн: новые технологии». -СПб, 2010.-С.61-65, 2010
4. Mikhaylova, L. V., *Rastitel'nyy ornament v dekore platkov, shaley, palantinov: istoriya i sovremennost'* [Plant Ornament in the Decoration of Scarves, Shawls, and Stoles: History and Modernity]. *V sbornike materialov mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii 'Moda i dizayn: novye tekhnologii'* [In the collection of materials from the international scientific conference 'Fashion and Design: New Technologies']. (pp. 61–65). St. Petersburg.2010 (in Rus.).
5. Рыбова Н. А., Кузнецова А. В. «Русское народное искусство», Москва, 1986
5. Ryabova N. A., Kuznetsova A. V. *Russkoe narodnoe iskusstvo* [Russian Folk Art], Moscow, 1986 (in Rus.).

Д.И. Климовская

К ВОПРОСУ О ДЕФИНИЦИЯХ ПОНЯТИЙ «УДОБОЧИТАЕМОСТЬ» И «РАЗБОРЧИВОСТЬ» В ТИПОГРАФИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ

© Д.И. Климовская, 2025

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна
191186, Санкт-Петербург, Большая Морская, 18

Текст, который нельзя прочитать, не имеет смысла. Закономерно, что основным требованием к текстовым шрифтам становится результативность их восприятия. Для оценки этого параметра были введены термины «разборчивость» (*legibility*) и «удобочитаемость» (*readability*), которые зачастую используются авторами как синонимы. В статье рассматриваются особенности коннотаций и границы терминов “*legibility*”, “*readability*” и их русскоязычных аналогов, предлагаются рекомендации по их корректному использованию. Выявлено, что несмотря на общую область оценки — и удобочитаемость, и разборчивость описывают простоту чтения — факторы, определяющие эти характеристики, различаются, а потому требуются разные условия для их экспериментальной оценки.

Ключевые слова: шрифт, типографика, удобочитаемость, читабельность, разборчивость, различимость

D.I. Klimovskaia

Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design
191028, St. Petersburg, Mokhovaya street, 26

ON DEFINITIONS OF THE CONCEPTS OF “READABILITY” AND “LEGIBILITY” IN TYPOGRAPHY THEORY

A text that can not be read is meaningless. It is natural that the main requirement for text fonts is the effectiveness of their perception. To assess this parameter, the terms “legibility” and “readability” were introduced, which are often used by authors as synonyms. The article examines the features of connotations and boundaries of the terms “legibility”, “readability” and their Russian-language analogues, and offers recommendations for their correct use. It was found that despite the general scope of assessment - both readability and legibility describe the ease of reading - the factors determining these characteristics differ, and therefore different conditions are required for their experimental assessment.

Key words: typeface, font, typography, readability, legibility

Активное развитие эргономического подхода привели к повышенному интересу к утилитарным характеристикам текстового набора. Простота при прочтении, которая всегда была важным аспектом текстовых гарнитур, становится особо актуальна в контексте изменения читательских привычек, перехода к клиповому мышлению и значительному увеличению количества информации, получаемой человеком. Для изучения доступности типографического решения — насколько легко и правильно можно прочитать и понять текст — в зарубежной практике используются термины *readability*, *legibility* и *comprehension*. Несмотря на то, что каждый из них вошел в активный дизайнерский словарь не менее 50 лет назад, до сих пор можно отметить противоречия в их трактовках, которые отчасти вызваны междисциплинарностью этих понятий. Каждый из терминов сначала активно использовался учеными и лишь позднее был заимствован дизайнерами. Исключение составляет разве что *comprehension*: традиционно дизайнеры уделяют меньше внимания исследованию степени понимания текста, так как наибольшее влияние на нее оказывают лингвистические факторы.

Различия в трактовках понятий «*readability*» и «*legibility*» не только осложняют изучение типографики для молодых дизайнеров, но и способны приводить к использованию некорректных или непродуктивных методов оценки. В русскоязычном дизайнерском дискурсе вопрос понятийного аппарата осложняется наличием нескольких вариантов перевода данных терминов. Статья посвящена систематизации трактовок понятий *readability*, *legibility* и их русскоязычных аналогов для выявления их синонимичности, а также поиску наиболее исчерпывающих определений.

В обобщенном смысле под *readability* принято понимать то, насколько текст легко прочитать. К подобному лаконичному определению прибегает Джеймс Феличи, отмечая, что «...независимо от типографического качества верстки и печати одни шрифты нашим глазам воспринимать удобнее», чем другие [1, с. 106]. Основным критерием удобства шрифта автор называет его привычность для читателя. Подтверждая свою мысль, Феличи приводит результаты эксперимента по сравнению антиквы и готического шрифта, который не выявил значительного снижения скорости чтения текста, набранного фактурой. Таким образом, несмотря на то, что графическое решение фактуры считается более сложным для восприятия, оно не привело к снижению удобства чтения для людей, привыкших взаимодействовать с готическими шрифтами.

В более широком понимании *readability* является характеристикой суммы всех типографических решений, которые формируют внешний вид текста и определяют «...легкость и комфорт, с которыми текст воспринимается и понимается» [1, с. 154]. Важными компонентами хорошо читаемого текста Феличи называет формат печатной страницы,

кегель шрифта и ширину колонки. Используемый шрифт также должен быть понятным. Возможность легко распознавать отдельные знаки, буквы и слова, набранные определенной гарнитурой, обозначается автором как *legibility*.

Схожую трактовку можно увидеть у Яна Чихольда. Так, среди критериев *readability* он называет используемый шрифт и способ набора. Залогом удобного для чтения шрифта типограф видит его конвенциональность и следование традициям, канонам формотворчества: «...допустимы только небольшие вариации формы и длины засечек, соотношения толщин основных и дополнительных штрихов. Но эти изменения возможны только в пределах устойчивого представления о привычной форме буквы» [2, с. 19]. Важным видится замечание о необходимости поиска компромисса между конвенциональностью форм и достаточным количеством отличий в каждой букве внутри знакового набора шрифта — «...равновесие между ассимиляцией и диссимиляцией в каждой букве» [2, с. 35]. Несмотря на то, что типограф называет это условием идеальной удобочитаемости, подобная формулировка скорее отвечает термину «*legibility*». Смещение этих понятий, вероятно, вызвано малой распространенностью термина на момент написания книги.

По данным, которые приводит Владимир Кричевский, первое исследование комфорта чтения шрифтов было предпринято в конце XVIII века. В нем глава Национальной Типографии Парижа сравнивал шрифты Дидо и Гарамон [3]. К концу XIX века термин «*readability*» уже прочно вошел в арсенал дизайнеров. Так его можно встретить в критических работах Уильяма Морриса. Термин «*legibility*», напротив, получил широкое распространение в середине XX века, когда наметился явный раскол в его трактовках. Так, если одни типографы и ученые концентрировались на эффективности (скорости) чтения, то другие подходили к вопросу комплексно, учитывая разные особенности читательского опыта, включая эстетику, понятность при беглом чтении, неустойчивость для глаз и т. д. [4]. Для точного определения границ термина потребовалось еще несколько десятилетий, однако нельзя сказать, что они окончательно утвердились и на данный момент.

Можно заметить, что даже в современных источниках при описании удобства чтения шрифта понятие «*readability*» зачастую подменяет «*legibility*». Якоб Нильсен в своем определении, напротив, описывает *legibility* как «...способность людей видеть, различать и распознавать символы и слова в тексте» [5]. Примечательно, что автор рассматривает доступность для восприятия всех элементов типографического оформления в рамках *legibility*, тогда как под *readability* понимает лингвистический аспект текста, его стилистические особенности и простоту языка, вне его визуального оформления. Однако такой подход является исключением и противоречит практике использования терминов в теоретических работах по дизайну.

Наконец, наиболее полное описание понятий дает Петр Каров. Несмотря на то, что у него также можно отметить небольшое смещение терминов из-за общего характера определения — он описывает *readability* как «...однозначную различимость образов, символов и слов», что может также соответствовать *legibility* — автор формирует наиболее комплексную картину факторов, которые влияют на удобство чтения [6, с. 259]. Так, по Карову, наивысшей доступности текст достигает, если читательские ожидания (созданные на основе контекста и антиципаций) подтверждаются семантикой текста, его синтаксисом и дизайном. Иначе говоря, *readability* оценивается по степени понимания всего текста, которая зависит от сложности самого текста, особенностей его верстки и читательской ситуации. Анализируя распространенные методы оценки *readability*, автор находит их не исчерпывающими. Например, он рекомендует не использовать скорость чтения как определяющий фактор, так как он отражает не комфортность чтения, а распространенность шрифта. Соответственно даже самый качественный шрифт покажет результаты хуже, чем привычный для читателя. Каров четко разграничивает *legibility* в контексте слова и отдельного знака, так как на распознавание буквы внутри слова влияет ряд факторов: ее форма, величина, насыщенность, соседствующие буквы, местоположение в слове, а также величина самого слова. Таким образом, самая легкая для восприятия отдельная буква может оказаться тяжелой в определенном контексте (например, *m* легко прочитать как *n*).

В русскоязычной профессиональной литературе набор терминов значительно шире. Так, если *readability* однозначно переводится как удобочитаемость, то *legibility* может обозначать разборчивость, различимость, различаемость, читаемость, читабельность. Обратимся к примерам употребления и определениям этих терминов, чтобы подтвердить или опровергнуть их синонимичность и взаимозаменяемость.

Владимир Кричевский четко разделяет понятия «*readability*» и «*legibility*» по формирующим их факторам макро- и микротипграфики. Так, под удобочитаемостью он понимает «...точность, эффективность и психофизиологический комфорт восприятия типографской формы», связывая его с особенностями текстового набора [3, с. 126]. Разборчивость, по мнению автора, призвана оценить легкость распознавания знаков конкретного шрифта, его четкость. Типограф подчеркивает важность разграничения терминов, ведь даже «...совершенный наборный шрифт теряет свое достоинство при ущербном наборе» [Там же]. Иными словами, даже самый разборчивый шрифт может породить неудобочитаемый текст. Однако можно отметить, что даже сам Кричевский использует термин «удобочитаемость» вольно: в том числе описывая узнаваемость графем. Несмотря на то, что разборчивость знаков входит в понятие удобочитаемости, такое использование позволяет рассматривать их как синонимы, что приводит к размытию границ терминов и их ошибочной взаимозаменяемости.

Схожий подход к трактовкам можно встретить во многих современных учебных пособиях. Однако Александра Королькова дифференцирует термины в первую очередь по контексту читательской ситуации. Под удобочитаемостью она понимает «...характеристику длинных текстов, предназначенных для сплошного чтения, и шрифтов для набора таких текстов», отражающих их удобство для читателя в стандартных условиях: нормальное освещение, продолжительный акт чтения, расстояние до глаз около 25-40 см [7, с. 14]. Разборчивость же автор преимущественно связывает с восприятием текста или шрифта в нестандартных условиях, в частности, при большом расстоянии до текста, слабом освещении или беглом чтении.

Интересно, что отечественная компания Paratype, напротив, отдает предпочтение переводу *legibility* как различимости. В своем словаре они трактуют термин как «...легкость распознавания отдельных знаков» [8]. Формулировку «различимость» также можно встретить и в материалах Бюро Горбунова. Учитывая полное семантическое совпадение, справедливо рассматривать эти термины как синонимы. Несмотря на то, что разборчивость является наиболее частотным переводом, в ней можно увидеть кальку с английского языка. Его большую популярность можно объяснить нормативностью для советского дизайнерского дискурса. В частности, формулировку «разборчивость» активно применяли авторы научных статей в журнале «Техническая эстетика». «Различимость», напротив, более интуитивно понятна, однако в научном дискурсе чаще применяется в контексте описания звука.

Однако варианты трактовки терминов этим не исчерпываются. Так, А. Бизяев выделяет читаемость, читабельность и удобочитаемость. В данном контексте читаемость (или узнаваемость) выступает как синоним разборчивости, тогда как читабельность может рассматриваться как нечто среднее между удобочитаемостью шрифта и его разборчивостью. Автор разделяет простоту узнавания отдельного знака (читаемость) и целого слова или гарнитуры (читабельность). Такой подход согласуется с исследованиями, которые отмечают разные механизмы распознавания отдельно стоящих букв и букв внутри слова. Удобочитаемость же Бизяев связывает, в первую очередь, с оформлением полосы набора. Причем наиболее важной характеристикой удобочитаемости автор видит не скорость чтения, а комфорт, так как скорость преимущественно зависит от анатомии знаков [9].

Обобщая опыт использования вышеописанных терминов в зарубежном и отечественном дизайнерском дискурсе, можно выявить следующие закономерности. Под разборчивостью (*legibility*) принято понимать легкость декодирования знака — то, насколько его можно просто и быстро отличить от других. Этот термин является наиболее узким и преимущественно отражает способность знаков гарнитуры или слова, набранного ею, быстро и легко распознаваться.

Можно заметить, что понятия удобочитаемость (*readability*) и разборчивость в контексте шрифтов часто используются как равноценные синонимы. Действительно, обе характеристики отражают, насколько шрифт легко прочитать. Однако различие кроется в причинах этого удобства. Так, удобочитаемый шрифт — это тот, который обладает значительной конвенциональностью и привычностью. Неслучайно Юрий Гордон определяет «идеал читаемости» через облако форм: если оцениваемый шрифт попадает в ядро облака — его контуры совпадают с наложенными поверх друг друга вариантами буквы из разных текстовых шрифтов — он будет легко читаться [10]. Как отмечает Ральф Херманн, образцовые гарнитурные характеристики читабельного шрифта в представлении дизайнеров — это отсутствие засечек, большое внутреннее белое пространство и увеличенная высота строчной буквы [11]. Напротив, разборчивость отражает, насколько знаки шрифта дифференцированы между собой.

Наглядным примером противоречия в этих терминах может служить упомянутый Феличи эксперимент: высокая удобочитаемость готического шрифта была обусловлена распространенностью и частотой его использования, когда разборчивость знаков значительно уступала антикве. Таким образом, использование этих терминов как взаимозаменяемых некорректно. Вопросы удобства для чтения одночастной «а» в сравнении с другими круглыми знаками или влияния высоты строчной на сокращение ошибок — это вопросы разборчивости. Корректно оценить разборчивость возможно лишь в тех случаях, когда сопоставляются формы в рамках одного шрифта или набора гарнитур, где изменяется только один параметр. Напротив, если в эксперименте сравнивается скорость чтения или количество ошибок на примере разных шрифтов, то это покажет удобочитаемость — их привычность для целевой аудитории.

Удобочитаемость текста оценивается не только по характеристикам используемого шрифта, но и по верстке, формату книги и сопутствующим процессу чтения факторам. Это сложное и комплексное понятие, которое практически невозможно объективно оценить, так как оно может учитывать физические и когнитивные ограничения читателя, условия чтения и стилистические особенности текста. Однако для сравнительно объективной и независимой оценки визуального оформления текста желательно создавать «равные условия»: фокус-группу желательно заранее знакомить с новыми шрифтами или повторять эксперимент несколько раз. Наиболее распространенными критериями оценивания удобочитаемости на данный момент являются скорость чтения, количество ошибок, количество фиксаций взгляда, направление саккад, субъективное отношение читателя к шрифту.

Вслед за Ричардом Пайком Петр Каров рекомендует разделять исследования различимости и удобочитаемости. Если ранее приведенные критерии как и отдельные специфические параметры (например, минимальное и максимальное расстояние для распознавания, минимальная и максимальная необходимая освещенность, узнаваемость знаков при размытии и т. д.) могут сравнительно объективно описать разборчивость, то для удобочитаемости он рекомендует уделять больше внимания степени понимания текста (*comprehension*), что во многом отсылает к пониманию удобочитаемости у Якоба Нильсена [6].

Характерно, что при сопоставлении терминов дизайнеры определяют удобочитаемость текста как более значимый фактор комфортного чтения, что подтверждает подчиненность терминов разборчивость/различимость. Так Феличи подчеркивает, что даже плохой шрифт может быть удобным для восприятия при хорошей верстке. Конечно, в идеальных условиях шрифт должен быть разборчивым, однако «...одна разборчивость не делает текст более удобочитаемым» [1, с. 154]. Чихольд, напротив, делает акцент на том, что плохая верстка может погубить даже самый качественный и доступный для восприятия шрифт [2].

Следует также помнить, что удобочитаемость и в большей степени разборчивость не имеют универсальных решений: типографика должна учитывать особенности коммуникативной ситуации и подстраиваться под них. Так, шрифт *Pragmatica*, разработанный для Большой Советской Энциклопедии, обеспечивает хорошую скорость чтения благодаря крупному очку строчного знака. Однако для набора художественной литературы он не подходит, так как при длительном чтении сильно утомляет глаза [9].

Таким образом, было выявлено, что, несмотря на частотную подмену терминов разборчивость шрифта и удобочитаемость (*readability*) шрифта, использование их в качестве синонимов некорректно, так как искажает представления о методиках исследования и проверки этих качественных характеристик. Так, если удобочитаемость во многом обусловлена привычностью шрифта, то для корректной оценки наиболее комфортных для чтения элементов верстки следует использовать шрифты, которые одинаково знакомы аудитории. В случаях изучения нового шрифта корректнее исследовать его разборчивость для оценки потенциала последующего использования: если любой шрифт будет удобным, когда «примелькается», тогда закономерно, что гарнитура, в которой знаки достаточно отличаются друг от друга, будет вызывать меньше ошибок. Однако следует учитывать, что, если задача исследования предполагает неспецифические условия чтения, то оценки удобочитаемости — соответствия конвенциональному образу для данного типа шрифта — может быть достаточно.

Научный руководитель: доцент кафедры бренд-коммуникации, кандидат искусствоведения, доцент Андреева В.А.

Scientific supervisor: Associate Professor of the Department of Brand Communication, Candidate of Art History, Associate Professor Andreeva V.A.

Список литературы

1. Феличи Дж. Типографика: шрифт, верстка и дизайн. СПб.: БХВ-Петербург, 2021. 496 с.
2. Чихольд Я. Облик книги. Избранные статьи о книжном оформлении и типографике. М.: Изд-во Студии Артемия Лебедева, 2013. 228 с.
3. Кричевский В. Типографика в терминах и образах. т. 1. М.: Слово, 2000. 144 с.
4. Berkson W., Enneson P. Readability: discovery and disputation // *Typography papers* 9. Pp.117–151. URL: https://typography.network/wp-content/uploads/2023/08/Berkson_Enneson_TypPp_9_Readability_discovery_and_disputation.pdf (дата обращения: 16.04.2025)
5. Nielsen J. Legibility, Readability, and Comprehension: Making Users Read Your Words. URL: <https://www.nngroup.com/articles/legibility-readability-comprehension/> (дата обращения: 16.04.2025)
6. Каров П. Шрифтовые технологии: Описание и инструментарий. М.: Мир, 2021. 454 с.
7. Королькова А. Живая типографика. М.: IndexMarket, 2012. 224 с.
8. Различимость // Глоссарий. URL: <https://info.paratype.ru/glossary> (дата обращения: 17.04.2025)
9. Бизяев А. Ю. Эстетика и удобочитаемость шрифта // Шрифты. Разработка и использование. М.: Издательство ЭКОМ, 1977. С. 21–42.
10. Гордон Ю. Книга про буквы от Аа до Яя. М.: Изд-во Студии Артемия Лебедева, 2013. 593 с.
11. Шрифт в айдентике, рекламе, многостраничниках, упаковке, навигации и вебе. М.: КАК Проект, 2013. 416 с.

References

1. Felichi Dzh. *Tipografika: shrift, verstka i dizajn*. [Typography: font, layout and design]. S.Petersburg. BHV-Peterburg, 2021. 496 pp. (in Rus.).
2. Chihol'd Ja. *Oblik knigi. Izbrannye stat'i o knizhnom oformlenii i tipografike* [The Look of the Book. Selected Articles on Book Design and Typography]. Moscow. Izd-vo Studii Artemija Lebedeva, 2013. 228 pp. (in Rus.).
3. Krichevskij V. *Tipografika v terminah i obrazah* [Typography in terms and images]. t. 1. Moscow. Slovo, 2000. 144 pp. (in Rus.).
4. Berkson W., Enneson P. Readability: discovery and disputation. *Typography papers* 9. Pp. 117–151. URL: https://typography.network/wp-content/uploads/2023/08/Berkson_Enneson_TypPp_9_Readability_discovery_and_disputation.pdf (date accessed: 16.04.2025)
5. Nielsen J. *Legibility, Readability, and Comprehension: Making Users Read Your Words*. URL: <https://www.nngroup.com/articles/legibility-readability-comprehension/> (date accessed: 16.04.2025)
6. Karov P. *Shriftovye tehnologii: Opisanie i instrumentarij* [Font Technologies: Description and Tools]. Moscow. Mir, 2021. 454 pp. (In Rus.).
7. Korol'kova A. *Zhivaja tipografika* [Live typography]. Moscow. IndexMarket, 2012. 224 pp. (in Rus.).
8. Razlichimost' [Legibility]. *Glossarij* [Glossary]. URL: <https://info.paratype.ru/glossary> (date accessed: 17.04.2025) (In Rus.).
9. Bizjaev A. Ju. *Jestetika i udobochitaemost' shrifta* [Font aesthetics and readability] // *Shrifty. Razrabotka i ispol'zovanie* [Fonts. Development and use]. Moscow. Izdatel'stvo JeKOM, 1977. Pp. 21–42. (in Rus.).
10. Gordon Ju. *Kniga pro bukvy ot Aa do Jaja* [A book about letters from Aa to Yaya]. Moscow. Izd-vo Studii Artemija Lebedeva, 2013. 593 pp. (in Rus.).
11. *Shrift v ajdentike, reklame, mnogostranichnikah, upakovke, navigacii i vebe* [Font in identity, advertising, multi-page, packaging, navigation and web]. Moscow. KAK Proekt, 2013. 416 pp. (in Rus.).

П.А. Колышева

ВИЗУАЛЬНЫЕ ГРАФИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К МУЗЫКАЛЬНЫМ ТРЕКАМ, КАК КОММУНИКАЦИОННЫЙ АСПЕКТ, ФОРМИРУЮЩИЙ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ОБ ИСПОЛНИТЕЛЕ И ЕГО ПРОИЗВЕДЕНИИ

© П. А. Колышева, 2025

*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна
191186, Санкт-Петербург, Большая Морская, 18*

В статье рассматривается то, как именно обложки музыкальных произведений способны повлиять на слушателей. Рассматривается история развития музыкальных обложек. А также методы воздействия визуальной культуры на восприятие музыки и почему это актуально в нынешнем веке.

Ключевые слова: обложка, музыка, артист, слушатель, автор, дизайн, впечатление, изображение, сюжет.

Kolysheva P.A.

Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design
191186, Saint Petersburg, Bolshaya Morskaya, 18

VISUAL GRAPHIC MATERIALS FOR MUSICAL TRACKS AS A COMMUNICATION ASPECT THAT FORMS IDEAS ABOUT THE PERFORMER AND HIS WORK

The article discusses how music covers are able to influence listeners. The history of the development of music covers is considered. And also, methods of influence of visual culture on perception of music and why it is actual in the present century.

Keywords: cover, music, artist, listener, author, design, impression, image, story.

Цель исследования – исследовать и проанализировать роли визуальных графических материалов в формировании восприятия музыкальных треков и их исполнителей, а также выявление их коммуникативного потенциала как средства передачи информации о музыкальном произведении.

Задачи исследования:

- Описать предметную область музыкальных обложек;
- Выявить роль визуальных графических материалов в формировании восприятия музыкальных треков и их исполнителей;
- Исследовать коммуникативный потенциал визуальных графических элементов;
- На основе проделанного исследования, сделать выводы.

В двадцатом первом веке невозможно представить жизнь без ярких графических материалов, которые сопровождают человека на всем его жизненном пути. Этими элементами являются и постеры в метро, и красивые картины на стенах гостиной, и, конечно же, обложки для музыкальных треков. Однако появляется вопрос необходимости визуального сопровождения. Чтобы подробнее изучить его, прежде всего, необходимо обратиться к истории. Нужно вернуться в то время, когда музыкальные обложки впервые появились.

Начало иллюстрированных обложек

Самые первые музыкальные пластинки, тогда еще шеллачные грампластинки, выпускались в простых бумажных конвертах. На них не было рисунка или иных других опознавательных признаков, помимо самого названия пластинки и автора композиции. Они ничем не отличались друг от друга, если не считать названий. В то время трудно было предугадать, какая именно мелодия и ритм ожидает под упаковкой. Первые обложки можно увидеть на рис. 1.



Рис. 1. Первые музыкальные обложки

Однако всё изменилось в 1938 году. Компания Columbia Record, в те времена крупнейшая студия звукозаписи, удивила рынок продаж, впервые выпустив свои пластинки с новыми, цветными обложками. Арт-директор компании, Алекс Стейнвейс, создал обложку для 3-й симфонии Бетховена, которая в последствии привела к росту продаж на 800% [1]. Данные показатели не только доказали эффективность подобной стратегии, но также и показали новый виток развития не только для музыкальной, но также и для творческой сферы. После этого музыка на рынке не могла обойтись без визуального сопровождения. Первая иллюстрированная обложка показана на рис. 2.



Рис. 2. Первая иллюстрированная обложка

В то время, Стейнвейс активно экспериментировал с типографикой и цветами, создавая уникальные визуальные решения. Его работы заложили основу для дальнейшего развития музыкального дизайна и превратили обложку пластинки в самостоятельное художественное направление. Благодаря этому уже в 1960-х годах музыкальные обложки начали восприниматься, как самостоятельное искусство. Музыкальные группы активно сотрудничали с художниками, такими как Энди Уорхол, Роджер Дин и Сторм Торгерсон, создавая культовые визуальные образы. Например, Уорхол оформил знаменитую обложку альбома «The Velvet Underground & Nico» с изображением банана, которая в итоге стала символом поп-арта. Обложку можно увидеть на рис. 3.



Рис. 3. Обложка альбома «The Velvet Underground & Nico»

Постепенно с развитием технологий, дизайн обложек эволюционировал. Дизайн обложек от простых иллюстраций перешел к фотографиям, коллажам и цифровым эффектам, а размер обложек уменьшился с переходом к компакт-дискам.

Сегодня же, в цифровую эпоху, обложки адаптировались к экранным форматам и зачастую включают видеоряд для платформ вроде «Spotify» и «Яндекс.Музыка».

Влияние графических элементов на представление слушателей

После изучения истории музыкальных обложек невольно встает вопрос, почему появления иллюстрации так сильно повлияло на продажи диска и на музыкальную индустрию в целом.

Для начала следует отметить, что визуальная составляющая оказывает значительное влияние на восприятие музыкальных произведений, формируя у слушателя определённые ожидания и эмоциональные реакции. Еще до того, как человек услышит первую ноту произведения на него и его мнение, начнут влиять различные визуальные факторы [2]. Обложка, название трека на ней, используемый шрифт и подобранные цвета. Эти вышеперечисленные факторы выступают в качестве первого визуального контакта между слушателем и творчеством артиста. Именно обложка

играет одну из решающих ролей в формировании первого представления об исполнителе и его произведении, позволяя сделать впечатление от прослушивания более запоминающимся.

Визуальная часть музыкального трека может подсказать стиль и ритм песни, а также и рассказать о личности самого автора, посредством обложки. Одним цветом музыкальной обложки можно значительно поменять впечатление слушателя от всего произведения. Неоново-зеленый, слишком яркий и «кричащий» покажет бунтарский нрав трека в то время, как нежно-розовый укажет на романтическое настроение и меланхолию. Научно доказано, что цвет может вызывать эмоции, заставлять тревожиться или, наоборот, помочь нервному человеку успокоиться [3]. Именно поэтому при создании обложек важно знать и использовать психологию цвета и другие базовые знания графического дизайна, чтобы суметь передать именно то настроение и мотив, которые изначально задумывались артистом. Если же обложка не сумеет передать настроение альбома, то аудитория может сильно разочароваться из-за обманутых ожиданий.

Доказывая вышесказанное стоит привести пример. В 2024 году, Институт эмпирической эстетики Макса Планка во Франкфурте-на-Майне, провел исследование того, как визуальные элементы влияют на восприятие музыки в целом. Проведя опрос более 40 человек, исследователи выявили, что сочетание музыки и изображений может усиливать эстетическое восприятие искусства. Участники того исследования сообщали о более сильных эмоциях и большем удовольствии от прослушивания, когда визуальные элементы были включены. [4]

Почему музыкальные обложки особенно актуальны

Эта тема является особенно актуальной в веке технологического развития, когда музыкальная сфера отличается высоким уровнем конкуренции. Иногда именно визуальный контент может стать тем, что выделит артиста среди прочих и позволит ему увеличить вовлеченность слушателей. Благодаря обложкам и используемым визуальным приемам, артист выстраивает некоторый образ, который в последствии закрепляется и вызывает у его аудитории симпатии и ожидания, чтобы удержать уже имеющуюся аудиторию или привлечь новую. Заметив примечательную обложку, слушатель может захотеть прослушать саму композицию выбрав ее среди прочих. Это может произойти из-за различных факторов, таких как:

- Визуальная привлекательность. Обложка может привлечь потенциального слушателя благодаря интересной идее или привлекательной картинке;
- Личные предпочтения. В зависимости от личных предпочтений слушателя, обложка может привлечь потенциального слушателя заинтересовав определенной темой или направлением;
- Узнаваемость. Обложка может привлечь потенциального слушателя благодаря узнаваемому стилю исполнителя или определенным элементам используемыми только конкретным художником;

Благодаря этим пунктам, обложка для музыкальных произведений является чуть ли не основой для привлечения новых слушателей.

Также для привлечения аудитории музыкальные треки часто сопровождаются различными постерами, лимитированными карточками, красочными фотобуками и прочими дополнительными материалами, которые могут значительно повысить лояльность людей и узнаваемость самого артиста. Особенно популярны такие раздатки в музыкальной индустрии Кореи. С выходом нового альбома группы или исполнителя на рынке, также появляются специальные альбомы, в которых можно найти дополнительный видео и аудио материалы, лимитированные карточки с участниками, различные постеры и плакаты. К примеру, корейские группы, такие как BTS и Blackpink, часто выпускают лимитированные издания своих альбомов с эксклюзивными фотобуками и карточками. Эти материалы быстро распродаются и становятся коллекционными предметами среди фанатов групп. Пример лимитированных изданий представлен на рис. 4.



Рис. 4. Дополнительные материалы к альбому «Blackpink»

Подобные дополнения создают уникальный опыт, который будет тяжело найти у других артистов. Помимо этого, иногда визуальные материалы могут рассказать историю, дополняя музыку и раскрывая тему чуть глубже, что поможет слушателям проникнуться работой и лучше ее запомнить.

Подводя итог, хочется сказать, что графические материалы играют значительную роль в формировании общего восприятия музыкального контента. В современной музыкальной индустрии визуальные элементы не менее важны, чем сама музыка, поскольку они создают первое впечатление о творчестве артиста и влияют на эмоциональную связь с аудиторией.

Научный руководитель: старший преподаватель кафедры цифровых и аддитивных технологий, Славникова Мария Александровна

Scientific supervisor: Senior Lecturer of the Department of Digital and Additive Technologies Department, Slavnikova Maria Aleksandrovna

Список литературы

1. History of record covers: the face of 50s jazz URL: <https://www.grapheine.com/en/history-of-graphic-design/history-record-covers-design-50s-jazz> (дата обращения: 05.04.2025)
2. ПОЧЕМУ К ВИЗУАЛЬНОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ В МУЗЫКЕ НУЖНО ОТНОСИТЬСЯ ПРЕДЕЛЬНО СЕРЬЕЗНО? URL: <https://www.muztorg.ru/articles/pochemu-k-vizualnoj-sostavlyayushhej-v-muzyke-nuzhno-otnositsya-predelno-serezno> (дата обращения: 06.04.2025)
3. Психология цвета: самое важное URL: https://skillbox.ru/media/design/psy_of_colour/ (дата обращения: 06.04.2025)
4. Capturing differences in perception and aesthetic judgment of live or medially presented music: development of a self-report instrument URL: <https://www.frontiersin.org/journals/psychology/articles/10.3389/fpsyg.2024.1339168/full> (дата обращения: 06.04.2025)

References

1. History of record covers: the face of 50s jazz URL: <https://www.grapheine.com/en/history-of-graphic-design/history-record-covers-design-50s-jazz> (accessed on 05.04.2025)
2. Pochemy k vizualnoj sostavlyayushey v mysike nysno odnosytsya predelno seresno? URL: <https://www.muztorg.ru/articles/pochemu-k-vizualnoj-sostavlyayushhej-v-muzyke-nuzhno-otnositsya-predelno-serezno> [WHY SHOULD THE VISUAL COMPONENT IN MUSIC BE TAKEN EXTREMELY SERIOUSLY?](date of access: 06.04.2025)
3. Psychologia cveta: samoe vasnoe URL: https://skillbox.ru/media/design/psy_of_colour/ [Psychology of color: the most important] (date of access: 06.04.2025)
4. Capturing differences in perception and aesthetic judgment of live or medially presented music: development of a self-report instrument URL: <https://www.frontiersin.org/journals/psychology/articles/10.3389/fpsyg.2024.1339168/full> (date of access: 06.04.2025)

М.М. Кривонос

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В СОВРЕМЕННОЙ ФОТОГРАФИИ: АВТОРСТВО И ЭТИКА

© М.М. Кривонос, 2025

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна
191186, Санкт-Петербург, Большая Морская, 18

В статье освещено влияние искусственного интеллекта на современную фотографию. Анализируются ключевые изменения, произошедшие в области фотографии благодаря ИИ, включая автоматизацию процесса обработки и создания изображений, этические дилеммы, возникающие при использовании ИИ в фотографии, связанные с вопросом авторства, и прогнозы автора на дальнейшее развитие ИИ и сотрудничество фотохудожников с ним.

Ключевые слова: искусственный интеллект, современная фотография, обработка фотографий, создание изображений, авторство, уникальность, ИИ в фотографии

М.М. Krivonos

Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design
191186, Saint Petersburg, Bolshaya Morskaya, 18

THE USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN CONTEMPORARY PHOTOGRAPHY: AUTHORSHIP AND ETHICS

The article highlights the impact of artificial intelligence on modern photography. It analyzes the key changes that have occurred in the field of photography thanks to AI, including the automation of the process of processing and creating images, the ethical dilemmas that arise when using AI in photography related to the issue of authorship, and the author's predictions for the further development of AI and the collaboration of photo artists with it.

Keywords: artificial intelligence, modern photography, photo processing, image creation, authorship, uniqueness, AI in photography

В настоящее время наблюдается ускоренное развитие современных технологий, особенно в области искусственного интеллекта. Исследователи и разработчики прилагают значительные усилия для совершенствования этой области, что приводит к появлению все более сложных и разнообразных нейронных сетей. В результате активной исследовательской деятельности, каждый год появляются новые типы нейронных сетей, специализированных для выполнения конкретных задач.

Основная цель создания Искусственного Интеллекта (ИИ) – преобразование и облегчение каких-либо рутинных процессов, мешающих человеку заниматься различными открытиями и творчеством. Со временем Искусственный Интеллект интегрировался в современное искусство, в том числе фотографию. Эта интеграция является свидетельством динамичного развития как художественных, так и технологических практик. Технологии Искусственного Интеллекта, такие как нейросети, позволяют художникам и фотохудожникам воплощать визуальные произведения искусства, создание которых было бы невозможно с помощью традиционных средств. Использование Искусственного Интеллекта открывает новые горизонты для творчества, помогая художникам не отвлекаться на технический аспект своей деятельности. Теперь автор может не думать о том: «Как реализовать?»; он думает: «Что я хочу сказать?». Из важных для опытных и, особенно, начинающих фотографов функций появились некоторые опции, облегчающие постобработку, например: корректировка баланса белого, фокусировки, экспозиции, ретушь кожи, удаление фона, лишних предметов в кадре и т.д. Можно сказать, что все это было доступно и ранее, например, в такой программе как Adobe Photoshop, что будет правдой. Но стоит отметить, что нейросети позволяют делать это «значительно быстрее и со временем будут делать гораздо точнее» [1]. Из более новых функций появляется возможность более качественно и быстро восстанавливать старые снимки, избавляя кадры от трещин, потертостей, заполняя разрывы и т.д. Также теперь можно быстро и без особых усилий «раскрашивать» черно-белые фотографии, сделав их более живыми и красочными [2]. Также стоит упомянуть такую функцию, как генеративное дополнение. С помощью этой опции можно не только «подчистить» фотографию, но и добавить предметы, изначально не присутствовавшие в кадре. С помощью этой же функции можно изменить цвет волос модели, одежды, в которую она одета, сменить прическу или образ человека в кадре. Все это позволяет упростить процесс постобработки фотографии и в момент съемки сконцентрироваться на самой идее, объекте съемки, эмоциях, которые автор хочет передать своим зрителям.

Благодаря внедрению Искусственного Интеллекта в современное искусство и фотографию стали появляться новые стили, например, «generative art photography». Само по себе генеративное искусство и генеративная художественная фотография начали развиваться довольно давно. Еще в 1950-ых первооткрыватель генеративного искусства Герберт Франке проводил уникальные фотоэксперименты в своей лаборатории, играя с пересечениями света, движениями и случайностью. В рамках своего проекта «9 аналоговых графиков» (1956-1957 гг.) Франке создал изображения на осциллографе с помощью компьютера, делая снимки на движущуюся камеру с открытой диафрагмой [3-4].

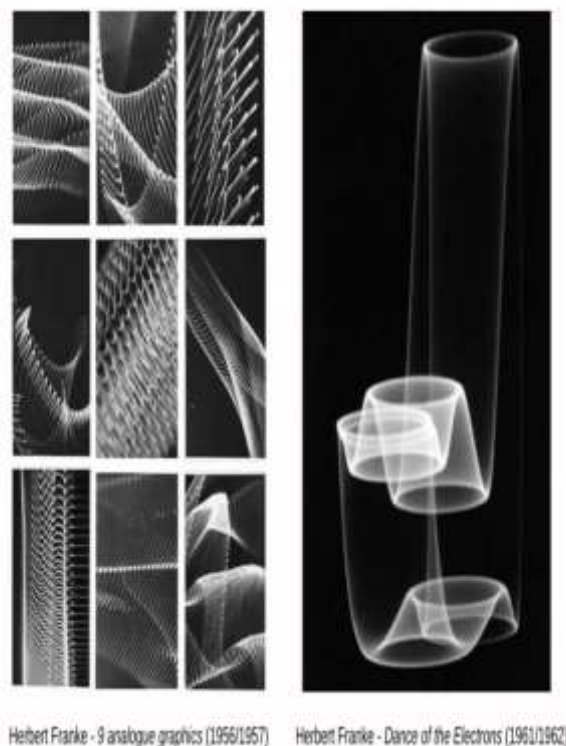


Рисунок 1 - «9 аналоговых графиков». Герберт Франке, 1956-1957 гг.

Часто представляемый как отец генеративной фотографии, придумавший этот термин в 1968 году, Готфрид Йегер использовал изготовленную на заказ камеру с несколькими отверстиями для создания геометрических форм. Далее представлена цитата Филиппа Барсио о вышеупомянутом фотографе: «Вместо того, чтобы фотографировать вещи, он решил создать легкую картину - композицию, построенную исключительно из света и светочувствительной поверхности. Для этого он изобрел многокамерную камеру с несколькими отверстиями. Все элементы, которые определили бы результат картины, такие как расположение отверстий, качество света, время экспозиции, были определены системами, поэтому окончательная композиция была бы генеративной, а не выразительной. Процесс дал образы, которые являются по-настоящему абстрактными и по-настоящему конкретными - изображения, которые относятся только к ним самим.» [5].



Рисунок 2 - Generative Color. Photographs. Gottfried Jäger

Рассмотрим также примеры современных интеграций Искусственного Интеллекта в сферу художественной фотографии и искусства.

Эспен Клюг - современный художник и программист, чьи работы находятся на пересечении цифровых технологий и художественного творчества. В проекте «Альтернативы» он использует алгоритмические методы для

переосмысления визуальных историй: исходные фотографии, найденные в открытых источниках, подвергаются цифровой деконструкции, превращаясь в абстрактные образы. Этот процесс не только меняет эстетику изображений, но и поднимает вопросы авторства, оригинальности и интерпретации визуальной информации в эпоху ИИ. Клюг применяет генеративные алгоритмы и нейросети, чтобы создать альтернативные версии реальности, где привычные формы растворяются в цифровых паттернах. Его работы демонстрируют, как программирование может стать инструментом художественного высказывания, расширяя границы фотографии и цифрового искусства. Работы Клюга - пример того, как современные технологии позволяют художникам пересматривать традиционные медиа, создавая принципиально новые формы визуального нарратива [6].



Рисунок 3 – 4 портрета из серии «Альтернативы». Эспен Клюг, 2019 г.

Медиа-выставка «Фракталы», которая проходила в Санкт-Петербурге в 2022-2023 гг., является первой персональной выставкой турецкого медиа-арт-художника Озана Тюрккана. Выставка представляет собой результат многолетних исследований фрактальной геометрии, интерпретация эстетики и красоты алгоритмов. Чтобы создать иллюзию полного погружения в атмосферу своего художественного видения, Озан Тюрккан сам сочиняет саундтреки - специально для выставки в галерее «Цифергауз» он создал вдохновленный произведениями Шостаковича звуковой ряд, в котором закодировал фрактальные образы так, чтобы они следовали за ритмом музыки. А все его произведения создавались на основе фотографий, которые художник собирал на протяжении многих лет, а затем обрабатывал и «оживлял» при помощи нейросетей [7].

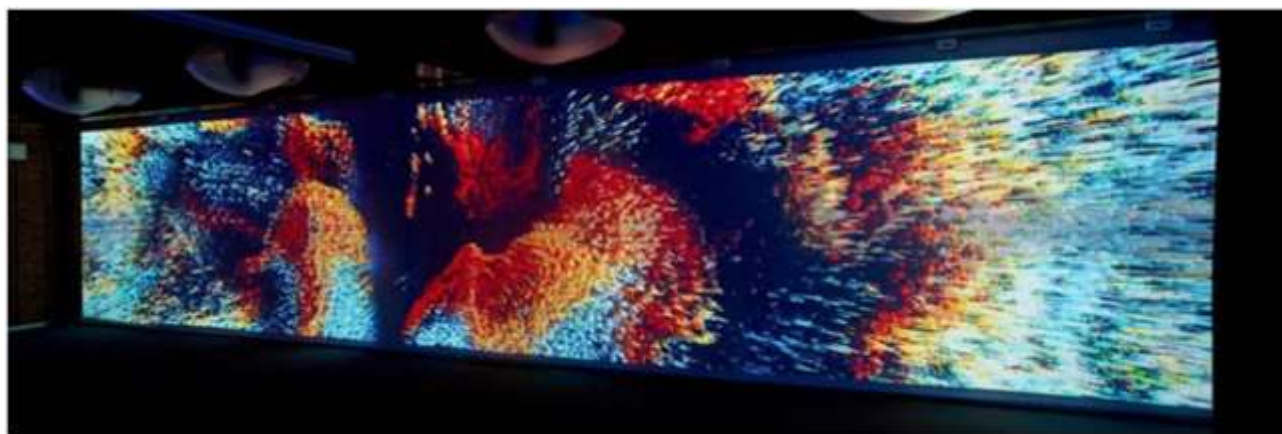


Рисунок 4 – Инсталляция. Озан Тюрккан

Таким образом, мы видим, что Искусственный Интеллект является не просто инструментом и дополняет, а трансформирует фотографию как вид искусства, открывая новые возможности для выражения творческих идей и исследования визуального языка, а также позволяет появляться новым видам фотоискусства. В мире фотографии, переживающей бурный расцвет благодаря Искусственному Интеллекту, открылись новые горизонты творчества, но одновременно возникли и непростые вопросы. Один из самых острых – это вопрос авторства. Кто же является автором сгенерированной или дополненной фотографии: нейросеть, разработавшие и обучившие ее специалисты, художники, на чьих картинках обучалась нейросеть, или все-таки художник, написавший текст-промт? Этот вопрос – не просто философский спор. Ответ имеет значение для определения прав на авторство, использования и продажи фотографий.

Аналогичный вопрос возникал у общественности, когда был создан фотоаппарат. Но уже в 1884 году Верховный суд США постановил, что фотоаппарат является только инструментом, а мастер, стоящий за ним, соответственно, является автором созданного изображения. Также в истории известен следующий случай. В 2008 году британский фотограф посетил Индонезию, чтобы сфотографировать находящихся под угрозой исчезновения обезьян-макак. В какой-то момент фотограф обнаружил, что его камера была взята и случайно использована одной из обезьян. После

того, как Википедия опубликовала одну из фотографий, четко указывая, что та не защищена авторским правом, фотограф Дэвид Слейтер начал судебное разбирательство в суде США по авторскому праву, заявив, что он имеет исключительные права на фотографии. В итоге дело было урегулировано вне суда в пользу фотографа, который в свою очередь пожертвовал двадцать пять процентов будущих доходов в пользу защиты обезьян [8-9].

Вопрос о возможности обладания авторским правом нейросетью возникает отчасти оттого, что людям свойственно одушевлять Искусственный Интеллект. Но стоит заметить, что это все-таки неодушевленное «существо», которое в том числе не обладает самосознанием, а следовательно не может претендовать на авторское право и быть его носителем. Также согласно ст.1257 ГК РФ об авторском праве, автором произведения науки, литературы или искусства признается гражданин, творческим трудом которого оно создано. Нейросеть не является гражданином. Следовательно, вопросов относительно авторских прав на произведения, созданные искусственным интеллектом или с его помощью, возникнуть не может. Но стоит учесть, что на данный момент этот вопрос только обсуждается в юридических и этических кругах и сейчас не существует закона, полностью закрывающего вопрос об авторском праве на сгенерированные или в значительной мере дополненные нейросетью изображения [10].

Появление и широкое распространение нейронных сетей в сфере фотографии порождает ряд этических дилемм, требующих пристального внимания и решения. С помощью Искусственного Интеллекта возможно создание фотореалистичных изображений, которые трудно отличить от настоящих фотографий. В таком случае возникает риск создания оскорбительного, компрометирующего контента, распространения поддельных новостей и доказательств, с помощью которых можно манипулировать общественным мнением. В таких обстоятельствах могут быть нарушены право личности и авторское право.

В настоящее время очень важно решить вопрос о разработке механизмов предотвращающих злоупотребление ИИ для манипуляции общественным мнением, гарантирующих аутентичность и достоверность фотографий, а также этическое использование ИИ в фотографии.

Ключевыми направлениями для решения этих задач являются:

- разработка этических кодексов и стандартов использования ИИ в фотографии, которые будут регулировать создание, распространение и использование сгенерированных или в значительной степени дополненных изображений;
- создание инструментов для выявления поддельных изображений, разработка алгоритмов, способных достоверно отличить «настоящую» фотографию от изображения, созданного с помощью ИИ;
- обязательная метка, говорящая о том, что изображение создано с помощью ИИ, чтобы любой человек мог самостоятельно принять решение о том, считает ли он данный контент достоверным или нет;
- просвещение общественности о возможных рисках, связанных с использованием Искусственного Интеллекта в фотографии, и повышение медиаграмотности населения.

Комплексный подход к решению таких важных проблем позволит реализовать потенциал ИИ в фотографии, сохраняя при этом этические принципы и защищая личность граждан и авторское право.

Искусственный Интеллект – это очень мощный инструмент, который позволяет фотохудожникам искать вдохновение, не фокусируясь на техническом аспекте своей творческой деятельности, а полностью посвящать себя процессу создания произведения искусства. Нейросети упрощают такие задачи, как цветокоррекция, реставрация изображений, а также позволяют использовать генеративное дополнение, что непосредственно расширяет спектр инструментов фотографов и ретушеров. Важными являются этические проблемы, связанных с появлением и популяризацией нейросетей, таких, как фальсификация данных, а также с неразрешенными на законодательном уровне вопросами относительно авторского права. Научившись правильно работать с таким инструментом как нейросети, мы сможем безопасно и выгодно реализовать его потенциал с максимальной пользой для человечества.

Научный руководитель: Старший преподаватель кафедры Цифровых и аддитивных технологий, Румянцев Д.А.

Список литературы

1. Юнцай Чен. Технологии искусственного интеллекта в фотографии, будущие вызовы и размышления. Границы общества, науки и технологий. 2024.
2. 11 нейросетей для обработки ваших фотографий: что может искусственный интеллект? URL: https://club.dns-shop.ru/blog/t-78-smartfonyi/58298-11-neirosetei-dlya-obrabotki-vashih-fotografii-chto-mojet-iskusstv/?utm_referrer=https://www.google.com/ (дата обращения: 30.01.2025)
3. Панки, закорючки и будущее генеративных медиа. URL: <https://medium.com/collab-currency/punks-squiggles-and-the-future-of-generative-media-d2d3e9df623b> (дата обращения: 30.01.2025)
4. Что такое цифровое искусство? URL: <https://sybaris.com.mx/what-is-digital-art/> (дата обращения: 30.01.2025)
5. Что такое генеративная фотография? URL: <https://medium.com/@fw3d/what-is-generative-photography-b3f9aad5e2fb> (дата обращения: 30.01.2025)
6. Генеративное искусство: от истоков до современного развития. URL: <https://designschool.am/project/6c9967bab8d84f5698651bc3e0e9395d> (дата обращения: 03.03.2025)
7. Выставка медиа-художника Озана Тюрккана «Фракталы». URL: <https://www.architime.ru/activity/2022/exhibition110822newholland.htm> (дата обращения: 03.03.2025)

8. Британский фотограф отсудил авторские права на селфи обезьяны. URL: <https://www.bbc.com/russian/news-41237973> (дата обращения: 03.03.2025)
9. Кому принадлежит Искусственный Интеллект? Авторское право. URL: <https://sybaris.com.mx/owns-artificial-intelligence-created-art-copyright/> (дата обращения: 03.03.2025)
10. Как использовать контент нейросетей в бизнесе, чтобы не нарушить закон. URL: <https://delo.ru/news/educational/kak-ispolzovat-kontent-neyrosetey-v-biznese-chtoby-ne-narushit-zakon>. (дата обращения: 03.03.2025)

References

1. Juncaj Chen. Tehnologii iskusstvennogo intellekta v fotografii, budushhie vyzovy i razmyshleniya. Granicy obshhestva, nauki i tehnologii. [Yongcai Chen. Artificial Intelligence Technology in Photography, Future Challenges and Reflections. Frontiers of Society, Science and Technology]. 2024.
2. 11 nejrosetej dlja obrabotki vashih fotografij: chto mozhet iskusstvennyj intellekt? URL: https://club.dns-shop.ru/blog/t-78-smartfonyi/58298-11-neirosetei-dlya-obrabotki-vashih-fotografii-cto-mojet-iskusstv/?utm_referrer=https://www.google.com/ [11 neural networks for processing your photos: what can artificial intelligence do?] (date accessed 30.01.2025)
3. Panki, zakorjuchki i budushhee generativnyh media. URL: <https://medium.com/collab-currency/punks-squiggles-and-the-future-of-generative-media-d2d3e9df623b> [Punks, squiggles and the future of generative media]. (date accessed 30.01.2025)
4. Chto takoe cifrovoe iskusstvo? URL: <https://sybaris.com.mx/what-is-digital-art/> [What is digital art?]. (date accessed 30.01.2025)
5. Chto takoe generativnaja fotografija? URL: <https://medium.com/@fw3d/what-is-generative-photography-b3f9aad5e2fb> [What is Generative Photography?]. (date accessed 30.01.2025)
6. Generativnoe iskusstvo: ot istokov do sovremennogo razvitija. URL: <https://designschool.am/project/6c9967bab8d84f5698651bc3e0e9395d> [Generative Art: From Origins to Contemporary Development]. (date accessed 03.03.2025)
7. Vystavka media-hudozhnika Ozana Tjurkkana "Fraktaly". URL: <https://www.bbc.com/russian/news-41237973> [Exhibition of media artist Ozan Turkan "Fractals"]. (date accessed 03.03.2025)
8. Britanskij fotograf otsudil avtorskie prava na selfi obez'jany. URL: <https://www.bbc.com/russian/news-41237973> [A British photographer has won copyright for a monkey selfie]. (date accessed 03.03.2025)
9. Komu prinadlezhit iskusstvennyj intellekt? Avtorskoe pravo. URL: <https://sybaris.com.mx/owns-artificial-intelligence-created-art-copyright/> [Who Owns Artificial Intelligence? Copyright] (date accessed 03.03.2025)
10. Kak ispol'zovat' kontent nejrosetej v biznese, chtoby ne narushit' zakon. URL: <https://delo.ru/news/educational/kak-ispolzovat-kontent-neyrosetey-v-biznese-chtoby-ne-narushit-zakon> [How to use neural network content in business without breaking the law]. (date accessed 03.03.2025)

С.С.Кротова

«ГОЙ ТЫ, РУСЬ, МОЯ РОДНАЯ...» (С.А.Е.С.Е.НИН). ДОПЕТРОВСКАЯ РОССИЯ В ГРАФИКЕ И ЖИВОПИСИ РУССКИХ ХУДОЖНИКОВ 18- НАЧАЛА 20 ВВ.

© С.С.Кротова, 2025

*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна
191186, Санкт-Петербург, Большая Морская, 18.*

В данной статье рассказывается о живописных и графических произведениях российских художников 18-начала 20 века, обращавшихся в своем творчестве к истории России допетровских времен.

Ключевые слова: история, Россия, народ, патриотизм, государство, личность, дух, сила, величие, эпоха.

S.S. Krotova

Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design
191186, St. Petersburg, Bolshaya Morskaya, 18.

«GO AWAY, RUSSIA, MY DEAR...» (S.A.YESENIN). PRE-PETRINE RUSSIA IN GRAPHICS AND PAINTINGS BY RUSSIAN ARTISTS OF THE 18TH AND EARLY 20TH CENTURIES.

© S.S. Krotova, 2025

This article describes the paintings and graphic works of Russian artists of the 18th and early 20th centuries, who turned in their work to the history of Russia in pre-Petrine times.

Keywords: history, Russia, people, patriotism, state, personality, spirit, power, greatness, epoch.

«Чтобы понять тайну русского народа, его величие,
нужно хорошо и глубоко узнать его прошлое:
нашу историю, коренные узлы,
её трагические и творческие эпохи»
А.Н.Толстой.

Россия с момента становления отечественной живописи всегда вдохновляла мастеров карандаша и кисти не только как географическая территория с просторными, уникальными, насыщенными богатыми оттенками, захватывающими дух пейзажами, но и как мать-Родина с ее глобальными и переломными жизненными переменами. Глубокий и неподдельный интерес к своей собственной истории побуждал живописцев обращаться иногда к изображению уже канувших в лету событий, а порой и к отражению происходящего на глазах, особенно тяжелого для восприятия, понимания и принятия простым человеком – государственных переворотов, военных действий, правительственных реформ, метаморфоз мировоззрения и различного рода потрясений. Художники, как проводники изобразительного искусства в массовое сознание, при создании полотен на историческую тематику, конечно, руководствовались имеющимися на данный момент времени достоверными источниками, но не могли не привнести в изображаемый сюжет собственное прочтение или не наделить его соответствием негласно транслируемым требованиям эпохи. Несмотря на возможные присутствующие в картинах вымысел, фантазию, иронию или осуждение, живописные работы, отражающие реальные исторические события, безусловно, являются молчаливыми, но при этом очень красноречивыми свидетелями разных периодов становления российского государства, по которым можно и нужно изучать интересный и ни на кого не похожий многовековой путь России. Тяжелые времена неизменно побуждают человека искать ответы на сакральные вопросы в истоках, первоначале, некоей древней мудрости. Именно поэтому людей искусства 18-19 веков так волновала и притягивала незнакомая, непонятная, моментами пугающая и завораживающая допетровская Русь.

Основоположником русской исторической живописи по праву считается Антон Павлович Лосенко, талантливый выпускник Императорской Академии художеств, которого в числе первых студентов направляли на стажировку для развития навыков за границу, а именно к римским и парижским мастерам. Когда Лосенко вернулся в Россию, в 1770 году он создал полотно «Владимир и Рогнеда», которое принято считать началом русской исторической живописи. Полотно, выполненное по законам классицизма, было представлено на выставке в Академии Художеств, в его основу легли реальные события, рассказывающие о противостоянии новгородского князя Владимира и полоцкой княжны Рогнеды. История гласит о том, что Владимир, охваченный гневом после попытки сватовства и отказа Рогнеды, захватывает Полоцк, убивает близких княжны и против воли Рогнеды делает ее своей женой. Лосенко же изобразил Владимира, раскаявшегося в совершенном им злодеянии. Автор заслуженно получил звание академика и известность, а искусствовед Авраам Каганович писал: «По яркому психологическому строю образов «Владимир перед Рогнедой» Лосенко стала первой композицией в ряду произведений русского исторического жанра»[16].

Примечательно, что для учебных художественных программ середины 18 века были характерны темы, связанные с такими историческими персоналиями как Рюрик, Синеус, Трувор, князь Олег и другими. В это время публикуются древние летописи, издаются исторические сочинения Михаила Ломоносова, Василия Татищева, Михаила Щербатова. Патриотический настрой общества и его интеллектуальной элиты – именно это явилось причиной интереса к ранней русской истории. Исторические темы появляются и в литературных произведениях с такими героями

как Синав и Трувор, Дмитрий Самозванец и другими. Но этот возникший интерес как внезапно появился, так же внезапно и угас в силу востребованности в культурных кругах совершенно другой тематики. В России не было широкого художественного рынка, картины по большей части выполнялись по заказам Академии художеств, финансировавшейся из государственной казны. Художники выполняли заказы для богатых и знатных людей, связанные с оформлением интерьеров, написанием картин на библейские и мифологические сюжеты. Учебная программа Академии Художеств предусматривала такую же тематику, поскольку в ней художник свободен и проявляет творческое мышление, которое положительно сказывается на его развитии и обучении.

Искусство не может быть ограничено определенными, узкими, заданными рамками, оно живет и развивается вместе с историей, отображая то, что происходит в жизни людей сегодня и сейчас, занимаясь поиском причин происходящего в прошлом. Закономерно, что вторая волна интереса к событиям Древней Руси не заставила себя долго ждать и связана она была, конечно же, с военными событиями и политической напряженностью в начале 19 века. Война с Наполеоном породила множество статей, очерков, обращений к археологическим находкам, кроме того, взору общественности была представлена публикация обширнейшего труда Николая Карамзина «История государства российского», которую люди сферы искусства, безусловно, использовали в качестве источника вдохновения. Академия Художеств в это время издала дополнительную статью к своему Уставу в 1802 году, согласно которой «художники должны предать бессмертию славу великих людей, заслуживающих благодарность отечества»[8]. Кроме того, сами историки и писатели призывали художников обращаться к сюжетам из русской истории. Николай Карамзин в журнале «Вестник Европы» провозглашал: «Пусть в разных местах России свидетельствуют они о величии древних сынов ее! <...> Пусть в залах петербургской Академии художеств видим свою историю в картинах» Тема подвига во имя Отечества становится очень востребованной и на первый план изображаемых исторических персоналий выходят другие герои - Ян Усмарь, Дмитрий Донской, Марфа-посадница, молодой киевлянин, смекалкой и хитростью спасший своих соотечественников от пленения и гибели, Минин и Пожарский – все они появляются в живописи и рисунках Г. Угрюмова, А Шустова, В Сазонова, В Шебуева и других[8]. Вниманию приковано и к более «далеким» событиям – принятие христианства на Руси, становление и образование российского государства, так как эмоциональность и мощь этих исторических переворотов полностью отвечали новому взгляду на искусство и поиску других художественных решений, упор в работах делается на действие, динамику, эмоцию. В таком экспрессивном ключе молодой художник начала 19 века Александр Витберг в 1807 году пишет работу, посвященную одному из важнейших событий в российской государственности «Великий князь Ярослав, подающий народу новгородскому свиток с надписью «Русская правда». К сожалению, не смотря на захлестнувшую мир искусства патриотическую ноту, не всем желавшим обратиться к страницам русской истории творцам удалось реализовать свои замыслы. И связано это было прежде всего с бедностью, поскольку живописные полотна, запечатлевавшие значимые и масштабные вехи истории, требовали значительных затрат.

Эпоха романтизма устанавливает свои каноны в художественном мире, кардинальным образом отличающиеся от предшествующего классицизма, и к событиям древней Руси обращаются даже самые именитые мастера. Исключением не стал и Карл Брюллов, работавший в основном с античными сюжетами, вернувшийся в Россию в 1835 году и получивший заказ от самого императора Николая I – написать картину об отечественных событиях с предложением изобразить конкретный сюжет – «Взятие Казани» с изображением Ивана Грозного. Но Брюллов, конечно же, читал Карамзина и «Историю княжества Псковского» Евгения Болховитинова, поэтому загорелся идеей изобразить другое историческое событие - «Осаду Пскова польским королём Стефаном Баторием» и показать себя настоящим историческим живописцем. Прежде, чем приступить к созданию картины, он направился в Псков в июне 1836 года, где изучал труды историков и археологические находки. Особенно художника увлек эпизод, когда была взорвана крепостная стена, и на её защиту бросилось не только войско под началом Ивана Петровича Шуйского, но и также простой народ, включая детей и женщин, и духовенство, пришедшее с иконами и хоругвями. Брюллов говорил о русской истории следующее: «Мне беспрестанно приходится читать, что удельные князья грызутся между собой и друг друга со света изводят. Два события показаны у Карамзина, в которых все сделал сам народ: осада Пскова и взятие Казани»[8]. На полотне Брюллов изобразил момент боя, когда он еще не окончен, но победа уже очевидна. К великому сожалению Брюллов, работавший над полотном, перегорел и не смог превзойти самого себя после «Последнего дня Помпеи» и «Осады Пскова» так и осталась незаконченной после восьми лет труда. Тем не менее работы портретного жанра руки Брюллова, изображающие современников-соотечественников имеют огромное историческое значение, поскольку воссоздают лицо той эпохи.

Если обратиться к графическим работам первой половины 19 века, то здесь особым образом выделяется имя Федора Бруни. Его гравюры, выполненные в 1820- 30х годах, являются наиболее полным источником, отражающим в хронологическом порядке ключевые события истории России. Бруни в своей любви с детства к русской истории замечателен тем, что оставил целых 60 офортов о важнейших явлениях ранней Руси будущим поколениям, над которыми работал десять лет. С помощью карандаша Бруни изобразил первое известное историкам нападение руссов на Константинополь (Царьград), призвание варяжских князей, действие огня греческого при осаждении Константинополья Игорем, смерть Игоря, поход Олега в Царьград по реке Днепру, первый воинский подвиг Святослава, крещение Ольги и народа русского и еще множество других событий. Конечно же, Бруни обращался к литературному труду Николая Карамзина, чтобы наиболее точно «схватить эпохи истории российской»[8].

Уже в 1850 – е русские публицистические журналы начинают печатать статьи, содержащие сведения об археологических находках, исследованиях, труды ученых, в первую очередь «Современник». Досадное поражение в Крымской войне, борьба за социальное равенство, отмену крепостного права породило философов искать причины неудач и путей решения в прошлом. Теперь уже как общественные, так и творческие круги хотели видеть не банальное

отображение исторического наследия, но и то, как к изображаемому относится сам автор, его размышления, его мысли, новое прочтение, пропущенное через мировоззрение мастера. Перед зрителями предстают совершенно иные художественные полотна, фактически это своего рода «бытописание», в основу которого положены не деяния царствующих особ, а истории простого народа как самостоятельного героя, в которых проступают русский дух, русский ответ, целостность страны.

Основоположником историко-бытового жанра в русской живописи по праву считается Вячеслав Шварц, который постоянно обращался к сюжетам из русского средневековья, впервые из русских художников сумел воспроизвести бытовую допетровскую Русь. Погружение в историю у Шварца началось, когда в сентябре 1859 года он поступил вольнослушателем в Петербургский университет, где увлекся лекциями профессора Костомарова, оказавшими на него такое сильное влияние, что начинающий художник решил посвятить себя композициям из русской истории. Шварц достоверно показал церемониал представления послов в картинах «Посольская изба XVII века»(1867), «Голштинские послы в Московском приказе»(1867), «Русский посол при иностранном дворе»(1867), изобразил праздники и повседневную жизнь на полотнах «Шествие патриарха на осли в Вербное воскресенье»(1865), «Вербное воскресенье в Москве при Алексее Михайловиче»(1865), «Вешний поезд царицы на богомолье»(1868), «Патриарх Никон в Новом Иерусалиме»(1867). Академия художеств присудила Шварцу звание академика исторической живописи, а Русское археологическое общество избрало его своим действительным членом. На всемирной выставке в Париже он представлял художественный отдел России, получил целый ряд наград, орден Почетного легиона, за картину «Голштинские послы в посольском приказе» международное жюри наградило Вячеслава Шварца золотой медалью. Убедительным физическим типом царя с картины «Иван Грозный у тела убитого им сына»(1864), созданным Шварцем, на протяжении всей второй половины XIX руководствовались художники как самым достоверным портретом и использовали в своих композициях. Вячеслав Шварц изобразил драматичную сцену его жизни – момент осознания совершенного им злодеяния. Он показывает не всемогущего царя, который идет ради государства на все, а человека, отца, находящегося в ужасе, оцепенении и раскаянии [14].

Художников –передвижников, последователей Шварца, интересует уже не фигура сама по себе, а драматизм и психологизм событий, в которых она участвует, тонкие и ранимые души властителей мира сего. Именно представители этого творческого союза положили начало реализма в живописи в России. Именно по их творчеству, максимально отражающему действительность, можно составить представление о происходившем. Этот реализм был перенесен ими на полотна, изображающие сильных личностей, оставивших след в истории. Проблема личности в истории и роль народа в истории сильно интересовали выдающегося мастера Илью Репина. Замыслы многих исторических полотен Репина обусловлены действительностью. Например, сюжет картины «Царевна Софья Алексеевна в Новодевичьем монастыре» (1879) для современников, несомненно, имел незримую связь с судьбами народников. Художника увлекла психологическая драма сильной личности, образованной и талантливой женщины, находящейся в заключении и оказавшейся на переломе судьбы. Экспрессия и эмоциональность сделали образ убедительным и живым, но образ получился настолько современным и реалистичным, что временная дистанция исчезла, и картина была воспринята современниками негативно. Главным для Репина были жизненные впечатления. Сильное потрясение мастер испытал, услышав новость об убийстве императора Александра III весной 1881 года и расправе над заговорщиками, он считал, что кровавая полоса прошла через этот год. «Чувства были перегружены ужасами современности» - говорил Репин [19]. И для него стало естественным искать выход в истории, поэтому родился шедевр «Иван Грозный и сын его Иван 16 ноября 1581 года»(1885). При написании полотна Репин руководствовался описанием развязки спора между царем и сыном Николая Карамзина в «Истории государства Российского». Главная мысль сцены — нечаянность убийства и раскаяние в содеянном, вызванного непреложным нравственным законом, библейской заповедью – «не убий». Летом 1878 года, находясь в гостях в имении мецената и предпринимателя Саввы Мамонтова в Абрамцеве, Репин был так впечатлен письмом, написанным запорожцами турецкому султану, что практически сразу выполнил карандашный эскиз для будущей картины. В следующем году художник специально едет в Запорожье для знакомства с бытом старого казачества, оружием, утварью, предметами обихода и реальной натурой. Работа над картиной «Запорожцы пишут письмо турецкому султану»(1891) растянулась на десять лет. Репин высоко оценивал роль запорожских казаков в истории, считал их народным рыцарским орденом, защитниками славянских народов на юге и восхищался их смелостью, удачей, свободой и отвагой.

Народ и его участие в судьбе страны выходят на первый план в художественном искусстве второй половины 19 века. Идеолог передвижников Николай Крамской утверждал, что «историческая картина постольку интересна, нужна и должна останавливать современного художника, поскольку она параллельна, так сказать современности и поскольку можно предложить зрителю намотать себе что-нибудь на ус» [1]. В это же время в творчестве Василия Сурикова народ – это не второстепенный элемент исторического процесса, он вполне самостоятелен сам по себе и является активным субъектом истории. Сам Суриков был выходцем из народа, но таким, который образовываясь и впитывая в себя культурный континуум, не забывал про связь со своими истоками, корнями. Те знания, которые были получены им в процессе образования, он удивительным образом сочетал и переплетал с поистине гениальным чутьем истории, прошлого, дополняя своим пониманием реальности, обращая внимание на волнующие его проблемы. Его творческие замыслы вырастали из случайных и смутных ассоциаций, из глубоких переживаний, тревожащих его как человека и при этом относящихся к обществу. Суриков говорил: «А когда все точка в точку – противно даже. В исторической картине ведь и не нужно, чтобы было совсем так, а возможность была, чтоб похоже было. Суть-то исторической картины – угадывание»[5]. В картине «Покорение Сибири Ермаком» (1895). Ермак почти слился с массой своих единомышленников, которая в едином порыве с решительностью и духовной сплоченностью надвигается на более многочисленную враждебную группу варваров-кочевников. Суриков разрушает модель «герой-обыватель», поднимая

его на уровень «среднего человека», отражающего массовые общественные настроения. Эта работа поражала современников мастера. Яков Минченков писал: «Картина «Ермак» <...> подавила меня своим суровым величием, мощью и жизненной правдой. Верилось, что так оно и должно быть, как рассказано в картине»[7]. И в «Степане Разине» (1906) он изображает не просто знаменитого атамана, а прежде всего, воплощает задумку выразить протесты и требования народных масс. Боярыня Морозова (1887) на одноименной картине уже не перетягивает все внимание на себя, Суриков подробно выписывает, казалось бы, второстепенных персонажей сюжета – старовера – юродивого, символов старообрядчества – стрельцов, странника-богомольца, татар-мусульман, юную боярышню в голубой шубке, мальчишек-сорванцов, представителей духовенства – по сути вся Россия уместилась вокруг саней опальной боярыни, самые главные свидетели связи времен. «Главное в картине — движение. Храбрость беззаветная. Покорные слову полководца, идут», - объяснял свой замысел художник, говоря о картине «Переход Суворова через Альпы» (1899)[5]. Ему удалось показать в картине единый порыв, который охватывает массы людей в ответ на призыв полководца, заставляя воинов совершать чудеса храбрости. Передача стремительного спуска большой и слитной группы привлекала художника прежде всего потому, что в этот момент предельного напряжения сил с особенной ясностью раскрывается характер человека. Кроме того, тщательное, скрупулезное изображение Суриковым мелких деталей в своих работах раскрывает его настоящим фанатом старины. Как гениальный мастер Суриков рисует конфликт эпох в образах царя и стрельцов «Утра стрелецкой казни»(1881) и показывает противостояние непокорной страны и новой «европеизированной» России.

Искусствоведы и историографы называют художника Андрея Рябушкина поэтом русской старины. Рябушкин творил, изучая многотомные труды русских историков И.Е.Забелина и Н.И.Костомарова, его работы написаны с необыкновенно глубоким знанием быта и облика людей XVII столетия, правдиво воссоздают характерные для той эпохи сцены городской жизни, крупных красочных праздников. Полотна Рябушкина были частью российской экспозиции на Всемирной выставке в Париже в 1900 году: «Московская улица XVII века» (или «Московская улица до Петра Великого в праздничный день»)(1895), «Семья купца в XVII веке» (1896) и «Русские женщины XVII столетия в церкви» (1899). Рябушкин отражал реальную жизнь простых людей, часто изображал крестьян, мужчин и женщин, рыбаков, купцов, крестьянскую работу, бытовые моменты, красоту русской природы и сельской местности, народные праздники, обряды, традиции, уделяя особое внимание специфической красоте национального русского костюма и украшений, изображая в деталях узоры, ткани, элементы одежды и украшений, чтобы сохранить и передать подлинные народные традиции России [15].

Благодаря Виктору Васнецову появилась фольклорная живопись. Фольклор – тоже история, а русский фольклор - история богатая и поучительная. «Знаю, что битвы нашего удельного междоусобия, гремящие без умолку в пространстве пяти веков, маловажны для разума; что сей предмет не богат ни мыслями для прагматика, ни красотою для живописца; но история не роман, а мир не сад, где все должно быть приятно: она изображает действенный мир», - размышлял Карамзин [4]. Васнецов стал одним из первых художников, который как бы полемизировал с Карамзиным, не побоялся представить обществу свое художественное видение русских героев и «действенного мира» на основе былин и сказаний, вместо изображения реальных персонажей. Он поставил перед собой колоссальную задачу — передать физическую и духовную мощь русского народа, сформулировав своеобразный тезис «веры»: «С возможными для нас совершенством и полнотой изобразим и выразим красоту, мощь, и смысл наших родных образов, нашей русской природы и человека, нашей настоящей жизни, нашего прошлого, наши грезы, мечты, нашу веру, и сумеем в своем истинно национальном отразить вечное, непреходящее». Более двадцати лет Васнецов писал своих «Богатырей»(1898) как «всю силу и мощь русского народа <...> силу торжествующую, спокойную и важную» по словам В.Стасова. Собирательный образ русского народа, метафоры жизненных метаний и выбора судьбы в жизни человека Васнецовым переданы в таких работах, как «Витязь на распутье» (1882), «Аленушка»(1881), «Иван-царевич на Сером Волке»(1889) и многих других. Фантазии художника на тему подвигов славян нашли отражение в таких работах Васнецова как «После побоища Игоря Святославовича с половцами»(1880), «Битва славян со скифами»(1881), увековечив славу мужественных воинов. Сегодня символично, что картина, иллюстрирующая бой скифов со славянами была заказана Васнецову С.И.Мамонтовым для украшения центрального вокзала Донецкой каменноугольной железной дороги, но на вокзал она не попала и впоследствии находилась в столовой московского дома Мамонтова[12]. Много внимания художник уделил и религиозной тематике, рассуждая над темами рая и ада, смерти, страшного суда, добра и зла, особенно в монументальных работах «Радость праведных о Господе»(1896), «Крещение Руси»(1895), «Положение во гроб»(1901)[16]. Примечательно, что русской мифологией, экзотикой отечественной архаики был сильно увлечен Михаил Врубель. Его интерес сформировался под влиянием творчества композитора Н.И.Римского-Корсакова и полотен Виктора Васнецова. При этом Врубель считал произведения Васнецова «недостаточно былинными», поэтому его герой на панно «Богатырь»(1898) - порождение могучих сил природы, «чуть повыше леса стоячего, чуть пониже облака ходячего», яркий пример символизма и национального варианта стиля модерн[13].

Среди художников, обращавшихся на протяжении 19 века и в начале 20 века к исторической тематике, можно выделить Василия Петровича Верещагина и его картину «Осада Троице-Сергиевой лавры» (1891), написанную по личному предложению императора Александра III; Андрея Ивановича Иванова и его картину «Единоборство князя Мстислава Владимировича Удалого с косожским князем Редедей» (1812), за которую Иванов был удостоен звания профессора Императорской Академии художеств; Дмитрия Николаевича Кардовского с работой «Принятие боярином Михаилом Федоровичем Романовым посольства» (1912), написанную накануне празднования 300-летия дома Романовых, когда были особенно актуальны и востребованы произведения, посвященные истории российского

императорского дома; Ореста Адамовича Кипренского с полотном «Дмитрий Донской на Куликовом поле» (1805), написанным по программе, предложенной воспитанникам Академии художеств и удостоенной большой золотой медали; Генриха Ипполитовича Семирадского и его четыре композиции из жития благоверного князя Александра Невского на стенах храма Христа Спасителя в Москве (1877), Федора Григорьевича Солнцева и его акварель «Встреча Святослава с Цимисхием» (1836), получившего звание академика исторической живописи; Павла Петровича Чистякова и его картину «Великая княгиня Софья Витовтовна на свадьбе великого князя Василия Темного...» (1861), удостоенную большой золотой медали [12].

Всеобщее увлечение русской архаикой в конце 19 и начале 20 века вновь запустили процесс обращения к русской истории. Глубокий знаток истории и археологии, Николай Рерих, мыслящий мифологическими категориями, тоже обращается к дохристианской России. Тема его фантазий на холсте – языческая Русь с бесконечной борьбой между разными племенами славян, терзавших страну, не давая ей окрепнуть и превратиться в сильное государство, при этом Рерих ни в коем случае не умалял достоинства страны, для него история древних славян была пищей для размышлений, поиска героического начала в легендарном народе. В своей серии «Начало Руси. Славяне» (1897) он соглашается с Карамзиным, считавшим, что наша история мало чем отличается от происходящих событий в Афинах или Спарте. «Гонец», «Сходятся старцы», «Красные паруса. Поход Владимира на Корсунь», «Святые Глеб и Борис» (1920) и «Святой Сергей Радонежский» (1922) – работы, представляющие у Рериха архаическую Русь. Иллюстрация «Прибытие князя Михаила Гланды Камбилы на Русь...» была выполнена живописцем к статье В.К.Трутовского «Происхождение предков дома Романовых. Опыт исторического исследования» в книге «Летописный и лицевой изборник дома Романовых. Историко-художественное издание в ознаменование трехсотлетия царствования.1613-1913»[12]. Для художника история древних славян была источником размышлений, поисков красоты, героического начала. Не случайно уже в годы Великой Отечественной войны Рерих писал картины, олицетворяющие силу, мужество и веру в победу советских солдат, используя сюжеты из древней истории - «Поход Игоря», «Единоборство Мстислава с Редедей». Глобально Рерих мечтал о возрождении художественной Руси, о том, чтобы перейти к изображению в искусстве общества и культуры в целом, а не отдельных персонажей [8].

История всегда соприкасается и перекликается с современностью. По утверждению В.Г. Белинского «мы вопрошаем и допрашиваем прошедшее, чтобы оно объяснило нам наше настоящее и намекнуло о нашем будущем». Без знания своих истоков, своих корней, без учета глобального исторического опыта предков невозможно жить в настоящем и строить будущее, ведь история циклична, и найти ответы на многие, терзающие умы людей вопросы и решить сложные проблемы можно довольно просто, достаточно всего лишь заглянуть поглубже в жизненный путь нации, понять его, прочувствовать и бережно хранить это не только духовно, в памяти человеческой, но и материально – в образцах обширного художественного наследия. А.М. Горький также утверждал, что «не зная прошлого, невозможно понять подлинный смысл настоящего и цели будущего». Сейчас, когда вероятность отмены русской культуры в ее различных проявлениях в мире, глобальна велика, очень важно, чтобы молодое поколение россиян как можно больше соприкасалось с собственной историей, вдумчиво ее не только изучало, понимало, осознавало свою уникальную самоидентичность, но и воспроизводило с особым желанием, интересом, уважением. Обращение педагогов, преподающих в учебных заведениях творческой направленности, к исторической проблематике при выборе тем для графических и живописных работ учащихся есть не что иное, как часть патриотического воспитания молодого поколения, привитие любви к своим малой и большой Родинам, гордости за титанических представителей нации, великую славу и силу российского государства. Карамзин вопрошал: «Хвастливость авторского красноречия и негра читателей осудят ли на вечное забвение дела и судьбы наших предков? Они страдали и своими бедствиями изготовили наше величие, а мы не хотим и слушать о том, ни знать, кого они любили, кого обвиняли в своих несчастиях», Очень точно на эти вопросы ответил А.С.Пушкин, оставив великое и неоспоримое послание потомкам: «Гордиться славою своих предков не только можно, но и должно; не уважать оной есть постыдное малодушие».

Литература.

1. Верещагина А. Г. Художник, время, история, Очерки русской классической живописи XVIII-начала XX века.Л.,1973.
2. Верещагина А.Г. Федор Антонович Бруни.Л.,1985.
3. Виктор Михайлович Васнецов. Мир художника. Письма. Дневники. Воспоминания. Суждения современников.М.,1987.
4. Карамзин Н.М. История государства Российского. М.,2010.
5. Климов П.Угадывая прошлое. Василий Суриков. К 175-летию со дня рождения. СПб.,2024.
6. Кондаков С.Н. Юбилейный справочник Императорской академии художеств.СПб,1914.
7. Минченков Я.Д. Воспоминания о передвижниках. Л.,1959.
8. Петрова Е.Н. «Допетровская история России в живописи и графике XVIII-начала XX века. СПб,2012.
9. Петрова Е.Н. К вопросу о романтизме в русском рисунке начала XIX века// проблемы развития русского искусства. Л.,1978.
10. Стасов В.В. Г-ну адвокату Академии художеств//Стасов ВВ. Избранное: в 2 т.М.,Л.,1950.
11. Смолицкий В.Г. В.М.Васнецов и фольклор. Виктор Васнецов. К 175-летию со дня рождения.СПб,2024.
12. Юность России в изобразительном искусстве из собрания Русского музея. Альманах.СПб,2012.
13. https://rasmuseumvrm.ru/data/collections/painting/19_20/zh_1837/index.php.

14. <https://oleg-kaczmariski.livejournal.com/48252.html?es=1>.
15. https://rusmuseumvrm.ru/data/events/2022/12/dopetrovskaya_rus_istoriko_bitovoy_zhanr_v_tvorchestve_russkogo_hudozhnikaandrey/index.php?lang=en.
16. <https://lermontovgallery.ru/spravochnik-antikvariata/istoricheskaya-zhivopis-v-kartinakh-russkikh-khudozhnikov/> .
17. <https://v-himera.livejournal.com/137127.html>.
18. <https://kolybanov.livejournal.com/17146422.html>.
19. <https://my.tretyakov.ru/app/masterpiece/8408>.
20. <https://my.tretyakov.ru/app/masterpiece/8392>.

Bibliography.

1. Vereshchagina A. G. The artist, time, history, Essays on Russian classical painting of the XVIII-early twentieth century, L., 1973.
2. Vereshchagina A.G. Fedor Antonovich Bruni, L., 1985.
3. Viktor Mikhailovich Vasnetsov. The artist's world. Letters. The diaries. Memories. Judgments of contemporaries. Moscow, 1987.
4. Karamzin N.M. The history of the Russian state. Moscow, 2010.
5. Klimov P. Guessing the past. Vasily Surikov. On the 175th anniversary of his birth. St. Petersburg, 2024.
6. Kondakov S.N. Jubilee Directory of the Imperial Academy of Arts. St. Petersburg, 1914.
7. Minchenkov Ya.D. Memoirs of the Wanderers. L., 1959.
8. Petrova E.N. The pre-Petrine history of Russia in painting and graphics of the XVIII-early XX century. Russian Art, St. Petersburg, 2012.
9. Petrova E.N. On the question of Romanticism in Russian drawing at the beginning of the 19th century// Problems of the development of Russian art. L., 1978.
10. Stasov V.V. Mr. advocate of the Academy of Arts// Stasov V.V. Selected works: in 2 volumes. M., L., 1950.
11. Smolitsky V.G. V.M. Vasnetsov and folklore. Victor Vasnetsov. On the 175th anniversary of his birth. St. Petersburg, 2024.
12. The youth of Russia in fine art from the collection of the Russian Museum. The almanac. St. Petersburg, 2012.
13. https://rusmuseumvrm.ru/data/collections/painting/19_20/zh_1837/index.php.
14. <https://oleg-kaczmariski.livejournal.com/48252.html?es=1>.
15. https://rusmuseumvrm.ru/data/events/2022/12/dopetrovskaya_rus_istoriko_bitovoy_zhanr_v_tvorchestve_russkogo_hudozhnikaandrey/index.php?lang=en.
16. <https://lermontovgallery.ru/spravochnik-antikvariata/istoricheskaya-zhivopis-v-kartinakh-russkikh-khudozhnikov/> .
17. <https://v-himera.livejournal.com/137127.html>.
18. <https://kolybanov.livejournal.com/17146422.html>.
19. <https://my.tretyakov.ru/app/masterpiece/8408>.
20. <https://my.tretyakov.ru/app/masterpiece/8392>.

Научный руководитель: доцент кафедры монументального искусства Мешков М.М.

Я.Е. Лащёв

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПЕРСОНА-МОДЕЛЕЙ, JTBD И CJM В ДИЗАЙНЕ ЦИФРОВЫХ ПРОДУКТОВ

© Я.Е. Лащёв, 2025

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна
191186, Санкт-Петербург, Большая Морская, 18.

В статье рассматриваются особенности применения методологий персона-моделей (User Personas), Jobs to Be Done (JTBD) и Customer Journey (CJM) в процессе проектирования цифровых продуктов. Проведен сравнительный анализ подходов, раскрыты их теоретические основы, практическая значимость и ключевые отличия. Отдельное внимание уделено их синергетическому использованию, позволяющему комплексно учитывать потребности пользователей, цели их взаимодействия с продуктом и путь, который они проходят. Приведены примеры из практики, демонстрирующие эффективность сочетания этих методик в UX-дизайне и продуктовой разработке. В результате показано, что интеграция персона-моделей, JTBD и CJM способствует созданию востребованных, удобных и ориентированных на пользователя цифровых решений.

Ключевые слова: UX-дизайн, User Personas, Jobs to Be Done, Customer Journey Map, пользовательский опыт, цифровые продукты.

Y.E. Lashchev

Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, 18 Bolshaya Morskaya St. Petersburg, 191186.

FEATURES OF USING PERSONA MODELS, JTBD AND CJM IN DIGITAL PRODUCT DESIGN

The article discusses the specifics of using the methodologies of User Personas, Jobs to Be Done (JTBD) and Customer Journey (CJM) in the process of designing digital products. A comparative analysis of the approaches is carried out, their theoretical foundations, practical significance and key differences are revealed. Special attention is paid to their synergetic use, which makes it possible to comprehensively take into account the needs of users, the goals of their interaction with the product and the path they travel. Practical examples are provided that demonstrate the effectiveness of combining these techniques in UX design and product development. As a result, it is shown that the integration of persona models, JTBD and CJM contributes to the creation of in-demand, user-friendly and user-oriented digital solutions.

Keywords: UX design, User Personas, Jobs to Be Done, Customer Journey Map, User experience, digital products.

Введение

Разработка успешных цифровых продуктов требует глубокого понимания потребностей, мотиваций и поведения пользователей. С этой целью продуктовые команды и UX-специалисты применяют три ключевые методологии: персона-модели (User Personas), Jobs to Be Done (JTBD) и Customer Journey Map (CJM). Каждая из них фокусируется на своем аспекте: персона-модели помогают сформировать образ целевого пользователя, JTBD выявляет задачи и цели, ради которых пользователь «нанимает» продукт, а CJM визуализирует путь взаимодействия пользователя с продуктом на всех этапах. Теоретически эти подходы развивались независимо, однако на практике они дополняют друг друга, позволяя всесторонне учитывать и кто наш пользователь, что ему необходимо достичь с помощью продукта и как проходит его опыт взаимодействия. В совокупности их использование повышает качество UX-дизайна, снижает вероятность ошибок при проектировании и способствует созданию востребованных решений, ориентированных на реальных пользователей.

Цель исследования: изучить особенности применения методологий персона-моделей, Jobs to Be Done и Customer Journey Map в дизайне цифровых продуктов, выявить их сильные и слабые стороны, а также показать возможности комплексного использования этих подходов для повышения эффективности пользовательского опыта.

Задачи статьи:

- 1) проанализировать теоретические основы и эволюцию каждой из трёх методик: персона-моделей, JTBD и CJM;
- 2) описать преимущества и ограничения каждого подхода в контексте UX-дизайна;
- 3) представить практические кейсы использования методик в цифровых продуктах;
- 4) сопоставить методы между собой и выявить их точки пересечения;
- 5) обосновать целесообразность синергетического применения этих подходов в рамках единого проектного процесса.

Персона-модели: образ целевого пользователя

Персона-модель – это собирательный образ (персонаж), представляющий типичного пользователя продукта. Метод персон был впервые предложен в конце 1990-х Аланом Купером: в 1999 году он подробно описал этот подход в книге «The Inmates are Running the Asylum», став первым, кто ввел персоны в практику UX-дизайна программного обеспечения [1]. Персона не является реальным человеком, а является вымышленным архетипом, описанным максимально реалистично: в портрет включаются цели и потребности, болевые точки, типичные сценарии использования продукта, а также демографические и поведенческие детали, влияющие на взаимодействие. Такой

индивидуализированный, оживленный образ пользователя служит инструментом для укрепления эмпатии команды и ориентирования дизайн-решений на конкретные нужды аудитории, а не на абстрактного «среднего пользователя».

Персоны вписываются в концепцию человеко-ориентированного проектирования (Human-Centered Design). Они помогают преодолеть распространенные проблемы разработки, когда решения принимаются, исходя из субъективного мнения команды или обезличенных данных. Как отмечает А. Харли, правильно исследованные персоны делают характеристики ключевых сегментов пользователей более заметными для команды и поддерживают принцип проектирования «от пользователя» на всех этапах продукта [2]. Персона как goal-directed (целевой) образ пользователя фокусирует дизайнеров на том, чего хочет достичь человек, и тем самым восходит к идеям целеполагающего дизайна (Goal-Directed Design) Купера.

В практике UX дизайна персоны широко используются для принятия решений – от функциональных требований до тонкостей интерфейса. Например, команда может создать персону «Мария, занятая молодая мама» для сервиса доставки продуктов, подробно описав ее рутину и болевые точки (ограниченное время на покупки, необходимость контролировать бюджет и питание семьи). Опираясь на этот портрет, дизайнеры и продакт-менеджеры будут проверять идеи через призму: «Поможет ли это решение Марии? Решает ли оно ее задачу быстро и удобно?». Такой подход позволяет избежать функционала, который не принесет ценности пользователю, и сфокусироваться на действительно востребованных возможностях. Персона-модели служат также коммуникационным инструментом в команде – они обеспечивают единство видения среди дизайнеров, разработчиков, маркетологов относительно того, кто является нашей целевой аудиторией и что для нее важно. Кроме того, персоны помогают довести знания о пользователях до новых членов команды и стейкхолдеров: документированные портреты могут быть представлены в виде памяток, плакатов, включены в презентации, что поддерживает преемственность знаний. Пример персона-модели представлен на рис. 1 [3].



Рис. 1. Персона-модель

Преимущества метода персона-моделей:

1) персоны обобщают и доносят до команды ключевые потребности, мотивы и контекст пользователей. Это повышает эмпатию и позволяет создавать решения, действительно соответствующие ожиданиям аудитории. Концентрируясь на конкретном характере и целях персонажа, команда лучше понимает, почему и как люди будут пользоваться продуктом, и проектирует более интуитивный опыт;

2) наличие 2–3 четких персон действует как фильтр при генерации идей и функционала. Легче отсеять ненужные функции, если они «не для» наших основных персонажей. В итоге снижается риск разработки функций, которые не найдут отклика у реальных пользователей.

3) персоны задают общее видение пользователя для всех участников проекта. Обсуждая требования, команда может апеллировать к конкретной персоне («Будет ли это удобно Марии?»), что упрощает коммуникацию между, например, дизайнерами и разработчиками. Это особенно полезно в больших кросс-функциональных командах – персоны делают пользователя «запоминающимся» и реальным для всех;

4) персоны придают вес аргументам дизайнеров перед стейкхолдерами или заказчиками. Ссылаясь на потребности и сценарии конкретной персоны, легче обосновать, почему тот или иной дизайн отвечает целям пользователя (и бизнеса).

Метод персон не лишен недостатков и подводных камней. Главная опасность – поверхностное или некорректное создание персон. Если персоны не основаны на реальных данных пользовательских исследований, они вырождаются в набор стереотипов и малоценной информации. Например, дизайнер Кристин Роман описывает случай,

когда ей передали «готовых» персон без исследования: абстрактные «пожилой пенсионер», «молодая мама», «студент», с перечислением увлечений вроде «любят кофе в Starbucks» и притянутыми целями, идеально совпадающими с продаваемым продуктом. Такие персонажи явно были выдуманы из головы и оказались бесполезны для дизайна – они лишь имитировали знание пользователя и вводили команду в заблуждение. Другая проблема в том, что **традиционные персоны нередко акцентируют «кто такой пользователь», упуская динамику контекста. Пользовательское поведение меняется в разных ситуациях, и статичный портрет персоны не всегда отражает эти ситуативные потребности. Поэтому продвинутые практики рекомендуют дополнять персоны сценариями использования и регулярно пересматривать их на основе новых данных (персоны как «живые документы» должны эволюционировать вместе с аудиторией). Наконец, создание качественных персон требует времени и ресурсов на исследования; в быстро меняющихся рынках персоны могут устаревать, если не обновляются при значимых сдвигах в пользовательском поведении.

В целом, при надлежащем исследовательском обосновании персона-модели являются мощным прикладным инструментом UX. Они занимаются «очеловечиванием» данных – превращают разрозненные инсайты о пользователях в образ, понятный и близкий всей команде, что имеет большое практическое значение в дизайне цифровых продуктов.

Jobs to Be Done: фокус на задачах пользователя

Методология Jobs to Be Done (JTBD) предлагает смотреть на продукт глазами не «кого» мы обслуживаем, а «какую работу пользователь нанимает наш продукт выполнить». Концепция JTBD была сформулирована в 1990-е годы и связана с именем Тони Ульвика – специалиста по инновациям, применявшего принципы Six Sigma к анализу потребностей клиентов [4]. Ульвик успешно применил этот подход еще в 1992 году (улучшение медицинского продукта, повысившее долю рынка компании Cordis) и к концу десятилетия оформил свою методику как процесс Outcome-Driven Innovation (ODI) (В 1999 году он познакомил с ней профессора Гарварда Клейтона Кристенсена (который затем популяризировал термин «Jobs-to-be-Done» в бизнес-среде. Кристенсен включил эту идею в свою книгу «The Innovator's Solution» (2003) и в дальнейшем продвигал ее через известные кейсы, тем самым сделав JTBD известным подходом в продуктовой разработке.

Согласно JTBD, у каждого потребителя есть «работы» или задачи, которые он стремится выполнить. Приобретая продукт или услугу, человек как бы «нанимает» ее для выполнения конкретной задачи, чтобы достичь желаемого исхода. В известном афоризме, связанном с этой идеей: «Людам не нужна четвертьдюймовая дрель, им нужна четвертьдюймовая дырка» – подчеркивается, что фокус смещается с характеристик продукта на результат, который нужен пользователю. Например, если пользователь покупает молочный коктейль на завтрак, то его «работа» может быть не утолить жажду или голод как таковые, а сделать утреннюю поездку на работу менее скучной. Кристенсен описывал кейс, где исследование показало, что 40% коктейлей в сети фастфуда покупались ранним утром водителями в дорогу [5]. При наблюдении выяснилось, что коктейль «нанимали» как удобный завтрак на ходу, который долго пьется через трубочку и тем самым скрашивает длительную поездку. Осознав эту скрытую задачу («занять себя в дороге и перекусить до 10 утра»), компания изменила продукт: сделала коктейль гуще (чтобы дольше тянуть через соломинку) и добавила фруктовые кусочки для «интереса» – то есть улучшила его под конкретную Job to Be Done. Этот пример наглядно показывает, как подход JTBD выявляет глубинную потребность, не очевидную при традиционном дроблении рынка по демографии (в данном случае, фокус на одной персоне – скажем, «мужчина 30 лет, офисный работник» – не привел бы напрямую к такому решению, как улучшение коктейля; важнее была сама задача, общая для разных людей).

JTBD проистекает из теорий инноваций и маркетинга, которые ставят во главу угла работу, контекст и цели пользователя. Кристенсен указывал, что сегментация рынка по демографии или товарным категориям часто недостаточна – гораздо продуктивнее сегментировать по задачам, ради которых клиенты используют продукт. Теоретически это позволяет «влезть в шкуру» клиента и посмотреть, почему он поступает так, как поступает. Подход JTBD тесно связан с поиском возможностей для дисраптивных инноваций: понимая задачу, которую человек пытается решить (нередко уже используя какие-то неудобные обходные пути), компания может предложить совершенно новое решение. Ульвик и Кристенсен подчёркивали, что фокус на Jobs-to-be-Done дисциплинирует команды думать о результате для пользователя, а не о наборе фич. В научно-практическом плане JTBD можно рассматривать как развитие идей функционального анализа потребностей и сервитизации: важен не сам продукт, а та ценность, которую он приносит в контексте жизни пользователя.

Метод JTBD широко используется в стратегии продуктов и маркетинге. Продуктовые менеджеры формулируют «джобы» пользователей, чтобы генерировать гипотезы о новых функциях или даже новых продуктах. Например, банк, анализируя поведение клиентов через призму JTBD, может обнаружить, что людям важна не процедура получения кредита, а быстрое получение нужных средств для конкретной цели (скажем, срочный ремонт дома). Поняв эту работу («получить деньги быстро, с минимумом формальностей»), банк может разработать новый сервис – например, мгновенные микрозаймы онлайн или сервис реет-to-реет кредитования, оптимизируя именно скорость и удобство получения средств. Реальный пример применения JTBD в бизнесе – история компании IKEA. IKEA известна тем, что продает не просто мебель, а «решения для дома, которые покупатели собирают сами». Фактически покупатель «нанимает» товары IKEA на работу по обустройству жилья под свои нужды, и популярность IKEA во многом объясняется тем, что они поняли задачу (доступно и стильно обставить жильё) лучше традиционных мебельных ритейлеров. Также Intercom, сервис для коммуникации с клиентами, публично рассказывал, что перевел свой маркетинг на язык JTBD, предлагая решения под задачи («Generate Leads», «Customer Support») вместо перечисления функций чат-платформы – это помогло клиентам лучше понять ценность продукта под их нужды. Пример JTBD Представлен на рис. 2.



Рис. 2. Пример JTBD

Преимущества JTBD:

1) метод позволяет выйти за рамки поверхностных предположений о пользователях и выявить реальные цели и критерии успеха, которыми руководствуется человек. Это помогает создавать продукты, которые действительно решают работу пользователя более эффективно, чем альтернативы (в том числе неочевидные конкуренты из других отраслей);

2) фокусируясь на задаче, а не на существующем решении, команда легче находит новые способы удовлетворения потребности. JTBD часто приводит к инсайтам вида: «пользователю вообще-то нужно X, и он сейчас для этого использует неудобное Y; мы можем предложить Z, что сделает эту работу лучше». Такой подход дает простор для нестандартных идей и может открыть новые ниши рынка;

3) в отличие от персон, «джобы» не привязаны жестко к одной вымышленной личности. Одну и ту же работу могут иметь разные типы людей. Это помогает охватить более широкую аудиторию одним решением. (В примере с коктейлем – и молодой студент, и пожилой водитель «нанимали» коктейль для одной задачи). Таким образом, JTBD избегает узкой фокусировки на портретах и стимулирует поиск решений «на стыке» сегментов, которые раньше могли быть упущены;

4) формулирование JTBD облегчает привязку разработки продукта к ценности для пользователя и, как следствие, к бизнес-результатам. Если вы четко знаете работу, ради которой клиент приходит, проще понять, за что он готов платить, и как повысить его удовлетворенность. Это делает JTBD удобным языком общения с бизнес-сторонами проекта.

Несмотря на пользу, метод JTBD не является панацеей. Его часто критикуют за игнорирование эмоциональных и социальных факторов. Сосредоточившись на утилитарной «работе», можно недооценить, как именно пользователь хочет чувствовать себя при ее выполнении. Например, в задаче «добраться из точки А в точку Б» для кого-то важна престижность (еду на премиальном авто), для другого – экологичность. Эти нюансы JTBD сам по себе может не выявить, если сузиться только до функционала. Кроме того, излишнее увлечение «джобами» и абстрагирование от персоны чревато потерей понимания разных приоритетов у разных групп. Да, дрель нужна всем, чтобы сделать дырку, но профессионал и домашний мастер предъявляют разные требования (скорость, точность, цена, безопасность) исходя из своего контекста. Поэтому на практике JTBD рекомендуется сочетать с информацией о самих пользователях и условиях использования. Другой момент – сложность сбора данных: выявить JTBD не всегда просто, часто требуются глубинные интервью, наблюдение, аналитика, чтобы разглядеть работу за поведением. В неправильных руках JTBD может превратиться в набор догадок, не привязанных к реальности, или в слишком общие формулировки («пользователь хочет сэкономить время») без ценных инсайтов.

Таким образом, JTBD обладает значительной теоретической ценностью в плане переосмысления ориентации на клиента и практической полезностью для поиска инновационных решений. Его сила – в акценте на целях пользователя, но для полного эффекта метод требует дополнения контекстом и эмпатией, которые дают другие подходы.

Customer Journey Map: карта пути пользователя

Customer Journey Map (CJM), или карта пути клиента, – это метод визуализации опыта пользователя во времени, проходящего через все точки взаимодействия с продуктом или услугой [6]. Иначе говоря, CJM отображает путешествие пользователя: от возникновения потребности или первого контакта с брендом – через этапы поиска, сравнения, использования продукта – и до достижения конечной цели (например, успешная покупка, решение проблемы) и последующих действий (повторное использование, поддержка, лояльность). На карте обычно отмечаются этапы пути, каналы взаимодействия (сайт, мобильное приложение, офлайн и т.п.), действия пользователя, его мысли и эмоции на каждом этапе, а также «болевые точки» (pain points) и возможности улучшения опыта.

Методология CJM сложилась эволюционно на стыке маркетинга, сервис-дизайна и UX-исследований. Еще в 1960–70-х годах маркетологи начали описывать этапы движения потребителя от осознания потребности до покупки, формируя прообраз «воронки продаж» и путешествия клиента. В 1980-х консультанты по обслуживанию клиентов Рон Земке и Чип Белл впервые использовали подход, который назвали «cycle of service mapping» – по сути, схему последовательных шагов сервиса, которую проходит клиент. Этот цикл обслуживания и считается прародителем

современного CJM. В частности, упоминается, что в 1985 году Ч. Белл и Р. Земке применили визуальное картирование пути клиента для крупной телеком-компании, заложив основы практики CJM. Таким образом, у CJM нет единственного автора – это совокупный результат работы многих специалистов, и к 2000-м годам карты пути клиента прочно вошли в инструментарий UX. Современные подходы к CJM часто опираются на методы сервис-дизайна и сторителлинга: карта представляет историю взаимодействия пользователя с продуктом, включая его эмоции, мотивы и контекст.

CJM отражает системный, «лонгитюдный» взгляд на пользовательский опыт. Теоретически это важный шаг от анализа изолированных интерфейсов к рассмотрению end-to-end опыта. Карта пути строится на данных исследований (интервью, наблюдения, аналитика), охватывающих продолжительный период взаимодействия (дни, недели, а для некоторых продуктов – жизненный цикл клиента). Она опирается на психологические модели поведения потребителей и на практики human experience modeling. Значение CJM в том, что она делает видимыми связи между разными точками контакта и чувствами пользователя. Научно-практическая литература отмечает, что journey map служит отличным инструментом для выявления моментов истины (moment of truth) – ключевых моментов, определяющих удовлетворенность, а также для поиска разрывов (gap) в текущем опыте пользователя [7]. CJM способствует междисциплинарному подходу, объединяя маркетинг, UX, продуктовую аналитику и поддержку вокруг общего артефакта, повествующего о клиенте.

В прикладном плане CJM используется для выявления проблем и возможностей улучшения UX. Команды создают карты пути для различных персонажей или сегментов пользователей, чтобы увидеть, где возникают затруднения, что пользователь чувствует на каждом шаге, и где компания может улучшить сервис. Например, e-commerce компания может построить CJM для пути «Выбор и покупка товара в интернет-магазине». На карте будут этапы: привлечение (реклама, поиск товара), просмотр каталога, добавление в корзину, оформление заказа, оплата, доставка, послепродажное взаимодействие. Анализ такой CJM может показать, что на этапе оплаты многие испытывают фрустрацию (скажем, из-за отсутствия любимого способа платежа или сложной формы) и массово покидают корзину перед оплатой – то есть происходит отток. Зафиксировав это на карте и поняв причины (болевую точку), команда может предложить решения: добавить нужный платежный метод, упростить форму, показать более прозрачные сроки доставки и т.д. – и затем наблюдать, улучшается ли метрика завершения покупки. Таким образом, CJM напрямую помогает увеличить конверсию, устранив обнаруженные препятствия. В известных кейсах российские компании также успешно применяют journey mapping. Например, МТС использует CJM для анализа пути клиентов при использовании различных услуг, включая роуминг и видеосервисы. Исследование CJM позволило выявить критическую проблему: при нулевом балансе абонент не мог связаться с поддержкой или пополнить счет. Решением стало внедрение бесплатного звонка в кол-центр по номеру 0890, доступного в любой стране и при любом балансе. Также на основе CJM компания улучшила структуру сайта и процесс выбора тарифов, сделав их более понятными и доступными для пользователя [8].

Стоит отметить, что CJM часто представляется в наглядной форме – как инфографика, схематичный маршрут или таблица. Это делает ее понятной и «говорящей» для стейкхолдеров: на одном артефакте видно и путь пользователя, и его эмоции (часто их отображают графиком «эмоционального отклика» по этапам), и проблемы. Такая наглядность облегчает принятие решений и расстановку приоритетов: команда совместно видит, где узкое место, и фокусирует усилия на самом болезненном участке пути клиента. Визуальный пример CJM представлен на рис. 3 [9].



Рис. 3. Пример CJM

Преимущества CJM:

1) в отличие от отдельных экранов или сценариев, карта пути показывает полную картину взаимодействия пользователя с продуктом/брендом – во всех каналах и на всех этапах. Это помогает компаниям мыслить не отдельными «силосами» (сайт отдельно, поддержка отдельно), а единым пользовательским опытом, что особенно важно в эпоху омниканальности;

2) CJM практически предназначена для нахождения болевых точек. Анализируя карту, команда сразу видит, где пользователь испытывает неудобства, долгие ожидания, путаницу или негатив. Эти инсайты трудно получить иначе, особенно если проблема на стыке отделов (например, маркетинг дал обещание, которое не выдерживается службой доставки – на CJM такой разрыв будет очевиден). Помимо проблем, карта пути позволяет заметить и возможности для дополнительного вовлечения пользователя на разных этапах (например, добавить подсказку, где пользователь испытывает неопределенность, или бонус на этапе, где эмоция падает);

3) подготовка CJM обычно вовлекает специалистов из разных функций – исследования, дизайна, маркетинга, клиентского сервиса. Совместное обсуждение пути клиента создает единое видение процесса в команде. Все начинают «говорить на языке клиента», что улучшает взаимодействие подразделений. Кроме того, CJM – отличный инструмент для коммуникации стратегии наверх, показывая руководству реальное лицо клиентского опыта;

4) CJM привязывает UX-улучшения к бизнес-метрикам. Устраняя конкретный выявленный барьер на пути клиента, можно напрямую повысить конверсию, лояльность или снизить отток. Это делает инвестиции в UX более обоснованными: например, видно, что сокращение срока отклика службы поддержки на этапе «Проблема в использовании» повысит удовлетворенность и повторные покупки. В результате бизнес лучше поддерживает инициативы, основанные на CJM.

Построение качественной карты пути – нетривиальная задача. Высокая трудоемкость и требовательность к данным – один из главных барьеров. Требуется собрать много информации о поведении пользователя на разных шагах: от аналитики кликов до интервью на тему эмоций. Это возможно не всегда, особенно для новых продуктов (приходится тогда строить CJM на гипотезах). Кроме того, CJM – это срез во времени: опыт и рынок меняются, поэтому карту нужно регулярно обновлять, иначе она устареет. Компании не всегда находят ресурсы на поддержание актуальности CJM. Еще один нюанс – сложность для продуктов с непредсказуемым путём. Не для всех взаимодействий есть четкий сценарий; иногда пути пользователей сильно расходятся. В таких случаях приходится либо упрощать CJM до типового сценария, либо делать несколько карт под разные кейсы. Это усложняет использование. Также есть риск чрезмерной сложности – если попытаться отразить все детали, карта может получиться громоздкой и потерять наглядность. Здесь важно балансировать уровень детализации с практической ценностью.

Несмотря на эти сложности, CJM остается одним из самых мощных инструментов в UX-арсенале, особенно на этапе улучшения и развития существующих продуктов. Теоретическая ценность CJM – в междисциплинарном, системном подходе к пользовательскому опыту, а практическая – в способности непосредственно влиять на качество сервиса и показатели удовлетворенности/конверсии за счет выявления и устранения проблем на пути клиента.

Сравнительный анализ и синергия методов

Рассмотренные методики – персона-модели, JTBD и CJM – не конкурируют, а взаимно дополняют друг друга в процессе продуктового дизайна. Каждая из них приносит свой ракурс (who / what / how), и именно их комбинация дает наиболее полный портрет пользователя и его взаимодействия с продуктом. Ниже суммированы ключевые различия и точки сопряжения этих подходов:

1) персона описывает кто наш пользователь (его образ, цели, мотивации, контекст), JTBD – что пользователь пытается сделать (конкретная задача/ «работа»), CJM – как он этого достигает во времени (последовательность шагов и опыт на каждом этапе). Таким образом, персона дает статический портрет, JTBD – функциональную цель, CJM – динамический процесс;

2) персона-модель концентрируется на одном образе пользователя (часто дают имя: «Мария, 30 лет, маркетолог»), JTBD оперирует задачей (формулируется обычно глаголами: «найти надежный и быстрый способ X»), CJM строится для сценария взаимодействия (например, «путь первичной регистрации и первого использования сервиса Y»). Персона часто выступает «героем» CJM, а JTBD – лежит в основе мотивов, по которым этот герой проходит свой путь;

3) персона дает много граней одного типа пользователя (цели, мотивы, боли, предпочтения), но без привязки к одной конкретной функции – скорее общую картину. JTBD наоборот берет одну потребность/ работу и абстрагируется от того, кто пользователь; этим обеспечивается широта охвата аудитории, но упускаются индивидуальные различия. CJM может охватывать несколько потребностей на разных этапах пути, включая эмоциональные: например, потребность в уверенности или информации на шаге выбора, потребность в поддержке на шаге проблемы;

4) для создания персон обычно используются качественные исследования (интервью, наблюдения) и сегментационный анализ. JTBD выявляются через глубинные интервью, опросы с вопросом «зачем» и анализ личных хитростей пользователей; часто применяются техники, как у Кристенсена – наблюдение в полевых условиях, чтобы увидеть, что на самом деле «нанимает» человек. CJM строится на комбинации методов: аналитика данных (число переходов, время на этапах), интервью о впечатлениях, обратной связи с клиентами, привлекаются данные из CRM, поддержки и т.д. Таким образом, CJM – наиболее «всеядный» к источникам данных метод, объединяющий цифры и качественные инсайты;

5) результат работы с персонами – описания персонажей (текст + фото, цитаты, иногда добавляют для наглядности карты эмпатии). Для JTBD – формулировки работ (часто в формате: когда... я хочу... чтобы..., описывающие ситуацию, мотивацию и ожидаемый исход) и список «работ» с приоритетами. CJM – визуальная карта (таблица или диаграмма) с этапами, каналами, опытом пользователя, зачастую сопровождаемая нарративом/историей пользователя. Персона и CJM легко понимаются в визуальном формате (плакат на стене офиса), JTBD же скорее список требований для внутренних стратегических дискуссий;

6) персонам иногда не хватает ориентированности на конкретное действие – этим дополняет JTBD, фокусируясь на целевой действии пользователя, независимо от персоны. С другой стороны, «сухой» JTBD без привязки к персоне может пропустить эмоциональные нюансы – тут помогает образ персонажа и эмпатия к нему. CJM же привносит контекст времени и среды: ни персоны, ни JTBD по отдельности не показывают, когда и где возникают проблемы. Однако сама CJM будет эффективнее, если для нее ясно определены персона (чей путь мы рисуем) и job (какую цель этот пользователь хочет достичь) – тогда карта фокусируется на релевантном сценарии. В этом смысле персоны, JTBD и CJM находятся во взаимоотношении: персону и её JTBD можно считать «входами» для построения CJM. Например, Нильсен Норман Групп определяет journey map как визуализацию процесса, через который проходит сегмент персоны, чтобы достичь цели – то есть CJM по определению включает персону и её цель (job).

Использование всех трех методик в тандеме дает наилучший результат при дизайне продукта. Персона-модели задают человеческое лицо и контекст: команда понимает, для кого разработка, какие у этих пользователей ценности и ограничения. JTBD привносит четкое понимание цели: на какие именно исходы нацелены пользователи, какую ценность они хотят получить. CJM накладывает эти знания на временную шкалу опыта: показывает, как персона с определенной работой взаимодействует с продуктом шаг за шагом. В комплексе мы получаем ответ на три главных вопроса UX: кто наш пользователь, что ему нужно и как проходит его опыт. Практический пример синергии: предположим, в работе над новым образовательным приложением команда сначала исследовала пользователей (школьников, студентов, взрослых учащихся) и создала несколько персон – например, «Алексей, старшеклассник, готовится к ЕГЭ» и «Марина, 30 лет, осваивает новую профессию онлайн». Затем через интервью и опросы команда сформулировала для каждой персоны ключевые Jobs to Be Done: Алексей «хочет эффективно подготовиться к экзамену, имея четкий план и мотивацию», Марина «ищет гибкое обучение, которое впишется в её загруженный день и даст нужные навыки». И наконец, дизайнеры построили Customer Journey Map для этих сценариев обучения – от момента поиска курса, через регистрацию, первые занятия, трудности в процессе обучения, до сдачи итогового теста. Такая CJM, обогащенная портретом (персоной) и целью (JTBD) ученика, позволяет выявить, что, к примеру, у Алексея мотивационный спад наступает через месяц занятий (эмоциональная кривая на карте падает) – команда добавляет геймификацию и напоминания. А Марина бросает курс на этапе, когда у нее мало времени – значит, нужно предложить более дробные уроки или поддержку наставника именно ей (персонализировано под персону). В результате, комбинированное применение трех подходов подсказывает как стратегические улучшения продукта (под новые Jobs), так и тактические UX-решения (под боли персонажа на определенном этапе пути).

Таким образом, синергия методологий проявляется в том, что сильные стороны одного метода компенсируют слабые стороны другого. Персона «оживляет» безликие Jobs, делая их привязанными к реальным людям; JTBD дисциплинирует персоны, привнося фокус на конкретные задачи и результаты, а CJM связывает все вместе в единый сюжет, раскрывающий взаимодействие во времени. Как отмечает Джефф Готельф, при корректном применении персоны указывают, кто наш пользователь и какова его цель, а JTBD формирует направления того, какими способами эту цель можно достичь; пересечение этих сфер – место для поиска оптимальных продуктовых решений [10]. В современных продуктовых командах зачастую применяются все три инструмента: например, в ходе дизайн-спринта могут использовать персон для эмпатии, JTBD для генерации идей под конкретные нужды и CJM для прототипирования и проверки пользовательского пути. Такой комплексный подход обеспечивает и теоретическую обоснованность (методы из UX-исследований, психологии и теории инноваций) и доказанную практическую пользу, что в итоге отражается на качестве цифровых продуктов и удовлетворенности пользователей.

Выводы

В ходе анализа были рассмотрены три методологии: персона-модели, Jobs to Be Done и Customer Journey Map. Исследование показало, что каждая из них обладает самостоятельной ценностью в рамках UX-дизайна цифровых продуктов: персона-модели позволяют сфокусироваться на мотивации и контексте пользователя, JTBD выявляет глубинные задачи и цели, а CJM отражает опыт взаимодействия с продуктом на всех этапах. Теоретические основы этих подходов опираются на проверенные исследования в области человеко-ориентированного дизайна, маркетинга и поведенческой аналитики.

Проведенный сравнительный анализ продемонстрировал, что методы не конкурируют, а эффективно дополняют друг друга: использование одной методологии усиливает эффект другой. Их объединение позволяет не только глубже понять потребности пользователей, но и выстроить целостную стратегию проектирования — от выявления задач до оптимизации пути клиента. Практические кейсы (например, в кейсе Кристенсена с milkshake, практике Intercom, МТС и др.) подтверждают эффективность комбинированного подхода.

Таким образом, поставленные задачи статьи были реализованы: охвачены теоретические и практические аспекты каждой методики, описаны их преимущества и ограничения, представлены примеры из реальных проектов, проведено сравнение и обоснована необходимость их синергетического использования. Итогом стало понимание того, что именно интеграция персона-моделей, JTBD и CJM обеспечивает наиболее комплексный и обоснованный подход к разработке цифровых продуктов, ориентированных на реального пользователя и его опыт.

Научный руководитель: старший преподаватель кафедры цифровых и аддитивных технологий, Славникова Мария Александровна.

Scientific supervisor: Senior lecturer of the Department of Digital and Additive Technologies, Slavnikova Maria Alexandrovna.

Список литературы

- 1) UPROCK. Метод персон в UX. URL: <https://uprock.pro/blog/user-personas/> (дата обращения: 08.04.2025).
- 2) Nielsen Norman Group. Harley A. Personas Make Users Memorable for Product Team Members. URL: <https://www.nngroup.com/articles/persona/> (дата обращения: 08.04.2025).
- 3) Skillbox. Как использовать метод персон в продуктовом анализе. URL: https://skillbox.ru/media/management/kak_ispolzovat_metod_person/ (дата обращения: 08.04.2025).
- 4) Strategyn. Jobs-to-be-Done: A Comprehensive Guide. URL: <https://strategyn.com/jobs-to-be-done/> (дата обращения: 08.04.2025).
- 5) Christensen C. Clay Christensen's Milkshake Marketing. Harvard Business School. URL: <https://hbswk.hbs.edu/item/clay-christensens-milkshake-marketing> (дата обращения: 08.04.2025).
- 6) SendPulse. Что такое Customer Journey Map. URL: <https://sendpulse.com/ru/blog/customer-journey-map> (дата обращения: 09.04.2025).
- 7) Nielsen Norman Group. Flaherty K. 7 Ways to Analyze a Customer-Journey Map. URL: <https://www.nngroup.com/articles/analyze-journey-map/> (дата обращения: 09.04.2025).
- 8) ProBusiness. МТС делится опытом использования CJM для бизнеса. URL: https://probusiness.io/special_project/11734-ozhidaniya-polzovateley-rastut-nuzhno-sootvetstvovat-mts-delitsya-opytom-ispolzovaniya-cjm-dlya-biznesa.html (дата обращения: 10.04.2025).
- 9) Roistat.Blog. Что такое Customer Journey Map. URL: <https://roistat.com/rublog/customer-journey-map/> (дата обращения: 08.04.2025).
- 10) Gothelf J. Reconciling Jobs to Be Done & Personas. Medium, 2017. URL: <https://medium.com/@jboogie/reconciling-jobs-to-be-done-personas-2e923ce2c8bb> (дата обращения: 10.04.2025).

References

- 1) UPROCK. Metod person v UX [Method of personas in UX]. URL: <https://uprock.pro/blog/user-personas/> (date accessed: 08.04.2025).
- 2) Nielsen Norman Group. Harley A. Personas Make Users Memorable for Product Team Members. URL: <https://www.nngroup.com/articles/persona/> (date accessed: 08.04.2025).
- 3) Skillbox. Kak ispolzovat metod person v produktovom analize [How to use the persona method in product analysis]. URL: https://skillbox.ru/media/management/kak_ispolzovat_metod_person/ (date accessed: 08.04.2025).
- 4) Strategyn. Jobs-to-be-Done: A Comprehensive Guide. URL: <https://strategyn.com/jobs-to-be-done/> (date accessed: 08.04.2025).
- 5) Christensen C. Clay Christensen's Milkshake Marketing. Harvard Business School. URL: <https://hbswk.hbs.edu/item/clay-christensens-milkshake-marketing> (date accessed: 08.04.2025).
- 6) SendPulse. Chto takoe Customer Journey Map [What is a Customer Journey Map]. URL: <https://sendpulse.com/ru/blog/customer-journey-map> (date accessed: 09.04.2025).
- 7) Nielsen Norman Group. Flaherty K. 7 Ways to Analyze a Customer-Journey Map. URL: <https://www.nngroup.com/articles/analyze-journey-map/> (date accessed: 09.04.2025).
- 8) ProBusiness. MTS delitsya opytom ispolzovaniya CJM dlya biznesa [MTS shares experience of using CJM for business]. URL: https://probusiness.io/special_project/11734-ozhidaniya-polzovateley-rastut-nuzhno-sootvetstvovat-mts-delitsya-opytom-ispolzovaniya-cjm-dlya-biznesa.html (date accessed: 10.04.2025).
- 9) Roistat.Blog. Chto takoe Customer Journey Map [What is a Customer Journey Map]. URL: <https://roistat.com/rublog/customer-journey-map/> (date accessed: 08.04.2025).
- 10) Gothelf J. Reconciling Jobs to Be Done & Personas. Medium, 2017. URL: <https://medium.com/@jboogie/reconciling-jobs-to-be-done-personas-2e923ce2c8bb> (date accessed: 10.04.2025).

К. П. Маркова

ОСОБЕННОСТИ КОММЕНТАРИЯ В ИЗДАНИИ РОМАНА КИМ ЧУХЕ «ЗВЕРИ МАЛОЙ ЗЕМЛИ» (INSPIRIA, 2024)

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна
191186, Санкт-Петербург, Большая Морская, 18.

Аннотация: Статья посвящена анализу особенностей сопроводительного аппарата в русском издании романа Ким Чухе «Звери малой земли» (Inspiria, 2024). Рассматриваются виды комментариев, их функции и влияние на интерпретацию художественного текста. Особое внимание уделяется реальным, отражающим историко-культурную и языковую специфику произведения, и лингвистическим комментариям.

Ключевые слова: исторический роман, комментарий, реальный комментарий, лингвистический комментарий, Ким Чухе, «Звери малой земли».

X. P. Markova

Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design
Higher School of Printing and Media Technologies
191180, Saint Petersburg, Dzhambula Lane, 13

FEATURES OF THE COMMENTARY IN THE PUBLICATION OF KIM CHUHE'S NOVEL "BEASTS OF THE LITTLE LAND" (INSPIRIA, 2024)

Abstract: The article analyzes the features of the annotation system in the Russian edition of Juhea Kim's novel *Beasts of the Little Land* (Inspiria, 2024). The study focuses on the types, functions, and interpretative role of commentary in the perception of the literary text. Special attention is paid to linguistic and realia commentary, which reflect the historical and cultural specificity of the novel.

Keywords: historical novel, commentary, realia commentary, linguistic commentary, Juhea Kim, *Beasts of the Little Land*.

Перевод художественного текста представляет собой сложный процесс межкультурной коммуникации, в котором задействованы языковые и исторические контексты. Особенно ярко это проявляется при работе с произведениями, в которых автор отражает глубокую связь с традициями, неизвестными широкому кругу читателей. В таких случаях на первый план выходят комментарии, которые помогают воссоздать культурный и смысловой пласт, утраченный при переводе текста с одного языка на другой.

Нашей целью было проанализировать корпус комментариев к историческому роману Ким Чухе «Звери малой земли» (Inspiria, 2024) и выявить их характерные черты. Исторический роман — жанр, в котором воссоздаются события и образы прошлого на основе документальных источников и художественного вымысла, сложен для читательского восприятия, так как тесно связан с конкретным историко-культурным контекстом. В тексте произведения могут описываться реалии, исторические личности, бытовые предметы, социальные институты, утратившие свою актуальность. Однако именно эти детали выделяют роман среди ряда других. Комментарии в издании помогают читателю погрузиться в эпоху, понять смысл событий и мотивы персонажей.

Действие романа американо-корейской писательницы Ким Чухе «Звери малой земли» происходит на Корейском полуострове в период с 1917 по 1965 год, когда Корея была японской колонией. В произведении два главных героя — десятилетняя девочка по имени Яшма, которая из-за отчаянного положения семьи, была продана в школу куртизанок, и ее единственный близкий друг, мальчик-сирота Нам Чонхо. Герои взрослеют на улицах Сеула. Со временем их пути расходятся. Чонхо оказывается вовлечен в революционную борьбу за независимость страны, а Яшма становится востребованной артисткой. В романе описаны сцены не только мирной жизни, но и борьбы за независимость. По мнению научного редактора русского издания Анны Семида, «это произведение для тех, кто не боится изучения неоднозначных страниц истории» [1].

Роман переведен на несколько языков, удостоен международных литературных премий. В 2022 году он стал финалистом Dayton Literary Peace Prize и в том же году вошел в лонг-лист HWA Debut Crown Award [2]. В октябре 2024 года роман победил в номинации «Иностранная литература» премии «Ясная Поляна». По мнению члена жюри премии Павла Басинского, это произведение пример того, как надо писать эпические романы о гражданской войне. «Звери малой земли» наполнены отсылками к азиатской культуре и служат положительным примером того, как может выглядеть исторический роман, который будет по-настоящему интересовать читателя [3].

Над русским изданием, вышедшим в феврале 2024 года в издательстве Inspiria, работали: переводчик, востоковед-китаист Кирилл Батыгин, научные редакторы — кореевед Мария Осетрова, японист Анна Семида.

Нами было проанализировано первое издание с серийным оформлением — оранжевой полосой по верхнему краю, переходящей с корешка на заднюю сторону. Этот цвет свидетельствует о принадлежности издания к серии Inspiria «Loft. Азиатский бестселлер».

Визуальное оформление русского издания романа «Звери малой земли» органично сопрягается с его сюжетной структурой и тематическим наполнением. Использование традиционных восточных художественных мотивов

— изображения тигра, гор, пейзажа — не только подчеркивает культурную специфику произведения, но и визуально актуализирует центральные образы текста. Тигр, как символ Кореи, метафорически отражает дух сопротивления, внутреннюю силу и идентичность, проходящие через весь роман.

Для оформления сторон переплетных крышек в качестве референса было выбрано английское издание романа, на котором объединены два изображения: тигр и пейзаж, выполненные в традиционном стиле живописи. Это отражает общую эстетику произведения, в котором тигр предстает символом Кореи, а действие происходит на «корейской земле».

Внутреннее оформление перекликается с внешним. На форзацах представлена картина из Национального дворцового музея Кореи («Пейзаж»), которая также используется на переплетных крышках. Такое оформление дает читателю представление о восточной эстетике. Все иллюстрации внутри книжного блока выполнены в оттенках серого.

На шмуцтитулах даны сведения о переводчике и научных консультантах, посвящение от автора с параллельным переводом на корейский язык. Кроме того, шмуцтитулы разделяют основной текст: пролог, 4 тома, которые разделены на 27 глав, и эпилог. Тома соответствуют периодам: 1918–1919; 1925–1937; 1941–1948 и 1964 годы.

Таким образом, оформительские решения работают не как нейтральный фон, а как смысловая рамка, поддерживающая сюжетную логику и культурно-историческую глубину текста. Книга выступает как целостный медиа-продукт, в котором графическое оформление усиливает интерпретационное восприятие литературного произведения.

Научно-справочный аппарат издания хорошо проработан. За текстом следуют благодарности от автора, раздел «Приложение», в котором даны комментарии, и оглавление. Текст сопровождается 55 комментариями, которые отмечены в самом тексте порядковыми номерами.

Традиционно в изданиях используются комбинированные системы видов комментария, которые разделяют по задачам и по объектам. Классификацией комментариев занимались ученые-текстологи: Б. В. Томашевский, Д. С. Лихачев, Н. М. Сикорский. Б. В. Томашевский выделял историко-текстовый и библиографический; редакционно-издательский; историко-литературный; критический; лингвистический; литературный (поэтика произведения); реальный (или исторический) комментарии [4]. Д. С. Лихачев в очерке «Текстология» подразделил комментарии на четыре вида: текстологический, языковой, историко-литературный и реальный (биографический, исторический и т. д.) [5]. Он особо выделял текстологический тип комментария и обращал внимание на ответственность комментатора и значимость основного текста. Н. М. Сикорский же вместо термина «языковой» предлагает «словарный» [6]. Сокращение видов приводит к тому, что часть объектов, подлежащих комментированию, отсекается, а некоторые виды неоправданно расширяются. Основным смыслом комментария является помощь читателю в усвоении забытых или утерянных значений. Б. В. Томашевский подчеркивал, что в случаях, когда комментарий разрастается и поглощает текст, следует больше думать о комментируемом произведении, а не об объекте истолкования.

В настоящий момент не существует единой общепринятой классификации. В издании романа Ким Чухе нами было выделено два вида комментариев, которые составлял переводчик совместно с научными редакторами: реальный (пояснение реалий) и лингвистический (пояснение перевода). Из 55 комментариев: 46 реальных и 9 лингвистических. Для удобства анализа мы разделили реальные комментарии по комментируемым реалиям с учетом универсальной предметной классификации лингвистов С. Влахова и С. Флорина. Ученые выделили географические, этнографические и общественно-политические реалии [7].

Из 46 реальных комментариев 24 описывают общественно-политические реалии, 18 — этнографические и 4 — географические. В первой рубрике представлено наибольшее разнообразие реалий. Общественно-политические реалии являются одними из тех, в которых содержится максимальная концентрация национально окрашенной лексики, отражающей особенности жизни. Приведем комментарии общественно-политических реалий.

Первая рубрика — административно-территориальное устройство. Комментирование этих фактов играет важную роль, так как помогает читателю создать общее представление об основных исторических эпохах, устройстве Корейского полуострова, расширяет кругозор. Пояснения этой рубрики реалий краткие. Например, «Пархэ — государство, существовавшее на Корейском полуострове примерно с 698 по 926 годы. В историографии также известно под названием Бохай» [8, с. 536]. Составитель комментария называет временные рамки существования определенного наименования страны.

Важно отметить, что некоторые из административно-территориальных реалий все еще существуют. Например, район Пхёнчхандон, который, как поясняет переводчик, «до сих пор один из самых фешенебельных районов Сеула» [8, с. 537]. Таким образом, читателю становится более доступна история Кореи в ретроспективе.

Рубрика реалий, которые относятся к общественно-политической жизни — одна из наиболее значимых, так как за счет пояснения этих фактов объясняется не только культурный и исторический контекст, но и дается стилистическая характеристика. Такой комментарий сложно отнести к конкретному виду, ведь он сочетает в себе черты как реального, так и лингвистического. Например, в эпизоде встречи японца и корейца первый использует слово «тёседзин», которое на японском языке значит «кореец». Однако комментарий переводчика раскрывает смысл такого обращения: «Несмотря на то, что слово обозначает жителей Кореи, сейчас не принято так называть выходцев из страны. Среди корейцев, в частности, распространено мнение, что это пренебрежительное по отношению к ним обозначение» [8, с. 534]. Это не единственный случай употребления слова «тёседзин» в тексте. Из комментария переводчика можно понять отношение одного героя к другому. В то же время в пояснении не даны временные рамки, когда появилось пренебрежительное значение. Эта неполнота объяснения искажает контекст высказывания.

В романе описывает столкновение разных политических взглядов. Нам Чонхо и его наставник несут в массы идею о признании независимости Кореи. Для облегчения понимания многих политических столкновений даны

комментарии, относящиеся к политическим организациям и деятелям, социальным явлениям и движениям. Например, «Чхондогё („Небесный путь“) — национальное синкретическое религиозное движение Кореи, возникшее в XX веке. Вобрало в себя элементы различных религий и верований» [8, с. 536]. Этот факт в сравнении с остальным представляется более частным. Составители сопроводительного аппарата обращают внимание не только на общие, но и на частные факты, что служит расширению читательского кругозора и углублению знаний об истории Востока.

Преобладание комментариев, касающихся административно-территориального устройства и общественно-политической жизни, свидетельствует о высокой степени культурной и исторической специфики текста. Роман тесно связан с реальными событиями, происходившими на Корейском полуострове. В нем описывается государственный аппарат и социальные трансформации в Корее, которые могут быть непонятны, если читатель недостаточно знает об истории государства. В издании «Звери малой земли» такие комментарии помогают воссоздать сложную картину эпохи, осмыслить политические реалии, формирующие сюжет и мотивацию персонажей.

Одна из главных героинь романа — воспитанница школы кисэн Яшма. В произведении описана ее жизнь вместе с другими ученицами, которые росли, изучая культуру Кореи и Японии. В романе раскрываются основные качества, которыми должны обладать будущие кисэн — быть эрудированными, талантливыми девушками, которые владеют знаниями не только о музыке, но и о других жанрах. Так, мы можем говорить о значении реальных комментариев, поясняющих искусства и культуры. На практике в издании *Inspiria* большое количество комментируемых реалий относится к этнографическим (18 комментариев). Всего в этой группе представлено две рубрики: быт, искусство и культура.

В этой группе также встречается большое разнообразие комментируемых реалий. Например, специфический для Кореи вид искусства «пхансори»: «корейский жанр повествования под музыку. В выступлении участвуют только барабанщик и исполнитель, который раскрывает сюжет посредством пения, декламации и жестов. Единственные допустимые элементы реквизита — веер и платок» [8, с. 537].

В комментариях также даны короткие описания важных для корейского народа фольклорных сюжетов, которые являются ярким проявлением самобытности региона. Например, Сказание о Симчхон — «классическое корейское сказание, которое представлено в жанре пхансори. Сюжет рассказывает о том, как героиня, желая вернуть ослепшему отцу возможность видеть, приносит себя в жертву, бросаясь в море. Это высшее проявление почтительности к родителю возвращает зрение отцу и спасает дочь от гибели» [8, с. 538]. Здесь также дается отсылка к другой реалии (пхансори), что помогает логически связать факты о культуре страны. Характеристика сюжета помогает передать нужный посыл, заключенный в эпизоде, в котором упоминается фольклорное произведение.

Некоторые авторы, исследующие сопроводительный аппарат изданий, отмечали необходимость избегать излишнее комментирование [4]. В тексте романа описывается «сладкая бобовая паста», а в комментарии дается — «анко (яп.)». Это не соответствует содержанию остальных пояснений: наименование/термин из текста развернуто объясняется в комментарии. В этом же случае в тексте произведения дается характеристика, а в комментарии — наименование.

В остальном эта группа комментариев помогает раскрыть корейскую культуру с разных сторон, дать информацию для дальнейшего ее изучения. В этих комментариях поясняются предметы и явления, которые выделяют корейскую культуру: пхансори, сказания о Чхунхян, Хон Гильдоне, Симчхон, пинё. Как и для предыдущей группы, в комментариях не только приводится краткая справка, но и дается объяснение контекста, выделяются ключевые особенности явления, характерного для азиатского региона, излагаются фольклорные сюжеты.

Пояснения искусства и культуры помогают в изучении корейской культуры. Преобладание таких комментариев особенно показательно в контексте жизненного пути главной героини, которая обучается в школе для кисэн и становится артисткой. Это подчеркивает важность художественных форм — пения, фольклора, музыкальных инструментов — как важных элементов ее судьбы и как значимых компонентов историко-культурной среды.

Комментарии о быте и календарных особенностях дополняют этнографическую картину, позволяя читателю почувствовать материальные и обрядовые аспекты жизни героев. Такая направленность сопроводительного аппарата указывает на то, что для адекватного восприятия художественного мира романа читателю необходимы знания не только о политической истории, но и о повседневной культуре и художественной традиции Кореи, глубоко вплетенной в сюжет и характеры персонажей.

Последняя рубрика — географические реалии, к которым в издании относятся названия объектов физической географии. Например: «Восточное море — подразумевается то, что на Западе, в том числе и в России, называют Восточно-Китайским морем. Сохраняем корейский топоним» [8, с. 534]. В этой рубрике также дан комментарий к сооружению — Великие южные ворота и Великие восточные ворота. Особенным для нее является указание на сохранение корейского топонима.

В тексте романа часто встречаются аллюзии на исторические и политические факты. Например, эпизод перфомантской демонстрации (Движение 1 марта или Движение Самиль), наличие прототипа некоторых участников движения за независимость и прототипов главной героини. Подобные аллюзии не раскрывались в рамках текста романа или в затекстовых комментариях. В тексте пояснения присутствует лишь одно пояснение аллюзии — на произведение Кафки. В этом эпизоде раскрывается душевное состояние героя, который «чувствовал себя так же легко, как родители незадачливого Грегора в самом конце любимой повести». В комментарии переводчик указывает на произведение, которое подразумевал автор, и раскрывает сюжет. На наш взгляд, это также пример излишнего комментирования, поскольку переводчик не только дает название романа, который подразумевается, но и описывает его сюжет, душевное состояние героя.

Реальные комментарии в издании романа Ким Чухе «Звери малой земли» помогают компенсировать культурный разрыв между текстом и читателем, не знакомым с корейской действительностью, а также способствуют

формированию интереса к культуре Кореи. Писательницей выбран сложный и при этом яркий период истории, в котором тяжелые судьбы смешиваются с важностью сохранения национальной идентичности. Комментарии выполняют роль «проводника», который вводит читателя в культурную реальность.

Переводчик влияет на интерпретацию текста читателем, именно поэтому важно создание лингвистического (словарного) комментария, который будет способен сократить разрыв между автором и читателем. Лингвистический комментарий объясняет слова и обороты речи, которые отличаются от обычного словоупотребления в современном литературном языке и потому могут быть не поняты читателем или поняты неверно. В этом виде комментария дают пояснения грамматики и языка писателя, перевода, фразеологии, диалектной и просторечной лексики.

В одном из первых лингвистических комментариев дается пояснение, которое в дальнейшем оказывает влияние на восприятие читателем имен главных и второстепенных героев. События происходят в кибане, где воспитанникам давали новые имена. Так, героиню называли Яшмой. В комментарии переводчик объясняет, что это образный перевод корейского имени, а также объясняет авторский выбор имен. В этом же комментарии раскрывается семантика фамилий других героев — охотника Нам и японского капитана Ямада. Это не относится к конкретному эпизоду комментирования и отвлекает от текста. В романе есть и другие героини, которые носят образные имена (Луна, Лилия, госпожа Серебро), но их значение имен не поясняется. Таким образом, в этом комментарии читатель считывает два ключевых момента: имена в романе несут скрытое значение («во всех случаях за именами скрываются некоторые потенциальные коннотации»; значение двух фамилий эпизодических героев. В целом такое комментирование не несет смыслообразующего значения в масштабе всего романа. Имена главных и второстепенных героев (Яшма, Чонхо, Луна, Лилия, госпожа Серебро) остаются без объяснений.

Роман раскрывает природу сложных межличностных отношений. Важным для повествования является мотив судьбы. Один из персонажей говорит: «Нас будто бы связали невидимой нитью. Судьба — хитрая штука» [8, с. 80]. В этом месте переводчик дает сноску, а в комментарии объясняет многозначность понятия: «Здесь подразумевается многозначный корейский термин инён, имеющий в первую очередь коннотации судьбы и предопределенности как таковой». Таким образом, в текст романа переводчик ввел одно из толкований корейского термина. С одной стороны, для читателя сохранен смысл. С другой — текст теряет часть образности, которая заключена в изначальном слове.

Действие романа происходит в многоязыковой среде, чем объясняется наличие иноязычных вкраплений, которые переводчик оставляет в основном тексте — приводит транскрипцию, а в комментарии поясняет значение и приводит аналог. Например, фраза «Мансе!» буквально обозначает «десять тысяч лет». В комментарии переводчик объясняет буквальное значение и дополняет примером близкого аналога — «Да здравствует!». Это позволяет сохранить колорит оригинала и одновременно обеспечивает понимание, необходимое для адекватного восприятия текста.

Некоторые диалоги остаются без русского перевода внутри романа, но на них дается сноска. Вероятно, таким образом переводчик подчеркивает мультикультурность среды, в которой происходит действие. Частотны переводы с японского, меньше с китайского и английского. Кроме текста перевода в комментарии также дается справка о диалекте. Например: «Яя — „спасибо“ на шанхайском диалекте. Аналог на стандартном китайском — „сесе“» [8, с. 539]. Диалект может многое сказать о герое. Из этого пояснения читатель поймет, что персонаж приехал из Шанхая.

Лингвистические комментарии в издании романа подтверждают, что переводчик активно влияет на интерпретацию текста, формируя рамки восприятия читателя. Он встраивается в коммуникацию между автором и читателем. К тому же переводчик стремится сохранить национальный колорит, не создавая преград для читателя.

Анализ сопроводительного аппарата показывает, что лингвистические комментарии в издании в ряде случаев непоследовательны. Так, важные для произведения имена не получают объяснения, несмотря на их потенциально значимую семантику. Существенные культурные пласты остаются за пределами комментирования. Это указывает на отсутствие единой стратегии комментирования, что может затруднить формирование целостного читательского восприятия. Нерегулярность, выборочность и в ряде случаев недостаточная интерпретационная глубина снижают потенциал лингвистических комментариев как полноценного инструмента межкультурного посредничества. Более системный подход к комментированию, включающий пояснение значимых имен, аллюзий и стилистических оттенков, мог бы значительно обогатить читательский опыт и усилить диалог между культурами.

Проведенный анализ сопроводительного аппарата русского издания романа Ким Чухе «Звери малой земли» позволяет сделать вывод о важной роли комментариев как инструмента межкультурной коммуникации. Комментарии обеспечивают читателю доступ к историко-культурному контексту, отраженному в произведении, компенсируя потенциальные пробелы в знаниях о Корее первой половины XX века.

Преобладание реальных и лингвистических комментариев свидетельствует о стремлении переводчика и редакторов сохранить национальный колорит и одновременно обеспечить адекватное понимание текста. Особую значимость приобретают пояснения к общественно-политическим и этнографическим реалиям, формирующим историческую среду повествования и судьбы персонажей. Вместе с тем сопроводительный аппарат демонстрирует методологическую непоследовательность: важные элементы текста, такие как семантика имен, аллюзии и символика, нередко остаются без пояснений, в то время как другие фрагменты избыточно комментируются. Это снижает интерпретационный потенциал комментариев как полноценного инструмента межкультурного посредничества.

Таким образом, комментирование в издании «Звери малой земли» выполняет не только вспомогательную, но и интерпретирующую функцию. Более последовательная стратегия комментирования, охватывающая весь спектр значимых реалий и образов, могла бы существенно обогатить читательский опыт и усилить межкультурный диалог.

Научный руководитель: Доцент кафедры книгоиздания и книжной торговли, кандидат филологических наук, Клименко А. Д.
Scientific supervisor: Associate Professor of the Department of Book Publishing and Book Trade, PhD in Philology, A. D. Klimenko

Список литературы:

1. Звери малой земли. URL: <https://eksmo.ru/book/zveri-malenkoy-strany-ITD1252094/?ysclid=m8vrastklm236464649> (дата обращения: 21.03.2025).
2. Beasts of a Little Land. URL: <https://www.juheakim.com/Beasts-of-a-Little-Land/> (дата обращения: 21.03.2025).
3. «Звери малой земли»: лауреат премии «Ясная Поляна» // Строки. URL: <https://stroki.mts.ru/articles/zveri-maloy-zemli-laureat-premii-yasnaya-polyana-1732> (дата обращения: 03.04.2025).
4. Томашевский Б. В. Писатель и книга. Очерк текстологии. М.: Искусство, 1959. 280 с.
5. Лихачев Д. С. Текстология: краткий очерк. М. Л.: Наука, 2006. 174 с.
6. Теория и практика редактирования / под ред. Н. М. Сикорского. М.: Просвещение, 1971. 530 с.
7. Влахов С. И., Флорин С. П. Непереводимое в переводе. М.: Международные отношения, 1980. 320 с.
8. Ким Ч. Звери малой земли. М.: Inspiria, 2024. 544 с.

References

1. Beasts of a Little Land. URL: <https://www.juheakim.com/Beasts-of-a-Little-Land> (date accessed: 21.03.2025).
2. Beasts of a Little Land [in Russian]. URL: <https://eksmo.ru/book/zveri-malenkoy-strany-ITD1252094/?ysclid=m8vrastklm236464649> (date accessed: March 21, 2025).
3. «Beasts of a Little Land»: winner of the Yasnaya Polyana Award // Lines. URL: <https://stroki.mts.ru/articles/zveri-maloy-zemli-laureat-premii-yasnaya-polyana-1732> (date accessed: April 3, 2025).
4. Tomashevsky B. V. The Writer and the Book: A Textological Essay [in Russian]. Moscow: Iskusstvo, 1959. 280 pp. (in Rus.).
5. Likhachev D. S. Textology: A Brief Outline [in Russian]. Moscow, Leningrad: Nauka, 2006. 174 pp. (in Rus.).
6. Theory and Practice of Editing, ed. by N. M. Sikorsky [in Russian]. Moscow: Prosveshchenie, 1971. 530 pp. (in Rus.).
7. Vlahov S. I., Florin S. P. The Untranslatable in Translation [in Russian]. Moscow: Mezhdunarodnye otnosheniya, 1980. 320 pp. (in Rus.).
8. Kim J. Beasts of a Little Land [Russian edition]. Moscow: Inspiria, 2024. 544 pp. (in Rus.).

Н.Н. Николаева

О ВОЗМОЖНОСТЯХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КНИЖНЫХ ПОДКАСТОВ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

© Н. Н. Николаева, 2025

*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна
191186, Санкт-Петербург, Большая Морская, 18.*

Аннотация. В статье рассматриваются особенности подкастов как современного медиаформата и возможности их использования в школьном литературном образовании.

Ключевые слова: подкаст, современный образовательный процесс, книжные подкасты, школьная программа по литературе.

N.N. Nikolaeva

Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design
191186, St. Petersburg, Bolshaya Morskaya, 18

ON THE POSSIBILITIES OF USING BOOK PODCASTS IN EDUCATIONAL ACTIVITIES

Abstract. The article discusses the features of podcasts as a modern media format and the possibilities of their use in school literary education.

Keywords: podcast, modern educational process, book podcasts, school literature curriculum.

На сегодняшний день подкасты — относительно новый для России медиаформат — становятся популярным способом получения и усвоения информации.

Подкаст — это аудиоконтент в виде регулярного аудиоблога, не являющийся музыкальными треками, и доступный для скачивания или онлайн-прослушивания в любое удобное время [1].

По способам подачи информации подкасты принято делить на два вида: разговорные и нарративные. Среди разговорных подкастов можно выделить такие жанры, как интервью, ток-шоу, лекция и история [2].

Особенностями подкастов являются:

- регулярность. Выпуски с одинаковой длительностью обычно выходят в один день и в одно время.
- интимность. Подкасты через голос в ушах слушателя создают тесную личную и эмоциональную связь с аудиторией. Для слушателей подкаст — это аудиопереживание.
- приятная «рутина». Подкаст — это привычка, которая легко встраивается в нашу жизнь. Он становится своеобразным «медиакомпаньоном» — когда вы слушаете подкаст, вы можете быть заняты и другими делами. Подкаст делает обыденные занятия менее обыденными.
- многозадачность. Подкасты могут выполнять информационную, развлекательную и образовательную функции. Они способны не только развлекать, но и вовлекать [1], [3], [4].

В образовательном процессе использование цифровых технологий постоянно расширяется.

Современному школьнику как представителю цифрового мира медиатехнологии гораздо интереснее и привлекательнее. Они предлагают новые подходы к обучению и взаимодействию между учениками и педагогами, а также помогают усилить вовлеченность в учебный процесс [5], [6].

Подкасты как важная составляющая медиaprостранства становятся одной из актуальных форм образовательной деятельности [7].

Учитывая ресурсный потенциал подкастов, появляется возможность использовать их как инструмент влияния на аудиторию для популяризации книг и чтения в целом, а также активно применять в школьном литературном образовании [8].

Одной из трудностей, с которой сталкиваются сегодня в образовательном процессе, является нежелание читать и понимать художественную литературу [9].

Герои классической русской литературы с каждым годом отдаляются от современных школьников, произведения становятся все более сложными для понимания и осмысления. Для их сближения лучше использовать способы, которые смогут заинтересовать и увлечь читателей XXI века.

Формат подкаста предоставляет уникальную возможность опосредованно формировать интерес к чтению и расширять читательский кругозор через непринужденный разговор о книгах [9].

Книжные подкасты — сегмент рынка подкастов, ориентированный на продвижение чтения с помощью обсуждения книг в интервью и беседах с авторами, блогерами, редакторами и просто увлеченными читателями. Они могут представлять собой как диалог с представителями книжной отрасли, так и лекционные материалы экспертов.

При этом подкаст — это не просто разговор нескольких людей на заданную тему. Он нацелен на реакцию аудитории, ее внимание и интерес. Подкаст становится не только информационным продуктом, но и еще одним способом общения и эмпатии [4].

Подкаст и художественную литературу объединяет вовлечение слушателя и читателя, что создаст неповторимые переживания и опыт.

Кроме того, подкаст как способ коммуникации представляет собой горизонтальные отношения, в отличие от вертикального взаимодействия «ученик — учитель». И именно эта линейность вместе с легким порогом вхождения может помочь школьникам в освоении непростой школьной программы по литературе.

Произведения классической русской литературы требуют интерпретации и обширного комментирования для современных школьников. Подкасты с обсуждением книг в формате диалога могут стать альтернативой чтению сопроводительных материалов, научных статей и примечаний, обычно написанных для более подготовленных читателей.

На сегодняшний день практически нет книжных подкастов, созданных специально для подростков. Можно назвать разве что подкасты «Экспекто патронум» и «Литра».

«Экспекто патронум» — это подкаст о книгах для детей и подростков старше 10 лет от просветительского проекта Argamas. У подкаста запоминающееся и привлекательное для юных читателей название, отсылающее к книгам и фильмам о Гарри Поттере — одном из самых любимых героев молодой аудитории.

Способ подачи материала в подкасте «Экспекто Патронум» — это разговор двух ведущих. Они обсуждают проблемы, которые волнуют подростков: о дружбе, школе, семье и отношениях, ищут ответы на эти вопросы в книгах, сравнивают, как в похожих ситуациях поступали герои книг и они сами [5], [10].

Один из сезонов подкаста был посвящен произведениям классической русской литературы. Так, выпуск о романе Тургенева называется: «Отцы и дети», или Почему мы спорим с родителями. Ведущие разговаривают о противоречивых чувствах, которые испытывают персонажи романа, схожих с переживаниями всех родителей и детей в любую эпоху, рассуждают о том, как меняется отношение к героям и всему произведению, когда читатель вырастает и сам становится родителем.

Эпизод о романе «Война и мир» построен в необычной форме — в виде хит-парада любимых и нелюбимых персонажей Толстого. Ведущие разбираются, за что Лев Толстой ненавидит своих героев и за что любит, что такое красота для автора, и о том, как только по одной фразе писателя можно понять его отношению к тому или иному персонажу.

«Литра» — подкаст проекта «Полка» для учеников и учителей, для детей и родителей, для тех, кто любит читать и тех, кто любит рассказывать о чтении. Этот подкаст — рассказы и диалоги школьных преподавателей о тех книгах, которые для них особенно важны. Слоган подкаста: «Пять учителей, пять по литературе, настроение на пять с плюсом» [11].

По словам создателей подкаста, привычной школьной программе здесь не уделяется очень много места. Тем не менее, серия выпусков второго сезона посвящена 200-летию публикации «Евгения Онегина». Слушателей ждет обсуждение лирических отступлений и поэтического мира героев книги, рассказ о том, как роман критиковали и комментировали, перечитывали и ставили на сцене [12].

Для этих выпусков выбран формат лекции, насыщенной большим количеством цитат, что может быть сложно для восприятия молодым читателем. Монологические подкасты могут быть менее эффективны в контексте литературного образования [13]. Для того, чтобы слушатель почувствовал себя вовлеченным в дискуссию о книге и ее героях, лучше использовать такие жанры подкаста, как интервью или ток-шоу, которые значительно отличаются от учебной классической лекции.

Интересное решение выбрали создатели подкаста «КРАТКО: Русская литература» — нового проекта издательства «Эксмо». Формат подкаста представляет собой монолог, но рассказывают о книгах известные авторы, блогеры и литературные эксперты, т. е. медийные персоны. Кроме того, создатели подкаста решили сделать упор на оформлении: закрепили за каждым автором свой цвет и поместили их фото на обложку, чтобы слушатели видели, кто именно будет делать обзор. Задача ведущих рассказать о книгах так, чтобы захотелось их прочитать или перечитать [14]. Создатели подкаста четко не обозначают свою целевую аудиторию, но, судя по выбору ведущих, это молодые люди старше 18 лет.

Интересен формат подкаста «Литра в кармане» от сервиса «Строки». Подкаст посвящен школьной литературе в целом, со всеми ее проблемами: сложными темами, непонятными словами и большими текстами. Ведущий подкаст — писатель и преподаватель Алексей Олейников, а его соведущие — ученики московских школ Тоня и Леша — спорят с ним, рассказывают о любимых книгах и пытаются объяснить, что же учителя делают не так. Во втором сезоне подкаста герои поднимают вопрос важности литературы в школьной программе. Ведущие — детский писатель Наталия Волкова и ученики Ева и Влад [15].

В каждом эпизоде принимают участие приглашенные гости — учителя русского языка и литературы, писатели, издатели. В подкасте создается веселая и непринужденная атмосфера, при этом затрагиваются действительно актуальные вопросы школьного литературного образования.

Несмотря на то, что в подкасте важную роль играют ученики-ведущие, в первую очередь он будет интересен именно педагогам и вообще тем, кто связан с современным образовательным процессом. Но сам формат, в котором принимают участие и школьники, и учителя, интересен и перспективен для диалога с подростками.

Существует достаточно много интересных книжных подкастов («Полка», «Предисловие», «Закладка», «Заговор классиков»), в которых обсуждаются, часто по-новому, произведения русской классики из школьной программы, но их целевая аудитория — это взрослые читатели.

Ниша книжных подкастов для школьников свободна. Подкаст с дружелюбными и доброжелательными ведущими будет подходящей платформой для открытого и честного разговора о книгах с молодой аудиторией, которая, в большинстве своем, не слишком интересуется классической литературой.

Для того, чтобы привлечь подростков, подкасту необходимо запоминающееся и не слишком длинное название, например, «Двойные листочки», «Лес рук», «Наше всё», «Загадки классики». Кроме этого, интригующий заголовок для каждого выпуска усилит интерес потенциальных слушателей.

Важной составляющей всей концепции подкаста станет привлекательная обложка с крупными элементами, без мелкой прорисовки, на которой хорошо будет читаться его название [2].

Поскольку аудиоформат предлагает значительные возможности по эмоциональной подаче материала, необходимо тщательно продумать музыкальное оформление. С помощью звуков и музыки можно акцентировать внимание слушателей на ключевых моментах, поддерживать интерес к дальнейшему прослушиванию. Небольшая музыкальная вставка в начале и конце эпизода (джингл) будет визитной карточкой всего подкаста.

Очень важен формат подкаста — лучше выбрать интервью или ток-шоу, которые создают необходимую диалогическую атмосферу [13].

Продолжительность эпизода не должна превышать 15-20 минут. Для обсуждения объемных произведений можно сделать цикл выпусков, тем самым подчеркивая серийность контента, которая пользуется популярностью у молодой аудитории.

Чтобы усилить образовательную составляющую, в описании к каждому выпуску стоит публиковать полезные ссылки и рекомендации из подкаста, которые пригодятся школьнику при подготовке к уроку, написанию сочинений и творческих работ.

Для разговора с молодыми читателями о том, что может быть не понятным и кажется не интересным, очень важно подобрать правильную интонацию, постараться найти компромисс между покровительственным наставничеством и заискивающим панибратством. Необходимо также уделить внимание выбору подходящего стиля речи. Обычно в подкастах предпочитают использовать разговорную речь, которая будучи спонтанной, живой и подвижной позитивно воспринимается аудиторией [16]. Однако, чтобы избежать слов-паразитов, жаргонизмов, нарушений орфоэпических норм, которые юные слушатели с легкостью могут перенять, необходимо уделить особое внимание тщательному редактированию при монтаже каждого выпуска.

При создании подкаста для школьников важными являются два фактора — познавательный и развлекательный. Правильный баланс между ними поможет удерживать внимание слушателя на протяжении всего эпизода, а создание уютной и дружелюбной атмосферы повысит вероятность того, что ребенок будет ждать новые выпуски.

Интересным представляется возможность создания серии эпизодов, посвященных совместным чтениям объемных произведений из школьной программы. Подобный проект для взрослой аудитории успешно реализует филолог и литературовед Армен Закарян в своем литературном подкасте «Армен и Федор» — читатели вместе погружаются в романы Джеймса Джойса «Улисс» и Марселя Пруста «В поисках утраченного времени».

Привлечение внимания к книжным подкастам может осуществляться с помощью поддерживающих их социальных сетей. Проведение опросов, викторин и розыгрышей с вручением книжных подарков несомненно заинтересует молодую аудиторию.

Кроме того, подкасты могут стать площадкой для распространения информации о других проектах: книжных клубах, встречах с писателями и презентациях книг, литературных музеях и выставках.

Таким образом, книжные подкасты становятся новым способом объединения и расширения книжного сообщества, способствуют коммуникации представителей книжной индустрии со своей аудиторией, создают дополнительные связи между читателями.

Все взрослые мечтают сделать чтение увлекательным и важным элементом жизни каждого ребенка, проблемы детского и юношеского чтения регулярно становятся темой оживленных дискуссий.

Книжные подкасты для детей и подростков позволяют молодым читателям стать активными участниками книжного мира, покажут многообразие возможностей, которое открывает чтение. Они могут стать проводником к классической литературе, выстраивая связь от звучащего слова к написанному тексту.

В ноябре-декабре 2024 года было проведено социологическое исследование, целью которого было определить отношение современных школьников к аудиоконтенту — аудиокнигам и подкастам. В исследовании приняли 416 учащихся (большинство из Санкт-Петербурга) от 10 до 17 лет (с четвертого по одиннадцатый класс). Вопросы распространялись в виде гугл-форм, телеграм-бота и бумажных анкет.

Часть вопрос была направлена на то, чтобы выяснить осведомленность подростков о существовании таких аудиформатов, как аудиокниги и подкасты, а также готовность слушать книжные подкасты в учебных целях.

Школьникам было предложено отметить, слушают ли они музыку, радио, подкасты и аудиокниги (можно было выбрать несколько пунктов). Результаты представлены на рисунке 1.

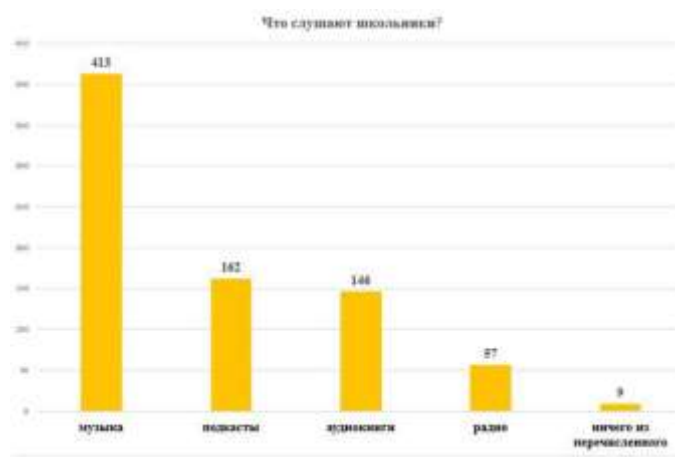


Рис. 1. Потребление школьниками аудиоконтента

Вопрос о книжных подкастах был сформулирован так: «Хотел бы ты послушать подкаст, посвященный литературному произведению из школьной программы, чтобы подготовиться к контрольной работе, тесту или сочинению?» Результаты ответов показаны на рисунке 2.

Рис. 2. Готовность школьников слушать книжные подкасты

Результаты проведенного социологического исследования показали:

- активное потребление подростками аудиоконтента;
- высокая осведомленность о существовании такого аудиформата, как подкасты;
- только 6% опрошенных школьников не знают, что такое подкаст;
- интерес к книжным подкастам, посвященным произведениям из школьной программы.

Таким, образом, подкасты представляют собой удобный, гибкий и перспективный медиаформат, популярность которого со временем будет лишь расти [2], [7].

Учитывая predisposition современных школьников к потреблению аудиоформата, их принципиальную готовность слушать книжные подкасты, а также растущие учебные и досуговые зрительные нагрузки, использование подкастов может стать эффективным инструментом для изучения школьной программы по литературе.

Научный руководитель: старший преподаватель кафедры Книгоиздания и книжной торговли Вилков М. И.

Scientific supervisor: Senior Lecturer at the Department of Book Publishing and Book Trade Vilkov M. I.

Список литературы

1. Зачем подкаст издательству? Лекция на книжном фестивале «Красная площадь». URL: https://vk.com/video-165963192_456240479 (дата обращения: 23.10.2024).
2. Вазовски К. Подкаст за две недели: от идеи до монетизации. М.: Альпина Паблишер, 2023. 235 с.
3. Ньюзум Э. Пошумим: как делать хитовые подкасты. М.: Individuum, 2020. 320 с.
4. В голос! Нескучное руководство по созданию подкаста / Козинаки М., Птицева О., Спащенко Е. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2020. 279 с.
5. Трофимова Г. Н., Беркут А. Д. Подкастинг для детей в условиях современной медиакommunikation // Медиаскоп. 2023. Вып. 2. С. 6-16.
6. Измайлова Е. А. Технология подкастинга на уроках литературы: образовательный и методический потенциал // Ученые записки Забайкальского государственного университета. 2024. Т. 19. № 4. С. 53-63.
7. Анисина З. Д. Подкаст как актуальная форма приобщения к культуре // MEDIAОбразование. Цифровая среда: между позитивом и деструкцией. Сборник материалов VIII Международной научно-практической конференции. Челябинск, 2024. С. 317–320.
8. Дедова С. В. Книжные и библиотечные подкасты: специфика жанра и актуальные тенденции // Молодежный вестник Санкт-Петербургского государственного института культуры. 2023. № 2 (20). С. 130–135.
9. Абрамова Е. И. «Экспекто патронум» — книжный подкаст для детей и подростков // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Филология. 2022. № 1 (72). С. 155–159.
10. Экспекто патронум. URL: <https://arzamas.academy/kids/435> (дата обращения: 21.02.2025).
11. Пока школьные каникулы продолжаются, «Полка» запускает новый подкаст!. URL: https://t.me/polka_academy/5387 (дата обращения: 15.02.2025).
12. Онегинский февраль в подкасте «Литра»!. URL: https://t.me/polka_academy/5872 (дата обращения: 15.02.2025).

13. Дзюрдзевич М. **Подкасты как вспомогательный учебный материал на занятиях по литературе** // Проблемы филологии глазами молодых исследователей. Сборник материалов конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Филология в XXI веке». Пермь: 2022. С. 129–136.
14. **Серия «КРАТКО. Русская литература»**. URL: https://www.litres.ru/series/kratko-russkaya-literatura-862543/?art_types=audiobook (дата обращения: 12.03.2025).
15. Литра в кармане. URL: <https://stroki.mts.ru/podcast/litra-v-karmane-243957> (дата обращения: 16.02.2025).
16. Медведева А. И. Подкаст как формат: возможности и перспективы для современных медиа // Журналистика, массовые коммуникации и медиа: взгляд молодых исследователей. Материалы Всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции молодых исследователей, аспирантов и студентов. Белгород: 2024. С. 147–150.

References

1. *Зачем подкаст издател'ству?* URL: https://vk.com/video-165963192_456240479 [Why does a publishing house need a podcast?] (date accessed: 23.10.2024)
2. Vazovski K. *Podkast za dve nedeli: ot idej do monetizacii*. Moscow: Al'pina Publisher, 2023. 235 pp.
3. Njuzum Je. *Poshumim: kak delat' hitovye podkasty*. Moscow: Individuum, 2020. 320 pp.
4. Kozinaki M., Pticeva O., Spashhenko E. *V golos! Neskuchnoe rukovodstvo po sozdaniyu podkasta*. Moskva: Mann, Ivanov i Ferber, 2020. 279 pp.
5. Trofimova G. N., Berkut A. D. Podkasting dlja detej v uslovijah sovremennoj mediakommunikacii [Podcasting for children in the context of modern media communication]. *Mediascope* [Mediascope]. 2023. No 2. 6-16 pp. (in Rus.).
6. Izmajlova E. A. Tehnologija podkastinga na urokah literatury: obrazovatel'nyj i metodicheskij potencial [Podcasting technology in literature lessons: educational and methodological potential]. *Uchenye zapiski Zabajkal'skogo gosudarstvennogo universiteta* [Scholarly Notes of the Transbaikal State University]. 2024. Vol. 19. No 4. 53–63 pp. (in Rus.).
7. Anisina Z. D. Podkast kak aktual'naja forma priobshhenija k kul'ture [Podcast as an current form of communication to culture]. *MEDIAObrazovanie. Cifrovaja sreda: mezdu pozitivom i destrukciej* [Collection of materials of the VIII International Scientific and Practical Conference]. Cheljabinsk: 2024. 317–320 pp. (in Rus.)
8. Dedova S. V. Knizhnye i bibliotechnye podkasty: specifika zhanra i aktual'nye tendencii [Book and library podcasts: genre specifics and current trends]. *Molodezhnyj vestnik Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo instituta kul'tury* [Youth Bulletin of the St. Petersburg State Institute of Culture]. 2023. No 2 (20). 130–135 pp. (in Rus.).
9. Abramova E. I. «Jekspekto patronum» — knizhnyj podkast dlja detej i podrostkov [“Expecto patronum” — book podcast for children and teenagers]. *Vestnik Tverskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija: Filologija* [Bulletin of Tver State University. Series: Philology]. 2022. No 1 (72). 155–159 pp. (in Rus.).
10. *Jekspekto patronum*. URL: <https://arzas.academy/kids/435> [Expecto patronum] (date accessed: 21.02.2025)
11. *Poka shkol'nye kanikuly prodolzhajutsja, «Polka» zapuskaet novyj podkast!* URL: https://t.me/polka_academy/5387 [While the school holidays continue, Polka launches a new podcast!]. (date accessed: 15.02.2025)
12. *Oneginskij fevral' v podkaste «Litra»!* URL: https://t.me/polka_academy/5872 [Onegin February in the Litra podcast!]. (date accessed: 15.02.2025)
13. Dzhordzhevich M. Podkasty kak vspomogatel'nyj uchebnyj material na zanjatijah po literature [Podcasts as auxiliary educational material in literature classes]. *Problemy filologii glazami molodyh issledovatelej* [Proceedings of the conference of students, postgraduates and young scientists “Philology in the 21st century”]. Perm: 2022. 129–136 pp. (in Rus.).
14. *Serija «KRAТКО. Russkaja literatura»*. URL: https://www.litres.ru/series/kratko-russkaya-literatura-862543/?art_types=audiobook [The series “BRIEFLY. Russian literature”]. (date accessed: 12.03.2025)
15. *Litra v karmane*. URL: <https://stroki.mts.ru/podcast/litra-v-karmane-243957> [Litra in your pocket]. (date accessed: 16.02.2025)
16. Medvedeva A. I. Podkast kak format: vozmozhnosti i perspektivy dlja sovremennyh media. [Podcast as a format: opportunities and prospects for modern media]. *Zhurnalistika, massovye kommunikacii i media: vzglyad molodyh issledovatelej* [Materials of the All-Russian (with international participation) scientific and practical conference of young researchers, postgraduates and students]. Belgorod: 2024. 147–150 pp. (in Rus.).

С.Р. Николаева, Ю.Н. Ветрова

МАЛЫЕ АРХИТЕКТУРНЫЕ ФОРМЫ В КОНТЕКСТЕ ИСТОРИЧЕСКОЙ СРЕДЫ ЦАРСКОГО СЕЛА

© С.Р. Николаева, Ю.Н. Ветрова, 2025

*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна
191186, Санкт-Петербург, Большая Морская, 18.*

В статье рассматривается роль малых архитектурных форм как инструментов трансформации городской среды, особенно в контексте её историко-культурного наследия. Автором предлагается концепция мобильной МАФ, находящейся на стадии эскизной разработки. Проект раскрывает потенциал формы как медиатора между пространством, временем и зрителем. Рассматриваются методология проектирования, работа с контекстом и сценарии взаимодействия с пользователем. Несмотря на отсутствие окончательной визуализации, форма анализируется как завершенная концептуальная единица.

Ключевые слова: малая архитектурная форма, городская среда, концепция, мобильность, исторический контекст, художественный образ.

S.R. Nikolaeva, Yu.N. Vetrova

Saint Petersburg University of Industrial Technologies and Design, 18 Bolshaya Morskaya St. Petersburg, 191186

SMALL ARCHITECTURAL FORMS IN THE CONTEXT OF THE HISTORICAL ENVIRONMENT OF TSARSKOYE SELO

The article examines the role of small architectural forms as tools for the transformation of the urban environment, especially in the context of its historical and cultural heritage. The author proposes the concept of a mobile IAF, which is at the stage of preliminary development. The project reveals the potential of form as a mediator between space, time and the viewer. The design methodology, working with context, and user interaction scenarios are considered. Despite the lack of a final visualization, the form is analyzed as a complete conceptual unit.

Keywords: small architectural form, urban environment, concept, mobility, historical context, artistic image.

Современная городская среда всё чаще воспринимается не только как функциональная система, но и как эмоционально заряженное, символическое пространство. В этих условиях архитектура приобретает новую социальную и художественную роль – посредника между пространством, временем и человеком. Особенно отчетливо эта роль проявляется в малых архитектурных формах, которые несмотря на компактность и ограниченность по масштабу, обладают высокой смысловой ёмкостью и способностью трансформировать восприятие места. МАФы стали важными элементами формирования идентичности городской среды, её ритма, нарратива. Они не просто дополняют город, а порой определяют его облик в местах локального взаимодействия: на площадях, в парках, на территории исторических ансамблей. Проектирование таких объектов требует деликатного подхода, в особенности при работе в контексте культурного наследия.

Проектирование МАФ в XXI веке разворачивается на пересечении архитектурного, художественного и социокультурного полей. Подход к малым формам как к «городским артефактам» предполагает, что такие объекты не только удовлетворяют утилитарные нужды, но и несут в себе слой символического, интерпретируемого, эмоционального. Они способствуют формированию места, а не просто заполняют пустоты. По мысли Александра Раппапорта, современная архитектура нуждается в возвращении к архетипам – универсальным пространственным моделям, читаемым на уровне подсознания [1]. В малых архитектурных формах такая архетипичность проявляется особенно явно: павильон, арка, пространство под навесом, сцена — всё это знакомые образы, которые могут быть переосмыслены в новых культурных и эстетических кодах. Одной из ключевых тенденций в проектировании МАФ становится ориентация на гибкость, мобильность и трансформацию. Временные павильоны, мобильные сцены, выставочные модули, всё это требует особого подхода к конструктивной логике, материалам, эстетике и взаимодействию с пользователем. При этом важна не только функциональность, но и способность объекта вступать в диалог с местом, быть его продолжением или акцентом.

Современная архитектурная практика предоставляет множество примеров успешной работы с МАФ. Так, ежегодные павильоны Serpentine Gallery в Лондоне демонстрируют, насколько выразительна может быть временная архитектура [4]. Проекты таких архитекторов, как Франк Гери, Бьярке Ингельс или Соу Фудзимото, показывают разнообразие подходов: от игры с прозрачностью и текстурой до создания лабиринтовых структур, стимулирующих исследовательское поведение зрителя. В российском контексте можно отметить проекты бюро KOSMOS Architects, которые активно работают с темой модульности и ироничного вторжения в городскую ткань [2]. Примером служит их инсталляция «Горка» – утилитарная и одновременно метафоричная, она открывает пространство для игры, диалога и наблюдения. В конкурсных проектах, инициированных Институтом Стрелка, всё чаще встречаются попытки интеграции МАФ в исторический контекст с учетом визуального шума, климатических условий и сценариев использования [3]. Это подтверждает актуальность поиска форм, одновременно локальных по духу и универсальных по пластике.

В 2023 году завершилась масштабная реставрация одного из наиболее уникальных объектов Александровского парка- Императорской фермы. За 12 лет кропотливой работы был восстановлен не только архитектурный облик комплекса, но и возрождена его историческая функция. Сегодня ферма вновь становится живым пространством: здесь содержатся породистые лошади, оборудованы конюшни и крытые павильоны. Архитектурный конкурс, проводимый на данной территории, рассчитан на разработку мобильного и автономного ярмарочного пространства, предназначенное для временного размещения торговых точек и зоны общепита. Проект должен учитывать ряд ограничений: невозможность подключения к центральным инженерным коммуникациям (электричество, водоснабжение, канализация), обязательная мобильность конструкции, задуматься о месте хранения, сохранение эстетического соответствия историко-культурной среде, гибкая модульность (объект должен иметь возможность трансформации в разный масштаб от маленького киоска до крытого павильона с размещением зоны фудкорта и торговых рядов). Таким образом проект должен сочетать в себе экологичный и практичный подход с поэтичным прочтением истории места, создав систему, которая станет естественным продолжением живой фермы и сохранит её уникальный дух.

Поскольку Царское Село — это не только ансамбль архитектуры и ландшафта, но и особый культурный код, требующий от проектировщика тонкого восприятия визуального языка, поэтому проектируемый объект не должен стремиться к становлению доминантой или репликой исторических форм- напротив, он должен представлять собой ненавязчивое дополнение уже существующего порядка. Именно по этой причине в основе проектной методологии лежит нескольких ключевых принципов: внимательное прочтение контекста, многосценарность использования, символичность формы и визуальная адаптивность. Эти параметры были выбраны как средство создания архитектурного объекта, способного не только вписаться в историческую среду, но и вступить с ней в осмысленный диалог.

Работа началась с анализа территории Императорской Фермы в Царском Селе: её планировочной структуры, природного ландшафта, исторического нарратива [5]. Были собраны визуальные и текстовые источники, посвященные жизни усадебного комплекса, его архитектуре и текущему состоянию. На основе этого анализа формировались ключевые образы и мотивы, которые позже легли в основу эскизной композиции. Особое внимание уделялось, принципу трансформации. С самого начала объект рассматривался как мобильный и адаптируемый- не статичная форма, а система возможных состояний, сценариев, положений. Это повлияло на выбор конструктивных решений: объект задумывался как сборный, с возможностью изменения пространственной конфигурации, поворота или раскрытия отдельных элементов. Параллельно велась работа над образным рядом. Прототипами для композиции послужили природные формы, архитектурные арки и павильоны, найденные в усадебных парках XXIII-XIX веков. Целью было не цитирование, а создание субъективного образа- узнаваемого, но при этом открытого для интерпретации.

В основу проектной идеи легло символическое и функциональное осмысление пространства Императорской Фермы, главными героями которой во все времена были животные. Исторически здесь содержались не только лошади, но и экзотические виды: слоны, альпаки, зубры, павлины и многие другие. Эта зоологическая составляющая подтолкнула к выбору универсального образа, способного связать архитектурное решение с характером территории. Таким образом, основным элементом малой архитектурной формы становится модуль из спрессованного или плотно обвязанного сена. Сено- неотъемлемая часть фермерской жизни, ключевой элемент в содержании животных, но при этом его можно переосмыслить как живой и податливый строительный материал. Такие блоки становятся базовыми модулями, выполняющими множество функций. Сено легко трансформировать в мягкие сидения и лежанки, которые можно свободно расставлять или группировать. Оно так же легко может стать уличными перегородками, формирующими временные комнаты и защищающие от ветра. Такой материал с лёгкостью можно заменить, дополнительно обезопасить от попадания грязи любой мягкой оболочкой, использовать как заполняющий материал, образующий стены, навесы и даже объёмные павильоны. Но главным его преимуществом является биологическая разлагаемость. Предложенное решение сочетает в себе мобильность, экологичность, и выразительный визуальный образ, при этом решая практическую задачу хранения сена на ферме без отрыва от повседневной жизни обитателей.

Конструкция предполагает несколько масштабов модулей: от одиночных киосков, в которых может разместиться один продавец до просторных павильонов под крышей, формирующих полноценное ярмарочное пространство с зоной отдыха и приёма пищи. Благодаря отсутствию необходимости в подключении к электричеству и водоснабжению, вся система проектируется как автономная и не требует капитального строительства. Это решение позволяет не просто адаптироваться к условиям фермы, но и поддерживать её поэтику и ритм жизни, превращая ярмарку в продолжение исторического ландшафта.

Данный проект малой архитектурной формы на территории Императорской фермы демонстрирует, как даже на начальной стадии проработки можно добиться глубокой концептуальной насыщенности и практической реализуемости. Основной акцент сделал упор на биоразлагаемом, но при этом структурно прочном материале- спрессованном сене, которое выступает одновременно и как символ исторической аграрной культуры, и как современный модульный конструктор. Благодаря этому решение не только экологично и автономно, но и органично вписывается в наследие царского усадебного комплекса. Ключевыми преимуществами предложенной системы модулей являются: трансформируемость (возможность быстро переориентировать пространство под разные сценарии использования) , автономность (полная независимость от инженерных коммуникаций, что значительно упрощает монтаж и эксплуатацию при сохранении лёгкости конструкции), символичность и контекстуальность (материал и форма работают как продолжение живой истории фермы, где сено по прежнему является важнейшим ресурсом для обитателей) и экологичность (модули легко утилизируются и возвращаются в природный круговорот без ущерба для окружающей среды).

Таким образом, проект не просто решает технические и эстетические задачи конкурса, но и предполагает новый взгляд на малые архитектурные формы как на живой, меняющийся «организм», способный поддерживать

и развивать культурный ландшафт. В дальнейшем такие объекты могут стать образцом не навязчивой интервенции в охраняемые исторические территории, сочетая в себе утилитарность и художественную выразительность.

Список литературы

1. Раппапорт А. И. Архитектура и архетип. — М.: Прогресс-Традиция, 2002. — 256 с.
2. Serpentine Galleries. Pavilion Architecture. URL: <https://www.serpentinegalleries.org/whats-on/serpentine-pavilion> (дата обращения: 13.04.2025).
3. KOSMOS Architects. Проекты. URL: <https://www.kosmos.team/projects> (дата обращения: 13.04.2025).
4. Институт «Стрелка». Архитектурные конкурсы. URL: <https://strelka.com/ru/projects> (дата обращения: 13.04.2025).
5. Государственный музей-заповедник «Царское Село». История Императорской фермы. URL: https://tzar.ru/museums/palaces/imperial_farm (дата обращения: 14.04.2025).

References

1. Rappaport A. I. Arkhitektura i arkhetip. Moscow: Progress-Traditsiya, 2002. 256 p.
2. Serpentine Galleries. Pavilion Architecture. URL: <https://www.serpentinegalleries.org/whats-on/serpentine-pavilion>. (date accessed: 13.04.2025).
3. KOSMOS Architects. Proekty. URL: <https://www.kosmos.team/projects> [Projects]. (date accessed: 13.04.2025).
4. Institut “Strelka”. Arkhitekturnye konkursy. URL: <https://strelka.com/ru/projects> [Architectural competitions]. (date accessed: 13.04.2025).
5. Gosudarstvennyi muzei-zapovednik “Tsarskoe Selo”. Istoriia Imperatorskoi fermy. URL: https://tzar.ru/museums/palaces/imperial_farm [History of the Imperial Farm]. (date accessed: 14.04.2025).

Няшин А.Е., Герасимова М.П., Алибекова М.И.

ДИЗАЙН СОВРЕМЕННОГО ОРНАМЕНТА НА ОСНОВЕ МОТИВОВ БЕЛОКАМЕННОЙ РЕЗЬБЫ

© Няшин А.Е., Герасимова М.П., Алибекова М.И., 2025

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)
119071, г. Москва, ул. Малая Калужская д. 1

В статье рассматриваются особенности работы над созданием коллекции орнаментов на основе мотивов резьбы русских белокаменных храмов. Описаны схемы построения орнаментальных композиций, поиск цветовых сочетаний, приведены примеры практического применения в одежде.

Ключевые слова: мотив, раппорт, орнамент, композиция, искусство, графический редактор, схема, программа
Nyashin A.E., Gerasimova M.P., Alibekova M.I.

A.N. Kosygin Russian State University (Technology. Design. Art)
119071, Moscow, Malaya Kaluzhskaya st., 1

DESIGN OF A MODERN ORNAMENT BASED ON WHITE STONE CARVING MOTIVES

The article discusses the features of work on creating a collection of ornaments based on the motifs of carving of Russian white-stone churches. The schemes for constructing ornamental compositions, the search for color combinations are described, and examples of practical application in clothing are given.

Key words: motif, rapport, ornament, composition, art, graphic editor, scheme, program

Белокаменная резьба – это традиционный вид церковного искусства, распространённый на территории Северо-Восточной Руси рубежа XII-XV веков. В основном памятники с такого рода резьбой относятся к Владимиро-Суздальской школе и имело распространение в этом регионе. Самыми яркими представителями и по сей день являются храм Дмитриевский собор (рис. 1а) и церковь Покрова на Нерли (рис. 1б). Белокаменная резьба примечательна своим разнообразием изображений растений и животных, которые сами по себе могут рассматриваться как индивидуальные элементы орнамента, часто связанные между собой общим религиозным сюжетом [1].

На основе имеющихся элементов, чтобы сохранить узнаваемость, но при этом трансформировать мотивы, было принято решение использовать цветное пятно как инструмент реализации орнамента. Два основных цвета, синий и золотой, взяты с куполов храмов посвященных Богородице (рис. 1в), третий дополнительный цвет по выводится по треугольнику цветового круга, в зависимости от основного цвета.



а



б



в

Рис. 1. Православные храмы XII-XV веков: а – Дмитриевский собор; б – храм Покрова на Нерли; в – собор Рождества Пресвятой Богородицы

При создании линейных орнаментов в первую очередь была поставлена задача составить ритмичный рисунок из одного, максимум трех элементов и, используя заливку, получить силуэт исходных мотивов, выделяющихся на контрастном фоне. При редактировании элементов, некоторые из них потеряли изначальный витиеватый узор, и стали ясно видны, например, пальмы и пальмовые листья (рис. 2а).

Для того, чтобы создать базу мотивов, которые были бы использованы в орнаментальных схемах разного построения, были отрисованы 7 элементов, показавшиеся наиболее типичными, узнаваемыми и привлекательными. Среди них были два зооморфных элемента – птицы, повернутые в профиль и растительные мотивы, 3 из которых – симметричные, а 2 асимметричные, что сразу натолкнуло на идею сделать с их помощью линейные орнаменты с чередованием одинаковых фигур с их отражением (рис. 2б). Так как постоянное повторение одного и того же фрагмента

дает достаточно простой и скучный результат, было принято решение разбавить композицию либо зеркальными элементами, либо одиночными симметричными элементами разного масштаба.

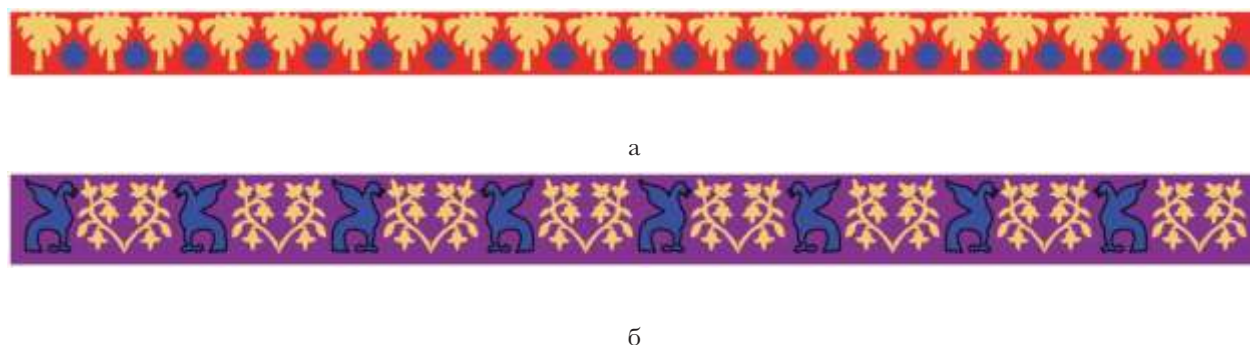


Рис. 2. Линейнораппортные орнаменты: а – растительный; б – зооморфный и растительный

Так как в орнаментах с чередованием отзеркаленных асимметричных элементов, они были выведены в один размер по высоте, то с добавлением одиночных симметричных элементов появилась возможность поиграть с размерами фигур. Так появились орнаменты, где в качестве основного крупного элемента было одиночное растение, по бокам от него птицы и пустое пространство между пальмами, занятое мелкими листьями. Также был сделан один вариант с использованием одного лишь пальмового листа: чтобы создать чередование разноцветных раппортов, он был заключен в окружность и при помощи смены цвета был задан ритм.

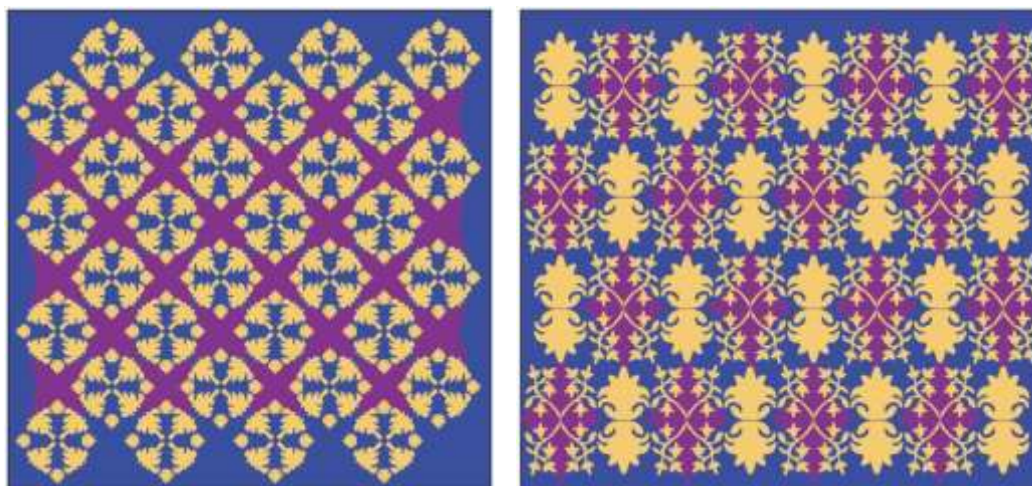
Таким образом было сделано 10 линейных орнаментов и начата работа над сетчатораппортными. Из-за использования простой и чистой колористической палитры, коллекция орнаментов получилась лаконичной, броской. Несмотря на то, что при трансформации мотивов ушел объем, характерный для источника, аутентичность русского искусства присутствует в колорите [2]. Подобные сочетания – золото, пурпур, азурит – продолжения традиций древнерусского или византийского периодов.

Имея в качестве заготовки элементы из линейного орнамента, достаточно было просто разбить элементы на пары, которые гармонично будут вместе в одном орнаменте. Например, сочетание двух растительных разномасштабных мотивов или пара растительный и зооморфный. Поставленная задача интересного и ритмичного расположения решена по принципу чередования раппортов в композиции. Так, например, выполнен застильный ковровый орнамент, с отсылкой к росписям храма Василия Блаженного из собора Покрова на Рву.

Два орнамента создались достаточно просто: были сделаны немного видоизмененные новые линейные из пары отзеркаленных птиц и из пальмового листа с веткой. Эти мотивы были просто продублированы несколько раз по горизонтальным и вертикальным направляющим линиям. Со всеми элементами линейнораппортных орнаментов можно было бы поступить также, но в таком варианте это выглядело бы достаточно автоматически, сухо. В итоге в раппорте растительных элементов было решено немного модифицировать сетку и сделать вариации с размерами. Так, из одного мотива, за счет смещения шага в последующих линиях сетки и небольшого наложения друг на друга получилось, что составляющие орнамент касаются друг друга, а из ветвей фигур визуальнo образуется ромбовидная сетка, в ячейки которой поместились уменьшенные растительные элементы.

Для оставшихся пальмы и пальмового листа было решено также сделать сетку в виде ромбов. Но за счет специфики формы пальмы просто так в ячейку её не поместишь. Следовательно, пришлось составить орнамент внутри ячейки из четырёх отзеркаленных относительно друг друга пальм, где их кроны создавали стенки ромба, а из уменьшенных пальмовых листьев были созданы углы. Уже в таком виде элементы дублировались и образовали сетчатораппортный орнамент (рис. 3 а, б).

Удачным решением стало совместить в одном орнаменте разные мотивы, а также возможность применить разные композиционные решения с перспективой использования в текстильных или трикотажных изделиях. Так, возможно быстро изменить строй рисунка и сделать печать на ткани, купонное изделие или аксессуар в виде платка или палантина.



а

б

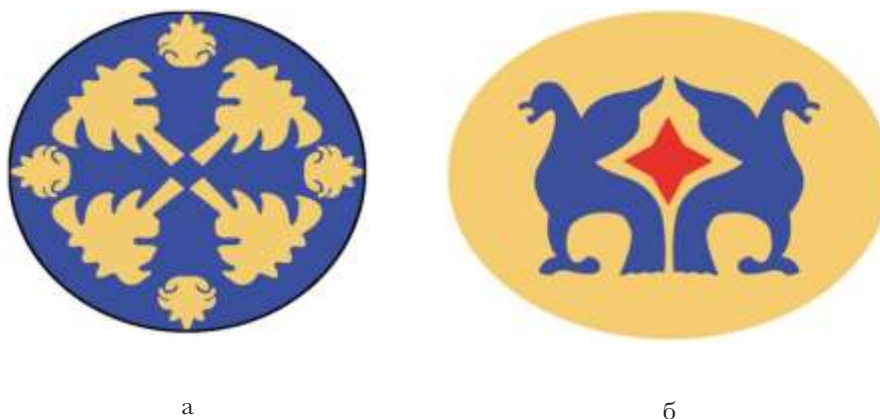
Рис. 3. Варианты сетчатораппортных композиций а) – в купонном изделии; б) – в полотне

Дополнительным колористическим эффектом стало использование цветовой подложки. Для усложнения сетчатых орнаментов на задний план были помещены геометрические фигуры. Для ещё одной отсылки к источнику, были выбраны треугольники как условная черепица деревянных церквей и четырехконечные звезды с куполов храмов, посвященных Богородице [3]. Так как основой были выбраны синий и золотой, с добавлением фигур появилась необходимость ввести третий дополнительный цвет. В зависимости от желаемого эффекта гамма может быть сглаженной, тогда дополнительный определяется как родственный или контрастной по отношению к основному. В этом очень помогло колесо гармонии с треугольником из раздельно комплементарных цветов с главным в качестве одного из них. Доминантой выбирался цвет элементов самого орнамента, таким образом среди дополнительных цветов для фигур на задний план в одних вариантах был фиолетовый, в остальных случаях красно-оранжевый.

Из трансформированных элементов русской белокаменной резьбы храмов одинаково хорошо складываются как сетчатораппортные, так монораппортные орнаменты [4].

Возможность работать в компьютерных программах ускоряет процесс, позволяет почти мгновенно менять расположение мотивов, насыщенность или наполненность дополнительными фигурами фон. Для создания коллекции орнаментов был выбран векторный редактор Adobe Illustrator. Самыми частыми функциями использовались дублирование элементов, зеркальное отражение вместе с копированием, заливка, поворот фигуры, создание простых геометрических фигур и перемещение элементов на передний и задний план. Ярким примером использования этих функций являются представленные орнаменты.

Решение монораппортных орнаментов дано достаточно просто. Для этого трансформированные мотивы, ставшие исходными для всех видов орнаментов – линейнораппортных и сетчатораппортных – вписываются в гармоничную геометрическую форму. Таким образом задается область использования – эмблемы и логотипы (рис. 4).



а

б

Рис. 4. Монораппортные орнаменты: а – вписанный в круг; б – вписанный в овал

Создание эмблем и логотипов только небольшая, узкая специализация монораппортных орнаментов. Кроме того, большая часть подобных композиций используется в качестве принтов для оформления части изделий – полочек, спинок, рукавов и аксессуаров. В последнее время дополнения в костюме могут играть ведущую роль и становятся акцентом в одноцветном или лаконичном костюме.

Для представления того, как применима коллекция орнаментов, была поставлена задача попробовать интегрировать созданные варианты в одежду, используя искусственный интеллект. Но, хоть ИИ и пытается стать

частью творческого процесса, с попыткой внедрить только что созданные орнаменты он справился не очень хорошо. В предложенных вариантах дизайна почти не использовались данные композиции, а воспроизводились неизвестные, не включаемые в промпт. Поэтому было принято решение использовать уже имеющиеся инструменты для создания одежды со своими элементами и, если быть точнее, мокап.

Мокап (mock-up — англ. модель, макет) — это 3D-визуализация, с помощью которой можно наглядно продемонстрировать заказчику дизайн объекта, а также оценить, насколько удачной была разработка и как она будет выглядеть в готовом виде.

Сейчас мокапы делаются с помощью программы Adobe Photoshop. В ней с помощью слоёв можно редактировать цвет одежды и принт не затрагивая основной фотографии (рис. 5).

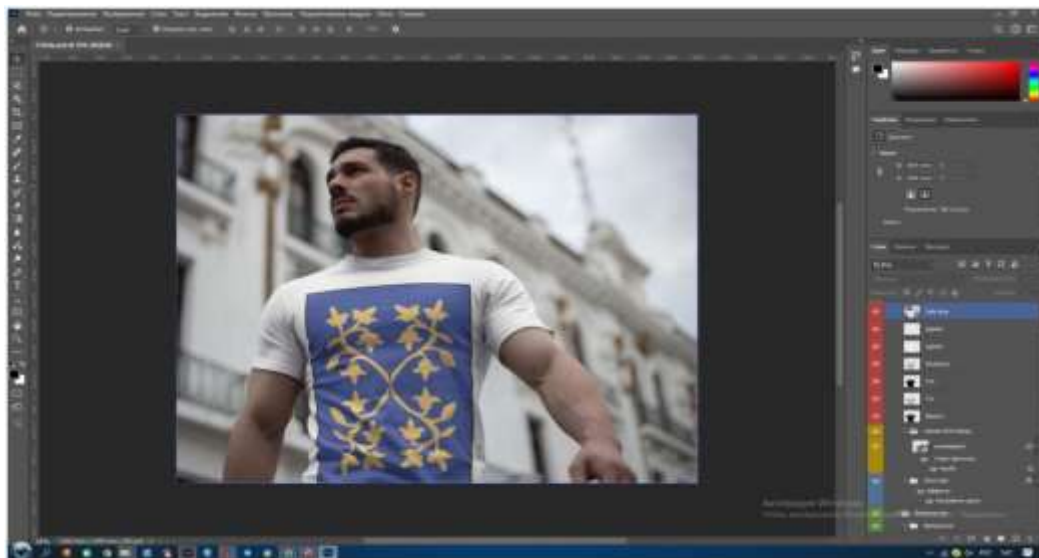


Рис. 5. Пример мокапа при редактировании в программе Adobe Photoshop

Итогом работы стала коллекция орнаментов, включающая 10 вариантов линейнораппортного, 8 вариантов сетчатораппортного и 10 вариантов монораппортного орнаментов. Все предложения получились разными, так как использовались разные композиционные схемы построения, и в тоже время работа выглядит цельной, так как вдохновлена конкретным источником в виде белокаменной резьбы русских храмов.

Тема интеграции мотивов русского искусства или русского стиля в современный дизайн актуальна, так как это то, что окружает нас и является огромным пластом нашего наследия.

Сохранение традиций не является чем-то архаичным, когда современный человек интересуется своей историей, культурой. При этом исторические памятники не являются застывшей формой, а при грамотном и деликатном подходе продолжают существование в видоизмененной форме, подстроенной под современные реалии. Странно увидеть человека, одетого в старинный сарафан или душегрею на современной улице, а мотивы русской культуры, используемые в дизайне модной одежды в виде принтов, эмблем, являются опознавательными знаками, много говорящих для знающих и посвященных.

Мотивы белокаменной резьбы, когда-то вдохновленные раннехристианскими и византийскими источниками, становятся, в свою очередь, объектом изучения, заимствования и трансформации для использования в современном искусстве.

С этой точки зрения, данная коллекция орнаментов актуальна, интересна и перспективна с точки зрения самого, пожалуй, популярного фольклорного направления в моде.

Список литературы

1. Шитова Л.А. Русский стиль в церковном искусстве // Русское церковное искусство. М.: Индрик, 2004.
1. Shitova, L.A. "Russkii stil' v tserkovnom iskusstve" ["Russian Style in Church Art"]. *Russkoe tserkovnoe iskusstvo* [Russian Church Art]. Moscow, Indrik Publ., 2004. (in Rus.).
2. Нечаева А.С. Методологические подходы к изучению орнамента в современном гуманитарном знании // Костюмология. 2020. No1. URL: [https:// kostumologiya.ru/PDF/15IVKL120.pdf](https://kostumologiya.ru/PDF/15IVKL120.pdf)
2. Nechaeva, A.S. "Metodologicheskie podhody k izucheniju ornamenta v sovremennom gumanitarnom znanii" ["Methodological Approaches to the Study of Ornament in Modern Humanitarian Knowledge"]. *Kostiumologiya*. No. 1. 2020. Available at: [https:// kostumologiya.ru/PDF/15IVKL120.pdf](https://kostumologiya.ru/PDF/15IVKL120.pdf) (in Rus.).
3. Кириченко Е.И. Русский стиль. Поиски выражения национальной самобытности. Народность и национальность. Традиции древнерусского и народного искусства в русском искусстве XVIII – начала XX века. М.: БуксМАрт, 2020. 580 с.: ил.

3. Bulgaeva, G.D. "Tvorcheskoe nasledie ikonopisnykh masterskikh zhenskikh pravoslavnykh monastyrei rubezha XIX–XX vv." ["Creative Heritage of Icon-painting Workshops of Women's Orthodox Monasteries at the Turn of the 20th Century"]. *Vestnik slavianskikh kul'tur*, vol. 62, 2021, pp. 297–309. (in Rus.).

4. Орлова М.А. Орнамент в монументальной живописи древней Руси. М.: Северный паломник, 2004. Т. I. 496 с.

4. Orlova, M.A. *Ornament v monumental'noi zhivopisi drevnei Rusi* [*Ornament in Monumental Painting of Ancient Russia*], vol. I. Moscow, Severnyi palomnik Publ., 2004. 496 p. (in Rus.).

УДК 82-92

Е.А. Павлова

ОПЫТ СОЗДАНИЯ ТОЛСТОГО ЛИТЕРАТУРНОГО ЖУРНАЛА НА МАТЕРИАЛЕ ВЫПУСКОВ ЖУРНАЛА «ИНАЧЕ»

© Е.А. Павлова, 2025

*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна
191186, Санкт-Петербург, Большая Морская, 18*

В работе рассматривается вопрос о сегодняшней судьбе толстых литературных журналов. Характеризуются дискуссии в критике по данной проблеме. Особенности современного издания анализируются на примере журнала «Иначе». Малоизвестный и недолго существовавший журнал оказывается показательным и поучительным примером поисков нужных решений.

Ключевые слова: литературный журнал, периодическое издание, история, дискуссия, текст, оформление.

Е.А. Pavlova

Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design
191186, St. Petersburg, Bolshaya Morskaya, 18

EXPERIENCE OF CREATING A THICK LITERARY MAGAZINE BASED ON THE MATERIAL OF THE ISSUES OF THE MAGAZINE «INACHE»

The paper examines the current fate of thick literary journals. Critical discussions on this issue are characterized. The features of a modern publication are analyzed using the example of the magazine «Inache». This little-known and short-lived journal turns out to be an indicative and instructive example of searching for the right solutions.

Keywords: literary magazine, periodical, history, discussion, text, design.

История издания литературно-художественных журналов в России насчитывает уже более 200 лет. Интересны данные статистики, приведенные в статье Н.Н. Мисюрова и Е.В. Тесли: «К началу XIX в. журналов в России было более 60, в 1860 г. уже насчитывалось 137 периодических изданий, 1895 г. их число достигло 333 (газет же в это время было меньше – 308)» [1]. Уже в XX в. сложилась традиция выделять «толстые» литературные журналы, — определение очевидно объясняется объемом изданий.

К началу XXI в. влиянием рыночных отношений значительно упали тиражи журналов. Так, журнал «Новый мир» в 1990 г. имел тираж 2 710 000 экземпляров, а в 2021 г. всего 2000 экземпляров.

На страницах периодической печати неоднократно возникала дискуссия о судьбе литературных журналов. Многие говорили о их скором уходе с рынка из-за неконкурентоспособности и невостребованности, однако в 2025 году толстые литературные журналы продолжают существовать и активно вести литературную деятельность. Они сохраняют хорошую репутацию, работают с новыми авторами, публикуют художественные тексты и радуют читателей, несмотря на финансовые трудности. Как и 200 лет назад, публикация в литературном журнале престижна и дает возможность автору в будущем работать с издательствами.

Сегодня литературные журналы расширяют спектр задач и выходят на новые платформы, чтобы расширить аудиторию и привлечь внимание к своим выпускам, поэтому мы можем говорить если не о конкуренции журнала и интернета, то о их синтезе и взаимовыгодной работе на повышение узнаваемости литературного журнала.

Существование толстых литературных журналов осложняется рядом факторов:

- наличие альтернативных источников информации, в которых по первому запросу можно получить всю интересующую информацию на любую тему;
- сокращение взаимодействия людей с печатными средствами информации, поскольку многим легче пользоваться онлайн-публикациями или компактными электронными книгами;
- снижение интереса к литературе у молодого поколения.

Традиционно литературные журналы занимаются отбором наиболее интересных рукописей молодых авторов и их последующей публикацией на страницах журнала. Главная задача литературного журнала — познакомить читателей с лучшими художественными произведениями и показать молодых авторов миру. Анна Вичикова указывает на

то, что «толстый литературный журнал сыграл ключевую роль в становлении и расцвете русской литературы XIX в. и в формировании советской литературы» [2]. Также исследователь отмечает основные функции журналов: селекция (отбор текстов из общего потока), формирование банка текстов, презентация современного литературного процесса, поддержание культурной связи между столицей и провинцией, помощь профессионалов начинающему автору [2].

Зачастую, издательства, зависимые от рыночного спроса, не готовы публиковать малоизвестных авторов. Журналы в этом отношении значительно свободнее и смелее, готовы к открытиям и даже к неудачам. Публикация произведения в журнале важна не только потому, что впоследствии будет легче добиться выпуска книги в издательстве, но и потому, что публикация в журнале «служит показателем признания в профессиональной сфере» — пишет Анна Вичкитова [2]. Об этом же говорит главный редактор журнала «Москва» Владислав Артемов: «Публикация в «толстом» литературном журнале — это уже знак качества. Это признание таланта» [3].

Таким образом, толстые литературные журналы отвечают за эстетическое качество интеллектуального продукта и отбор лучших текстов, а издательства осуществляют уже дальнейшее продвижение произведения для получения известности и прибыли.

Сошлемся еще на одну публикацию, связанную с той же проблемой, — судьбой литературных журналов. Речь идет о статье в газете «Культура», построенной на материале интервью, взятых у главных редакторов авторитетных журналов [3].

Автор взял интервью у главного редактора журнала «Новый мир» Андрея Василевского, главного редактора журнала «Москва» Владислава Артемова, главного редактора журнала «Иностранная литература» Александра Ливерганта и директора редакции журнала «Вопросы литературы» Игоря Дуардовича. В первую очередь предметом обсуждения становились вопросы будущего литературного журнала и возможности изменения традиционного формата в угоду повышения тиражей и интереса читателей. На основе четырех интервью можно сделать такие выводы:

- Деятельность литературного журнала и деятельность издательства различны. Литературный журнал отбирает материалы и тексты, чтобы познакомить читателя с лучшим в современной русской литературе, а издательство выпускает книги уже проверенных авторов, что гарантирует экономический успех.
- Литературный журнал в 80-е и литературный журнал сейчас похожи. С течением времени журнал не может измениться и перенаправить деятельность на рынок и получение прибыли, потому что потеряется смысл. Журнал работает на популяризацию чтения, он помогает молодым авторам и служит проводником между автором и читателем. «Уступив рынку, классическая культура рискует превратиться в обыкновенную попу. Как только литература становится средством для добывания денег, это уже не литература» — говорит Владислав Артемов [3].
- Тиражи уменьшаются, сейчас необходим сайт и онлайн издания. Журналы должны сами искать возможности для поднятия тиражей и количества подписок. Журнал «Вопросы литературы» самостоятельно предлагает государству программы повышения тиражей изданий, в которых роль государства — финансовая. А главные надежды в плане заработка они возлагают на электронный формат и гранты. Следующим этапом станут сайт и интернет-магазин. «Мы больше не ждем, что государство придет и решит за нас наши проблемы распространения и подписки, как и многие другие проблемы, мы теперь решаем свои вопросы самостоятельно» — замечает Игорь Дуардович [3].
- Можно заработать на подписке или расширении спектра деятельности, при этом не теряя лицо литературного журнала.

На других медийных платформах, например, на платформе Яндекс.Дзен тоже достаточно часто выходят статьи, посвященные литературным журналам. Авторы осмысливают феномен толстого журнала, изучают историю и выясняют, чем живут литературные журналы сегодня и каким будет их будущее [4][5][6]. Вот примеры нескольких заголовков: «Литературные журналы: прошлое и современность», «Литературные журналы: окно в мир слов и идей», «Солженицын, Симонов, Твардовский: «Новому миру» — 100 лет. Как сейчас живёт главный литературный журнал России?». Эти статьи еще раз подтверждают, что вопрос существования литературного журнала интересен и актуален и для организаторов литературного процесса, и для читателей.

«Возможно, будущее толстых журналов связано с интеграцией в эти литературные платформы или с формированием своих собственных платформ. Разумеется, при обязательном сохранении и печатных версий, в этом их конкурентное преимущество» — размышляет Сергей Беляков [7]. И это размышление можно подтвердить примерами из практики: существуют онлайн-литературные сервисы Букмейт и Литнет. Их читатели могут оформить подписку и получить доступ к новым литературным произведениям, некоторые из которых выходят «с продолжением».

У сервиса Букмейт 13 000 000 пользователей. Получается, что современные люди хотят читать и готовы платить за это деньги. Читатели могут ждать новую главу современного романа так же, как раньше ждали выхода новых глав «Анны Карениной» в «Русском Вестнике». Проблема заключается в том, что не все люди знают о существовании толстых литературных журналов, как об источнике новых литературных произведений.

Таким образом, литературный журнал остается важным ресурсом для молодых писателей, он способствует взаимодействию автора с издательствами и читателями, а также сохраняет репутацию, не поддаваясь рыночным правилам. Литературный журнал участвует в развитии нации, удовлетворяет духовные потребности населения и помогает погрузиться в литературный мир. Но в эпоху цифровых технологий и больших потоков информации журналам необходимо самостоятельно искать возможности для финансирования и выходить на новые ресурсы с онлайн публикациями, электронными версиями журнала по подписке или с открытым доступом для всех желающих.

Сегодня на рынке представлено большое количество толстых литературных журналов, которые борются за внимание читательской аудитории. Мы поговорим про новый журнал «Иначе», который своим примером показывает основные тенденции в журнальной практике.

Журнал «Иначе» публиковался с 2021 по 2023 гг., всего вышло 5 выпусков, средний объем номера от 250 до 280 страниц. После публикации пятого выпуска «Черное Белое» соцсети журнала были заморожены, а сайт ушел на технические работы, редколлегия не выходит на связь и что происходит с журналом сейчас — неизвестно. Все 5 выпусков в открытом доступе размещены на сайте Calameo, поэтому любой читатель может с ними ознакомиться [8]. Печатных версий нет.

Журнал «Иначе» — не просто толстый литературный журнал в классическом формате. В нем освещаются события не только литературные, такие как выход новых произведений и появление молодых авторов, но и события, которые так или иначе связаны с литературным миром.

Для анализа мы выбрали малоизвестный литературный журнал, тем более приостановленный, чтобы обратить внимание на разнообразие литературных голосов и новые тенденции в литературе, которые могут оставаться незамеченными в более крупных и известных изданиях. Журнал «Иначе» представляет интересные произведения и авторов, которые заслуживают внимания читателей. Кроме того, анализ менее известного издания позволяет нам оценить его вклад в литературную жизнь и понять, как такие журналы способствуют развитию литературного сообщества.

Мы увидели в журнале синтез визуального оформления и художественных и публицистических текстов очень хорошего качества. Художественные тексты для новых выпусков отбирались в формате опен-колл, который проходил раз в три месяца. Редколлегия задавала тему и примерные объемы будущих публикаций, а все желающие авторы присылали свои прозаические и поэтические тексты. Работали в основном с молодыми русскоязычными авторами, такими как Виктория Ратгольц и Белла Джалилова. На опен-колл можно было предложить иллюстрации или фотоматериалы, их тоже принимали к публикации с указанием автора. Часто публиковали работы Ксении Кныш и Валентины Кашляевой.

Журнал освещал все события литературного мира, а также то, что так или иначе связано с литературой. Например, была рубрика «Литературный стартап», рассказывающая об интересных проектах. Например, был представлен проект «Вышивка портретов поэтов и писателей на одежде» или проект ароматические свечи для каждой книги «Как пахнет литература?».

Мы узнали, что в редколлегию журнала входили писатель Сергей Пронин, филолог и преподаватель Анна Делианиди, филолог, переводчик и книжный обозреватель Анастасия Петрич, писатель и преподаватель Наталья Калиникова, писатели Ксения Чаадаева, Татьяна Белонина и Наталья Станкевич. Такой состав говорит читателям о профессиональном подходе к подбору художественных текстов, тщательной проработке публицистических материалов, а также о любви к литературе.

Мы выяснили, что журнал за свое недолгое существование смог собрать большую аудиторию и получить хорошие охваты. С декабря 2021 г. по сентябрь 2022 г. журнал «Иначе» прочли 12,3 тысяч читателей, из них: первый номер «Мифотворчество» — 5,6 тысяч читателей, второй номер «Отражение» — 2,9 тысяч читателей, третий номер «Авантюра» — 3,5 тысяч читателей. Всего просмотров страниц — 699 тысяч. Скачиваний — 535.

Таким образом, журнал интересен как с редакторской и оформительской, так и с читательской точки зрения. «Иначе» — отличный пример качественной работы с текстовым материалом и умения преподносить информацию красиво и захватывающе.

Остановимся на главных особенностях журнала «Иначе», которые делают его интересным и запоминающимся. В визуальном оформлении журнал отошел от классической триадной структуры. Тема выпуска диктовала наполнение страниц: в выпуске «Черное Белое», посвященном дуальности мира, мы видим контрастные цвета, рубрики, посвященные разным типам литературы и художественные произведения на двух языках, часто рассуждающие о жизни, смерти и судьбе. Текстовое наполнение выпуска заставляет задуматься над сложными и иногда пугающими вопросами, а контрастные иллюстрации и яркие фото дополняют воздействие на читателя.

В журнале «Иначе» были рубрики, которые переходят из выпуска в выпуск, но они находятся в разных частях номера и тоже привязаны к общей идее и тематической концепции.

Бесспорно, интересны включенные в номер обзоры: обзор новинок и изданий на тему номера, рекомендации о лучших книжных магазинах мира и библиотеках, которые обязательно нужно посетить, обзор литературных премий и литературных событий года, путешествия по следам литературных героев.

Номера сконструированы не однотипно: у каждого номера свое название, с которым связано общее оформление и содержание. Каждый номер уникален и не повторяет содержание предыдущего, отчего журнал интересно изучать.

Всего вышло 5 выпусков журнала. Первый выпуск назывался «Мифотворчество». Тема номера: мифы, этнос и фольклор. В номере представлены интервью писателем с Мариной Козинаки, рассуждавшей на тему этнокомпонента в творчестве, с фольклористом и исследователем А.Л. Барковой, которая рассказывала о судьбе мифа в современной культуре и с руководителем юридического отдела сервиса Ridero Анной Бессмертной. В номере представлены издания и книжные подборки, соответствующие теме (не только русскоязычные, но и переводные), также тексты прозаических и поэтических произведений небольшого объема («Лада и Чудовище» Маргариты Митрохиной, стихотворения «Ковчег», «Ледник» и «Бог признается черепахе в любви» Руслана Лоова и «Сонный салон» Дарио Цулая). Закрывает номер статья «О родстве древних героев с миром современности», которая показывает, что архетипы и мифологические сюжеты неразрывно связаны с современной литературой и искусством.

Второй выпуск назывался «Отражение». Тему выпуска сложно выделить, но мы считаем, что все приведенные в номере материалы на разные темы помогают читателю найти себя и свое отражение, понять, что нравится, а что нет и лучше разобраться в собственной личности. Открывается выпуск интервью с рок-писателем Максимом Кабиром, который рассказывает о своем опыте написания хоррор историй. В номере есть подборка книг, погружающих читателя в глубины человеческих отношений. В топ вошли «Сезон отравленных плодов» Веры Богдановой и «Голландский дом» Энн Пэтчетт. В выпуске также представлено интервью с писателем Еленой Чижовой, которая рассуждает о предсказывании будущего писателями и о творческих поисках. После интервью помещен отрывок из ее романа «Повелитель вещей». В номере представлены художественные произведения: «История одного знакомства» Екатерины Сычевой, «Мне нашептало стекло» Ольги Дякиной и «Направление» Марины Мельниковой. Важно отметить, что в этом выпуске много разворотов с фотографиями, чаще всего это фото воды. Такой подход к оформлению напрямую связан с названием — в воде мы видим отражение мира и самого себя.

Третий выпуск назывался «Авантюра». Тема номера: разница между приключением и авантюрой, грань между весельем и безумством? Открывает выпуск дискуссия редколлегии журнала о том, что такое авантюра и том, нужны ли писателю приключения, чтобы интересно писать. Далее помещено интервью с иллюстратором Анной Коник, которая рассказывает о ее подходе к иллюстрированию книг, о том, почему иллюстрация важна и на что следует обращать внимание при чтении иллюстрированной книги. Номер наполнен статьями и размышлениями научных сотрудников и писателей о аванюре в искусстве: В.Б. Бочков, автор романов «Рисовальщик» и «Время воды», рассказывает о чертах авантюрного романа и о том, как написать интересное приключение. Святослав Гриценко, кандидат исторических наук, представляет статью «Что такое авантюрист с точки зрения истории». Продолжает тему интервью с Галиной Юзефович «Авантюрный роман жив и востребован». А Надя Делаланд размышляет над лечением с помощью поэзии, поэзия, по ее мнению, становится арт-терапией. Важно отметить, что в номере представлено много авторских сказок: Марина Мельникова «Сказочка о пролазе», Елена Маючая «... Там Леший бродит», Полина Ким «Красная Шапочка» и Рю Чжун «О том, как Хацукой перехитрил княжеского наместника и обнаружил свое призвание». Номер воздушный, легкий и захватывающий: оформление полос не перегружено мотивами и яркими акцентами, темы выстроены от простого к сложному, художественные тексты отлично вписаны в контекст. А развороты с видами природы помогают расслабиться и понять, о чем думаете именно вы, что вас тревожит и завораживает.

Четвертый номер назывался «Золото». Тема номера: золотое сечение в литературе и искусстве. Тема золота в номере раскрывается всесторонне: золото как деньги и богатство (интервью с Мартой МакФи о золоте в литературе), золото как знание (рассказ о частных школах писательского мастерства «Пиши как Художник», «Gotham Writers» и «Creating writing school»), золото как художественная литература (Тимофей Югрелов «так не бывает!», Просвирнов Александр «Звон минувшего», Елена Бондаренко «Золотые шары»), золото как лучшее в мире (А.С. Полушкин кандидат филологических наук «Феномен литературных премий», Илья Будрайтскис «Жизнь в золотом. Образ утраченного века»). Выпуск наполнен по большей части публицистическими текстами, которые раскрывают мнения экспертов на тему номера, а также дают книжные рекомендации, чтобы лучше разобраться в теме.

Последний, пятый выпуск под названием «Черное Белое» оказался самым спорным и напряженным. Тема: дуальность, противоположность, крайность, гротеск, выход за рамки привычного. Поэтому повествование в нём, и эмоции от прочтения (если читать все материалы подряд), кажется, идут по синусоиде или напоминают американские горки. Номер выполнен в приглушенных тонах, чтобы подчеркнуть яркость главного контраста, заключённого в словах и темах. Ни чёрного, ни белого цвета в природе Земли нет. Чёрный — это отсутствие света, а белый — слияние спектра. Чистый чёрный и чистый белый можно найти только в космосе, на Земле же существуют только их оттенки. Так же как и существуют только оттенки и градации эмоций и чувств. Единственный абсолют на Земле — смерть. Разговор о смерти открывает номер: патологоанатом и писательница Ольга Фатеева отвечает на вопросы о смерти в жизни и в литературе. Заканчивается номер другим, абстрактным, абсолютным — любовью, причем любовью одного из самых обсуждаемых философов современности, Фридриха Ницше в статье филолога и книжного обозревателя Анастасии Петрич о дионисийском и аполлоническом началах. Остальные материалы номера скомпонованы по принципу расщепленного белого цвета: начиная философским фиолетовым, продолжая системным синим, мыслительным зелёным, творческим оранжевым, эмоциональным жёлтым и заканчивая телесным красным. При этом цвет присутствует в оформлении лишь намёком, либо присутствует исключительно в своём значении. В выпуске много двуязычных публикаций, например, стихотворение Paula Verlaine 1874 г. «Dans l'interminable...» представлен как на языке оригинала, так и в переводе Варвары Латышевой. Прозаические произведения освещают тяжелые события жизни и резкие повороты судьбы, на которые герой не может повлиять. Ксения Забуга «Тоха присвоил не те деньги», Ксения Шашоква «Мама, постучись в мою дверь», Виктория Ратгольц «Беляшник».

В журнал включены не только художественные произведения, но и новостные репортажи или интервью с интересными людьми, которым есть что рассказать о литературе или их деятельности, с ней связанной. В журнале «Иначе» мы видим интервью с писателем и судмедэкспертом Ольгой Фатеевой, интервью с литературными критиками, писателями и поэтами, например, с Александром Пелевиным. Отдельное место в каждом номере занимала рубрика «Научно-популярная литература», в которую входят интервью с популяризаторами науки и писателями, критические статьи, обзоры научно-популярных книжных новинок и презентации новых текстов, публикуемых частями. В одном из номеров разбирали произведение Стива Фуллера «Борьба за власть», в другом роман «Экспансия» Романа Злотникова. А в первом выпуске рассуждали вместе с Виталием Егоровым и его книгой «Люди на Луне» о космосе, инопланетной жизни и мифах, связанных с космическими исследованиями.

Команде нужно было создать не просто журнал, а целое медийное пространство, в котором люди смогли бы общаться, делиться новостями и знакомиться с современной литературой. У журнала «Иначе» тоже была

медиаструктура для читателей: телеграмм канал с открытыми комментариями, аккаунты в других соцсетях (что позволило охватить более массовую аудиторию) и сайт, где публиковали статьи, рассказы о работе над новым выпуском, open-колла. Кроме того, на страницах журнала был организован Клуб писателей, в котором писатель Наталья Станкевич рассказывала о тонкостях литературного процесса и помогала молодым авторам с их первыми произведениями.

Основной вывод заключается в том, что современная молодёжь значительно увеличивает время, проводимое в онлайн-пространстве, при этом наблюдается снижение интереса к печатным изданиям, включая журналы. Для обеспечения устойчивого функционирования и расширения читательской аудитории журналы должны адаптироваться к новым форматам и платформам. Кроме того, необходимо уделить внимание визуальному оформлению, в том числе, и обложке.

Несмотря на то, что в наше время медиапотребление претерпело изменения и появились новые форматы публикаций, толстые литературные журналы продолжают сохранять свою репутацию и значимость в литературном сообществе. Они играют важную роль в сохранении и передаче литературных традиций, а также в развитии языка и культуры. При этом новое поколение литературных журналов отходит от привычных рамок, привлекая читателей не только качественным содержанием, но и оригинальным визуальным оформлением. Это позволяет журналам расширить свою аудиторию и познакомить читателей с текстами новых интересных авторов.

Одним из таких журналов являлся литературный журнал «Иначе» — пример гармоничного сочетания традиций и инноваций, текста и иллюстраций, художественного и публицистического, литературы и мира в целом. Каждый номер — это самостоятельный арт-объект со своей философией, внутренней структурой и цветовой гаммой. Журнал не только знакомил читателей с новыми художественными произведениями, но и включал их в систему культуры и искусства страны, что позволяло открыть для себя много новых направлений для творчества или саморазвития.

Как писали в своей книге «Родная речь» журналисты Пётр Вайль и Александр Генис: «От Сенковского до Твардовского журнал в России — вид литературного салона, может быть даже — особая партия. Российский журнализм вовсе не намерен информировать читателя. Журналы нужны, чтобы обсуждать уже известное. Попросту — они создают приятное общество, в котором протекает общение читателей и писателей» [4].

Научный руководитель: профессор кафедры книгоиздания и книжной торговли, доктор филологических наук, профессор Гордович К.Д.

Scientific supervisor: Professor of the Department of Book Publishing and Book Trade, Doctor of Philological Sciences, Professor Gordovich K.D.

Список литературы

1. Мисюров, Н. Н. Отечественные литературно-художественные и филологические журналы: история и современность // Библиосфера. 2013. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otechestvennyye-literaturno-hudozhestvennyye-i-filologicheskie-zhurnaly-istoriya-i-sovremennost> (дата обращения: 02.04.2025).
2. Вичкитова, А. Роль «толстых» журналов в современном русском литературном процессе // Социологическое обозрение. 2016. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-tolstyh-zhurnalov-v-sovremennom-russkom-literaturnom-protsesse> (дата обращения: 02.04.2025).
3. Ефремова, Д. «Толстяки» на диете. Как и зачем живут сегодня литературные журналы // Газета Культура. 2020. 2 июля. URL: <https://portal-kultura.ru/articles/books/327315-tolstyaki-na-diete-kak-i-zachem-zhivut-segodnya-literaturnye-zhurnaly/> (дата обращения: 02.04.2025).
4. Литературные журналы, прошлое и современность // dzen.ru. 2024. URL: <https://dzen.ru/a/Z22m9W4fV3hXrT-P> (дата обращения 02.04.2025).
5. Литературные журналы: окно в мир слов и идей // dzen.ru. 2025. URL: https://dzen.ru/a/Z9w87DeVGixr_Mw1?sid=158539667120465231 (дата обращения 02.04.2025).
6. Солженицын, Симонов, Твардовский: «Новому миру» — 100 лет. Как сейчас живёт главный литературный журнал России? // dzen.ru. 2025. URL: <https://dzen.ru/a/Z4qudf1ZNQzJ6qOi?sid=158539667120465231> (дата обращения 02.04.2025).
7. Беляков, С. Русские толстяки — новые и старые // С-Т-О-Л. 2022. 13 января. URL: <https://s-t-o-l.com/material/26530-russkie-tolstyaki-novye-i-starye/> (дата обращения: 02.04.2025).
8. Литературный life style журнал «Иначе» // calameo. 2023. URL: <https://www.calameo.com/accounts/6841588> (дата обращения 02.04.2025).

References

1. Misjurov, N. N. Otechestvennyye literaturno-hudozhestvennyye i filologicheskie zhurnaly: istoriya i sovremennost' // Bibliosfera. 2013. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otechestvennyye-literaturno-hudozhestvennyye-i-filologicheskie-zhurnaly-istoriya-i-sovremennost> (data obrashheniya: 02.04.2025).
2. Vichkitova, A. Rol' «tolstyh» zhurnalov v sovremennom russkom literaturnom processe // Sociologicheskoe obozrenie. 2016. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-tolstyh-zhurnalov-v-sovremennom-russkom-literaturnom-protsesse> (data obrashheniya: 02.04.2025).
3. Efremova, D. «Tolstjaki» na diete. Kak i zachem zhivut segodnja literaturnye zhurnaly // Gazeta Kul'tura. 2020. 2 ijulja. URL: <https://portal-kultura.ru/articles/books/327315-tolstyaki-na-diete-kak-i-zachem-zhivut-segodnya-literaturnye-zhurnaly/> (data obrashheniya: 02.04.2025).

4. Literaturnyehurnaly,proshloei sovremennost' // dzen.ru.2024.URL:<https://dzen.ru/a/Z22m9W4fV3hXrT-P> (data obrashheniya 02.04.2025).
5. Literaturnye zhurnaly: okno v mir slov i idej // dzen.ru. 2025. URL: https://dzen.ru/a/Z9w87DeVGixr_Mw1?sid=158539667120465231 (data obrashheniya 02.04.2025).
6. Solzhenitsyn, Simonov, Tvardovskij: «Novomu miru» — 100 let. Kak sejchas zhivjot glavnyj literaturnyj zhurnal Rossii? // dzen.ru. 2025. URL: <https://dzen.ru/a/Z4qudf1ZNQzJ6qOi?sid=158539667120465231> (data obrashheniya 02.04.2025).
7. Beljakov, S. Russkie tolstjaki — novye i starje // S-T-O-L. 2022. 13 janvarja. URL:<https://s-t-o-l.com/material/26530-russkie-tolstyaki-novye-i-starje/> data obrashheniya: 02.04.2025).
8. Literaturnyj life style zhurnal «Inache» // calameo. 2023. URL: <https://www.calameo.com/accounts/6841588> (data obrashheniya 02.04.2025).

УДК 004.42:687.016

А.О. Петрова, И.Ю. Моргоева

ИНТЕГРАЦИЯ ЦИФРОВОЙ ОДЕЖДЫ В ИГРОВЫЕ ДВИЖКИ: ТЕХНОЛОГИИ И МЕТОДЫ ОПТИМИЗАЦИИ

© А. О. Петрова, И.Ю. Моргоева, 2025

*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна
191186, Санкт-Петербург, Большая Морская, 18*

Статья посвящена теме цифровой одежды и её интеграции в индустрию видеоигр и виртуальной моды. Рассматриваются современные технологии и инструменты, используемые для создания и оптимизации виртуальной одежды, включая игровые, а также 3Д-редакторы. Описаны ключевые методы оптимизации: LOD-модели, запекание нормалей, сжатие текстур и кэширование симуляций. Подчёркивается важность баланса между визуальным качеством и производительностью.

Ключевые слова: 3Д-моделирование одежды, виртуальная мода, цифровая одежда, LOD-модель, оптимизация текстур, запекание нормалей, карта нормалей, игровые движки, физико-механические свойства цифровых материалов, симуляция текстильного материала.

A.O. Petrova, I.Yu.Morgoeva

Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design
191186, Saint-Petersburg, Bolshaya Morskaya, 18

INTEGRATION OF DIGITAL CLOTHING INTO GAME ENGINES: TECHNOLOGIES AND OPTIMIZATION METHODS

The article is devoted to the topic of digital clothing and its integration into the industry of video games and virtual fashion. Modern technologies and tools used to create and optimize virtual clothing, including gaming and 3D editors, are considered. Key optimization methods are described: LOD models, baking normals, texture compression, and caching simulations. The importance of a balance between visual quality and performance is emphasized.

Keywords: 3D modeling of clothing, virtual fashion, digital clothing, LOD model, texture optimization, baking of normals, map of normals, game engines, physical and mechanical properties of digital materials, simulation of textile material.

В последние годы цифровая одежда стала одной из ключевых тем в индустрии видеоигр и виртуальной моды. Этот тренд активно развивается благодаря совершенствованию игровых движков, таких как Анрил Энджин (Unreal Engine) и Юнити (Unity). Игровые движки предоставляют широкие возможности для воспроизведения фотореалистичных образов одежды в различных цифровых направлениях, обеспечивая высокий уровень интерактивности, адаптации к движению персонажа и реалистичного взаимодействия с виртуальной средой. Цифровая мода становится важным элементом цифровых миров, метавселенных и социальных платформ, где пользователи могут самовыражаться с помощью виртуального гардероба. Цифровая одежда активно используется в сценах различного характера – в кинематографичных игровых кат-сценах, в играх, в метавселенных, в показах одежды брендов. Игровые движки позволяют решить основную проблему цифровой одежды (высокая математическая сложность моделей). Реалистичная цифровая одежда, особенно та, что имитирует натуральные текстильные материалы и конструктивные особенности, как правило, обладает сложной геометрией с большим числом полигонов. Однако современные игровые движки позволяют облегчить нагрузку на компьютер без потери внешнего вида цифровой одежды максимально приближенной к реальному образу, передавая физико-механические свойства текстильных материалов. Аватар моделируется на основе полигональной сетки в соответствии с фигурой человека. Анимация аватара реализуется через систему костей и скелета в различных программах 3Д-моделирования.

Цифровая одежда активно используется в современных видеоиграх как средство кастомизации персонажей, выполняя важную роль в формировании визуальной идентичности игрока. Пользователи могут менять гардероб

своих аватаров в зависимости от контекста, стиля игры или предпочтений, что усиливает эффект погружения и персонализации. Часто элементы гардероба приобретаются через внешние платформы или интегрируются из сторонних программ, поддерживающих экспорт в игровые движки.

Популяризация цифровой одежды связана с развитием технологий 3Д-моделирования и симуляции текстильных материалов. Программы 3Д-моделирования одежды и Блендер позволяют создавать детализированные модели, а игровые движки обеспечивают их интеграцию с продвинутыми симуляциями. Однако сложность проектируемых цифровых *моделей одежды* и высокое количество полигонов требуют оптимизации, чтобы не перегружать систему *компьютера* и сохранять его высокую производительность.

Игровые движки и не только инструментами для разработки игр, но и платформами для демонстрации цифровой моды. Дизайнеры создают виртуальные подиумы, где аватары носят цифровые наряды, порой даже с возможностью взаимодействия в реальном времени. Как представлено на рисунке 1 зрители могут в режиме реального времени наблюдать за виртуальными цифровыми показами «FASHIONVERSE», менять ракурсы, взаимодействовать с элементами одежды или голосовать за понравившиеся образы, создавая эффект присутствия. Игровые движки лежат в основе множества метавселенных (цифровых миров), в которых пользователи могут взаимодействовать друг с другом и с представленными цифровыми нарядами одежды через аватары. Компании используют цифровую одежду для создания интерактивных показов, маркетинговых кампаний и виртуальных примерочных, что позволяет пользователям примерить одежду в цифровом формате перед покупкой. Данные технологии внедряются в электронную коммерцию и метавселенные, создавая новые способы взаимодействия с модой и брендами.



Рис. 1. Виртуальный цифровой показ

Однако, чтобы обеспечить плавную работу проектов и сохранить высокое качество визуализации (рендеринга), необходимо учитывать технические аспекты их реализации. Для снижения нагрузки на игровой движок важно оптимизировать цифровую одежду, этого можно добиться с помощью следующих технологий: использование LOD-моделей; запекание нормальных карт; оптимизация текстур; внедрение кэширования симуляции и предварительно рассчитанных анимаций [1].

Использование LOD-моделей (Level of Detail) – создание нескольких уровней детализации модели для динамического снижения полигональности на расстоянии. LOD позволяет системе автоматически загружать более простые версии модели, когда объект находится далеко от камеры [2]. Это уменьшает нагрузку на рендеринг, улучшает производительность и снижает потребление видеопамати.

В инструментах 3Д-моделирования (например, Блендер) можно вручную или автоматически создавать несколько версий модели с разным количеством полигонов. В Анрил Энджин и Юнити есть встроенные инструменты для генерации LOD, позволяющие настраивать уровень детализации и расстояние смены моделей. В Анрил Энджин для автоматического создания различных уровней детализации для моделей можно использовать опцию автоматического построения LOD в настройках импорта модели [3]. В Юнити для создания LOD используется: компонент LOD групп; скрипты для динамического LOD; настройки параметра смещения LOD (LOD Bias) в разделе настроек проекта (Project Settings). Компонент LOD Group позволяет настраивать отображение модели в зависимости от дистанции. Можно использовать дополнительные скрипты, которые могут изменять уровень детализации динамически, учитывая как расстояние до объекта, так и его важность на экране. Можно настроить, на каком уровне детализации объекты должны отображаться в зависимости от расстояния [4].

Запекание нормальных карт (Normal map) – перенос высокополигональных деталей на низкополигональную модель для сохранения визуального качества внешнего вида текстильного материала [5]. Запекание карт нормалей позволяет имитировать мелкие детали и рельеф поверхности, используя текстурные данные вместо геометрических. Это особенно полезно для одежды, так как позволяет передавать складки, швы и другие элементы, максимально приближенные к внешнему виду физических материалов и изделий из них, уменьшая при этом общее количество полигонов.

Запекание в 3Д-редакторах представляет собой важный этап оптимизации цифровых моделей, при котором информация о высокополигональной геометрии переносится на текстурные карты, применяемые к облегченной

версии модели. На первом этапе создаётся высокополигональная модель (high-poly), содержащая все необходимые геометрические детали. Затем формируется низкополигональный аналог (low-poly), предназначенный для использования в игровых движках и других средах с ограниченными ресурсами. Путём запекания карты нормалей производится проецирование данных о микрогеометрии high-poly на поверхность low-poly модели. Таким образом, визуально сохраняется высокая степень детализации, несмотря на упрощённую геометрию.

Интеграция цифровой одежды в игровые движки сопровождается рядом технологических вызовов, которые могут существенно повлиять на итоговое качество визуализации. Одной из наиболее распространённых проблем является некорректный шейдинг, вызванный ошибками в расчёте или импорте нормалей. Указанные искажения особенно критичны в области складок и изгибов симулируемого текстильного материала, где вместо плавных переходов формируются артефакты в виде резких теней или бликов. Качество UV-развёртки деталей одежды играет решающую роль в сохранении достоверности текстур текстильных материалов. Неправильная или неравномерная развёртка приводит к искажению текстильных узоров, появлению швов и нежелательных растяжений, особенно заметных при использовании материалов с направленным ворсом, вышивкой или сложной структурой поверхности.

Особое внимание необходимо уделять выбору и применению формата карты нормалей фотореалистичного отображения текстильного материала в цифровой одежде. Поскольку графические API, такие как OpenGL и DirectX, по-разному интерпретируют направление по оси Y, несогласованность форматов при экспорте может вызвать инвертирование теней или деформации визуального освещения, что делает корректную конвертацию нормалей важным техническим аспектом при кросс-платформенной разработке. Существуют различные типы карт нормалей, каждый из которых решает определённые задачи в зависимости от особенностей проекта, требований к производительности и характеристик системы освещения. На рисунке 2 представлен пример работы нормалей в визуализации объемного геометрического объекта. Наиболее универсальными являются карты нормалей касательного пространства (Tangent Space), которые обеспечивают адекватное взаимодействие поверхности объекта со светом при сохранении геометрической простоты. Модификацией является формат Mikk, гарантирующий стабильное отображение нормалей при деформации меша, что особенно актуально для анимации цифровых текстильных материалов. В условиях ограниченных вычислительных ресурсов, например, в мобильных приложениях, используются двухканальные карты касательного пространства, обеспечивающие компромисс между качеством и экономией памяти.

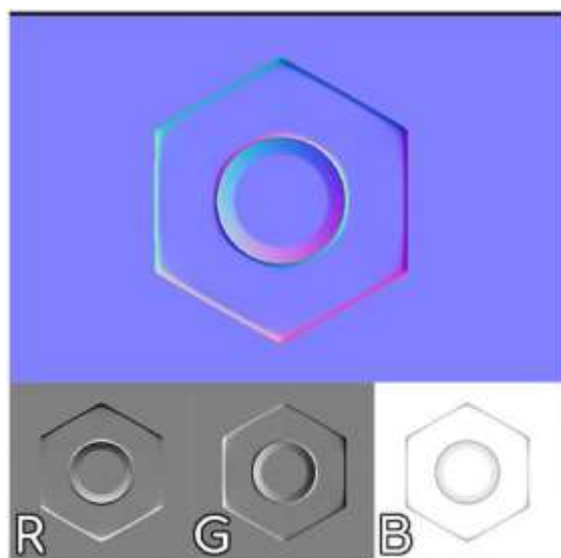


Рис.2. Карта нормалей касательного пространства

Карты мирового и объектного пространства (World Space и Object Space) применяются в задачах, требующих высокой точности глобального освещения и статического представления нормалей, соответственно. Кроме того, наклонные карты нормалей (Bent Normals) улучшают симуляцию глобального освещения за счёт более точного учёта направлений, в которых свет может достигать поверхности. Визуализация микродеталей, не связанных с направлением света, достигается посредством использования карт рельефа (Bump Maps), создающих иллюзию глубины и шероховатости без вмешательства в геометрию модели. Корректное использование и настройка нормалей, а также сопутствующих технических решений, напрямую определяют реалистичность визуализации цифровой одежды в реальном времени [5].

Оптимизация текстур текстильных материалов производится через сжатие форматов (JPEG, WebP, BC5), уменьшение разрешения по необходимости [6]. Оптимизированные текстуры ускоряют загрузку сцен игр, подиума с показом одежды, метавселенных и снижают потребление памяти. Уменьшение веса файлов ускоряет загрузку сцены. Когда текстура сжата (например, в JPEG, WebP, BC5), её файл занимает меньше места на диске. Следовательно текстура быстрее загружается с жёсткого диска или SSD и уменьшается объём данных, передаваемых по сети (более актуально для онлайн-игр). Использование сжатых форматов снижает потребление видеопамати (VRAM). Графический процессор (GPU) не может работать с изображениями в форматах JPEG или PNG напрямую. Перед рендерингом они

распаковываются в видеопамяти. Благодаря чему использование сжатых текстур позволяет загружать больше текстур без переполнения VRAM и снижает задержки при отрисовке различных сцен.

Одним из эффективных методов оптимизации производительности в 3Д-графике является использование технологии Мип-мэппинг (mip-mapping). Мип-мэппинг – техника работы с текстурами, при которой для каждой текстуры заранее создаются её уменьшенные копии (мип-уровни), каждый из которых имеет вдвое меньшее разрешение, чем предыдущий (рисунок 3). Во время рендеринга движок автоматически выбирает наиболее подходящий уровень детализации текстуры в зависимости от расстояния объекта до камеры. Ближайшие объекты отображаются с использованием текстуры максимального качества, тогда как для дальних объектов подгружаются более размытые версии. Процесс существенно снижает нагрузку на видеокарту и объем оперативной видеопамяти, так как уменьшенные текстуры требуют меньше ресурсов для хранения и обработки. Дополнительным преимуществом мип-мэппинг является снижение эффекта ряби, мерцания при отображении текстур вдали, особенно под углом, что делает изображение более стабильным и визуально приятным [7].

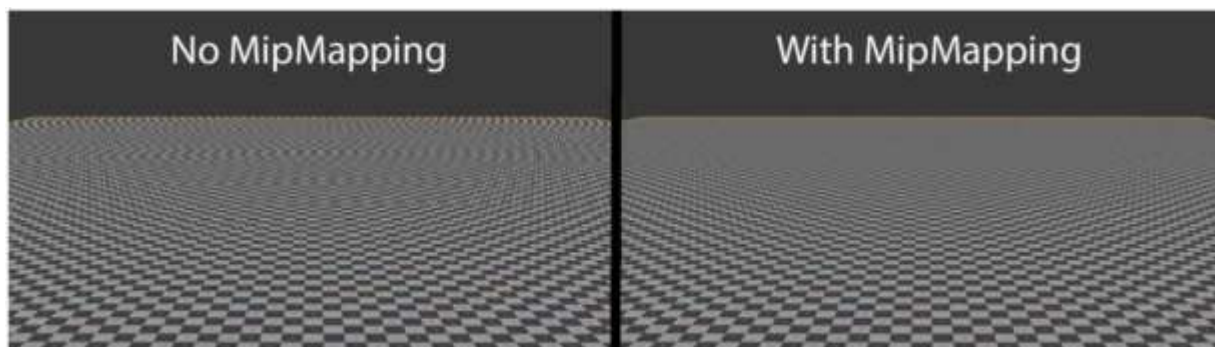


Рис.3. Мип-мэппинг

В движках Анрил Энджин и Юнити встроенные настройки сжатия текстур, позволяющие выбирать форматы и компрессию. Помимо встроенных средств игровых движков, разработчики часто прибегают к использованию стороннего графического программного обеспечения, ориентированного на профессиональную работу с текстурами, что необходимо как для ручной оптимизации, так и для снижения общего объема графических ресурсов без значительного ущерба для визуального качества. Инструменты предоставляют возможность управлять разрешением текстур, цветовой глубиной, а также форматом и параметрами экспорта, что существенно влияет на производительность и объем используемой памяти.

Одним из наиболее эффективных методов оптимизации является уменьшение исходного разрешения текстур. Эта операция проводится в зависимости от расстояния между камерой и объектом в игровом пространстве: чем дальше находится объект, тем меньшее разрешение требуется для адекватного визуального восприятия. Уменьшение исходного разрешения текстур позволяет сбалансировать уровень детализации и нагрузку на графический процессор.

Другим распространённым подходом выступает применение сжатия на этапе экспорта. При сохранении текстур в форматах JPEG, PNG или TGA можно вручную контролировать степень сжатия, выбирая компромисс между качеством изображения и объёмом файла. Формат TGA остаётся предпочтительным для текстур, содержащих альфа-канал, в то время как JPEG используется для обычных карт цвета, не требующих прозрачности.

Цветовая глубина существенно влияет на размер текстур: оптимизация позволяет уменьшить размер файлов без заметной потери визуального качества при условии корректной постобработки. Аналогично, удаление неиспользуемых альфа-каналов и скрытых слоёв до этапа экспорта способствует снижению нагрузки на систему хранения и рендеринга, особенно в случаях, когда прозрачность не требуется. Современные программы для работы с PBR-текстурами поддерживают оптимизацию уже на этапе создания: текстуры можно изначально разрабатывать в высоком разрешении, а затем масштабировать без потери ключевых деталей. При экспорте доступен выбор формата, степени сжатия и конкретных текстурных каналов, что особенно важно для PBR-шейдинга, где обычно используются только карты Base Color, Roughness и Normal.

Одним из наиболее прогрессивных методов оптимизации является пакование текстур – объединение нескольких карт в одну, где каждая текстурная карта записывается в отдельный цветовой канал (например, Metallic, Roughness и Ambient Occlusion). На примере рисунка 4 представлена текстура на цифровом объекте, в которой объединены три отдельных текстуры объединенные в одну [8]. Данный подход позволяет значительно сократить количество используемых текстур, уменьшить число обращений к видеопамяти и ускорить загрузку ресурсов внутри игрового движка, сохраняя при этом функциональность PBR-подхода.

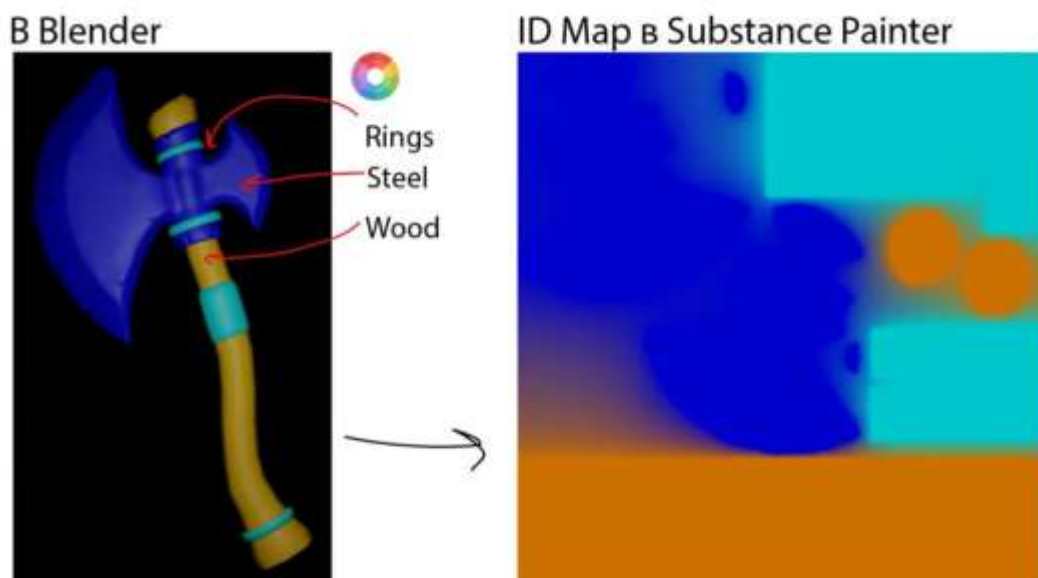


Рис.4. Мип-мэппинг

Кэширование симуляции – это процесс предварительного расчета поведения текстильных материалов, после чего данные сохраняются и используются в игровом движке без необходимости постоянного пересчета передачи физико-механических свойств симулируемых материалов. Кэширование симуляции – это процесс записи заранее просчитанной анимации текстильных материалов в виде запечённых симуляций (baked-систем), которые затем воспроизводятся в игровом движке без необходимости пересчёта физики в реальном времени. Особенно важно при использовании сложной симуляции текстильного материала, которая учитывает взаимодействие с телом аватара (персонажа игры), гравитацией, ветром и столкновениями с другими объектами.

В Анрил Энджин можно использовать геометрический кэш (Geometry Cache) или алеmbик кэш (Alembic Cache), чтобы импортировать симуляции текстильных материалов из внешнего софта. Кэш может быть привязан к персонажу или объекту и синхронизирован с его анимацией (например, одежда, реагирующая на движения тела). Для интерактивных случаев возможна комбинация: кэш запускается по событию, или используется как альтернатива, если реальные вычисления перегружают систему.

В инструментах типа Blender можно симулировать поведение текстильных материалов, а затем экспортировать анимационные данные в виде алеmbик (ABC) или кэшированных точечных данных. Alembic – это межплатформенный формат файлов, созданный для хранения анимационных данных, особенно точечных деформаций (vertex cache). Данный формат файлов не сохраняет кости, скелеты аватара или стандартные ключевые кадры анимации, а записывает положение каждой вершины меша на каждом кадре, что позволяет воспроизводить сложную симуляцию, такую как текстильные материалы, волосы, жидкость и т.п., без необходимости пересчитывать динамику или использовать риггинг. В Анрил Энджин можно использовать систему Хаос Кло (Chaos Cloth) для записи кэшированных анимаций, что значительно снижает нагрузку на процессор. Хаос Кло – это физический симулятор текстильного материала, встроенный в Анрил Энджин. Хаос Кло позволяет рассчитывать реалистичное поведение одежды в реальном времени, поддерживает запись и кэширование симуляции, для использования её как обычную анимацию.

Предварительно рассчитанные анимации используются вместо полноценной физической симуляции, когда поведение одежды предсказуемо и не требует интерактивного пересчета. В 3Д-редакторах можно заранее анимировать движения текстильного материала, используя скелетные риги, затем экспортировать их в игровые движки в формате FBX. Вместо симуляции текстильного материала можно использовать анимацию на основе ригов – системы «костей» (bones), которые управляют деформацией меша. Достигается полный контроль и предсказуемость, особенно в игровых сценах, где не требуется физика движения текстильных материалов в реальном времени.

Предварительная анимация – это метод, при котором движения текстильного материала (или других динамических объектов) создаются и записываются заранее, а затем воспроизводятся в игре или на другой площадке (подиум, метавселенные) как обычная анимация, без участия физического движка. Подобный подход активно используется для уменьшения нагрузки на процессор и GPU, особенно в сценах, где поведение текстильного материала предсказуемо и не требует интерактивного взаимодействия с игроком или окружением.

Нагрузка на систему эффективно снижается за счёт автоматического упрощения геометрии в зависимости от расстояния до камеры (LOD), использования сжатых и мип-мэпированных текстур, а также замены ресурсоёмкой физической симуляции заранее просчитанной анимацией (FBX, VAT, Alembic). Интеграция цифровой одежды в игровые движки требует баланса между качеством графики и производительностью. При высоком уровне детализации текстильного материала и её физического поведения легко возникает перегрузка системы, особенно на слабых устройствах или в сценах со множеством персонажей. Во избежание чего, применяются LOD-модели (уровни детализации), оптимизация текстур, а также предварительно рассчитанные анимации и кэшированные симуляции.

Вместо ресурсоёмких симуляций в реальном времени используются заранее просчитанные анимации, которые загружаются в виде файлов (FBX – ключевые кадры, VAT – текстурированная анимация вершин, Alembic – кэшированные деформации). Это снижает нагрузку на процессор (CPU) и графический процессор (GPU). Оптимизация текстур с использованием сторонних графических инструментов представляет собой сложный, но необходимый этап в производстве цифрового контента, напрямую влияющий как на визуальное качество, так и на производительность проекта в реальном времени.

Тренд на цифровую одежду – это не просто экспериментальная область, а полноценное направление, которое формирует будущее модной индустрии и игровой разработки. В ближайшие годы можно ожидать дальнейшего развития инструментов симуляции текстильных материалов, улучшения рендеринга цифровой одежды и интеграции с VR/AR-технологиями. Игровые движки становятся мощной платформой для демонстрации и продвижения виртуальной моды, объединяя творчество и передовые технологии.

Для успешной интеграции цифровой одежды в игровые движки требуется тесное сотрудничество разработчиков игр, дизайнеров одежды и 3D-художников, а также технических специалистов, занимающихся оптимизацией, шейдерами и симуляцией материалов. Только в рамках междисциплинарного подхода возможно создать цифровую одежду, которая будет не только эстетически выразительной, но и технически эффективной. Внедрение инновационных методов оптимизации и улучшение алгоритмов физической симуляции позволит сделать виртуальную одежду еще более реалистичной и доступной для широкого круга пользователей. Для оптимального использования и максимальной оптимизации ресурсов в игровом пространстве перечисленные технологии применяются при реализации коллекций цифровой одежды, обеспечивая высокое качество визуализации при минимальной нагрузке на систему.

Список литературы

1. Оптимизация в 3D-графике. URL <https://dtf.ru/gamedev/3329658-optimizaciya-v-3d-grafike-maksimum-kachestva-minimum-resursov> (дата обращения: 29.03.2025).
2. David Luebke, Martin Reddy, Jonathan D. Level of Detail for 3D Graphics. М.: Книга, 2003. 414 с.
3. Static Mesh Automatic LOD Generation in Unreal Engine. URL <https://dev.epicgames.com/documentation/en-us/unreal-engine/static-mesh-automatic-lod-generation-in-unreal-engine> (дата обращения: 29.03.2025).
4. LOD Group. URL <https://unityhub.ru/manual/class-LODGroup> (дата обращения: 29.03.2025).
5. Типы карт нормалей. URL <https://habr.com/ru/articles/486528/> (дата обращения: 30.03.2025).
6. Оптимизация текстур для 3D моделей. URL <https://sky.pro/wiki/gamedev/optimizaciya-tekstur-dlya-3d-modelej/> (дата обращения: 30.03.2025).
7. Mipmap. URL <https://en.m.wikipedia.org/wiki/Mipmap/> (date accessed: 11.04.2025).
8. Merge texture sets, или как делать один набор текстур в Substance Painter. URL <https://habr.com/ru/articles/505654/> (date accessed: 14.04.2025).

References

1. Optimizacija v 3D-grafike. URL <https://dtf.ru/gamedev/3329658-optimizaciya-v-3d-grafike-maksimum-kachestva-minimum-resursov> [Optimization in 3D graphics]. (date accessed: 29.03.2025).
2. David Luebke, Martin Reddy, Jonathan D. Level of Detail for 3D Graphics. М.: Книга, 2003. 414 s.
3. Static Mesh Automatic LOD Generation in Unreal Engine. URL <https://dev.epicgames.com/documentation/en-us/unreal-engine/static-mesh-automatic-lod-generation-in-unreal-engine> (date accessed: 29.03.2025).
4. LOD Group. URL <https://unityhub.ru/manual/class-LODGroup> (date accessed: 29.03.2025).
5. Tipy kart normalej. URL <https://habr.com/ru/articles/486528/> [Types of normal maps]. (date accessed: 30.03.2025).
6. Optimizacija tekstur dlja 3D modelej. URL <https://sky.pro/wiki/gamedev/optimizaciya-tekstur-dlya-3d-modelej/> [Texture optimization for 3D models]. (date accessed: 30.03.2025).
7. Mipmap. URL <https://en.m.wikipedia.org/wiki/Mipmap/> (date accessed: 11.04.2025).
8. Merge texture sets, ili kak delat' odin nabor tekstur v Substance Painter. URL <https://habr.com/ru/articles/505654/> [Merge texture sets, or how to make one set of textures in Substance Painter] (date accessed: 14.04.2025).

Е.А. Петрушина

ФРАКТАЛЬНЫЙ ДИЗАЙН В СИСТЕМЕ ГЕНЕРАТИВНОГО ИСКУССТВА: КАК ЦИФРОВОЕ ИСКУССТВО МЕНЯЕТ МОДНУЮ ИНДУСТРИЮ

© Е.А. Петрушина, 2025

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна
191186, Санкт-Петербург, Большая Морская, 18

В статье рассматривается понятие фрактального дизайна в контексте генеративного искусства и его роль в современной модной индустрии. Проводится анализ теоретических основ фрактального и генеративного подходов, методов и алгоритмов создания фрактальных изображений. Исследуются примеры применения фрактального дизайна в производстве одежды, текстильных принтов и концептуальных коллекций ведущих дизайнеров. Дана оценка влияния цифровых технологий на эффективность работы дизайнеров и перспектив развития генеративного искусства в моде.

Ключевые слова: фрактальный дизайн, генеративное искусство, мода, алгоритм, самоподобие, цифровое искусство, принт, текстиль, дизайн одежды, эффективность, персонализация.

Е.А. Petrushina

St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design
18 Bolshaya Morskaya Street, Saint Petersburg, 191186

FRactal Design in the Generative Art System: How Digital Art is Changing the Fashion Industry

The article examines the concept of fractal design in the context of generative art and its role in the modern fashion industry. The analysis of the theoretical foundations of fractal and generative approaches, methods and algorithms for creating fractal images is carried out. The article examines examples of the use of fractal design in the production of clothing, textile prints and conceptual collections of leading designers. An assessment of the impact of digital technologies on the effectiveness of designers and the prospects for the development of generative art in fashion is given.

Keywords: fractal design, generative art, fashion, algorithm, self-similarity, digital art, print, textiles, fashion design, efficiency, personalization.

За последние годы стало понятно: технологии меняют творчество. Особенно это заметно в моде, компьютеры и алгоритмы, по сути, становятся частью процесса. Дизайнер может не только рисовать от руки, но и использовать код, чтобы получить нужный результат. Всё это связано с тем, что появляется так называемое генеративное искусство. Это такой подход, при котором результат создаётся не напрямую, а через набор правил — алгоритмов. Дизайнер задаёт условия, а программа предлагает варианты [1]. Иногда они выглядят неожиданно — и в этом есть главный плюс: появляется то, чего не придумал бы заранее.

В этом контексте стали всё чаще говорить о фрактальном дизайне. Он один из способов генерации, но основан на математике. Речь о повторяющихся формах, ветвящихся узорах, структурах, которые вроде бы хаотичны, но при этом построены по вполне чётким законам. Такие штуки часто встречаются в природе — и именно поэтому они находят отклик в моде [2]. Есть ощущение чего-то живого, сложного и не до конца предсказуемого. На практике это значит, что дизайнер может не просто нарисовать узор, а запустить алгоритм, и получить много разных версий. Иногда даже сотни. И из них выбрать то, что ближе к задаче. Или настроить систему под конкретные параметры — ткань, стиль, силуэт. Это удобнее и быстрее, чем делать всё вручную.

Целью исследования — исследовать феномен фрактального дизайна в контексте генеративного искусства и оценить, каким образом цифровое художественное творчество на основе алгоритмов влияет на модную индустрию.

Задачи исследования:

- дать определения и раскрыть сущность основных понятий исследования — фрактальный дизайн и генеративное искусство, а также описать их взаимосвязь;
- изучить теоретические основы, методы и технические принципы фрактального генеративного дизайна;
- проанализировать применение фрактального дизайна и генеративного искусства в индустрии моды на основе реальных примеров брендов, коллекций и цифровых решений, а также рассмотреть возможные гипотетические сценарии;
- оценить влияние цифрового генеративного искусства на моду, а также определить эффективность и перспективы использования фрактального подхода в дизайне одежды.

Когда мы говорим о фрактальном дизайне, нужно начать с самого понятия «фрактал». Этот термин вёл математик Бенуа Мандельброт в 1975 году. Он описал фрактал как структуру, где каждая часть похожа на целое [3]. Изображение множества Мандельброта представлено на рис. 1.

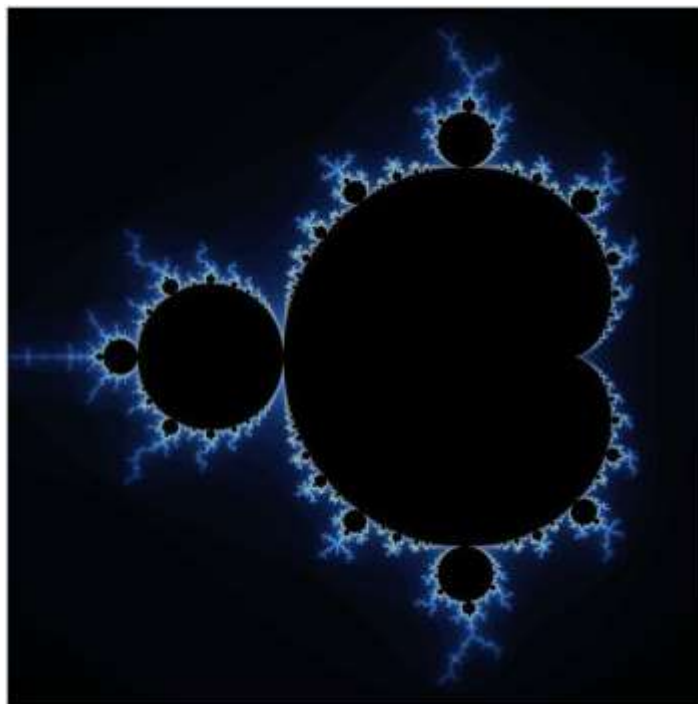


Рис. 1. Классическое изображение множества Мандельброта

Простой пример — ветка дерева, которая напоминает всё дерево целиком. Такое явление называют самоподобием. И это не редкость: береговые линии, капуста, снежинки — примеров в природе хватает. Неудивительно, что фрактальную геометрию иногда называют геометрией природы. Это звучит красиво, но и в научном плане имеет смысл.

Фрактальный дизайн опирается на этот принцип. Он переносит повторяющиеся формы в искусство и дизайн. Причём результат может быть разным: от орнаментов и узоров до силуэтов одежды. Часто такие формы выглядят сложными, но при этом — естественными. В этом и есть эффект: точная структура, а воспринимается как нечто живое.

Что касается генеративного искусства — здесь немного другой подход. Дизайнер не рисует, а создаёт правила. А дальше уже алгоритм сам делает результат. Тут важно не само изображение, а система, по которой оно рождается. Кому-то может показаться, что творческий процесс уходит на второй план. Хотя на самом деле это просто другая форма работы — скорее похожая на программирование идей.

Фракталы как раз отлично ложатся под такой подход. Всё строится на повторении. Один шаг — и снова тот же шаг — и так много раз. Из этого растёт сложная, почти живая структура. Раньше такое создавали вручную. Сейчас достаточно алгоритма. Именно поэтому фрактальный дизайн оказался таким удобным инструментом: он даёт яркий результат без лишней работы [4].

Чтобы создать фрактальные визуальные формы, чаще всего используют алгоритмы, которые многократно повторяют одно и то же действие. Это может быть, например, построение фракталов вроде множества Мандельброта или кривой Коха — каждый шаг в таких системах просто копирует предыдущий, но с изменениями. Есть и специальные системы — например, L-системы. Они подходят для того, чтобы моделировать, скажем, структуру дерева или ветвящихся растений.

Иногда алгоритмы работают строго по правилам. Тогда фракталы получаются симметричными, чёткими. А иногда в них закладывают элемент случайности — и результат уже не такой предсказуемый. Эти стохастические фракталы больше похожи на природные формы: горы, облака, линии берегов. Один из примеров — броуновское движение. Вроде бы хаос, а на деле — закономерность.

Но одного только «скелета» мало. Чтобы фрактал выглядел как полноценное изображение, его раскрашивают. Для этого используют разные цветовые схемы. Оттенки могут зависеть от количества итераций, глубины или скорости «расхода» — по сути, от внутренних параметров самого алгоритма. Так дизайнер получает возможность настраивать цвет, градиенты, добавить текстуру — и подстроить всё под нужную эстетику.

Сегодня для этого есть удобные инструменты. Например, Ultra Fractal или Apophysis — с их помощью можно генерировать фракталы и сразу готовить их для печати. Бывает, что дизайнеры комбинируют такие алгоритмы с работой в Photoshop. Есть даже исследования, где фрактальные принты использовались для создания узоров на тканях — например, китайская группа делала шёлковые шарфы на основе таких узоров [5]. Алгоритм генерировал форму, дизайнер — цвет и композицию. В итоге получался готовый принт.

Стоит отметить, что фракталы — не единственный генеративный инструмент. Сейчас активно применяются нейросети. Они могут анализировать образы, стили, цвета и генерировать новые узоры. Некоторые алгоритмы строят даже лекала — форма одежды тоже может быть сгенерирована. Это направление называют алгоритмическим кутюром. Цель — сократить отходы ткани и сделать процесс умным.

Вообще, главная идея генеративного подхода — это скорость и вариативность. То, что вручную заняло бы часы, программа делает за секунды. Иногда результат странный, иногда — очень свежий. Главное, что дизайнер получает не один вариант, а десятки. И среди них может оказаться что-то действительно новое.

Интересно, как фрактальный генеративный дизайн уже проявляется в модной индустрии. На самом деле такие подходы уже кое-где находят применение. Вариантов масса — от принтов и ткани до силуэтов, даже до того, как устроены процессы производства или как одежда преподносится публике. Пример модного образа с использованием фрактальных узоров представлен на рис. 2.



Рис. 2 Образ модельера Ирис Ван Херпен

Самый очевидный способ использовать фракталы — это, конечно, принты. Сейчас есть возможность напечатать практически что угодно, даже сложные фрактальные узоры, созданные компьютером. Такие принты выглядят необычно, иногда даже немного гипнотически. Бывает, что дизайнер запускает генератор узоров — и получает сразу десятки вариантов. Потом выбирает, что подошло. Это и быстро, и даёт простор для экспериментов.

Более того, если генерация будет учитывать вкусы клиента — получится вещь с персонализированным узором. Идея не новая, но теперь она становится технически реализуемой. Одежда, у которой не только фасон, но и принт — только у тебя. И такой подход вполне может усилить привязанность к бренду.

В более сложных и авторских коллекциях фракталы тоже встречаются. Некоторые дизайнеры вдохновляются формами из природы или науки — и на основе этого строят дизайн одежды. Иногда это делается с помощью 3D-печати или других цифровых способов. Благодаря программам можно смоделировать сложную форму, которая бы вручную вообще не получилась. Итог — платья или костюмы с архитектурной, «растущей» пластикой, как будто вдохновлённой природными структурами.

Но всё это не только про моду на подиуме. В повседневной одежде алгоритмы тоже находят применение. Например, есть опыт, когда дизайнеры работают не с конкретным рисунком, а с системой генерации. Программа сама создаёт варианты — а дизайнер только настраивает, какие именно параметры использовать. Это упрощает разработку ткани и делает её узнаваемой, но в то же время уникальной. Особенно удобно, если нужно быстро получить результат и сохранить производственную стабильность.

Вообще, цифровая среда открывает для фрактального подхода кучу возможностей. Появляются виртуальные коллекции, где человек может сам «собрать» узор или выбрать, как будет выглядеть вещь [6]. А если подключить дополненную реальность — то одежда и вовсе может менять внешний вид при движении. Пример: платье с фрактальным узором, который «оживает», когда ты двигаешься.

Идут подвижки и в образовании. Сейчас дизайнеров начинают обучать не только рисунку и композиции, но и базовому программированию. Их учат писать простые алгоритмы, которые могут генерировать десятки, а то и сотни вариантов. Это меняет сам подход: дизайнер работает не только как художник, но и как автор «системы идей».

В общем, фрактальный дизайн уже влияет на то, как выглядит современная одежда — и не только на уровне замысловатых платьев. Он проникает и в масс-маркет, и в цифровые коллекции, и даже в то, как люди взаимодействуют с модой. И кажется, что это только начало.

Фрактальный дизайн как часть генеративного искусства уже влияет на моду — и делает это вполне заметно. То, что раньше казалось чем-то исключительно научным или абстрактным, сегодня используется в самых прикладных вещах — например, в дизайне одежды. Природные формы, самоподобие, повторение — всё это даёт дизайнерам новый способ думать про узоры, текстиль и вообще визуальный язык. Такие узоры часто бывают неожиданными, сложными, но в этом их фишка — они как будто специально для тех, кто хочет выглядеть иначе.

Но дело не только в красоте. Алгоритмы, которые стоят за такими узорами, умеют делать ещё кое-что: быстро генерировать десятки, а то и сотни разных вариантов. Это здорово помогает в процессе проектирования — идеи рождаются быстрее, и иногда появляются такие сочетания, которые вручную вряд ли бы пришли в голову. Машина может «подкинуть» неочевидное решение — и этим расширяет границы. Особенно если учесть, что всё это можно сохранить, повторить, доработать — понятно, почему индустрия начинает всё чаще к этому обращаться.

Ещё меняется роль самого дизайнера. Сейчас он всё чаще — не просто художник, но и тот, кто задаёт правила, по которым создаётся результат. Алгоритм — это инструмент, но и часть авторской системы. Получается такой гибридный подход: нужно понимать и эстетику, и структуру. Поэтому в обучении уже появляются курсы, где учат не только рисовать, но и программировать визуальные идеи. Это и практично, и современно.

Также стоит сказать о практической пользе. Возможность быстро адаптировать дизайн под клиента или ситуацию делает производство более гибким. А если подключить алгоритмы к задачам вроде экономии ткани или прогнозирования спроса — это уже влияет и на устойчивость моды. То есть генеративный подход не только про красивые узоры, но и про более разумное потребление ресурсов.

В целом можно сказать: фрактальный дизайн и генеративные алгоритмы уже стали частью современной моды. Они помогают расширить границы воображения, упростить сложные процессы и пересобрать саму логику того, как создаётся одежда. А дальше — больше. По мере развития технологий влияние этого подхода будет только усиливаться. Всё больше дизайнеров будет работать в тандеме с алгоритмами. Фракталы — те самые математические фигуры, которые раньше видели только на экранах — теперь становятся частью одежды, её текстуры, её образа. Это новый способ рассказать о природе, о форме, об идее — не через кисть, а через код.

Научный руководитель: старший преподаватель кафедры цифровых и аддитивных технологий, Славникова Мария Александровна

Scientific supervisor: Senior Lecturer of the Department of Digital and Additive Technologies, Slavnikova Maria Aleksandrovna

Список литературы

1. McCormack J., Gifford T., Hutchings P. Autonomous and Generative Systems in Media Art // Leonardo. – 2019. – Vol. 52, No. 1. – P. 18–26. – URL: <https://direct.mit.edu/leon/article/52/1/18/93372/Autonomous-and-Generative-Systems-in-Media-Art> (дата обращения: 13.04.2025).
2. Herpen I. van. Roots of Rebirth. Collection overview. – 2021. – URL: <https://www.irisvanherpen.com/collection/roots-of-rebirth> (дата обращения: 13.04.2025).
3. Мандельброт Б. Фрактальная геометрия природы. – М.: Мир, 2002. – 656 с.
4. Collet C. Fashioning Algorithms: Generative Design in the Digital Age // Fashion Theory. – 2019. – Vol. 23, No. – P. 695–723. – URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1362704X.2019.1583091> (дата обращения: 13.04.2025).
5. Wang Y., Wang H., Zhang Y. Application of Fractal Graphics in Fashion Design // Journal of Physics: Conference Series. – 2019. – T. 1176. – C. 042070 – URL: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1742-6596/1176/4/042070> (дата обращения: 13.04.2025).
6. Петушкова Т.А., Белгородский В.С. Фрактал как система концептуального анализа визуально-графических коммуникаций модных брендов // Костюмология. – 2019. – № 3(4). – С. 1–11. – URL: <https://kostumologiya.ru/PDF/05IVKL319.pdf> (дата обращения: 13.04.2025).

References

1. McCormack J., Gifford T., Hutchings P. Autonomous and Generative Systems in Media Art // Leonardo. – 2019. – Vol. 52, No. 1. – P. 18–26. – URL: <https://direct.mit.edu/leon/article/52/1/18/93372/Autonomous-and-Generative-Systems-in-Media-Art> (date of access: 09.04.2025).
2. Herpen I. van. Roots of Rebirth. Collection overview. – 2021. – URL: <https://www.irisvanherpen.com/collection/roots-of-rebirth> (date of access: 10.04.2025).
3. Mandel'brot B. Fraktal'naja geometrija prirody. [Fractal Geometry of Nature] – M.: Mir, 2002. – 656 s.
4. Collet C. Fashioning Algorithms: Generative Design in the Digital Age // Fashion Theory. – 2019. – Vol. 23, No. – P. 695–723. – URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1362704X.2019.1583091> (date of access: 09.04.2025).
5. Wang Y., Wang H., Zhang Y. Application of Fractal Graphics in Fashion Design // Journal of Physics: Conference Series. – 2019. – T. 1176. – C. 042070 – URL: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1742-6596/1176/4/042070> (date of access: 10.04.2025).

6. Petushkova T.A., Belgorodskij V.S. Fraktal kak sistema konceptual'nogo analiza vizual'no-graficheskikh kommunikacij modnyh brendov // Kostjumologija. – 2019. – № 3(4). – S. 1–11. – URL: <https://kostumologiya.ru/PDF/05IVKL319.pdf> [Fractal as a system of conceptual analysis of visual and graphic communications of fashion brands] (date of access: 10.04.2025).

Е.С. Савва, А.В. Лебедев

НЕЙРОДИЗАЙН КАК НАУКА НА СТЫКЕ ПСИХОЛОГИИ И АРХИТЕКТУРЫ

© Е. С. Савва, А.В. Лебедев, 2025

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна
191186, Санкт-Петербург, Большая Морская, 18

Статья посвящена исследованию нейродизайна — направления в дизайне интерьера, опирающегося на знания о восприятии пространства человеком. Основное внимание уделяется роли вертикальных и горизонтальных линий, асимметрии и контролируемого хаоса в формировании эмоционального и психологического отклика потребителя. Рассматриваются особенности взаимодействия формы, текстур и материалов с когнитивными механизмами восприятия. В заключении анализируются актуальные задачи нейродизайна, а также его практическое применение в создании комфортной и функциональной среды.

Ключевые слова: нейродизайн, интерьер, восприятие пространства, вертикаль, горизонталь, асимметрия, хаос, текстуры, материалы, форма, психология восприятия, комфорт, архитектурная среда, когнитивные реакции, дизайн среды.

E.S. Savva, A.V. Lebedev

Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design
18 Bolshaya Morskaya Street, Saint Petersburg, 191186

NEURODESIGN AS A SCIENCE AT THE INTERSECTION OF PSYCHOLOGY AND ARCHITECTURE.

The article is devoted to the study of neurodesign, a trend in interior design based on knowledge about human perception of space. The main focus is on the role of vertical and horizontal lines, asymmetry and controlled chaos in shaping the emotional and psychological response of the consumer. The features of the interaction of shapes, textures, and materials with cognitive perception mechanisms are considered. In conclusion, the current tasks of neurodesign are analyzed, as well as its practical application in creating a comfortable and functional environment.

Keywords: neurodesign, interior, perception of space, vertical, horizontal, asymmetry, chaos, textures, materials, form, psychology of perception, comfort, architectural environment, cognitive reactions, environmental design.

Современные исследования в области архитектуры и дизайна доказывают, что восприятие пространства человеком не ограничивается только лишь его функциональной и эстетической составляющими. Пространственные формы, пропорции, линии и объемы, используемые архитектором или же дизайнером, оказывают значительное влияние на когнитивные процессы и эмоциональное состояние человека. Это влияние изучает нейродизайн — междисциплинарная наука, находящаяся на стыке архитектуры, дизайна, психологии и нейронауки.

Геометрия пространства играет ключевую роль в формировании эмоционального отклика. Каждый элемент вызывает определенную устойчивую реакцию у человека. Вертикальные линии - ощущение величия, горизонтальные формы – спокойствие и стабильность. Симметрия традиционно воспринимается как элемент гармонии и порядка, в то время как асимметрия и хаос вызывают беспокойство, стимулируя при этом креативное мышление. Помимо формы, на восприятие влияют такие параметры, как масштаб, соотношение высоты и ширины, ритм повторяющихся элементов.

Несмотря на очевидное влияние геометрии на человека, современные архитекторы и дизайнеры редко используют принципы нейродизайна в своих работах. Многие пространства оказываются либо пустыми и холодными, либо перегруженными, создавая визуальный и когнитивный дискомфорт. Это поднимает вопрос о необходимости более глубокого изучения темы и ее применения на практике.

Цель данной статьи — проанализировать, как различные геометрические характеристики пространства влияют на эмоциональные и психологические реакции человека, а также рассмотреть принципы нейродизайна, направленные на создание комфортной и гармоничной среды.

Восприятие архитектурной среды формируется за счет работы зрительной, тактильной, слуховой и вестибулярной систем. Определенные формы, текстуры и объемно-пространственные характеристики вызывают устойчивые реакции в различных отделах мозга. Префронтальная кора отвечает за когнитивные процессы, включая анализ пространства и принятие решений. Лимбическая система регулирует эмоциональные реакции на среду, а зрительная кора интерпретирует геометрические и цветовые характеристики пространства. По данным исследований, симметричные и организованные структуры активируют центры удовольствия, в то время как хаотичные и чрезмерно сложные формы могут повышать уровень тревожности [1]. Геометрические параметры среды оказывают прямое влияние на психологическое состояние человека. Замкнутые и компактные пространства (коридоры, маленькие

комнаты) могут вызывать клаустрофобию и стресс. Открытые, просторные среды создают ощущение свободы, но при этом могут усиливать чувство уязвимости. Вертикальные линии и вытянутые формы ассоциируются с динамикой, амбициозностью, ростом. Горизонтальные линии и низкие элементы способствуют расслаблению, ощущению устойчивости. Однако стоит заметить, что, согласно исследованиям, предпочтение отдается тем средам, в которых присутствует умеренный баланс между структурированностью и вариативностью [2].

В контексте изучения темы нейродизайна с целью последующего ее применения на практике важно так же рассмотреть эмоциональный отклик человека на геометрию пространства, являющийся объектом интенсивного исследования в области психологии и нейронауки. Эмпирические данные свидетельствуют о том, что геометрические параметры среды - форма, масштаб, симметрия и пропорции – существенно влияют на эмоциональное состояние, вызывая позитивные или негативные реакции. Рассмотрим некоторые параметры геометрии пространства. Симметрия и упорядоченность интерпретируются мозгом как индикаторы безопасности и стабильности, что приводит к снижению уровня тревожности и улучшению эмоционального комфорта. В экспериментальных условиях участники, находящиеся в симметричных или гармонично организованных пространствах, отмечали повышение субъективного ощущения благополучия и умиротворенности, что подтверждается как психофизиологическими измерениями, так и нейровизуализационными методами [1]. В качестве примера можно привести японские сады камней (дзен-сады). Камни расположены в строго продуманных группах (кажущаяся «случайность» на самом деле тщательно рассчитана), а гравий расчерчен ровными линиями. Группы камней образуют «невидимые треугольники», балансирующие композицию. Минимализм и ритмичные линии создают медитативную атмосферу, а отсутствие хаоса позволяет сосредоточиться и расслабиться. Японцы используют принцип «ваби-саби» (красота в простоте), который снижает визуальный шум. Общее влияние всех факторов позволяет ощутить душевное спокойствие и умиротворение. [3]

Ассимметричные или хаотично организованные пространственные структуры, напротив, могут провоцировать повышение уровня когнитивного стресса, а также вызывать эмоциональную нестабильность. Исследования, проведенные с использованием методов функциональной магнитно-резонансной томографии, показали, что в таких условиях активизируются области мозга, связанные с обработкой негативных эмоций, что свидетельствует о повышенной восприимчивости к визуальному шуму и неопределенности окружающей среды [2]. Рассмотрим «Танцующий дом» в Праге (Dancing House) архитекторов Фрэнка Гери и Владо Милунича. Здание состоит из двух башен, которые названы «Фред» (стальная часть) – стройный мужчина в цилиндре и «Джинджер» (стеклянная часть) – женщина в развевающемся платье. Дисбаланс усиливают наклонные оси - ни одна стена не перпендикулярна земле; искаженные окна разного размера, расположенные без повтора; «дрожащие» балконы – кажется, будто они вот-вот отвалятся; металлические «ленты» на фасаде, создающие иллюзию движения. [4] Все это вызывает когнитивный диссонанс. Мозг ожидает от зданий горизонталей и вертикалей – здесь их нет, повторяющихся элементов – все окна разные, устойчивости – кажется, что верхние этажи вот-вот рухнут. В результате зритель подсознательно напрягается, пытаясь «прочитать» здание. Так же возникает эффект «морской болезни» - волнообразные линии фасада обманывают вестибулярный аппарат.

Особое внимание в ряде исследований уделялось влиянию криволинейных форм в сравнении с угловатыми контурами. Результаты экспериментов, где участникам демонстрировались различные типы геометрических композиций, показали, что пространства с плавными, закругленными линиями способствуют возникновению чувства безопасности и расслабления, в то время как резкие, угловатые формы могут ассоциироваться с угрозой или агрессией, провоцируя защитную реакцию. Эти наблюдения коррелируют с данными исследований, в которых было установлено, что определенные визуальные стимулы активируют лимбическую систему – ключевой элемент, отвечающий за регуляцию эмоциональных состояний [5]. Компания Google в своих офисах Campus отказывается от жесткой геометрии в пользу природных, плавных форм. Используется зонирование без стен - открытые пространства с «текучими» границами между зонами, овальные и каплевидные структуры: переговорки в форме «пузырей» с закругленными стеклянными стенами, мягкие диваны-коконы, подвесные «гнезда» для уединенной работы, волнообразные потолки и мебель, столы с волнистыми краями, напоминающие речные камни. Отсутствие острых углов снижает подсознательную тревожность, мягкие линии ассоциируются с адаптивностью – нет ощущения «жестких рамок», а волны, дюны и галька – напоминают о безмятежных ландшафтах. В результате кривые линии располагают к неформальному общению (в отличие от прямоугольных конференц-залов), а динамичные пространства снижают иерархичность – даже у директора нет «углового кабинета». [6]

Кроме того, исследователи отмечают, что восприятие пространства определяется не только формальными параметрами, но и их соотношением с контекстом. Пространства, характеризующиеся оптимальным соотношением открытых и замкнутых зон, способствуют возникновению чувства комфорта, позволяющего человеку адаптироваться к изменениям внешней среды. В ряде клинических исследований установлено, что пациенты, находящиеся в помещениях с продуманной геометрией, где соблюден баланс между визуальной сложностью и упорядоченностью, демонстрируют более быстрое восстановление и снижение уровня стресса [7]. Музей Fondation Beyeler (Ренцо Пьяно, Базель, Швейцария) – отличный тому пример. У 78% посетителей отмечали снижение уровня кортизола после 30 минут в музее. Основной объем - строгий прямоугольник (127м в длину) с четкими линиями. Присутствуют элементы сложности: волнообразная стеклянная стена северного фасада (повторяет линию деревьев), сотовые потолки с изменяемой перфорацией для контроля света. Соотношение высоты залов к ширине 1:2 (комфортно для восприятия искусства), чередование залов 5×5 метров и 10×10 метров создает ритм. Естественный свет поступает через стеклянную крышу и боковое остекление, а также используется искусственное освещение: LED-панели, повторяющие дневной цикл. Этот музей – пример того, как «умная» геометрия создает среду, которая одновременно успокаивает и стимулирует. [8]

Таким образом, эмоциональный отклик на геометрию пространства является многофакторным процессом, в котором играют роль как врожденные биологические механизмы, так и культурно обусловленные представления о красоте и гармонии. Научные исследования в данной области продолжают совершенствоваться, предоставляя новые данные о том, как оптимизация геометрических параметров может способствовать улучшению психологического состояния и общего качества жизни. Эти результаты имеют важное значение для практической реализации принципов психологии в архитектурном проектировании, способствуя созданию интерьеров, благоприятных для эмоционального и когнитивного благополучия человека.

Отдельно стоит рассмотреть эстетическое восприятие вертикальных и горизонтальных элементов в интерьере. Вертикальные линии в пространстве способствуют созданию ощущения подъема, динамичности и целеустремленности, что связано с активацией нейронных цепей, отвечающих за восприятие высоты и перспективы. Вертикальные элементы, такие как высокие окна, колонны или вытянутые вверх декоративные структуры, вызывают у наблюдателя ощущение открытости и устремленности к будущему, что может положительно коррелировать с субъективными оценками пространства как вдохновляющего и мотивирующего [1]. В контексте влияния горизонтали стоит рассмотреть Кёльнский собор, созданный в готическом стиле. Готика – архитектура, где вертикаль становится главным выразительным средством. Высота собора 157 метров. Архитектурные вертикали – доминирующие башни, которые «притягивают» взгляд вверх, создавая метафору духовного восхождения. Стрельчатые арки остроконечной формы усиливают ощущение вертикального движения, а также конструктивно распределяют нагрузку, позволяя делать стены тоньше и выше. Вертикальные каннелюры на колоннах визуальнo «вытягивают» массивные опоры, создавая динамичную игру света и тени. Данная форма вызывает определенные психологические эффекты – активируется зона мозга, связанная с трансцендентными переживаниями, уровень кортизола снижается.

В противоположность вертикали, горизонтальные линии, присутствующие в интерьерах в виде широких панелей, низких потолков или горизонтально расположенных элементов отделки, формируют чувство стабильности, уравновешенности и спокойствия. Нейрофизиологические исследования свидетельствуют, что восприятие горизонтальных структур ассоциируется с безопасностью и устойчивостью, что, в свою очередь, способствует снижению уровня стресса и улучшению эмоционального комфорта пользователей [2]. Такие ассоциации могут объясняться эволюционными механизмами восприятия окружающей среды, где горизонтальные линии интерпретировались как границы и опоры, обеспечивающие защиту. В качестве примера возьмем дома в стиле прерий Фрэнка Ллойда Райта. Стиль прерий разработан в начале XX века как революционная альтернатива традиционной вертикальной архитектуре. Эти дома стали воплощением философии органической архитектуры, где здание существует в гармонии с окружающим ландшафтом. Горизонтальные элементы в домах прерий выполняют несколько ключевых функций: визуальная интеграция с ландшафтом – длинные, низкие профили зданий повторяют линию горизонта, широкие свесы крыш (до 2-3 метров) создают плавный переход между домом и природой, террасы и балконы естественно «перетекают» в окружающий пейзаж; конструктивная составляющая – использование консольных конструкций для создания эффекта «парящих» плоскостей, ленточные окна, подчеркивающие горизонтальную направленность, компоновка помещений вокруг центрального камина как символа стабильности. Психологическое воздействие оказывают низкие потолки входных зон (около 2 метров), создающие ощущение защищенности, а также постепенное увеличение высоты помещений к центру дома, обеспечивающее чувство раскрепощения. Горизонтальные линии снижают визуальную нагрузку, способствуя релаксации. Нахождение в таких пространствах снижает уровень кортизола, увеличивает продуктивность творческого мышления и способствует нормализации артериального давления. [9]

Комбинация вертикальных и горизонтальных элементов в интерьере позволяет достигать баланса между динамикой и стабильностью. Исследования показывают, что помещения, в которых соблюден оптимальный баланс этих двух направлений, способствуют более гармоничному восприятию, снижая когнитивную нагрузку и способствуя улучшению общего эмоционального состояния. В частности, нейровизуализационные методы выявили, что сбалансированная композиция, объединяющая вертикальные и горизонтальные линии, активирует как ассоциативные зоны, связанные с позитивными эмоциями, так и участки, отвечающие за восприятие порядка и предсказуемости [5].

Таким образом, анализ влияния вертикали и горизонтали на восприятие интерьера демонстрирует, что эти элементы играют ключевую роль в формировании эмоционального отклика. Вертикальные линии способствуют ощущению вдохновения и динамики, в то время как горизонтальные элементы обеспечивают чувство устойчивости и комфорта. Применение этих принципов в архитектурном проектировании позволяет создавать пространства, оптимизированные для эмоционального и когнитивного благополучия человека, что имеет практическое значение для разработки эргономичных и психологически комфортных интерьеров.

Вопрос взаимодействия формы и материала в интерьере стоит рассматривать в рамках нейродизайна как ключевой элемент формирования эмоционального и когнитивного отклика пользователя. Несмотря на то, что геометрия пространства воспринимается преимущественно визуальнo, качество этого восприятия определяется не только формой, но и характеристиками поверхности — фактурой, светопоглощением, отражением, теплопроводностью и даже звукоотдачей. Материал оказывает прямое влияние на то, как мозг интерпретирует объем, ритм и масштаб.

Однородные, гладкие материалы способствуют акцентированному восприятию формы. Например, на фоне ровной бетонной или меловой поверхности острые геометрические линии читаются четко и абстрактно, активируя участки мозга, связанные с математическим и пространственным мышлением — преимущественно задние отделы теменной доли. Такие поверхности усиливают чувство порядка, симметрии и логической структуры пространства. В то же время фактурные материалы — дерево, шероховатый камень, текстиль — способны смягчать строгие геометрические формы, снижая напряжение и добавляя тактильную насыщенность восприятию. Материал формирует у человека «осоздаваемое» представление о предмете. Это особенно важно в средах длительного пребывания, таких

как жилые и образовательные пространства. В данном контексте геометрия воспринимается не как абстрактная конструкция, а как часть материальной, телесной реальности, что способствует формированию чувства стабильности. Материалы с высокой степенью отражения (например, металл, стекло, глянец) усиливают восприятие границ формы, создавая эффект увеличенной пространственной глубины и динамики. Однако их избыток может вызывать ощущение дезориентации или холода, особенно при сочетании с резкими геометрическими решениями. В противоположность этому матовые и мягкие текстуры (вельвет, войлок, натуральное дерево) визуально «рассеивают» границы формы, способствуя созданию визуального покоя и интуитивной навигации в пространстве. Интерес представляет и влияние тактильной ассоциации на восприятие геометрии: гладкая поверхность может восприниматься как более упорядоченная и «холодная», а шероховатая — как органичная и «теплая», даже при одинаковой форме. Особое значение выбор материалов приобретает в контексте сложной геометрии — например, при использовании параметрических форм или бионических структур. Здесь текстура становится навигационной подсказкой: правильное распределение глянца и матовости, плотности и прозрачности помогает глазу «считывать» структуру и иерархию формы, не теряясь в визуальной информации.

Таким образом, материал и текстура выступают не просто средством оформления, но полноценным коммуникативным инструментом в архитектурном языке. Они направляют восприятие формы, уточняют ее характер и влияют на эмоциональный отклик пользователя. Для нейродизайна это означает необходимость осознанного подхода к материализации геометрии.

Основной задачей нейродизайна является создание среды, способной подстраиваться под определенные задачи потребности человека, снижать когнитивную нагрузку, регулировать эмоциональное состояние и поддерживать продуктивное взаимодействие с пространством. Одним из ключевых принципов адаптивной среды является сенсорная гибкость — способность пространства подстраиваться под разные сенсорные профили пользователей. Люди по-разному реагируют на свет, цвет, шум, текстуру и пространственную структуру. Например, для гиперчувствительных людей чрезмерная визуальная сложность, резкие контрасты или хаотичная акустика могут стать источником перегрузки. В таких случаях используются приглушенные палитры, звукопоглощающие материалы и логически выстроенные маршруты движения. Другим аспектом адаптации является нейропластичность восприятия — способность мозга к изменению в ответ на окружающую среду. Проектирование среды может не только подстраиваться под текущие потребности, но и способствовать формированию новых поведенческих привычек. Так, в образовательных учреждениях использование ритмически организованных пространств с чередованием зон концентрации и зон отдыха помогает развивать навыки саморегуляции у учащихся. Адаптация возможна и на уровне пространственной навигации. Среда, спроектированная с учетом когнитивной картографии — представления человека о пространстве и его ориентирах — снижает уровень стресса, связанного с дезориентацией. Например, интеграция сенсорных ориентиров (естественного освещения, цветовых градиентов, тактильных поверхностей) позволяет формировать понятную структуру пространства без необходимости в избыточной визуальной информации. Это особенно важно в средах с высокой плотностью пользователей: больницах, вокзалах, образовательных учреждениях.

Особое внимание в нейродизайне уделяется индивидуализации среды. Технологии умного дома и адаптивного освещения позволяют пользователю регулировать параметры среды: интенсивность и температуру света, акустику, климат. Это снижает уровень кортизола и способствует улучшению сна, концентрации и общего эмоционального состояния. Кроме того, ощущение контроля над средой повышает субъективное чувство безопасности и удовлетворенности.

Еще одним направлением адаптации является использование природных элементов — биофильного дизайна, который оказывает доказанное положительное влияние на нервную систему человека. Наличие живых растений, натуральных материалов, визуальных напоминаний о природе способствует активации парасимпатической нервной системы, отвечающей за расслабление и восстановление.

Таким образом, нейродизайн позволяет перейти от универсального подхода к индивидуализированному проектированию среды. Пространство рассматривается не как статичный фон для деятельности, а как активный участник взаимодействия, способный формировать, поддерживать и развивать поведенческие и эмоциональные состояния человека. Адаптация среды через принципы нейродизайна становится не только эстетическим, но и терапевтическим, функциональным инструментом архитектурной и дизайнерской практики.

Научный руководитель: Стафийский преподаватель кафедры дизайна пространственной среды имени проф. Б.Г. Устинова Лебедев

А. В.

Scientific supervisor: Senior lecturer of the Department of Spatial Environment Design named after Professor B.G. Ustinov Lebedev A. V.

Список литературы

1. Carolyn Hayles, Guillermo Aranda-Mena. Well-being in vertical cities: beyond the aesthetics of nature // Engaging Architectural Science: Meeting the Challenges of Higher Density: 52nd International Conference of the Architectural Science Association 2018. С. 331–338.
2. Paul Downton1, David Jones, Josh Zeunert, and Phillip Roës. Biophilic Design Applications: Putting Theory and Patterns into Built Environment Practice // DesTech Conference Proceedings. The International Conference on Design and Technology. Conference Paper. Volume 2017.
3. «DG Home» блог о дизайне Японский сад камней: философский декор и место силы на участке URL: <https://goo.su/EVMnSUZ> (дата обращения: 12.04.2025)

4. «Architime» Dancing House - шедевр деконструктивизма от Фрэнка Гери URL: https://www.architime.ru/specarch/frank_gehry/dancing_house.htm#1.jpg (дата обращения: 12.04.2025)
5. Roger S Ulrich. View Through a Window May Influence Recovery from Surgery // Science, New Series, Volume 224, Issue 4647 (Apr. 27, 1984), С. 420-421.
6. «РУСБЕЙС» Фото: почему офисы Google считаются лучшими в мире URL: <https://rb.ru/list/google-has-the-coolest-offices/> (дата обращения: 15.04.2025)
7. Kan-Chane Gunawardena, Koen Steemers. Assessing the influence of neighbourhood-scale vertical greening application // Buildings and Cities, 4(1), 2023, С. 103–123.
8. «Блог исторического музея» Музейная архитектура: музей Фонда Бейлер URL: <https://blog.mediashm.ru/?p=346> (дата обращения: 15.04.2025)
9. «Тот дом» Дома в стиле Ллойда Райта - архитектурные создания природы URL: https://totdom.com/news/doma_v_stile_lloyda_rayta_arkhitekturnye_sozdaniya_prirody/ (дата обращения: 15.04.2025)

References

1. Carolyn Hayles, Guillermo Aranda-Mena. Well-being in vertical cities: beyond the aesthetics of nature // Engaging Architectural Science: Meeting the Challenges of Higher Density: 52nd International Conference of the Architectural Science Association 2018. pp. 331–338.
2. Paul Downton1, David Jones, Josh Zeunert, and Phillip Roös. Biophilic Design Applications: Putting Theory and Patterns into Built Environment Practice // DesTech Conference Proceedings. The International Conference on Design and Technology. Conference Paper. Volume 2017.
3. «DG Home» blog o dizajne Yaponskij sad kamnej: filosofskij dekor i mesto sily na uchastke URL: <https://goo.su/EVMnSUZ> [Japanese Rock Garden: philosophical decor and a place of power on the site] (date accessed: 12.04.2025)
4. «Architime» Dancing House - shedevr dekonstruktivizma ot Frenka Geri URL: https://www.architime.ru/specarch/frank_gehry/dancing_house.htm#1.jpg [masterpiece of deconstructivism by Frank Gehry] (date accessed: 12.04.2025)
5. Roger S Ulrich. View Through a Window May Influence Recovery from Surgery // Science, New Series, Volume 224, Issue 4647 (Apr. 27, 1984), pp. 420-421.
6. «RUSBEJS» Foto: pochemu ofisy Google schitayutsya luchshimi v mire URL: <https://rb.ru/list/google-has-the-coolest-offices/> [Photos: why Google's offices are considered the best in the world] (date accessed: 15.04.2025)
7. Kan-Chane Gunawardena, Koen Steemers. Assessing the influence of neighbourhood-scale vertical greening application // Buildings and Cities, 4(1), 2023, pp. 103–123.
8. «Блог исторического музея» Музейная архитектура: музей Фонда Бейлер URL: <https://blog.mediashm.ru/?p=346> [Museum architecture: the Museum of the Beyeler Foundation] (date accessed: 15.04.2025)
9. «Тот дом» Дома в стиле Ллойда Райта - архитектурные создания природы URL: https://totdom.com/news/doma_v_stile_lloyda_rayta_arkhitekturnye_sozdaniya_prirody/ [Lloyd Wright-style houses - architectural creations of nature] (date accessed: 15.04.2025)

П.В. Савенкова, Е.Н. Якуничева

ГЕНЕРАТИВНЫЙ ДИЗАЙН В АЙДЕНТИКЕ: НАПРАВЛЕНИЯ, ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ, ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

© П.В. Савенкова, Е.Н. Якуничева, 2025

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна
191186, Санкт-Петербург, Большая Морская, 18

В статье рассмотрено понятие генеративного дизайна, основные направления его использования, а также применение в области разработки айдентики и брендинга. Подробно рассмотрен процесс генерации визуальных элементов в работе дизайнера, а также основные сложности, с которыми сталкивается специалист в разработке генеративного дизайна. Приведены основные преимущества и недостатки работы с генеративным дизайном. Проанализированы мнения ведущих специалистов творческой индустрии о позитивном и негативном влиянии искусственного интеллекта на сферы айдентики и брендинга.

Ключевые слова: генеративный дизайн, искусственный интеллект, нейросеть, айдентика, брендинг, творческая индустрия, уникальность

P.V. Savenkova, E.N. Yakunicheva

Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design
191186, Saint-Petersburg, Bolshaya Morskaya, 18

GENERATIVE DESIGN IN IDENTITY: DIRECTIONS, SPECIFICS OF APPLICATION, ADVANTAGES AND DISADVANTAGES OF USE

The article considers the concept of generative design, the main directions of its use, as well as its application in the field of identity and branding development. The process of generating visual elements in the designer's work is considered in detail, as well as the main difficulties faced by a specialist in the development of generative design. The main advantages and disadvantages of working with generative design are given. The opinions of leading creative industry specialists on the positive and negative impact of artificial intelligence on the fields of identity and branding are analyzed.

Keywords: generative design, artificial intelligence, neural network, identity, branding, creative industries, uniqueness

«Генеративный дизайн – это процесс создания графики различного типа с помощью управляемых человеком технических программ и инструментов. Это синергия машинной и дизайнерской работы, которая значительно упрощает процесс разработки продуктов в разных сферах – от дизайна и архитектуры до промышленной инженерии» [1].

Рассматривая технологическую сущность генеративного дизайна, можно увидеть, что в его основе лежит развитие технологий искусственного интеллекта (ИИ). Соединение классического дизайна и искусственного интеллекта помогло развиваться генеративному дизайну, поэтому он не может существовать отдельно от ИИ. Для того, чтобы создавать уникальные проекты с использованием генеративного дизайна необходимо научиться грамотно пользоваться преимуществами ИИ. Обучение способствует тому, что дизайнер приобретает навыки создания корректных и соответствующих задаче запросов (промптов), а также учитывает особенности применяемых инструментов и программ. Генеративный дизайн открывает перед специалистами из различных индустрий новые горизонты для создания инновационных, эффективных и оптимальных решений [1].

Направления генеративного дизайна

Направления и сферы, в которых сегодня применяют генеративный дизайн:

- Графический и UX-дизайн. Разработка рекламных макетов, графики, иллюстраций, визуальных эффектов, интерфейсов, прототипов, редактирование видео;
- Маркетинг. Создание рекламных кампаний, концептов продуктов, рекламных визуализаций, в том числе динамических;
- Постпродакшн и кинопроизводство. Удаление лишних деталей и нежелательных объектов из кадра;
- Архитектура и строительство. Создание чертежей и макетов зданий, конструкций мебели и других объектов, в том числе инновационных. Разработка исходных файлов объектов для последующей доработки;
- Инженерия и промышленное проектирование. Разработка разнообразных продуктов и деталей с оптимальной формой и функциональностью;
- Медицина. Создание имплантатов, точно воссоздающих микроскопические элементы тканей;
- Мода и ювелирное дело. Разработка серий уникальных паттернов, концептов с высокой степенью детализации, оптимизация выкроек для дальнейшего производства [1].

Применение генеративного дизайна в графическом дизайне и айдентике

В данной статье будут рассмотрены направления и особенности применения генеративного дизайна в графическом дизайне, а конкретно в области разработки айдентики для различных компаний.

Есть несколько направлений и операций, в которых графический дизайнер может прибегнуть к помощи ИИ:

- Генерация иконок, фирменных шрифтов, логотипов – создание айдентики;
- Создание элементов визуализации (иллюстрации, консистентные персонажи, фоны, абстрактные элементы);
- Генерация изображений, в том числе стоковых (для коммерческих фотобанков);
- Обработка и редактирование изображений: перевод растровой графики в векторную, замена фона или объекта, удаление надписей, фонов или других деталей и т.д.;
- Работа с цветом: цветокоррекция, «перекрашивание» объектов;
- Удаление дефектов изображения;
- Перевод из меньшего разрешения изображения в большее (апскейл);
- Создание прототипов и эскизов [2].

Дарья Сидорук – моушн-дизайнер и креативный продюсер, в своей статье для блога платформы «Яндекс Практикум» пишет: «Генеративный дизайн иногда даёт очень красивые решения, которые дизайнеру сложно придумать и реализовать самостоятельно. Когда технологии искусственного интеллекта только появились, они больше воспринимались как некая артовая история, направленная на создание красивых концептов. Сейчас мы наблюдаем уклон в сторону прикладного использования ИИ и перекладывания на него части задач дизайнера» [1].

Для организационной части труда – сбора идей, создания выжимки из созвона с клиентом, расчета сметы по проекту и даже для написания запросов, дизайнер также может обратиться к ИИ. Оптимизация организационной части работы оставляет больше времени на творчество.

Далеко не всякий объект, созданный с помощью технологий ИИ можно отнести к понятию «генеративный дизайн». Если нейросеть используется дизайнером для генерации визуальных элементов, глобальной обработки и редактирования изображения или иллюстрации, то можно говорить о применении генеративного дизайна в создании творческого проекта. Арт-директор креативной студии «Uplab» Петр Мострюков отмечает: «Если мы удалили фон предмета в Photoshop, это ручная работа. А если это происходит автоматически или используется AI-сервис для вырезания фона, то можно говорить о генеративном дизайне. Если пойти и сфотографировать предметы для баннера, это ручная работа. А если написать промпт и сгенерировать их, это генеративный дизайн. Но визуально мы можем и не увидеть отличия, поэтому определить, генеративный дизайн или нет, можно только точно зная порядок работы над ним» [2].

В качестве недавнего примера использования генеративного дизайна в айдентике известных брендов можно привести новый фирменный стиль компании «Flowwow», разработанный дизайн бюро «Щука». Сервис «Flowwow» это крупнейший маркетплейс цветов и подарков, которым пользуется огромное количество людей. Точно известно, что в создании айдентики для маркетплейса использовался генеративный дизайн, потому что разработчики подробно описали проект. Дизайнеры сгенерировали несколько тысяч изображений и отобрали лучшие. Затем доработали промпт, чтобы стиль оставался узнаваемым в разных сюжетах [2]. Визуально идею и ясную цель «Flowwow» «дарить то, что радует» выразил образ идеального цветущего сада в фантастическом мире (рис.1). В «Щуке» наполнили эти фантазийные сады-миры сотнями деталей, элементов и персонажей – лёгкими и иллюзорными. Эстетика напоминает амальгаму стилей Руссо, Моне, Ренуара, Лилефорса и современных иллюстраторов хороших детских книг, но нарисовал их не человек [3].



Рис.1. Генеративный дизайн для «Flowwow». Бюро «Щука»

Авторский промпт вместо ограниченного количества авторских иллюстраций позволил создать среду, в которую можно добавлять новые элементы и всячески развивать ее. Атмосфера сказочных миров «Flowwow» была реализована в фирменной упаковке бренда, мерче и digital-коммуникациях (рис.2). Искусственный интеллект помог собрать

абстрактные чувства и представления об идеальном мире и пополнить команду «Flowwow» виртуальным арт-директором [3].



Рис.2. Элементы корпоративной айдентики «Flowwow». Бюро «Щука»

Сегодня известные бренды нередко сами предлагают генеративный дизайн либо соглашаются, когда исполнитель им его предлагает. Каковы причины, по которым компании прибегают к данной технологии? Одной из основных является отсутствие у компании своего визуального контента и материалов. Когда компании требуются фотографии сотрудников, изображения производства или других объектов, оказывается, что не у каждой имеется свой фотобанк. Также специфика деятельности некоторых компаний не позволяет организовать профессиональную фотосъемку на производстве, а компания при этом не может позволить себе любительские или репортажные фотографии для рекламных материалов, чтобы не испортить себе имидж.

Еще одной причиной является невозможность использования компанией коммерческих фотобанков (стоков). Это может быть обусловлено спецификой деятельности компании: стоки в рамках стандартной лицензии не распространяют изображения, связанные с медициной, политикой или военной деятельностью. Стилистика стоковых изображений также может вызывать вопросы с точки зрения несоответствия корпоративной айдентике и брендинговой стратегии компании [2].

Генерации в дизайн-процессе

В общих чертах использование генерации в дизайн-процессе выглядит так: дизайнер получает техническое задание на проект, начинает процесс генерации, пробует разнообразные запросы, вносит в них корректировки, сохраняет наиболее удачные результаты генераций. Однако в деталях процесс гораздо сложнее и глубже. Для того, чтобы получить действительно удачную генерацию, соответствующую целям проекта, дизайнеру необходимо учиться писать грамотные запросы для ИИ. «Мы в Uplab используем опыт других команд и эвристический метод – подбор разных формулировок, их комбинирование, кастомизацию. Простыми словами, бесконечно пробуем разные промпты, выбираем те, что сработали, и улучшаем их», – делится Петр Мострюков, арт-директор студии «Uplab» [2].

На начальном этапе разработки дизайнеру необходимо сформулировать корректный промпт для того, чтобы получить изображение от ИИ. Это текстовый запрос (команда), которую специалист «скармливает» нейросети для получения необходимого результата генерации. Здесь есть несколько сложных моментов, возникающих в процессе работы:

- Зачастую ожидание и реальный результат сильно отличаются друг от друга. В данной ситуации не очень понятно, как изменить промпт, чтобы получить необходимое изображение. Это длительный процесс подбора и изменения промптов с результатом, который всегда будет отличаться от того, что изначально представлял себе дизайнер;
- Генеративный искусственный интеллект на сегодня имеет следующую особенность: он каждый раз представляет непрогнозируемый результат. Поэтому управлять нейросетью очень сложно;
- Для создания грамотных и эффективных запросов для ИИ необходимо знание английского языка на достаточно высоком уровне, поскольку с английскими запросами многие нейросети выдают лучший результат [2].

Умение создавать корректные и качественные промпты, чтобы получать от нейросети визуальные элементы, иллюстрации и изображения не требует того, чтобы человек обязательно был дизайнером. Тем не менее, чтобы оценить результат генерации, выбрать лучшее и соответствующее задачам и целям проекта, необходим опыт наблюдения. Довольно часто изображение, созданное с помощью нейросети это только первый шаг в работе над проектом. Далее проект дорабатывается, редактируется, и только после этого превращается в готовый рекламный баннер, упаковку для продукта, электронную рассылку и так далее. Опытные дизайнеры обладают достаточной долей

насмотренности и навыком решения задач в комплексе. Поэтому именно они занимаются генеративным дизайном в креативных командах, которые решают свои задачи с его помощью.

Глубокое погружение в контекст и основные идеи проекта также является важным для дизайнера. Специалист должен знать о согласованной с заказчиком стилистике проекта, он должен понимать причины, по которым команда принимает те или иные рабочие решения. К чему в результате должна прийти команда, в каких реальных условиях будут использоваться изображения. Это все влияет на требования к визуалу и качеству [2].

Преимущества и недостатки генеративного дизайна

Компании, которые предоставляют услуги в области создания контента и дизайна, в том или ином виде сегодня используют ИИ в своей работе. Однако, несмотря на это, они не готовы полностью отказаться от услуг опытных специалистов – дизайнеров, копирайтеров, редакторов. Причина в том, что использование генеративного дизайна в разработке дизайн-проектов имеет как ряд преимуществ, так и недостатков.

Преимущества генеративного дизайна:

- Высокая скорость генерации, значительное упрощение этапов разработки разных видов контента и объектов материального мира;
- Дизайнер получает очень широкие возможности для творческой деятельности. Он может объединить в своей работе множество стилей и направлений дизайна, и тем самым реализовать уникальное и инновационное решение. Это позволяет дизайнеру расширять свои возможности и работать в непривычной стилистике;
- Снижение веса объекта, что критически важно для отдельных областей, например, авиастроения;
- Доступность освоения интерфейсов программ и общедоступность технологий;
- Дружелюбное «сообщество, которое способствует, в том числе, расширению рынка труда» [1].

Недостатки генеративного дизайна:

- Процессы разработки элементов генеративного дизайна еще недостаточно отлажены. Кроме того, индустрия испытывает сильную нехватку опытных специалистов, глубоко погруженных в тему;
- Даже самый корректно написанный промпт не уберегает от множественных ошибок, возникающих в процессе генерации;
- ИИ до конца не способен отслеживать спорные стилистические моменты. В процессе генерации реалистичного фотоизображения, например, могут появляться элементы типографики;
- Наличие сложностей с получением доступа к некоторым инструментам у российских пользователей;
- Требование высокого уровня знания английского языка: писать промпты желательно на английском;
- Нерешенные этические проблемы. Многие нейросети сегодня работают на основе реальных работ художников, иллюстраторов и других творческих специалистов, в связи с этим вопрос об этичности использования подобных технологий стоит наиболее остро. Возникает тенденция, что работы лишаются начинающие дизайнеры – их заменяют нейросетями. Что в перспективе может привести к дефициту кадров в middle сегменте [1].

«Важно отметить, что сегодня создается тематическое комьюнити генеративных дизайнеров со своими туториалами, гайдами и дружелюбными форумами. А на рынке труда появляются новые узкоспециализированные ниши с интересными вакансиями в этой области, например промпт-менеджера или промпт-инженера», – отмечает Дарья Сидорук, моушн-дизайнер и креативный продюсер ООО «БТМ» / творческая мастерская «Беатриче» [1].

Генеративный дизайн в айдентике и брендинге: **мнения за и против**

Ведущие дизайнеры и основатели агентств, применяющие искусственный интеллект в работе по-разному оценивают качество сгенерированного дизайна сегодня.

Ниже приведено исследование мнений трех ведущих дизайнеров и дизайн-директоров на тему этичности использования дизайнерами нейросетей, отношения клиентов к ним и будущего использования ИИ в разработке дизайн-проектов, в частности в области айдентики и брендинга.

Надежда Паршина

Надежда Паршина – основатель и креативный директор брендингового агентства «Ohmybrand».

В агентстве Надежды активно используется ИИ для визуализаций и релизов как ещё один мощный инструмент в арсенале дизайнера. Всё равно главным в разработке айдентики или упаковки остаётся человек, который способен отсортировать плохие и хорошие идеи и выяснить, что подходит конкретному клиенту.

Клиенты «Ohmybrand» положительно относятся к использованию ИИ, особенно в дизайне упаковки. Если есть возможность, например, заменить фотосъемку фудзоны генерацией, то они с готовностью соглашаются на такие предложения. ИИ снижает себестоимость финального изображения. Например, для проекта «Доброфлота» ИИ помогал отрисовать персонажей (рис.3). Но финальное решение о сходстве с конкретным видом рыб принимал, конечно, дизайнер агентства [4].



Рис.3. Упаковка для бренда «Доброфлот». Агентство «Ohmybrand» [4]

По мнению Надежды Паршиной, использовать ИИ этично, если он вспомогательный инструмент, а не замена дизайнеру. Профессионализм выражается не в скорости обработки информации и количестве вариантов, а в релевантном решении, основанном на опыте. Принятие таких решений зависит от человека. ИИ может забрать какую-то часть технической работы, но конечный дизайн – это зона ответственности оператора.

Надежда также отмечает, что: «на некоторых фестивалях проектам с применением генеративного дизайна жюри уже снижает баллы, потому что ИИ часто выдаёт стандартные идеи» [4].

Что касается будущего генеративного дизайна, то, по мнению основателя «Ohmybrand»: «ИИ автоматизирует работу, поэтому он окончательно займёт эту нишу и станет инструментом в руках человека. Вероятно, люди, которые делали что-то с помощью простых шаблонов, потеряют работу. При этом появятся новые профессии, связанные с ИИ» [4].

Никита Нова

Никита Нова – дизайнер и арт-директор в бюро «Интуиция».

Арт-директор бюро «Интуиция» высказывается за то, чтобы создавать дизайн и айдентику с помощью ИИ, когда это необходимо: «Мы же не обвиняем врачей в том, что они используют технологии. А дизайнеры с нейросетями – это как врачи с аппаратом МРТ».

Искусственный интеллект никогда не сделает ничего сам, не поймёт, что хорошо и что плохо. Компьютеры умеют выполнять лишь конкретную задачу и меньше ошибаются. Люди часто справляются хуже: мешают человеческий фактор, ошибки и авторское мнение человека. При этом задачу, цель и критерии успешного выполнения для машины всё равно определяет человек. Никита Нова верит в «симбиоз искусственного и человеческого интеллектов: они дополняют друг друга» [4].

По поводу этической стороны вопроса Никита Нова считает, что она связана с тем, как дизайнер рассказывает об использовании ИИ в своих проектах. Окружающим не должно казаться, что за дизайнера всё сделал ИИ, в то время как другие рисуют сами. Те, кто рисует визуализации самостоятельно, например, могут копировать решения из проекта в проект. Тогда возникает вопрос, в чём заключается их труд? В то же время, нет смысла обесценивать работу тех, кто с нейросетями создаёт уникальный дизайн [4].

По мнению арт-директора «Интуиции» хороший дизайн – это сложная интеллектуальная работа. Сгенерированная иллюстрация не преуменьшает умственный вклад дизайнера в проект. Из-за нейросетей дизайн усложняется. Если у дизайнера недостаточно вкуса и опыта, из сгенерированных ИИ вариантов он, возможно, выберет самые неудачные. От этого страдает качество дизайна, но здесь нет вины искусственного интеллекта. Причина – в навыках и эстетических предпочтениях человека, который управляет нейросетью [4].

Никита Нова рассказала об опыте использования генеративных технологий в проектах бюро «Интуиция». В частности, о том, что генеративные инструменты не всегда основаны на нейросетях. Разработчики «Интуиции» создали скрипт, написанный на JavaScript, который что-то генерирует для задачи. Такой скрипт команда бюро успешно использовала в проекте для сети пиццерий «Dodo Pizza» (рис. 4).

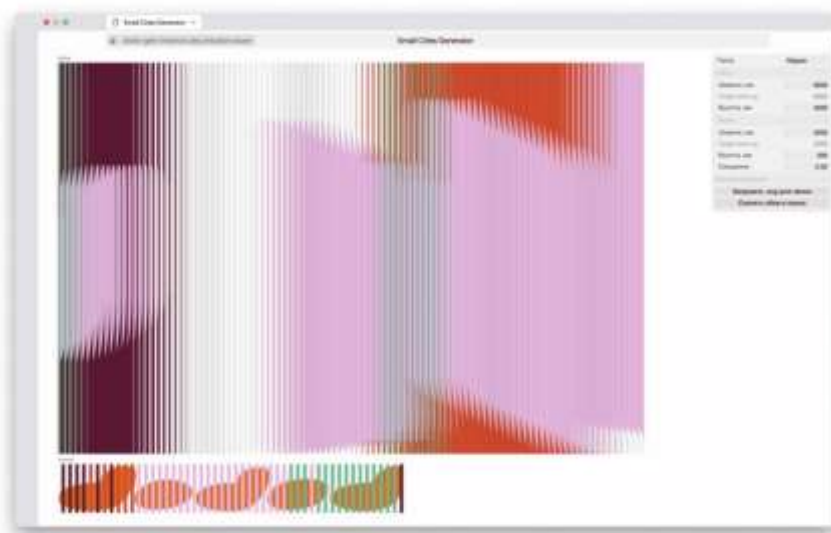


Рис.4. Генератор на JavaScript, который создаёт для каждого города уникальные обои и панно, разработанный для компании «Dodo Pizza». Бюро «Интуиция»

При этом арт-директор «Интуиции» отметила, что опыт применения искусственного интеллекта, наоборот, был неудачным для команды бюро: «...мы пытались использовать разные нейронки в дизайне упаковки для «Dodo Pizza» в Дубае. Мы столкнулись с тем, что нейросети не запоминали собственные решения и постоянно генерировали новые варианты, а не дорабатывали старые. В общем, мы не смогли с ними договориться и отрисовали дизайн вручную» [4].

По поводу будущего в использовании генеративного дизайна Никита Новáне верит, что нейросети заменят дизайнеров и творческие специалисты продолжают заниматься любимым делом. Однако ИИ может «очистить» индустрию от неграмотных специалистов, которые пришли в дизайн, потому что это модно и денежно. «Люди хотят работать с людьми, а не с машинами», – и это самое главное, по мнению дизайнера [4].

Вероника Боглай

Вероника Боглай – фрилансер, арт-директор, ИИ-художник. Работала в студиях «Sila Sveta» и «Clan». Преподаватель в онлайн-школе «Bang Bang Education».

По мнению арт-директора нейросеть полезна на стадии концептуального поиска, когда тестируются разные идеи. Но финальный результат, смысловое наполнение и уникальность остаются за человеком. Многих дизайнеров раздражает клише «нейросеть сгенерировала...», которое часто используют в заголовках статей. Однако сам по себе ИИ ничего не создаёт – кто-то пишет промпт, выбирает варианты и дорабатывает результат [4].

Вероника Боглай отмечает, что айдентика – это не только про красивое изображение, но и про смысл, стратегию, эмоцию, связь компании с аудиторией. Если дизайнер использует ИИ осознанно и добавляет свой стиль и идеи, это этично и усиливает результат. Если же ИИ заменяет креативное мышление и дизайнер выдаёт работу нейросети за свою, это неэтично, а айдентика может получиться без глубины и характера [4].

После пятнадцати лет в дизайне Вероника оказалась на пороге выгорания и думала уйти из профессии. Но как только она осознала, какие возможности открывают нейросети, желание продолжать работать стало намного сильнее. Первые результаты использования ИИ стали для Вероники Боглай новым и неожиданным опытом. И сейчас клиенты ждут от нее идеи, концепции и смыслы, а способ их визуализации – второстепенный вопрос для них. Поскольку тема использования ИИ сейчас на волне популярности, нередко заказчики приходят к арт-директору с запросами в духе «давайте что-то модное, с нейросетями». Одним из таких проектов стало создание полутораметровых картин о городах будущего для выставки корпорации «Росатом», которые говорят на визуальном языке атомной индустрии (рис.5).



Рис.5. Города будущего для выставки корпорации «Росатом». Творческо-Производственное Объединение «108» [4]

Для этой же выставки команда Творческо-производственного Объединения «108» вручную собрала мозаики, сгенерированные нейросетями (рис. 6).



Рис.6. Сгенерированные мозаики. Творческо-Производственное Объединение «108»

Что касается будущего генеративных технологий и генеративного дизайна, Вероника Боглай считает, что нейросети уже изменили дизайн, и дальше они будут сильнее интегрироваться в работу. Возможно, появятся более персонализированные алгоритмы, которые учтут стиль конкретного дизайнера. Ценность человека в этом процессе останется, но роль дизайнера изменится. Он станет куратором идей и будет комбинировать искусственный интеллект и собственную интуицию. Те, кто десятилетиями работал в дизайне, сегодня сторонятся нейросетей, тогда как энтузиасты без опыта осваивают их на ходу. Однако, по мнению арт-директора, именно профессионалы направят этот инструмент в сторону настоящего творчества.

Анализируя мнения профессионалов индустрии разработки элементов айдентики и брендинга по поводу применения генеративного дизайна в данных областях можно сделать несколько выводов. Дизайнеры создают уникальные концепции, которые отражают дух и ценности брендов. Например, если говорить о фирменных цветах, то они не просто выбираются по случайному принципу – это целая история, которую рассказывает каждая деталь. Дизайнеры понимают важность передачи ценностей бренда через визуальные элементы. Они создают логотипы и айдентику, которые говорят о миссии компании и ее культуре. Нейросеть может создать красивое изображение, но не сможет уловить контекст и эмоциональную нагрузку. И если вы хотите создать что-то действительно уникальное и запоминающееся для вашего бренда, лучше довериться профессионалу [5].

Однако в использовании генеративного дизайна есть и достаточно преимуществ. Это высокая скорость и упрощение этапов разработки, расширение возможностей для творческой деятельности дизайнера, наличие возможности объединить в проекте множество стилей и направлений дизайна и получить уникальный результат, а также доступность освоения интерфейсов программ и общедоступность технологий. Все эти преимущества при грамотном управлении и использовании генеративных технологий профессионалами индустрии способствуют разработке

действительно уникальных и разнообразных творческих решений для бизнеса, отражающих миссию, философию и цели каждой конкретной компании.

Список литературы

1. Сидорук Д., Вихрева М. Что такое генеративный дизайн: преимущества и недостатки. URL: <https://practicum.yandex.ru/blog/generativnyi-dizayn/> (дата обращения: 12.03.2025)
2. Андреева Е., Мострюков П. Генеративный дизайн с использованием AI: преимущества, тренды и кейсы Uplab. URL: <https://www.uplab.ru/blog/generativnyj-dizajn/> (дата обращения: 15.03.2025)
3. Старцева П. Сады Тьюринга. Айдентика Flowwow от бюро Щука. URL: <https://skillbox.ru/media/design/flow-ai-wow/> (дата обращения: 15.03.2025)
4. Шушпанова М. Искусственный интеллект в брендинге: за или против. URL: <https://zhurnalus.artlebedev.ru/longreads/ai-branding/> (дата обращения: 08.04.2025)
5. Нейронки vs дизайнер в айдентике: Почему дизайнер лучше нейросети. URL: <https://vc.ru/design/1549461-neironki-vs-dizainer-v-aidentike-pochemu-dizainer-luchshe-neiroseti> (дата обращения: 08.04.2025)

References

1. Sidoruk D., Vihreva M. *Chto takoe generativnyj dizajn: preimushhestva i nedostatki*. URL: <https://practicum.yandex.ru/blog/generativnyi-dizayn/> [What is generative design: advantages and disadvantages]. (date accessed: 12.03.2025)
2. Andreeva E., Mostriukov P. *Generativnyj dizajn s ispol'zovaniem AI: preimushhestva, trendy i kejsy Uplab*. URL: <https://www.uplab.ru/blog/generativnyj-dizajn/> [Generative design using AI: benefits, trends and Uplab case studies]. (date accessed: 15.03.2025)
3. Starceva P. *Sady Tjuringa. Ajdentika Flowwow ot bjuro Shhuka*. URL: <https://skillbox.ru/media/design/flow-ai-wow/> [Turing Gardens. Flowwow identity by bureau Shchuka]. (date accessed: 15.03.2025)
4. Shushpanova M. *Iskusstvennyj intellekt v brendinge: za ili protiv*. URL: <https://zhurnalus.artlebedev.ru/longreads/ai-branding/> [Artificial intelligence in branding: for or against]. (date accessed: 08.04.2025)
5. *Nejronki vs dizajner v ajdentike: Pochemu dizajner luchshe nejroseti*. URL: <https://vc.ru/design/1549461-neironki-vs-dizainer-v-aidentike-pochemu-dizainer-luchshe-neiroseti> [Neurons vs designer in identity: Why a designer is better than a neural network]. (date accessed: 08.04.2025)

УДК 75.052.033

А.П. Самолук

ОБРАЗЫ ЛЮТЕРАНСКОЙ БОГОСЛУЖЕБНОЙ ЖИВОПИСИ В ВИТТЕНБЕРГСКОМ АЛТАРЕ РЕФОРМАЦИИ ЛУКАСА КРАНАХА СТАРШЕГО

© А.П. Самолук, 2025

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургская академия художеств имени Ильи Репина», 199034, Санкт-Петербург, Университетская набережная, 17

В статье оценивается влияние теологических изменений и преобразований Мартина Лютера на живописный язык протестантской живописи на примере Виттенбергского алтаря Реформации Лукаса Кранаха старшего

Ключевые слова: Лукас Кранх Старший, Мартин Лютер, Виттенбергский алтарь Реформации, лютеранская живопись, алтарь.

A.P. Samoluk

Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education Ilya Repin Saint Petersburg Academy of Arts, 17 Universitetskaya Embankment, Saint Petersburg, 199034

ARTICLE TITLE

The article evaluates the influence of Martin Luther's theological changes and transformations on the pictorial language of Protestant painting using the example of the Wittenberg Altar of the Reformation by Lucas Cranach the Elder.

Keywords: Lucas Cranach the Elder, Martin Luther, Wittenberg Altarpiece of the Reformation, Lutheranism, Lutheran painting, altarpiece.

Виттенбергский алтарь реформации, созданный Лукасом Кранхом Старшим в 1547 году, представляет собой произведение богослужебной живописи, характеризующее раннее лютеранское богослужение и отразившее суть

реформаторских идей, но прежде всего, идей Мартина Лютера. Алтарь реформации был создан под влиянием перемен в богословской мысли этого периода и сопутствующей реформации, непосредственное идейное участие в создании этого створчатого алтаря принимал и сам Мартин Лютер. Важно подчеркнуть, что этот период был не только временем религиозных изменений, но и культурных преобразований, что делало Виттенбергский алтарь особенно актуальным.

Исследование Виттенбергского алтаря реформации представляет собой актуальную проблему, имеющую множество аспектов, включая интерпретацию художественных образов, влияние на формирование протестантской идентичности и взаимодействие искусства с богословием. Важно отметить, что вопросы о том, как живопись может быть использована для передачи духовных истин, остаются актуальными и в наше время. Исследование подобной богослужебной живописи способствует более глубокому пониманию культурных и религиозных трансформаций, произошедших в Европе в XVI веке. В этом контексте Виттенбергский алтарь не только является уникальным произведением искусства, но и отражает важные изменения в общественном и духовном сознании, что делает его ценным объектом исследования.

По словам исследователя живописи Лукаса Кранаха старшего Бонни Ноубл, картина остается переводом идей, выраженных устно, на альтернативный визуальный язык [1, с. 28]. Этот переход от слова к изображению создает пространство для неопределенности в случае, если мы рассматриваем алтарь как самостоятельное произведение. Поэтому исследование алтаря реформации должно включать в себя не только образно-стилистический анализ, но и ссылки на богословские и критические сочинения идейного вдохновителя и заказчика данного алтаря – Мартина Лютера. Ровно так же невозможно обойтись без исторического контекста реформационных событий и преобразований.

Несмотря на то, что во многом развитие богословия можно практически линейно проследить в алтарях Лукаса Кранаха [2], первым в полной мере лютеранским алтарем принято считать именно Виттенбергский алтарь реформации [3]. Это развитие можно объяснить переходом от католической литургии к протестантскому богослужению, со своими требованиями и принципами, а в случае с исполнением художника – работой с новым заказчиком – Мартином Лютером.

Особое значение в протестантской живописи имеет акцент на изучение источников, священного писания и теологических трактатов [4]. Вместе с тем литургия принимает более назидательный характер, что также отражено и в искусстве этого периода, где акцент на познание и понимание становится особенно заметным.

Функция католической богослужебной живописи, включающей в себя фресковую, иконную и алтарную живопись, согласно интерпретации папы Григория Великого, заключается в служении источником писания для неграмотных в другой, изобразительной форме.

П. Бердини [5] делает важное замечание о том, что для Лютера, вопреки представлению папы Григория, изображение предназначалось для иллюстрации текста, а не для его замены. Богослужебная живопись может иметь смысл только в том виде, в каком их создатель предполагал для читателя, уже знакомого с лютеранским мировоззрением. Поэтому для лютеран образы лишь могут дополнять текст или идеи, выраженные в письменной форме.

Л.Г. Дагган [6], обсуждая знаменитую защиту Григорием образов как «книг для неграмотных» задается вопросом, может ли прочтение изображения передавать существенно новую информацию, или же оно может только напоминать о чем-то прочитанном? Дагган приходит к выводу, что изображение может служить только лишь напоминанием о чем-то уже известном [6, стр. 227]. В этом смысле «прочтение» живописи существенно отличается от чтения текста.

Даже если предположить, что живопись может транслировать идеи, можно сказать с уверенностью, что такой способ передачи информации не имеет существенного идеологического влияния, в отличие от восприятия идеи с помощью прочтения или восприятия на слух.

И тем не менее, по трактатам Лютера мы точно знаем, что для него живопись была дополнением к писанию, а не самостоятельной единицей [7]. Предполагалось, что мирянин уже должен был понимать суть протестантского учения, чтобы понять живопись.

Таким образом, изобразительная цитата является основным инструментом и средством художника для достижения поставленных заказчиком целей. Однако такая цель Лукасом Кранахом была достигнута не только изобразительным, но и письменным цитированием источника. Текст появляется как сопровождение к живописи, что, в свою очередь, служит важным дополнением к литургии.

Ни одно обсуждение Виттенбергского алтаря не было бы полным без ссылки на книгу Кернера «Реформация образа» [8]. Позицию Кернера можно резюмировать следующим образом: Виттенбергский алтарь, появившийся после иконоборчества 1520-х годов и созданный в соответствии с верой, представляет собой бесконечный парадокс. Персонажи и повседневные ритуалы на картине настолько явно перекликаются с событиями в церкви, что алтарь растворяется в окружающей обстановке.

Кернер справедливо рассматривает такие вопросы, как идентичность общины, апостольство реформаторов и настойчивое соблюдение библейских истоков, о чем свидетельствует изображение. Кернер утверждает, что композиционные параллели с гравюрами и книжными иллюстрациями, восходящими к 1520-м годам, свидетельствуют об «обыденности» сюжета, подтверждая «повседневную службу», которую представляет картина [8]. Однако Ноубл, в ответ на тезисы Кернера считает, что не обязательно эта изобразительная норма отражает буквальную практику. Не обязательно сходство с более ранними изображениями просто говорит нам о том, что композиционные предпочтения были постоянными с течением времени, они не обязательно рассказывают нам о том, что на самом деле происходило в церкви, и тем более о том, как часто [1]. Так же Ноубл считает, что лютеранская живописная практика не делает уступок современному иконоборчеству, ясно провозглашает свое богословское назначение, а также свою новую функцию [3]. Исследователи реформации были склонны характеризовать Виттенбергский алтарь, как и ранние лютеранские картины Кранаха, как изобразительный аналог текстовой теологии. Виттенбергский алтарь не просто отражает доктрину Лютера, он отражает его собственную версию идеала практики и веры.

Алтарь был преобладающей формой монументальной публичной живописи в XV и XVI веках [9], и благодаря изменениям в иконографии и функциях он соответствовал требованиям лютеранской теологии и религиозной практики. Виттенбергский алтарь связан с более ранними традициями благодаря своему ретабельному формату, но присутствие на изображении крупных

реформаторов и деятелей, представляющих виттенбергскую общину, а также изменения в использовании и функциях алтаря сводят на нет эти связи. В основе новой изобразительной функции лежит радикально новая роль, отведенная человеческим фигурам. В XV и начале XVI веков человеческие фигуры, как правило, изображали донаторов, но на Виттенбергском алтаре люди представлены как представители общины, а не как конкретные покровители. Хотя Лютер, Бугенхаген и Меланхтон – единственные фигуры, которые могут быть четко идентифицированы [1], другие персонажи имеют общее сходство с местными жителями по одежде, жестам и действиям. Эти общие черты создают впечатление вовлеченности, в отличие от донаторов на более ранних алтарных образах, которые изображены переживающими очень личные, исключительные видения.

Виттенбергский алтарь демонстрирует не страдающих мучеников, не кротких святых, предлагающих заступничество, не взаимодействующих донаторов, демонстрирующих свое благочестие, а членов своей собственной общины. Этот взаимобмен между зрителем и изображенными фигурами гарантирует, что Виттенбергский алтарь не поддается никакому искушению поклониться изображенным фигурам или самому объекту.

Этот момент возвращает нас к интерпретации Кернером [8] картины как изображения повседневных ритуалов, настолько непримечательных, что они растворяются в окружающей обстановке. Виттенбергский алтарь представляет собой образ сплоченной, четко определенной общины, которой на самом деле угрожали противоречивые теологии. В нестабильной политической обстановке, сложившейся на момент его установки, алтарь олицетворял уязвимую и нестабильную действительность. Изготовление алтаря, конечно, началось задолго до того, как кто-либо мог знать, когда умрет Лютер или что курфюрст потеряет свою территорию. Тем не менее, его создание в 1547 году приобрело еще большее значение после этих событий и последовавшей за ними раздробленности [4].

Внутренние панели алтаря включают страшный суд в преддверии, вознесение Христа в центре, жертвоприношение Авраама и медный змей на левой и правой створках. На левом и правом крыльях, соответственно, развились основы лютеранской модели Закона, Медный змей – важный мотив, который стал примером лютеранского представления о благодати. Согласно Священному Писанию, Бог послал змея, чтобы наказать израильтян, бежавших из Египта, за то, что они говорили против Него и Моисея. Чтобы спастись от

нашествия змей, израильтянам нужно было взглянуть на змею, которую Моисей держал перед ними на Т-образном кресте, и поверить, что они будут спасены. Для лютеран эта ветхозаветная история демонстрирует особое представление о вере и благодати. В соответствии с христианской типологической традицией, в которой эта история была прообразом или предсказанием Распятия на Кресте. В соответствии с лютеранской моделью спасения смысл этой истории изменился таким образом, что она больше не рассматривалась как событие, предсказывающее Распятие, скорее, она стала ветхозаветным образцом лютеранских концепций веры и благодати [1]. Подобно Медному змею, жертвоприношение Исаака на другой створке, также является ветхозаветной историей, переработанной в поддержку лютеранских представлений о том, что действие следует за верой. В «жертвоприношении Исаака» рассказывается о Божьем повелении Аврааму принести в жертву своего единственного сына в качестве испытания его веры. Эта история может быть прочитана как притча о послушании и самопожертвовании в ответ на божественное повеление. С другой стороны, это также можно рассматривать как наизидание верующему признать, что действие исходит из веры.

Подобно истории о Медном змее, жертвоприношение Исаака также становится образцом оправдания верой. Авраам предался вере в Божье милосердие, даже если для этого пришлось пожертвовать собственным сыном, и Божье милосердие в конечном счете проявилось, когда Бог все-таки пощадил Исаака. Авраам не заслужил божественного благоволения, следуя какому-либо повелению, напротив, его вера в Бога подготовила его к тому, чтобы принять Божье повеление в состоянии исполненной готовности. Такая интерпретация этой истории определяет лютеранскую идею благодати как отправной точки для всех добрых дел, а не как награды за выполнение заповедей. На Виттенбергском алтаре изображения жертвоприношения Исаака и Медного змея создают новую обстановку для Страшного суда. На изображении вознесения на центральной панели Христос предстает над фигурами смерти и дьявола. Суд больше не оценивает действия отдельных людей, а, скорее, дарует спасение верующим, подобно тому, как получает спасение Авраам в истории о жертвоприношении Исаака и как израильтяне в пустыне получили спасение за свою веру. Если зритель последует примерам этих двух ветхозаветных

историй, из этих назидательных мотивов зритель визуально переходит в преддверии с изображением страшного суда, как исхода жизни и как напоминания, что спасение обретается верой. Эти внешние панно знакомят лютеран с отношениями между законом и благодатью, подготавливают зрителя к участию в таинствах, изображенных на лицевой стороне алтаря в правильном духе.

Переход от внутреннего оформления алтаря к внешнему позволяет нам перейти к определению таинств как наиболее торжественного из ритуалов, посредством которых средневековая церковь утверждала, что они надежно и предсказуемо передают божественную благодать верующему [3]. Лютер сформулировал свои основные нападки на семь традиционных католических таинств в его основополагающем вавилонском плену [7]. Таинства – это соединение доктрины и практики и, следовательно, фактическое исполнение ритуала. В начале 1520-х годов крещение и Вечеря Господня считались таинствами, как и Исповедь в определенной форме. КНБ 40-матрица Крещения и Вечеря Господня сократили из себя таинств Меланхтон, а Крещение и Исповедь оставались важными таинствами, на которых Виттенбергский университет и соратник-реформатор, руководит крещением, на котором присутствует множество людей, а в правом крыле Йоханнес Бугенхаген, городской священник Виттенберга, проводит исповедь [3]. Крылья

алтаря с крещением и исповедью обрамляют сцену Тайной вечери в центре, где апостолы сидят за круглым столом, окруженным большими окнами. Христос кладет кусочек хлеба в рот Иуде, в то время как апостол с чертами Лютера поворачивается, чтобы принять от слуги чашу вина. На преддверии – нижней части алтаря, кажущийся все еще живым Христос на Кресте разделяет сцену, где Лютер проповедует с кафедры внимательному собранию.

Появление Христа как на центральной панели, так и на преддверии, среди апостолов и верующих XVI века соответственно, подчеркивает связь между библейским сюжетом и таинством шестнадцатого века. Решительное присутствие Лютера как лидера и члена сообщества, а также Христа, открытой Библии и местных жителей препятствуют любому искушению мыслить устаревшими категориями.

Сцены Крещения и Исповеди изображены на Виттенбергском алтаре, формально и теологически примыкая к Вечере Господней. Меланхтон и Бугенхаген, представленные здесь как ответ лютеранства Иоанну Крестителю и Петру, совершающих

крещение и выслушивают исповедь соответственно. Функциональные отличия от более ранней живописи, переосмысленный ритуал и общинная идентичность, основанная на Священном Писании и апостольстве, имеют первостепенное значение. На левой панели Меланхтон, яростный противник анабаптизма, руководит крещением, проходящим в церкви. Четыре другие стоящие фигуры образуют круг вокруг купели, в то время как группа женщин занимает переднюю площадку. Слева от Меланхтона стоит бородатый мужчина с раскрытой книгой в руках. Лютер объяснял, что крещение было «первым таинством и основой всех остальных, без которого ни одно из них не может быть принято» [7]. Этот обряд позволял новорожденному вступить в христианскую общину и, в конечном счете, допускал нового члена к Вечере Господней.

Для анабаптистов крещение просто символизировало включение в сообщество, но само по себе не давало веры [3]. Практика анабаптистов полностью отвергала крещение младенцев и настаивала на том, что только взрослые могут быть крещены должным образом по обоюдному согласию. Но для Лютера крещение было средством веры, должно совершаться над младенцами и само по себе достаточно для обеспечения спасения, при условии, что каждый христианин признает его таковым. Изображение крещения младенцев в Виттенбергском алтаре вызывает наиболее явные возражения у анабаптистов, протестантов, которые признавали только крещение взрослых [3]. Для Лютера крещение взрослых было неоправданно с точки зрения Писания. Говоря о повторном крещении, он объяснил, что анабаптисты неправильно понимают евангелие от Марка 16:16: «Кто уверует и примет крещение, спасен будет» [7].

По этой причине возможно, что крыло с крещением было написано для противодействия анабаптизму. Основанное на «правильном» понимании Священного Писания, крещение на Виттенбергском алтаре символизирует вступление младенца в общину.

Мужчина, держащий раскрытую Библию, представляет текст, подтверждающий, что само Писание одобряет то, что мы видим. В тексте говорится: «Всякий, кто уверует и примет крещение, будет благословлен; а кто не уверует, будет проклят».

Помещение Крещения и Исповеди в одно и то же пространство создает визуальный мост, демонстрирующий взаимоукрепляющую связь между этими двумя практиками. Человек, руководящий Исповедью в Виттенбергский запрестольный образ - это **Ио х а н н е с**

Бугенхаген. Идея Лютера относительно надлежащей исповеди привела к тому, что институциональное прощение грехов, продажа индульгенций и совершение епитимий устарели. Для Бугенхагена образование было ключевым элементом надлежащим образом организованной общины, а исповедь давала возможность обучаться вере, благодати, закону, **Е в а н г е л и ю и п р о щ е н и ю**.

Бугенхаген протягивает ключи фигурам, стоящим по обе стороны от него. Правой рукой он опускает ключ над головой стоящего на коленях человека.левой рукой он держит ключ и будто тянет его назад, словно его отвергли. В «Ключах» [3], написанных в том же году, что и «Аугсбургское исповедание», Лютер писал о «ключях, связывающих» верующего с грехом, и «ключях, освобождающих» верующего от греха и дающих прощение. «Ключ Бугенхагена» одновременно возвращает власть, традиционно присваиваемую святому Петру, первому папе римский, для которого ключи являются определяющим иконографическим знаком. Бугенхаген присваивает ключи Петру, превращая их из символа папской власти в символ лютеранской самоотдачи и веры. Мужчина слева от Бугенхагена уходит, оглядываясь через плечо, его руки буквально связаны перед ним, что обрекает его на грех. Фигура справа от Бугенхагена получает ключ и освобождается от греха, его руки не связаны, что символизирует его свободу. Связанные руки связанного человека - особенно удачная метафора. Ни силы, ни готовность, ни искреннее желание творить добро не имеют значения, если у человека в буквальном смысле связаны руки.

На центральной панели алтаря Христос сидит за круглым столом, Иоанн спит у него на коленях, в то время как другие апостолы разговаривают, жестикуют и едят. Один апостол, с чертами лица Лютера, протягивает руку, чтобы взять чашу, в то время как Христос предлагает Иуде кусочек хлеба.

Тайная вечеря кажется вполне разумным, даже аксиоматичным сюжетом для центральной части алтаря, идеальным фоном для причастия. Однако, что удивительно, до сих пор не существует устоявшейся дореформенной традиции изображать на алтарях Тайную вечерю. До Реформации Тайная вечеря, как правило, изображалась или в монашеском контексте, как часть более масштабного повествования о Страстях Господних, или украшала стены монастырских трапезных.

По словам Нубл [3], Виттенбергский алтарь является единственным примером Тайной вечери, включенной в сафраментальный цикл. Для Лютера Вечеря Господня предназначалась для всего сообщества верующих, и его особое отношение к чаше подчеркивает этот момент. На ранних «Тайных вечерах» редко уделялось особое внимание чаше, вплоть до полного ее отсутствия, что свидетельствует о полемическом значении ее включения в Виттенбергский алтарь.

Лютер принимает чашу не как священник, совершающий богослужение, и даже не как монах-августинец, по своему прежнему призванию, а как мирянин. Изображение Лютера как мирянина передает идею светского управления и полноценного участия в практике, исторически присущей духовенству.

На Виттенбергском алтаре не все члены общины представлены равными. Лютер, Меланхтон и Бугенхаген выделяются среди других фигур как лидеры общины, и их портреты являются единственными определенными. Однако четкое разделение между мирянами и духовенством отсутствует.

Мотивы Виттенбергского алтаря реформации очень выразительны: Лютер, принимающий чашу, Христос, распятый на кресте в пределе, Иуда, получающий тело Христово, Бугенхаген, раздающий ключи. Сложные значения, стоящие за этими мотивами, и их запутанная взаимосвязь друг с другом затрудняют интерпретацию. Взаимосвязанные идеи общинной идентичности, верности Священному Писанию, апостольства реформаторов, Евхаристии в обоих видах, физического присутствия Христа на мессе, крещения младенцев и правильного исповедания формируют удовлетворительный, но в то же время сложный иконографический и теологический дискурс. Притчи пятнадцатого и начала шестнадцатого веков могли выполнять множество функций: проводить различие между обрядами для мирян и для духовенства, свидетельствовать о мистическом видении верующего, отмечать место паломничества, служить объектом поклонения. А сам акт заказа алтаря может обеспечить освобождение измученной души из чистилища. Напротив, изображения на Виттенбергском алтаре, как по отдельности, так и вместе взятые, отвергают эти функции в пользу провозглашения и прославления общинной и конфессиональной идентичности. Здесь цель состоит в том, чтобы показать, как лидеры Виттенберга вводят в действие новые ритуалы, соответствующие новому пониманию библейского текста и лютеранской доктрине.

начале XVI века, когда велись жаркие споры о том, кто такой христианин и что значит быть христианином, возникли вопросы, связанные с христианским искусством. Новые религиозные практики потребовали изменений в традиционных отношениях между зрителем и изображением. [4] Предполагаемая или фактическая функция религиозного искусства в значительной степени помогает определить параметры веры. Мы можем лучше всего узнать о том, как люди понимали свои отношения с Богом, интерпретируя религиозные картины, которые соединяли верующих с их божеством, соотнося их с теологическими текстами.

Научный руководитель: профессор кафедры зарубежного искусства Санкт-Петербургской академии художеств им. Ильи Репина А.В. Степанов

Список Литературы

References

1. Noble B. *Lucas Cranach The Elder: Art and Devotion of The German Reformation*. – Lanham: *University Press of America*, 2009.
2. Schade W. *Bildhaftigkeit bei Cranach*. – Ostfildern-Ruit: *Hatje Cantz Verlag*, 2003.
3. Noble B.J. *The Wittenberg altarpiece and the image of identity*. – Sheffield: *Equinox Publishing*, 2006.
4. Ozment S. *The serpent and the lamb: Cranach, Luther, and the making of reformation*. – New Haven: *Yale University Press*, 2011.
5. Berdini P. *The Religious Art of Jacopo Bassano: Painting as Visual Exegesis*. – Cambridge; New York: *Cambridge University Press*, 1997
6. Duggan L.G. Was Art Really the 'Book of the Illiterate'? // *Word and Image*. – 1989. – Vol. 5.
7. Marmion D. *Remembering the Reformation: Martin Luther and Catholic theology*. – Minneapolis: *Fortress Press*, 2017.
8. Koerner J.L. *The Reformation of the Image*. – Chicago: *University of Chicago Press*, 2004.
9. DeGreeve D. *Retro tabulum: The origins and role of altarpiece in the liturgy* // *Sacred Architecture*. – 2010. – Issue 17.

УДК 004.514

М.А. Сельгис, М.М. Колмыкова, А.В. Сошников

ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДА ДИЗАЙН-МЫШЛЕНИЯ В РАЗРАБОТКЕ ДИЗАЙНА ЦИФРОВОГО ПРОДУКТА

© М.А. Сельгис, М.М. Колмыкова, А.В. Сошников, 2025

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна
191186, Санкт-Петербург, Большая Морская, 18

В статье рассматриваются основные положения методики дизайн-мышления и особенности ее внедрения в процесс разработки цифровых продуктов (сайтов и мобильных приложений). Приводится характеристика корпоративного проектного подхода IBM, ориентированного на непрерывные инновации. Обосновываются преимущества внедрения концепции дизайн-мышления для решения как глобальных проблем, так и пользовательских задач, улучшающих показатели юзабилити продукта.

Ключевые слова: **цифровые продукты, дизайн-мышление, корпоративная культура, пользовательские тестирования, бизнес-задачи, прототипирование.**

М.А. Selgis, M.M. Kolmykova, A.V. Soshnikov

Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design
191186, St. Petersburg, Bolshaya Morskaya, 18

THE USE OF THE DESIGN-THINKING METHOD IN DIGITAL PRODUCT DESIGN

The article discusses the main concepts of the design-thinking methodology and the features of its implementation in the process of developing digital products (websites and mobile apps). It provides a description of IBM's corporate project approach focused on continuous innovation. It substantiates the advantages of implementing the design thinking concept to solve both global problems and user tasks that improve product usability.

Keywords: digital products, design thinking, corporate culture, user testing, business tasks, prototyping.

Во второй половине XX века в теории дизайн-проектирования закрепилась коммерческая позиция во взгляде на трактовку сущности дизайна. Согласно данной позиции, дизайн становится ключевым инструментом стимулирования потребления – разрабатываемые изделия должны быть эстетически привлекательными, актуальными, подчиненными новым веяниям моды, чтобы стать успешными на рынке. Американский дизайнер-консультант Раймонд Лоуи, который в период с 1930-х по 1970-е годы сотрудничал с такими корпорациями как Coca-Cola, Jaguar, BMW, Lucky Strike и другими, говорил, «Дизайн – это то, что заставляет звенеть кассу!» [1]. Действительно, дизайн становится средством придания конкурентоспособности, с целью увеличения спроса на продукцию, и, в следствии, прибыли. Однако, данный подход зачастую приносит в жертву социальные идеалы, вопросы экологической устойчивости,

здравоохранения, образования, безопасности, удобства, ради маркетингового успеха. Потребление и эстетика здесь становятся самоцелью дизайна.

Как средство преодоления данного узкого коммерческо-ориентированного взгляда на дизайн появился метод *дизайн-мышления*. Дизайн-мышление – это подход к поиску новых путей решения проблем, направленный на улучшение жизненного и пользовательского опыта людей [2]. Дизайн-мышление зародилось из подхода «объединяющее мышление», то есть способности использовать противостоящие друг другу идеи и ограничения для выработки новых решений. В случае цифрового дизайна это требует баланса между востребованностью, потребностями людей, техническими возможностями и экономической жизнеспособностью. По мнению американского экономиста и политолога Герберта Саймона, основной сферой интересов которого было исследование различных методов принятия решений в организациях, в процессе грамотного проектирования происходит направленное изменение существующих ситуаций в предпочтительные. Конечная цель дизайн-мышления состоит в возможности широкого взаимного участия разных людей (междисциплинарных проектных команд) ради решения глобальной проблем общества, выходя за рамки показателей прибыли и конкурентоспособности.

Ключевым докладом о применении методики дизайн-мышления в промышленном дизайне и проектировании цифрового опыта принято считать выступление директора консалтинговой дизайн-студии IDEO Тима Брауна, которое прошло в 2010 году на площадке конференции TED. В своем выступлении он озвучил тезис, что с помощью дизайн-мышления можно внедрить новые идеи, способные решить проблемы миллионов и изменить мир к лучшему. Автор призывает дизайнеров не выбирать из имеющегося, а искать новые, нестандартные, ранее не реализованные пути решения глобальных проблем. И первый шаг к этому, по его мнению, это умение задавать правильные вопросы. Кто будет пользователями и заинтересованными сторонами? Какой опыт необходимо улучшить и почему? Что нужно пользователям для достижения успеха? Как эти потребности можно удовлетворить?

Однако, говоря о внедрении метода дизайн-мышления, нельзя не упомянуть, что для того, чтобы создать успешный цифровой продукт, одного анализа пользовательских нужд недостаточно. Разработка должна отвечать бизнес-задачам и техническим ограничениям (рис.1). Кроме того, математики и исследователь в сфере UX/UI дизайна Алан Купер в книге «Интерфейс. Основы проектирования взаимодействия» представил методы реализации новой разновидности проектирования, которую он называет *целесоориентированное проектирование*. Данный системный подход подразумевает реализацию в процессе работы над продуктом его осуществимости, жизнеспособности и желанности [3]. Жизнеспособность говорит о том, сможет ли создаваемый продукт поддерживать бизнес на стабильном уровне, отвечает ли он существующей бизнес-модели, прогнозу доходов и затрат, а также бизнес-плану (маркетинг, запуск, распределение ресурсов).



Рис.1. Характеристики успешного цифрового продукта

Действительно, чаще всего работа над новым продуктом начинается как бизнес-проблема. Здесь использование метода дизайн-мышления будет способствовать переориентации на решение проблем пользователя, не жертвуя при этом бизнес-задачами. Чтобы решить реальную потребность, существующую в мире, необходимо потратить время на то, чтобы четко сформулировать цель: какую проблему решаем, для кого и почему? Зачастую, бизнес-проблемы, которые ставят перед разработчиками, сосредоточены на чем-то абстрактном, например на итоговой прибыли или узнаваемости бренда.

Чтобы начать фокусироваться на человеке и обществе, необходимо определить проблемы пользователей, которые лежат в основе бизнес-задачи, которую необходимо удовлетворить, например, с помощью техники «пять почему» (5 whys) – это методика, используемая для изучения причинно-следственных связей, лежащих в основе той или иной проблемы. Основной задачей техники является поиск первопричины возникновения дефекта или проблемы с помощью повторения одного и того же вопроса «почему?» пять раз подряд. Так проблему бизнеса можно превратить в формулировку глубинной потребности человека, которая может быть применена в методике дизайн-мышления.

Постановка задачи может быть использована как источник исследовательских вопросов, как стимул для мозгового штурма, как точка обсуждения для всей команды, как причина, чтобы объединиться вокруг достижения общей цели.

Постановка проблемы помогает понять, с чего начать работу над продуктом. Она ставит пользователя в центр внимания и объединяют всех участников проекта вокруг четкой проблемы, которую необходимо решить. Однако, данные цели не предписывают за собой конкретную реализацию или четкое решение. Для построения точной и понятной для команды пользовательской проблемы в концепции дизайн-мышления, рекомендовано использовать следующую формулировку: наши пользователи не могут справиться с *задачей*, из-за *определенных ограничений*.

Методика дизайн-мышления состоит из трех основных аспектов: выделение потребностей, стремительное прототипирование и коллективное участие. Как было упомянуто выше, разработка нового продукта в своей основе должна быть ориентирована на реальные и потенциальные нужды человека. В данном случае важно принимать во внимание культуру и будущий контекст использования – необходимо четко понимать день настоящий, чтобы спроектировать день будущий. Действительно, сложно улучшить существующий опыт пользователя и создать поистине инновационный продукт без четкого понимания текущего состояния («as is») системы или процесса. Далее, после появления первых идей решения пользовательских проблем, критически важно сразу перейти к прототипированию и выпуску MVP – минимально жизнеспособного продукта, чтобы проверить выдвинутую гипотезу. Адепты дизайн-мышления выдвигают тезис о том, что лучший способ учиться – это совершать ошибки, быстро, дешево и безопасно, с помощью прототипирования. Прототип – это первый или ранний образец, который используется в качестве модели для тестирования и апробации. Каждую идею, которая возникает в процессе разработки, следует воспринимать как прототип, который в последствии будет подвержен итерации – постепенным изменениям, улучшающим продукт с течением времени.

Компания IBM на протяжении нескольких лет активно внедряет метод корпоративного дизайн-мышления (Enterprise Design Thinking) – индивидуальный подход для больших распределенных команд, помогающий им быстро выводить на рынок продукты и решения, ориентированные на человека [4]. Данный подход представляет собой постоянное тестирование и обучение с целью улучшения решения проблемы через непрерывное прототипирование и итерации. Тем самым они развивают бизнес, помогая пользователям достигать их целей. Подход IBM состоит из четких принципов, петли проекта и ключевых компонентов (рис.2).

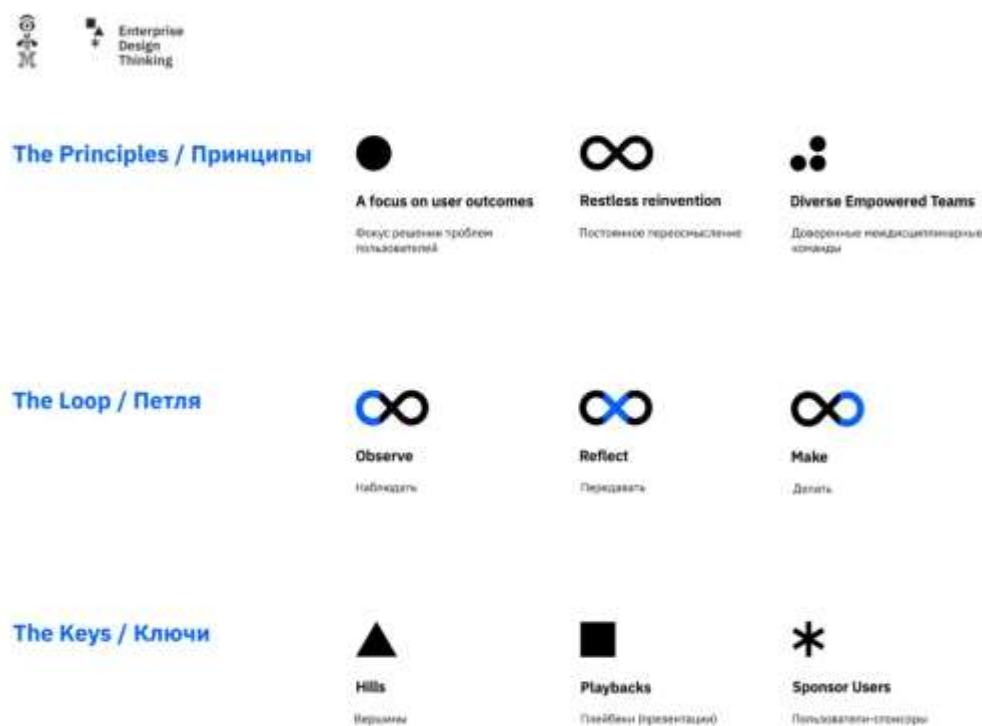


Рис.2. Модель корпоративного дизайн-мышления IBM

Принципы IBM служат стратегическим руководством в решении повседневных задач. Эти принципы гарантируют, что команда разработчиков и дизайнеров в любой своей задаче не забывает о пользователях, постоянно тестирует новые прототипы и пытается улучшить уже созданные решения. Фокус на пользовательских результатах – принцип корпоративного дизайн-мышления, который представляет собой постановку пользователей в центр работы над проектом и постепенное удовлетворение его потребностей через внедрение инноваций. В данном случае на этапе аналитики можно использовать различные методики дизайн-исследования – практики поиска и открытия, которые позволяют получить знания, понимание пользователей и эмпатию (осознание и чувствительность к чувствам, мыслям и опыту другого человека).

Доверенные междисциплинарные команды (Diverse Empowered Teams) – это принцип корпоративного дизайн-мышления, в котором группа людей с разными взглядами может успешно принимать совместные решения и работать над достижением общих целей в атмосфере взаимного доверия, открытости и сотрудничества, непредвзято относясь чужим идеям. Различные точки зрения на проблему служат источником наилучших путей решения – чем больше разнообразия будет внутри команды, тем больше вероятность того, что она найдет прорывное решение. С другой стороны, необходимо постоянно находить точки пересечения, опираться на мнение всех членов команды. Так, авторы данной методики выделяют несколько специфических моментов, когда все члены команды должны быть на одной волне: начало нового проекта или инициативы, принятие решения о характере будущего опыта пользователя и анализ текущего прогресса. Команды, которые разделяют свои цели, рассказывая о пользователе и его потребностях, а также приглашая их к обратной связи по ходу работы, с большей вероятностью поймут эти цели и со временем достигнут их. Фокусировка на пользовательской проблеме, постоянная связь исследования с обсуждениями и прототипированием, а также разнообразие взглядов в командах автоматически порождает больше идей, что может привести к лучшим результатам пользовательского опыта и показателей юзабилити цифрового продукта (рис.3).

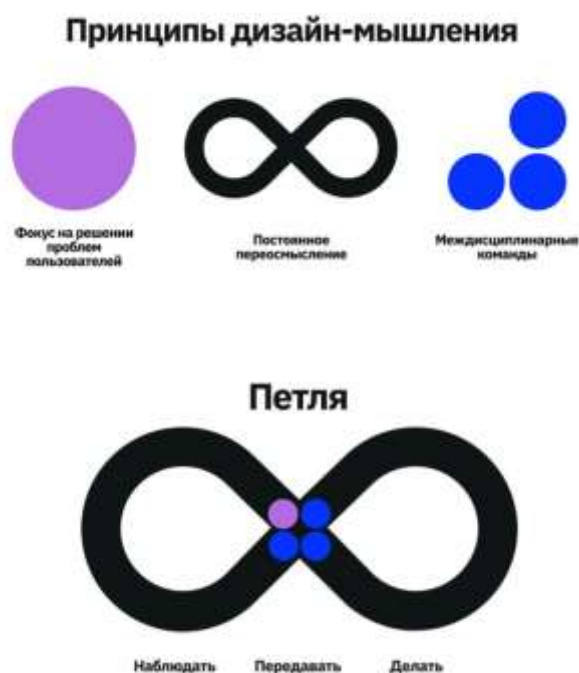


Рис.3. Соединение принципов корпоративного дизайн-мышления IBM

Следующий компонент корпоративного дизайн-мышления, частично раскрытый выше, – это петля. В данном случае используется образ непрерывного цикла наблюдений, передачи полученной информации и внедрения принятых решений. Данный подход позволяет контролировать каждый этап работы над проектом с должным уровнем творчества и новаторства. Аспект *наблюдения* предполагает погружение в реальный мир с помощью UX-исследований. *Передача* – это поддержка единства действий и мнений через регулярный обмен обратной связью и синтезирование полученных результатов через командные встречи. На третьем этапе петли проекта, который авторы обозначают как «*делать*», подразумевается разработка тестовых прототипов – придание конкретной формы абстрактным идеям. Чем раньше это будет сделано, тем быстрее можно подтвердить или опровергнуть гипотезу – здесь следует использовать принцип реализации незаконченных идей и совершенствование их по ходу дела (итерация).

Заключительная часть методики IBM – ключи. На этапе контекстного анализа формулируется видение вершин (hills), программное заявление, ориентированное на человека, которое описывает будущую возможность для конкретного пользователя [5]. По стандарту, пользовательские возможности имеют формат «кто, что, вау»: кто наш пользователь; что он сможет сделать, чего он не мог раньше; что отличает проект от конкурентов. Таким образом, проектные задачи формируются вокруг наиболее значимых пользовательских результатов, которых команда хочет достичь. Важной составляющей процесса являются плейбэки – командные презентации, основанные на сторителлинге, в которых разработчики делятся новыми результатами исследований пользовательского опыта, идеями, внедренными обновлениями и прочее. В такое обсуждение и принятие проектных решений можно также включать пользователей-спонсоров – внешних будущих клиентов или конечных пользователей, которые представляют целевого пользователя [6].

Однако, зачастую в индустрии дизайна такая идеальная структура непрерывной петли, описанной выше, деформируется. В связи с этим могут возникнуть состояния аналитического паралича, полета вслепую и выполнения приказов (рис. 4). Если из шаблона убрать компонент действия, проект превращается в исследовательский и проблема

так и остается долгое время нерешенной. Здесь люди просто наблюдают и размышляют, но никогда не переходят к конкретным действиям. С другой стороны, если команда только размышляет и делает, без проведения пользовательских и контекстных исследований, работа может уйти в сторону создания пластилинового продукта, который даже не пытается решить проблему человека. Самый заманчивый деструктивный шаблон в данном случае – наблюдать и делать. В этом случае, разработчику напрямую передаются желания заказчика, без размышлений и обмена идеями внутри проектной команды. Данный подход реализует бездумное исполнение приказов, в котором отсутствует точка зрения и новаторство.

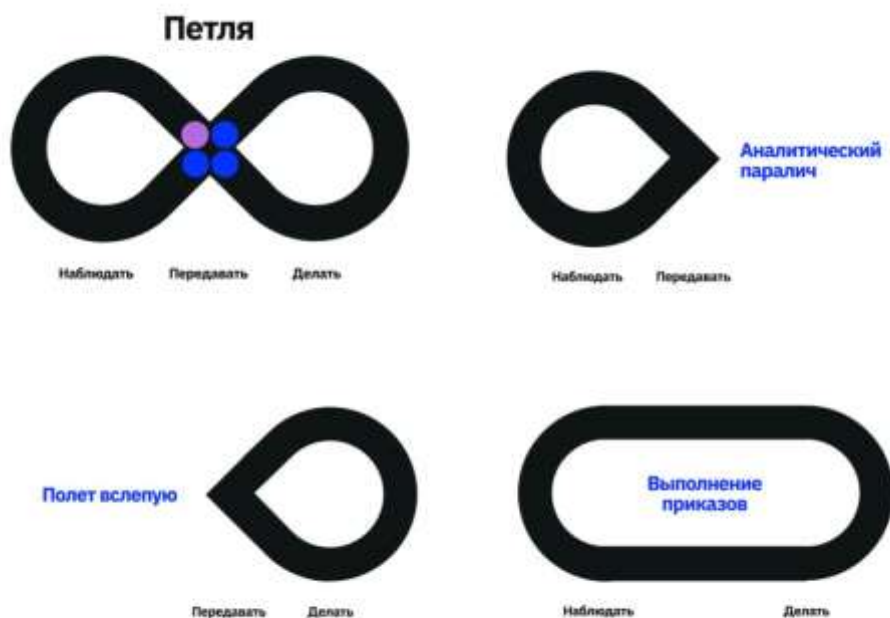


Рис.4. Возможные сценарии ошибок в системе принципов корпоративного дизайн-мышления

Опыт происходит независимо от того, создаем мы его или нет. Поэтому каждый раз, когда перед дизайнером стоит конкретная проектная задача, ему необходимо подумать о пользователях цифрового продукта, спросить, что он думает об этом решении, поможет ли оно ему, даст ли оно новые возможности. Рекомендовано выполнить задание «5 почему», чтобы углубиться в суть проблемы и бизнес-задачи, а при появлении нерешенных вопросов можно провести контекстное исследование, интервью с пользователем или экспертом предметной области. Таким образом, постоянное командное сотрудничество и прототипирование, и концепция дизайн-мышления в целом, позволяет достичь решений, которые не только совершенствуют пользовательский опыт, но и работают на глобальные ценности и принципы новаторства, тем самым происходит выход за пределы дизайна в стандартном его понимании.

Список литературы

1. Филл Ш., Филл П. История дизайна. М.: Издательство КоЛибри, «Азбука-Аттикус». 2014. 512 с.
2. Norman D. Emotional design: Why We Love (or Hate) Everyday Things. NY.: The Free Press, 2004. 287 с.
3. Купер А., Кронин Д., Носсел К. Интерфейс. Основы проектирования взаимодействия. СПб.: Питер, 2004. 218 с.
4. Enterprise Design Thinking. URL: <https://www.ibm.com/design/thinking/> (дата обращения 10.04.2025)
5. IBM Design. URL: <https://www.ibm.com/design/thinking/> (дата обращения 05.04.2025)
6. 5 Qualitative Research Methods. URL: <https://www.nngroup.com/videos/5-qualitative-research-methods/> (дата обращения 11.04.2025)

References

1. Fiell C., Fiell P. Istoriya dizajna [The Story of design]. Moscow: KoLibri, «Azбука-Attikus». 2014. 512 p. (in Rus.).
2. Norman D. Emotional design: Why We Love (or Hate) Everyday Things. NY.: The Free Press, 2004. 287 p.
3. Cooper A., Cronin D., Noessel C. Interfejs. Osnovy proektirovaniya vzaimodejstviya [About Face: The Essentials of Interaction Design]. SPb.: Piter, 2004. 218 p. (in Rus.)
4. Enterprise Design Thinking. URL: <https://www.ibm.com/design/thinking/> (date accessed: 10.04.2025)
5. IBM Design. URL: <https://www.ibm.com/design/thinking/> (date accessed: 05.04.2025)
6. 5 Qualitative Research Methods. URL: <https://www.nngroup.com/videos/5-qualitative-research-methods/> (date accessed: 11.04.2025)

Н. А. Синицин

АНАЛИЗ СВОЙСТВ КЕРАМОГРАНИТА И ЕГО РОЛЬ В ДИЗАЙНЕ ИНТЕРЬЕРА

© Н. А. Синицин, 2025

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна
191186, Санкт-Петербург, Большая Морская, 18

Аннотация: керамогранит является перспективным материалом в строительстве благодаря своим высоким прочностным и декоративным свойствам. Анализ исследования направлен на изучение влияния технологических параметров и свойств керамогранита, а также оптимизации его использования, что обусловлено растущим спросом на этот материал.

Статья подразумевает изучение состава керамогранита: полевого шпата, глина, каолин и кварцевый песок, в процессе производства, который включает прессование ($400\text{--}500\text{ кг/см}^2$) и обжиг ($1200\text{--}1300\text{ }^\circ\text{C}$). Установлено, что оптимальные технологические

параметры существенно улучшают прочность и устойчивость керамогранита. Определены оптимальные условия обжига и прессования для достижения высоких эксплуатационных характеристик. Варьирование компонентов позволит разработать новые модификации керамогранита. **Ключевые слова:** Керамогранит, технологические параметры, производство, прочность, устойчивость, обжиг, прессование.

N. A. Sinitsin

Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design
191186, St. Petersburg, Bolshaya Morskaya, 18

ANALYSIS OF PORCELAIN STONEWARE PROPERTIES AND ITS ROLE IN INTERIOR DESIGN

Annotation: porcelain stoneware is a promising material in construction due to its high strength and decorative properties. The analysis focuses on studying the influence of technological parameters and the properties of porcelain stoneware, as well as optimizing its use, driven by the growing demand for this material.

The article examines the composition of porcelain stoneware, which includes feldspar, clay, kaolin, and quartz sand. The production process involves pressing ($400\text{--}500\text{ kg/cm}^2$) and firing ($1200\text{--}1300\text{ }^\circ\text{C}$). It has been established, that optimal technological parameters significantly enhance the strength and durability of porcelain stoneware. The study identifies the ideal conditions for firing and pressing to achieve superior performance characteristics. By varying components, new modifications of porcelain stoneware can be developed.

Keywords: Ceramic granite, technological parameters, production, strength, durability, firing, pressing.

Существует множество способов создать уникальный дизайн, и каждый из них требует тщательного подбора отделочных материалов. Они могут быть более традиционные как натуральные породы камня, или дерево. Но существуют и более современные материалы, которые, не уступают натуральным. Сегодня мы поговорим о керамограните. Это относительно новый материал, его разработали в Италии в 1978 году, и предназначался он для помещений, подвергающихся высоким механическим нагрузкам, и имеющим высокие показатели проходимости. На сегодняшний день, его используют не только для укладки пола, но и в качестве облицовки стен, фасадов и декоративных элементов. Его популярность объясняется гибким ассортиментом цветов, текстур, возможностью имитировать другие материалы. [2]

Ключевые физико-механические свойства керамогранита[3]:

- Прочность и износостойкость. Керамогранит отличается высокой устойчивостью к механическим нагрузкам, ударам и истиранию, что делает его идеальным для полов в помещениях с интенсивным движением, а также для общественных и коммерческих пространств.
- Влагостойкость и морозостойкость. Благодаря практически нулевой пористости (водопоглощение $\leq 0,5\%$), керамогранит не впитывает воду, устойчив к пятнам и легко очищается. Это позволяет использовать его во влажных помещениях и на открытом воздухе, даже в условиях сильных морозов.
- Устойчивость к химическим воздействиям. Материал не боится бытовой химии, кислот и щелочей, что облегчает уход и расширяет сферы применения, включая кухни и ванные комнаты.
- Термостойкость. Керамогранит не деформируется при резких перепадах температур, что позволяет использовать его для облицовки каминов, кухонных столешниц и фасадов.
- Экологичность и безопасность. В составе керамогранита отсутствуют вредные примеси, а современные технологии производства делают его безопасным для здоровья и окружающей среды.

За все время существования керамогранита способ его изготовления постоянно совершенствовался и дорабатывался. Состав керамогранита редко меняется: беложгущиеся глины, полевого шпата, кварцевый песок, каолины, натуральные пигменты, вода. [4] Натуральные пигменты вводятся для достижения определенного оттенка. Также вместо них можно использовать красящие оксиды. Самым популярным является традиционный способ, подразумевающий 4 основных этапа:

- Подготовка сырья и замес. Сырьё тщательно измельчается и смешивается в определённых пропорциях. Далее строго дозированные вещества перемешиваются. С помощью мокрого помола достигается гранулометрическая однородность. Эта суспензия называется шликером. Затем сырьевая смесь окрашивается пигментами. Окрашивание шликера полностью компьютеризировано. Шликер обезвоживается (атомизация) для снижения влажности до необходимого уровня (около 7%). Данная операция производится в атомизаторе.

- Формовка и прессование. Смесь подаётся в формы и прессуется под высоким давлением (от 400 до 600 кг/см²). Прессование происходит в несколько этапов: сначала удаляется воздух и разрушаются крупные поры, затем происходит уплотнение массы, что обеспечивает высокую плотность и минимальную пористость изделия.

- Сушка. После прессования изделия сушат в тепловых камерах с горячим воздухом для удаления остаточной влаги до нескольких сотых процента.

- Обжиг. Плитки обжигаются при температуре до 1300 °С. При этом происходит спекание компонентов, формируется стекловатый монолит, что придаёт керамограниту высокую прочность, однородность и стойкость к внешним воздействиям.[5]

Изменение этого способа позволяет нам добиваться различных декоративных эффектов и материалов, отличающихся физическими свойствами. Например, керамогранит возможно подвергнуть двукратному обжигу (бикоттура), сначала формируется и обжигается основа, далее наносится глазурь и проводится повторный обжиг.[6] Но такая плитка не такая крепкая как после одинарного обжига, ее не рекомендуется подвергать механически и абразивным нагрузкам. Но благодаря эмали не поглощает влагу и становится не восприимчива к перепадам температур. Благодаря этому такой способ идеально подходит для использования его в интерьерах кухонь, сан узлов, отделки теплых полов.

Также существуют различные способы нанесения рисунков на плоскость плит. Самым перспективным является декорирование, то есть цифровая печать.[7] С помощью высокоточных струйных принтеров перед обжигом наносится заранее запрограммированный рисунок. Используются специальные чернила, которые производятся в Испании на предприятии Torgacid. Главным преимуществом такого способа перед аналогами (ротоколор или шелкография) является фотореалистичное качество текстур, будь то каменные прожилки или структура дерева. Так же значительно сокращается расход пигментов и время на смену печатающегося изображения и цвета. Главным недостатком является цена и сложность производства. Даже относительно остального керамогранита, такой метод требует специального оборудования и красок.

Зачастую керамогранит подвергают дополнительным способам обработки чаще всего это полировка или создание матового эффекта, но наиболее важный - ректификация.[7] Плитки подвергаются точной механической обработке (шлифовке) для получения идеально ровных краёв и размеров. Это позволяет укладывать плитку с минимальными швами. Не менее важно дополнительно покрывать керамогранит защитными эмалями, так как керамогранит имеет в своей основе натуральные материалы, которые реагируют на кислоты и агрессивную бытовую химию. Такие пятна невозможно удалить, можно переполитировать плитку, но если кислота впитается достаточно глубоко, то остается демонтаж и замена поврежденных плиток. Кроме того, защитные эмали упрощают уход за материалом.

Также существует альтернативный способ изготовления керамогранита - экструдированный керамогранит.[8] По свойствам и применению он сравним с клинкером, используется чаще всего для экстерьерной отделки дома, лестниц, мангальных или зон барбекю. Этот метод отличается от традиционного тем, что после замешивания смеси, вместо того что бы сформировать плиты и отправить их на просушку, влажная керамическая масса попадает в экструдер, из которого выдавливается горизонтально. Благодаря этому возможно создание ступеней с «литым капиносом»: носик ступени составляет единое целое с плитой, так же, как и у клинкера. Главным преимуществом экструдированного керамогранита перед клинкером это его минимальное влагопоглощение от 0,5 до 3%. Но он более хрупкий, боится ударных нагрузок и падений предметов, которые могут повредить эстетический внешний вид или полностью расколоть часть плитки. Производят экструдированный керамогранит Stroher, Interbau, Gres de Aragon, Exagres, Gresmanc, Maug и многие другие заводы Испании и Германии. Эта технология дешевле в себестоимости и производительность по сравнению с клинкерным производством больше от 20 до 40 раз. Этот способ более дешевый в изготовлении и производстве чем клинкер, но при неаккуратном использовании склонен к разрушению, поэтому более практичным решением будет использование клинкера.

Разобравшись в методах создания керамогранита и его свойствах, можно проанализировать популярные решения использования керамогранита. На данный момент высокоточные принтеры позволяют делать полную имитацию деревянной текстуры, имитация редких пород, состаренное дерево и эффект браширования создают уникальную эстетику. Наиболее уместно использовать такую технологию в пространствах повышенной влажности, благодаря своей влагостойкости керамогранит становится более практичным решением чем использование натуральных пород дерева. Продолжая тему имитации натуральных материалов, используется технология «карвинга» - поверхность керамогранита с легким рельефом, который наносят по специальной технологии химическими соединениями в процессе производства. Рельеф в виде впадин и неровностей подчеркивает прожилки мрамора и таким образом придает плитам вид натурального камня. Благодаря эффекту карвинговых чернил на фоне нейтрального оттенка, плитку можно применять для отделки пространств большой площади и использовать в роли акцента. Например, для выделения функциональных зон. При полированном покрытии и хорошем освещении карвинг создает эффект сияния на полотне, что помогает визуально увеличить комнату. Также реалистичный рисунок приятен на ощупь, а глазурь, покрывающая его, легко очищается. В крупно-пролётных пространствах уместно использование крупноформатных плит для визуальной цельных поверхностей, при этом технология «smart connection» позволяет узору не прерываться на каждой плитке.

Кроме того, эту технологию можно использовать для создания дизайна кухни (фартук, столешница, остров). Что касается жилых пространств спален и гостиных существует специальная текстура керамогранита – Лаппатирование или эффект «baby-skin». Это полуматовый материал устойчивый к износу, шелковистая и приятная на ощупь. В сочетании с технологией теплого пола можно создать по-настоящему уютные и комфортные пространства.

Важным аспектом при выборе отделочных материалов становится их экологическая безопасность. Многие производители керамогранита сегодня используют переработанные материалы и внедряют энергосберегающие технологии производства. Наличие международных сертификатов, таких как LEED и ISO 14001, подтверждает, что продукция соответствует высоким стандартам экологичности и безопасности для здоровья человека. Это делает керамогранит не только эстетически привлекательным и прочным, но и ответственным выбором для тех, кто заботится об окружающей среде. При выборе керамогранита стоит обращать внимание на наличие экологических сертификатов, которые подтверждают соответствие продукции международным стандартам. Это гарантирует, что материал не содержит вредных веществ и безопасен для использования в жилых помещениях.

На рынке керамогранита выделяются несколько ведущих производителей, заслуживших доверие профессионалов. Atlas Concorde (Италия): Известен своими инновационными технологиями и высоким качеством продукции. Предлагает широкий выбор керамогранита для интерьеров и экстерьеров, включая коллекции, имитирующие натуральный камень, дерево и бетон. Marazzi (Италия): Один из старейших и самых известных производителей керамической плитки и керамогранита. Предлагает широкий выбор продукции для различных стилей интерьера, от классики до модерна. Porcelanosa (Испания): Известен своим элегантным дизайном и высоким качеством продукции. Предлагает широкий выбор керамогранита для интерьеров и экстерьеров, включая коллекции, имитирующие мрамор, дерево и металл. Kerama Marazzi (Россия): Крупнейший российский производитель керамической плитки и керамогранита. Предлагает широкий выбор продукции для различных целей и бюджетов. Estima (Россия): специализируется на производстве технического керамогранита для промышленных и коммерческих объектов. Каждый из этих производителей предлагает широкий ассортимент керамогранита для различных целей и задач.

Подводя итог, можно выявить ключевые плюсы керамогранита в интерьере: при должной эксплуатации и обработке этот материал долговечен и износостоек; благодаря огромному разнообразию текстур и цветов универсален в использовании, уместен как в общественных или жилых помещениях, так и в зонах повышенной влажности; керамогранит более простой в уходе, он впитывает вещества гораздо хуже, чем натуральные камни. К недостаткам керамогранита можно отнести сложность монтажа и резки плитки, это стоит учитывать при подборе подрядчиков на объектах; так же керамогранит гораздо тяжелее простой плитки; использование может быть дорогим из-за стоимости самого материала (особенно импортного), формата, логистики и монтажа. При ограниченном бюджете можно выбрать отечественные или менее крупноформатные варианты.

Уникальные свойства и широкие декоративные возможности керамогранита делают его незаменимым в современном дизайне интерьера. Благодаря постоянному развитию технологий и появлению новых трендов керамогранит продолжает расширять границы применения, оставаясь актуальным выбором для самых разных задач оформления пространства.

Научный руководитель: доцент кафедры дизайна интерьера и оборудования Петров Е. Н.

Scientific supervisor: associate Professor of the Department of Interior Design and Equipment Petrov E. N.

Список литературы

1. **Общая информация о керамограните.** URL: <https://keramogranit-rus.ru/obshchaya-informaciya-o-keramogranite/> (дата обращения: 15.04.2025)
2. **Керамогранит - что это за материал? Где применяется и почему пользуется популярностью для отделки.** URL: <https://stroytorg812.ru/content/articles/detail.php?ID=252264> (дата обращения: 15.04.2025)
3. **Керамогранит. Характеристики. Область применения.** URL: https://kafelonline.ru/articles/keramogranitkharakteristikioblastprimeneniia/?utm_source=google.com&utm_medium=organic&utm_campaign=google.com&utm_referrer=google.com (дата обращения: 15.04.2025)
4. **Как делают керамогранит.** URL: <https://laparet.ru/advices/kak-delayut-keramogranit/> (дата обращения: 15.04.2025)
5. **Технология производства керамогранита.** URL: <https://www.keramogranit.ru/articles/tekhnologiya-proizvodstva-keramogranita/> (дата обращения: 15.04.2025)
6. **Что такое глазурованный керамогранит?** URL: <https://kdv.ru/articles/keramogranit-pod-mramor-interiere/> (дата обращения: 15.04.2025)
7. **Виды технологий производства керамогранита.** URL: <https://grasaro.ru/blog/tekhnologiya-proizvodstva-keramogranita/> (дата обращения: 15.04.2025)
8. **Клинкер или экструдированный керамогранит.** URL: <https://sibirkeramika.ru/news/klinker-ili-ekstrudirovannyj-keramogranit-v-chem-otliche/> (дата обращения: 15.04.2025)

References

1. Obshchaya informaciya o keramogranite. URL: <https://keramogranit-rus.ru/obshchaya-informaciya-o-keramogranite/> [General information on porcelain stoneware]. (date accessed: 15.04.2025)

2. Керамогранит - что это за материал? Где применяется и по чему пользуется популярностью для отделки. URL: <https://stroytorg812.ru/content/articles/detail.php?ID=252264> [Porcelain stoneware - what kind of material is it? Where it is used and why it is popular for decoration]. (date accessed: 15.04.2025)
3. Керамогранит. **Характеристики. Область применения.** URL: https://kafelonline.ru/articles/keramogranitkharakteristikioblastprimeneniia/?utm_source=google.com&utm_medium=organic&utm_campaign=google.com&utm_referrer=google.com [Porcelain stoneware. Characteristics. Area of application.]. (date accessed: 15.04.2025)
4. Как делают керамогранит. URL: <https://laparet.ru/advice/kak-delayut-keramogranit/> [How porcelain stoneware is made]. (date accessed: 15.04.2025)
5. Технология производства керамогранита. URL: <https://www.keramogranit.ru/articles/tekhnologiya-proizvodstva-keramogranita/> [Technology of porcelain stoneware production]. (date accessed: 15.04.2025)
6. Что такое глазурованный керамогранит? URL: <https://kdv.ru/articles/keramogranit-pod-mramor-v-interiere/> [What is a glazed porcelain stoneware?]. (date accessed: 15.04.2025)
7. Виды технологий производства керамогранита. URL: <https://grasaro.ru/blog/tekhnologiya-proizvodstva-keramogranita/> [Types of porcelain stoneware production technologies]. (date accessed: 15.04.2025)
8. Клинкер или экструдированный керамогранит URL: <https://sibirkeramika.ru/news/klinker-ili-ekstrudirovannyj-keramogranit-v-chem-otlichie/> [Clinker or extruded porcelain stoneware]. (date accessed: 15.04.2025)

УДК – 687.16

В.С. Смирнова

СОВРЕМЕННЫЕ МАТЕРИАЛЫ В СЦЕНИЧЕСКОМ КОСТЮМЕ: СОЗДАНИЕ ОБРАЗА ДЛЯ ФОЛК-ИСПОЛНИТЕЛЬНИЦЫ ANILEDA

*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна
191186, Санкт-Петербург, Большая Морская, 18*

Статья посвящена исследованию возможностей применения современных материалов в создании сценического костюма для фолк-исполнительницы ANILEDA. В работе рассматривается процесс изготовления корсета из «жидкого пластика», а также использование светоотражающей ткани для усиления визуального воздействия на сцене. Особое внимание уделяется сочетанию традиционных фолк-мотивов с современными технологиями, что позволяет создать уникальный, запоминающийся образ. Анализируется влияние выбранных материалов на сценическую выразительность и взаимодействие с окружением на примере опыта автора по использованию нетрадиционных материалов в сценических костюмах. Результаты исследования могут быть полезны дизайнерам костюма, театральным художникам и исполнителям, стремящимся к экспериментам в сфере сценического образа.

Ключевые слова – сценический костюм, современные материалы, «жидкий пластик», световозвращающие материалы, фолк-образ, ANILEDA, дизайн костюма, современные технологии в моде, экспериментальные материалы, сценическая выразительность.

V.S. Smirnova

St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design
18 Bolshaya Morskaya str., Saint Petersburg, Russia, 191186

THE INFLUENCE OF TECHNOLOGICAL INNOVATIONS ON THE REALIZATION OF AN ARTISTIC IDEA IN STAGE COSTUME.

The article is devoted to the study of the possibilities of using modern materials in creating a stage costume for folk singer ANILEDA. The paper examines the process of making a corset from “liquid plastic”, as well as the use of reflective fabric to enhance the visual impact on the stage. Special attention is paid to the combination of traditional folk motifs with modern technology, which allows you to create a unique, memorable image. The influence of the selected materials on stage expressiveness and interaction with the environment is analyzed using the example of the author’s experience in using non-traditional materials in stage costumes. The research results may be useful to costume designers, theater artists, and performers seeking to experiment in the field of scenic imagery.

Keywords – stage costume, innovative materials, liquid plastic, reflective fabrics, folk image, ANILEDA, costume design, modern technologies in fashion, experimental materials, scenic expressiveness.

Сценический костюм является важнейшим элементом создания художественного образа в театре, кино, на концертных площадках и других сценических пространствах. Он не только отражает эпоху, социальный статус и характер передаваемого образа, но и способствует формированию эмоционального восприятия произведения зрителем в целом. Традиционно, создание сценического костюма опиралось на ручной труд и ограниченный набор материалов [1]. Однако, в последние десятилетия технологические инновации кардинально изменили процесс создания костюмов, в том числе и сценических, открыв новые возможности для реализации самых смелых и сложных художественных замыслов. Данная статья посвящена исследованию влияния новых материалов, технологий и возможностей,

предоставляемых современными инновациями, на реализацию художественного замысла и восприятие сценического образа на основании опыта автора по использованию современных материалов при создании проекта сценического костюма для фолк-исполнительницы ANILEDA.

Актуальность данного исследования обусловлена стремительным развитием технологий и их активным внедрением во все сферы жизни, включая искусство и культуру. Сценический костюм, как одно из направлений прикладного искусства, не является исключением.

Целью данной статьи является исследование возможностей применения инновационных материалов, таких как «жидкий пластик» и световозвращающие материалы в создании сценического костюма для фолк-исполнительницы ANILEDA, а также анализ влияния применения современных технологичных материалов на визуальную выразительность образа на примере разработанных автором образов.

ANILEDA - это российская певица, работающая на стыке электронной музыки, экспериментального фолк-звучания и визуального перформанса. Её творчество отличается авангардной эстетикой, сочетающей современный экспериментальный стиль с традиционными элементами, что делает её идеальной музой для проектов с инновационными материалами и трансформативными сценическими образами.

В рамках проекта создается образ русской княгини-воительницы из песни ANILEDA «Русь» — сильной духом наследницы древней династии, сочетающей воинственность и женственную хрупкость (рисунок 1).



Я девица со Руси
Им меня не обойти
А у сердца амулет
Амулету – сотни лет
В небе журавлиный клин
Я с династии княгинь!
Как глубокая река
Размывает берега
Так не ведает краёв
Русь, к тебе моя любовь!



Рис. 1. Певица ANILEDA [2]

Одной из принципиальных задач при работе над данным проектом стала разработка концепции костюма, сочетающего фолк-эстетику с современными материалами. Создание сценического образа для фолк-исполнительницы ANILEDA потребовало принципиально нового подхода к синтезу традиционных элементов и современных технологичных материалов. Концептуальной основой проекта стало переосмысление образа русской княгини-воительницы в доспехах с кольчугой через призму технологического искусства, где архаичные символы и силуэты получают новое воплощение благодаря инновационным материалам. Корсет, выполненный из «жидкого пластика», повторяя очертания фигуры, создает переосмысленный образ военных доспехов, но за счет современной структуры приобретает совершенно новые визуальные и тактильные качества. Образ кольчуги перекочевал в форме световозвращающей сетки на юбку, что придает особую динамику костюма за счет отражения яркого света софит.

Технологический аспект разработки включал эксперимент по совмещению материалов с разными физическими свойствами. «Жидкий пластик», обладающий структурной жесткостью, сочетается с пластичными световозвращающими материалами, что, несмотря на физическую скованность за счет плотности корсета, визуально облегчает образ и позволяет сохранить необходимый баланс между жесткостью образа княгини-воительницы и легкостью молодой исполнительницы.

Цветовая гамма сознательно ограничена темными и серебристо-белыми оттенками, что подчеркивает технологичность образа, княгиня-воительница приобретает совершенно современный и футуристичный вид, устремленный в будущее. Результатом стала уникальная визуальная система, где архаика и футуризм не противоречат, а взаимно усиливают друг друга, создавая новый язык сценического образа.

Современные инновационные материалы открывают новые возможности для создания выразительных сценических образов, сочетающих художественную концепцию с технологичностью исполнения. В данном исследовании особое внимание уделено двум перспективным материалам - жидкому пластику и световозвращающим материалам, которые позволяют переосмыслить традиционный подход к созданию сценического костюма.

«Жидкий пластик», представляющий собой материал на основе поликапролактона, обладает уникальным набором характеристик, делающих его особенно ценным для театрального и сценического костюма. Такой материал размягчается при температуре около 70°C и демонстрирует исключительную пластичность в процессе формования, позволяя создавать сложные объемные конструкции с высокой степенью детализации, что особенно важно при изготовлении таких элементов как корсеты или структурные детали костюма. После завершения процесса термического воздействия «жидкий пластик» приобретает значительную механическую прочность при сохранении

относительно небольшого веса, что критически важно для сценического костюма, предназначенного для активного движения (рисунок 2).



Рис.2. Эскизы образа для ANILEDA. Разработка автора статьи

Особого внимания заслуживают декоративные возможности материала - он прекрасно воспринимает различные пигменты, металлические порошки и другие добавки, позволяя создавать разнообразные визуальные эффекты. [3]

Не менее важным компонентом исследуемого сценического образа выступают современные световозвращающие ткани, которые принципиально меняют взаимодействие костюма со сценическим освещением. Эти материалы характеризуются коэффициентом отражения в диапазоне от 300 до 700 кд/лк·м² в зависимости от типа поверхности и структуры материала, а также углом рассеивания от 30 до 60 градусов, что позволяет создавать разнообразные визуальные эффекты в зависимости от художественной концепции. Световозвращающие ткани состоят из нескольких ключевых элементов, каждый из которых выполняет свою функцию. Основу материала составляет базовая ткань-основа, которая может быть изготовлена из полиэстера, нейлона или хлопка. На эту основу наносят специальные световозвращающие элементы – микропризмы или стеклянные микрошарики. [4]

Важным преимуществом современных световозвращающих материалов является их способность гармонично сочетаться с традиционными текстильными материалами, что открывает широкие возможности для творческих экспериментов. Для данного образа был выбран легкая световозвращающая сетка из полиэстера, поддерживающая легкость разрабатываемого образа с минимальным коэффициентом светотражения для облегчения визуального восприятия.

Экспериментальное внедрение инновационных материалов в сценический костюм потребовало комплексной оценки их практической применимости с точки зрения, как технических характеристик, так и удобства использования. В ходе пробной эксплуатации костюма были выявлены как преимущества, так и ограничения использованных материалов. «Жидкий пластик», несмотря на свою технологическую сложность в обработке, продемонстрировал неожиданную функциональность - созданный корсет при весе 850 грамм обеспечивал необходимую поддержку, сохраняя при этом свободу дыхания и движения. Однако длительное ношение (свыше 40 минут непрерывно) выявило проблему недостаточной воздухопроницаемости материала, что потребовало облегчения конструкции со стороны спины для обеспечения вентиляционной способности корсета костюма (рисунок 3).

Световозвращающие материалы показали себя как наиболее перспективные составляющие костюма с точки зрения сочетания функциональности и зрелищности. Их малый вес (не более 300 г/м²) и гибкость не создавали дополнительной нагрузки при проведении пробной эксплуатации, при этом сохраняя визуальную эффективность. Особого внимания заслуживает акустический аспект - в отличие от традиционных металлических декоративных элементов, использованные материалы не создают паразитных шумов при движении, что особенно важно для вокального исполнения.

Именно использование новых материалов при пошиве сценического костюма является наиболее перспективной и часто применимой на практике инновацией.

В целом технологические инновации оказывают значительное влияние на художественную выразительность и функциональность сценического костюма в частности:

- влияют на точное соответствие художественному замыслу автора;
- обладают уникальными визуальными эффектами;
- отвечают требованиям удобства и функциональности для актера;
- обладают повышенной прочностью и долговечностью;

– обеспечивают точное формообразование с сохранением заданных силуэтов.



Рис. 3. Корсет из «жидкого пластика» и светоотражающая сетка. Фото автора

Использование нетрадиционных материалов, таких как «жидкий пластик» и световозвращающие материалы, принципиально трансформирует художественную выразительность сценического образа, привнося в него новые визуальные, тактильные и динамические изменения. Эти материалы не просто заменяют традиционные элементы костюма, но создают принципиально иной язык визуальной коммуникации, где форма перестает быть статичной, а начинает взаимодействовать со светом и движением, порождая постоянно меняющийся визуальный нарратив. «Жидкий пластик» с его футуристичной фактурой и способностью точно передавать сложные формы придает костюму скульптурную выразительность, превращая тело исполнителя в движущийся арт-объект, где игра бликов и рефлексов становится полноценной частью сценической драматургии. Светоотражающие элементы добавляют временное измерение в восприятие образа - их визуальные характеристики радикально меняются в зависимости от освещения и ракурса, создавая эффект «живого» костюма, который трансформируется прямо на глазах у зрителя. Этот технологический симбиоз не только усиливает эмоциональное воздействие, но и создает новый тип сценического присутствия, где материальность костюма обретает почти магические свойства, размывая границы между реальным и фантастическим, традиционным и авангардным. В результате образ приобретает многомерную выразительность, работающую одновременно на визуальном, символическом и технологическом уровнях, что особенно значимо для современного исполнительского искусства, требующего новых способов диалога со зрителем.

В будущем эволюция технологических инноваций в области дизайна сценического костюма обещает открытие новых, захватывающих горизонтов для творческого процесса и реализации художественного замысла. Уже сегодня наблюдается стремительное развитие и интеграцию технологий, но грядущие десятилетия, несомненно, принесут еще более революционные изменения. В будущем ожидается появления тканей с ещё более широким спектром свойств: самовосстанавливающиеся, способные менять цвет под воздействием различных факторов, обладающие интегрированными сенсорами для отслеживания движений актера и реагирующие на внешние условия. Эти материалы позволяют создавать костюмы, обладающие невиданной ранее функциональностью и способностью взаимодействовать со средой и зрителем, что откроет новые возможности для визуальных эффектов и визуализации хода повествования.

Научный руководитель: доцент кафедры конструирования и технологии швейных изделий ФГБОУ ВО «СПбГУПТД», к.т.н., доцент Брезгина С.А.

Scientific supervisor: associate professor of the Clothing Products Design and Technology Department, PhD, associate professor Brezgina S.A.

Список литературы

1. Карпенко В.Н., Ежеченко П.С., Карпенко И.А. Сценический костюм как одно из выразительных средств хореографического искусства // Таврический научный обозреватель. 2017. №2 (19). – С.42-48.
2. Официальная страница ANILEDА URL: <https://vk.com/anileda.mp33> (дата обращения : 16.04.2025)
3. Исаева С.В., Слепнева Е.В. Применение полимерных материалов в бутафории декорационного искусства // Вестник Казанского технологического университета. 2013. №9. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/primenenie-polimernyh-materialov-v-butaforii-dekoratsionnogo-iskusstva> . (дата обращения : 16.04.2025)
4. **Петросова, И.А.** Применение в костюме светоотражающих и оптоволоконных материалов для получения эффекта свечения от сценического освещения / И.А. Петросова, Н.И. Кеворкова, А. Н. Козьмова [и др.] // Костюмология. – 2024. – Т 9. – №1. – URL: https://kostumologiya.ru/PDF/20TLKL_124.pdf (дата обращения: 16.04.2025).

References

1. Karpenko V.N., Ezhechenko P.S., Karpenko I.A. Scenicheskiy kostyum kak odno iz vy`razitel'ny`x sredstv xoreograficheskogo iskusstva // Tavricheskij nauchny`j obozrevatel`. 2017. №2 (19). – S.42-48.
2. Oficial'naya stranicza ANILEDА URL: <https://vk.com/anileda.mp33> (data obrashheniya : 16.04.2025)
3. Isaeva S.V., Slepneva E.V. Primenenie polimerny`x materialov v butaforii dekoracionnogo iskusstva // Vestnik Kazanskogo tekhnologicheskogo universiteta. 2013. №9. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/primenenie-polimernyh-materialov-v-butaforii-dekoratsionnogo-iskusstva> . (data obrashheniya : 16.04.2025)
4. Petrosova, I.A. Primenenie v kostyume svetootrazhayushhix i optovolokonny`x materialov dlya polucheniya e`ffekta svecheniya ot scenicheskogo osveshheniya / I.A. Petrosova, N.I. Kevorkova, A. N. Koz'mova [i dr.] // Kostyumologiya. – 2024. – T 9. – №1. – URL: <https://kostumologiya.ru/PDF/20TLKL124.pdf> (data obrashheniya: 16.04.2025).

УДК

К.И. Смолева

ОСОБЕННОСТИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ИСТОРИЧЕСКИХ, ЛИЧНОСТНЫХ ВЫСТАВОК НА БАЗЕ «ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ КУЛЬТУРЫ «ГОСУДАРСТВЕННОГО МЕМОРИАЛЬНОГО МУЗЕЯ А.В. СУВОРОВА»»

*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна
191186, Санкт-Петербург, Большая Морская, 18*

В данной работе рассматривается процесс проектирования выставок, посвящённых историческим фигурам и событиям, на примере Государственного мемориального музея А.В. Суворова и выставки в нем посвящённой «Образу Суворова». *Анализируется важность концептуального подхода, выбора экспонатов и дизайна выставочного пространства, а также акцентируется внимание на том, как выставки могут способствовать глубокому пониманию исторического контекста и жизни выдающейся личности. В работе поднимается вопрос о том, как вовлечь молодую аудиторию и создать эмоционально насыщенный опыт, который бы не только информировал, но и вдохновлял на дальнейшее изучение истории* В результате такого подхода выставки становятся не только образовательным, но и культурным событием, способствующим более глубокому восприятию наследия и истории.

Ключевые слова: проектирование, тенденции, культурное наследие, музей, выставки, исторические персонажи, Государственный мемориальный музей А.В. Суворова, экспонаты, дизайн выставочного пространства, молодая аудитория, культурное наследие, традиционные ценности, инновации.

K.I. Smoleva

Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design
191186, St. Petersburg, Bolshaya Morskaya, 18

FEATURES OF DESIGNING HISTORICAL, PERSONAL EXHIBITIONS ON THE BASIS OF THE “STATE BUDGETARY CULTURAL INSTITUTION “STATE MEMORIAL MUSEUM OF A.V. SUVOROV”

This paper examines the process of designing exhibitions dedicated to historical figures and events, using the example of the State Memorial Museum of A.V. Suworov and its exhibition dedicated to the “Image of Suworov”. The importance of the conceptual approach, the choice of exhibits and the design of the exhibition space is analyzed, and attention is focused on how exhibitions can contribute to a deep understanding of the historical context and the life of an outstanding figure. The paper raises the question of how to engage young audiences and create an emotionally rich experience that would not only inform but also inspire further study of history. As a result of this approach, exhibitions become not only educational but also a cultural event that contributes to a deeper perception of heritage and history.

Keywords: design, trends, cultural heritage, museum, exhibitions, historical figures, State Memorial Museum of A.V. Suworov, exhibits, exhibition space design, young audience, cultural heritage, traditional values, innovation.

Проектирование выставок – это сложный процесс, в котором художнические решения сочетаются с эргономикой, удобством и культурными целями. Особенно это актуально для учреждений, таких как «Государственный мемориальный музей А.В. Суворова», который выступает не только в роли музея, но и как культурная площадка для взаимодействия с широкой аудиторией. Рассмотрим более детально, как проектирование выставок связано с историческими личностями, а также какие особенности и подходы можно использовать для создания успешных музейных экспозиций.

Когда мы говорим об исторических и личностных выставках, их важность нельзя переоценить. Эти экспозиции становятся своеобразными проводниками в мир прошлого, они призваны знакомить зрителей с важными

событиями и фигурами, которые оказали значительное влияние на ход истории. Выставки помогают формировать понимание исторического контекста, предоставляя возможность не только увидеть артефакты, но и осмыслить их значение в рамках более широкой исторической картины.

Каждая выставка, посвященная таким знаковым личностям, как Александр Суворов, является не только образовательным материалом, но и эмоциональным опытом. Здесь важно не только информировать зрителя о фактах его жизни, но и создать атмосферу, способствующую погружению в эпоху. Это можно достичь с помощью продуманного дизайна, где каждый элемент экспозиции – от текстов и объектов до их расположения и взаимодействия со светом – работает на создание целостного восприятия.

Дизайнер выставок должен учитывать множество аспектов. Прежде всего, необходимо четко определить цель экспозиции и целевую аудиторию. Важно понимать, кто будет приходить на выставку: студенты, исследователи, семьи с детьми или же туристы. Исходя из этого, дизайнер разрабатывает концепцию, которая будет максимально интересна и доступна для каждого из этих сегментов. Например, для молодого поколения можно использовать мультимедийные технологии, интерактивные установки, которые позволят глубже вовлечь зрителя в процесс, а для более старшего поколения акцент может быть сделан на традиционные инструменты и формы, такие как текстовые объяснения и звуковые аудиогиды.

Также нельзя забывать о визуальном воздействии. Выбор цветовой палитры, текстур и материалов может значительно повлиять на восприятие экспозиции. Применение особых световых решений создает нужное настроение и подчеркивает важные аспекты, таким образом выделяя ключевые экспонаты. К тому же, успешно продуманные маршруты движения зрителей внутри выставочного пространства могут способствовать лучшему усвоению информации и последовательному восприятию истории.

Помимо этого, проектирование выставок требует внимания к культурным ценностям и традициям, особенно когда речь идет о фигурах, таких как Суворов, который олицетворяет дух национальной идентичности и военной доблести. Экспозиция должна не только передавать факты о его жизни, но и вызывать чувство гордости за достижения и осознание их значимости в контексте времени.

Наряду с техническими аспектами проектирования выставок, важно учитывать и задачу создания сообщества вокруг экспозиции. Выставки могут стать местом для обсуждения, обмена мнениями и восприятия культурного наследия в современном контексте. Они способствуют формированию активного культурного диалога, который может выходить за рамки стен музея, позволяя людям делиться своими историями, связанными с теми или иными событиями.

Таким образом, проектирование выставок – это не только визуальное искусство, но и сложное многопрофильное взаимодействие, которое влияет на ощущение времени и пространства, а также на понимание культурных и исторических процессов. «Государственный мемориальный музей А.В. Суворова» и подобные ему учреждения выполняют важную роль в сохранении и передаче исторической памяти, и от качества проектирования выставок зависит, насколько эффективно это наследие будет восприниматься современными зрителями.

Проектирование выставок в мемориальном музее А.В. Суворова действительно обладает уникальными аспектами, требующими детального и внимательного анализа. Начнем с того, что Суворов — это фигура, обладающая не только военными заслугами, но и значительным влиянием на развитие российской армии и формирование национальной идентичности. Поэтому каждая деталь выставки, начиная от концепции и заканчивая выбором экспонатов, должна быть нацелена на то, чтобы отразить сложность и многообразие его жизни и эпохи. (Рис. 1.).



Рис. 1. Итог проектирования выставки «Образ Суворова»

Первым шагом в проектировании выставки является глубокое исследование тематики. Это включает в себя сбор и анализ исторических данных о жизни Суворова. Необходимо извлечь информацию из архивных материалов: его дневники, письма и мемуары современников, а также научные статьи и исследования современных историков, которые могут предоставлять актуальный взгляд на личность полководца и его достижения. Важно учитывать не только сведения о его военной карьере, но и факторы, влияющие на его личность — его воспитание, мировоззрение и философию. Все эти аспекты помогут создать целостный портрет Суворова, который будет понятен и интересен современным зрителям.

Вторым ключевым аспектом является выбор экспонатов. Это не просто коллекция артефактов, это тщательно подобранные элементы, которые должны создавать некую атмосферу и погружать зрителя в эпоху XVIII века. Личные вещи Суворова, такие как оружие, с которым он воевал, и предметы быта, должны быть представлены в контексте его жизни. Однако важным также будет включение дополнительных материалов, которые могут дать более полное представление о времени. Например, письма, которые он писал своим соратникам или близким, позволят увидеть его не только как военачальника, но и как человека — с его переживаниями, надеждами и страхами.

Картографические материалы, такие как карты военных сражений, будут полезны для создания визуальной истории его кампаний. Они помогут зрителю понять стратегические сложности, с которыми сталкивался Суворов в своих походах. Такая визуализация важна, поскольку она делает историю более доступной и понятной. Кроме того, подобные экспонаты показывают, как развитие карты и военного дела способствовало успехам, достигнутым Суворовым.

Также стоит обратить внимание на технологии, которые могут быть использованы для ангажирования зрителей. Виртуальная реальность или интерактивные стенды, позволяющие «прожить» отдельные исторические моменты, могут значительно повысить уровень вовлечения. Например, участники выставки могли бы «принять участие» в одной из кампаний Суворова, используя VR-очки, чтобы пережить атмосферу сражений.

Кроме того, оформление пространства выставки должно быть продумано с точки зрения навигации и восприятия. Экспозиция должна быть логически выстроена, чтобы зритель мог последовательно пройти через ключевые моменты жизни и карьеры Суворова, ощущая их значимость. Хорошо подобранное освещение, звуковое оформление и элементы декора будут способствовать созданию нужной атмосферы, погружая зрителей в эпоху его величия.

Не менее важно также организовать образовательные программы, мероприятия и экскурсии для разных категорий аудитории — от школьников до историков. Это может быть реализовано через лекции, дневники, театрализованные представления, которые позволят разным слоям общества глубже понять и оценить наследие Суворова.

Наконец, нельзя забывать об обратной связи и вписывать музейные экспозиции в современный контекст. Проектирование выставок должно учитывать не только историческую ценность, но и важность того, как эти ценности воспринимаются и обсуждаются сегодня. Мемориальный музей Суворова может стать местом для открытых дискуссий о патриотизме, военной стратегии и человеческой морали, тем самым поддерживая живой интерес к славному прошлому России и к наследию одного из её величайших полководцев.

Эмоциональное восприятие зрителей является краеугольным камнем успешного проектирования выставок, особенно когда речь идет о таких исторических фигурах, как Суворов. Дизайнеры и кураторы должны осознавать, что каждая деталь, включенная в выставку, влияет на то, как публике будет восприниматься представленная информация и как она будет взаимодействовать с экспонатами. Для создания действительно незабываемого опыта важно учитывать несколько ключевых аспектов.

Сначала стоит задуматься о концепции взаимодействия. Устойчивый диалог между зрителем и экспонатами может быть достигнут через продуманное использование технологий. Виртуальная реальность (VR) и дополненная реальность (AR) представляют собой мощные инструменты, которые могут трансформировать статическую выставку в динамичное пространство. Посетители могут «вжиться» в исторические моменты, которые связывают их с личностью Суворова. Например, с помощью VR-очков можно реконструировать атмосферу сражений, рассказывая о стратегии и тактике, применяемых командирами. Интерфейсы могут также позволять слушать воспоминания солдат, участвовавших в битвах, что создаст глубокое эмоциональное соединение с историей.

Кроме того, звуковое сопровождение играет важную роль в создании атмосферы. То, что зритель слышит, может дополнить визуальную информацию и усилить погружение в историческую эпоху. Например, звуки оружия, маршей армии и даже обыденного быта людей того времени могут быть интегрированы в экспозицию, чтобы создать более полное ощущение контекста. Эмоциональная «начинка» такого подхода ведет к тому, что зрители начинают не просто смотреть на выставленные предметы, но и «услышать» их историю, почувствовав себя частью того времени.

Игра света и тени также является мощным инструментом, способным изменить восприятие экспонатов. Меняя освещение, дизайнер может акцентировать внимание на ключевых элементах, создавая дополнительный уровень интерпретации и смысла, который зритель сможет воспринять на более эмоциональном уровне. Например, мягкое и теплое освещение может использоваться для освещения личных вещей Суворова, таких как его записи или письма, акцентируя их человечность и близость к зрителям, в то время как яркое и резкое освещение может подчеркивать военные достижения, создавая ощущение силы и мощи.

Важно также продумать интерфейсы, через которые зрители смогут взаимодействовать с экспонатами. Введение интерактивных стендов, где можно получить дополнительную информацию или отсканировать QR-коды, дающие доступ к мультимедийным материалам, поможет установить связь между историей и современностью. Посетители могли бы не только смотреть на предметы, но и стать участниками выставки, задавая вопросы или выбирая,

о каких аспектах истории они хотят узнать больше. Это создает активное вовлечение, позволяя каждому посетителю стать «исследователем», который сам открывает для себя мир Суворова.

Современные технологии действительно являются неотъемлемой частью проектирования выставок, особенно когда речь идет о таких значительных исторических личностях, как Александр Суворов. Интеграция различных технологических средств создает новые возможности для вовлечения зрителей, преодоления традиционных барьеров восприятия истории и превращения выставочного опыта в насыщенную и увлекательную приключенческую историю.

Одним из самых простых, но в то же время эффективных средств — это QR-коды. Установка QR-кодов рядом с экспонатами предоставляет посетителям мгновенный доступ к дополнительной информации. Это могут быть подробные биографии, особенности военного творчества Суворова или даже видеоподборки с историками, которые комментируют влияние его стратегий на современные военные тактики. Такой подход позволяет сделать информацию более доступной и разнообразной, так как каждый посетитель имеет возможность выбрать, что именно ему интересно, и углубиться в это.

Интерактивные экраны открывают новые горизонты для образовательного процесса на выставке. Посетители могут использовать эти экраны для изучения карт походов Суворова, что не только помогает визуализировать маршруты его передвижений, но и способствует пониманию политики и геополитических реалий того времени. Динамичные реконструкции сражений, представленные в виде анимаций или видео, дают возможность видеть действия войск в развитии, что создает эффект присутствия и усиливает эмоциональное восприятие. Звуковые эффекты, такие как звуки сражений или речи Суворова, могут подчеркнуть драматизм событий, привнося в выставку атмосферу эпохи и позволяя публике «послушать» историю. (Рис. 2.).

Элементы виртуальной реальности (VR) могут стать настоящим прорывом в формировании выставочного опыта. Посетители могут надеть VR-очки и «погрузиться» в ключевые моменты эпохи Суворова. Например, они могут стать участниками знаменитых сражений, рассматривая все происходящее вокруг них в 360-градусном формате. Это не только создает уникальное погружение, но и позволяет воспринимать информацию на более интуитивном уровне, который запоминается надолго благодаря ярким эмоциям и опыту.



Рис. 2. Интерактивная игра «Твой Суворов»

Помимо технологий, важным аспектом проектирования выставки является дизайн пространства, который должен гармонично сочетать современные и исторические элементы. Стены могут быть оформлены рельефами, изображающими военные сцены или символические моменты из жизни Суворова, что создает эффект соприкосновения с прошлым. Световое оформление может быть использовано для подчеркивания значимости отдельных экспонатов, а также создания определенного настроения в зависимости от выставочных зон. Например, более яркое освещение может использоваться в тех зонах, где акцент сделан на достижения Суворова, тогда как более низкий уровень света может создать атмосферу для размышлений о сложных и трагичных моментах его биографии.

Создание интерактивных пространств для обсуждений и анализа материалов также играет важную роль. Можно выделить специальные зоны с удобной мебелью, где посетители смогут усаживаться и обсуждать увиденное, задавать вопросы экскурсоводу или взаимодействовать между собой. Это не только формирует сообщество заинтересованных лиц, но и способствует углублению ангажированности посетителей в изучение истории. Таким образом, выставка превращается в не просто пассивное восприятие информации, а в активный диалог, где каждый может делиться своими мыслями и впечатлениями.

Важным аспектом является визуальная концепция выставки. Она должна быть целостной и логичной, отражающей всю тяжесть и величие исторической личности Суворова. Цветовая палитра, шрифты, графика – всё это должно выполнять свою функцию, не отвлекая внимание от сути. Так, тёмные тона могут символизировать эпоху сложных боевых действий и жертв, принесённых на алтарь побед, в то время как яркие акценты могут подчеркивать моменты триумфа и величия.

При проектировании выставки также стоит задуматься о навигации. Удобное размещение информационных табло, атрибутов и вспомогательных материалов может значительно улучшить восприятие содержания. Каждый элемент должен не просто быть красивым, а выполнять свою функцию, ведя посетителя по запланированному маршруту. Это может быть как линейный путь, так и возможность свободного перемещения по пространству с элементами самопознания.

В заключение можно сказать, что проектирование исторических и личностных выставок в «Государственном мемориальном музее А.В. Суворова» – это не только вызов, но и возможность оставить глубокий след в умах и сердцах посетителей. Это процесс, требующий внимания к деталям, исследовательского подхода, эмоционального вовлечения и креативного мышления. Каждый элемент выставки, начиная от выбора экспонатов и заканчивая дизайном пространства, должен быть нацелен на создание целостного опыта, который поможет зрителям не просто узнать о Суворове, но и поймать дух эпохи, в которой он жил. Именно так выставка может стать не только образовательной, но и душевной, вызывая желание продолжать исследовать и познавать историю своей страны.

Список литературы

1. Лекарева, Н. А. Ландшафтная архитектура и дизайн. Единство и многообразие : учебник для студентов архитектурных и дизайнерских специальностей / Н. А. Лекарева. — Самара : Самарский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2011. — 248 с. — ISBN 978-5-9585-0407-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/20475.html> (дата обращения: 26.03.2025).
2. Матюнина, Д. С. История интерьера : учебное пособие для студентов вузов по специальности «Дизайн архитектурной среды» / Д. С. Матюнина. — 4-е изд. — Москва : Академический проект, 2020. — 566 с. — ISBN 978-5-8291-2591-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/110023.html> (дата обращения: 28.03.2025).
3. Зинюк, О. В. Современный дизайн. Методы исследования : монография / О. В. Зинюк. — Москва : Московский гуманитарный университет, 2011. — 128 с. — ISBN 978-5-98079-757-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/8444.html> (дата обращения: 30.03.2025).
4. Благова, Т. Ю. Теория дизайна : учебное пособие для СПО / Т. Ю. Благова. — Саратов : Профобразование, 2021. — 89 с. — ISBN 978-5-4488-1158-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/105160.html> (дата обращения: 30.03.2025).
5. Киреева, Т. В. Архитектурно-ландшафтный анализ в ландшафтном проектировании : учебное пособие / Т. В. Киреева. — Нижний Новгород : Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2025. — 108 с. — ISBN 978-5-528-00601-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/148923.html> (дата обращения: 31.03.2025).

References

1. Lekareva, N. A. Landscape architecture and design. Unity and diversity : a textbook for students of architectural and design specialties / N. A. Lekareva. Samara : Samara State University of Architecture and Civil Engineering, EBS DIA, 2011. 248 p. ISBN 978-5-9585-0407-7. Text : electronic // IPR SMART digital educational resource : [website]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/20475.html> (date of request: 03/26/2025).
2. Matyunina, D. S. Interior History: a textbook for university students specializing in Architectural Environment Design / D. S. Matyunina. — 4th ed. — Moscow : Academic Project, 2020. — 566 p. — ISBN 978-5-8291-2591-2. — Text : electronic // IPR SMART digital educational resource : [website]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/110023.html> (date of request: 03/28/2025).
3. Zinyuk, O. V. Modern design. Research methods : a monograph / O. V. Zinyuk. — Moscow : Moscow University of the Humanities, 2011. — 128 p. — ISBN 978-5-98079-757-7. — Text : electronic // Digital educational resource IPR SMART : [website]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/8444.html> (date of request: 30.03.2025).
4. Blagova, T. Y. Theory of design : a textbook for PDF / T. Y. Blagova. Saratov : Vocational Education, 2021. 89 p. ISBN 978-5-4488-1158-6. Text : electronic // IPR SMART digital educational resource : [website]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/105160.html> (date of request: 30.03.2025).
5. Kireeva, T. V. Architectural and landscape analysis in landscape design : a textbook / T. V. Kireeva. — Nizhny Novgorod : Nizhny Novgorod State University of Architecture and Civil Engineering, EBS DIA, 2025. - 108 p. — ISBN 978-5-528-00601-7. — Text : electronic // IPR SMART digital educational resource : [website]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/148923.html> (date of request: 03/31/2025).

Научный руководитель: преподаватель кафедры дизайна пространственной среды имени проф. Б.Г. Устинова.

Киселева А.А.

Scientific supervisor: teacher of the Department of Spatial Environment Design named after prof. B.G. Ustinov. Kiseleva A.A

К.И. Смолева

ОСОБЕННОСТИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ИСТОРИЧЕСКИХ ВЫСТАВОК НА БАЗЕ «ЗАМКА ГЕОРГЕНБУРГ, В КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ», СОЧЕТАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ТЕНДЕНЦИЙ И ТРАДИЦИОННЫХ ЦЕННОСТЕЙ.

*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна
191186, Санкт-Петербург, Большая Морская, 18*

В данной статье рассматриваются особенности проектирования исторических выставок, которые размещаются в архитектурных памятниках, таких как замок Георгенбург в Калининградской области. Обсуждается сочетание современных тенденций в экспозиционном дизайне с традиционными ценностями, которые придают выставкам особую значимость и уникальность. Исследуются проблемы интеграции технологий в контексте сохранения исторической аутентичности, а также влияние современного общества на восприятие истории. Наша работа стремится подчеркнуть важность оптимального сбалансированного подхода, который бы сочетал инновационные технологии с уважением к культурному наследию.

Ключевые слова: проектирование, тенденции, культурное наследие, музей, замок, традиционные ценности, инновации.

K.I. Smoleva

Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design
191186, St. Petersburg, Bolshaya Morskaya, 18

PECULIARITIES OF DESIGNING HISTORICAL EXHIBITIONS ON THE BASIS OF “CASTLE GEORGENBURG, IN KALININGRAD REGION”, COMBINATION OF MODERN TRENDS AND TRADITIONAL VALUES.

This article deals with the peculiarities of designing historical exhibitions, which are placed in architectural monuments, such as the Georgenburg Castle in the Kaliningrad region. It discusses the combination of modern trends in exposition design with traditional values that give exhibitions special significance and uniqueness. The problems of technology integration in the context of preserving historical authenticity, as well as the influence of modern society on the perception of history are explored. Our work seeks to emphasize the importance of an optimal balanced approach that combines innovative technologies with respect for cultural heritage.

Keywords: design, trends, cultural heritage, museum, castle, traditional values, innovation.

Когда дело касается проектирования исторических выставок, прежде всего необходимо учитывать, что выставка — это не просто место, где разместили экспонаты. Это, в первую очередь, образ, в который встраиваются исторические факты и культурные контексты. Замок Георгенбург, обладающий уникальной историей и атмосферой, предлагает отличную площадку для реализации таких выставок. Вопросы, которые мы должны задавать, касаются не только эстетики, но и того, как современное общество взаимодействует с историей. Как же добиться гармонии между современными тенденциями и традиционными ценностями? Основная цель статьи — исследовать и ответить на данный вопрос, опираясь на опыт проектирования в замке Георгенбург. Будут рассмотрены основные аспекты проектирования исторических выставок в этом замке, а также проанализированы способы интеграции новейших технологий и концептуальных решений с целью создания незабываемого опыта для посетителей. [1]

Замок был построен в бастионном стиле в конце XIX века и стал важным элементом архитектурного наследия Калининградской области. Его историческое значение связано с немецкой культурой и политической историей региона, которая сохраняется даже в условиях постсоветского времени. Неудивительно, что данный замок стал привлекательной площадкой для проведения выставок, связанных с историей и культурой не только данной местности, но и всей Восточной Пруссии. (Рис. 1.).

Его богатая история, архитектура и культурное значение делают его идеальной основой для проведения исторических выставок. В течение веков замок служил не только военной крепостью, но и центром культурной жизни региона. Важно учитывать этот исторический контекст при проектировании выставок, чтобы они не только отображали факты, но и передавали дух времени, в котором они были созданы. [2]



Рис. 1. Современное состояние замка

Одной из ключевых особенностей проектирования выставок в таких исторических зданиях является необходимость учитывать архитектурный контекст. Как можно разместить современные технологии и инсталляции, не нарушая гармонию исторического пространства? Это поднимает много сложных вопросов. При проектировании выставок в таком исторически значимом месте, как замок Георгенбург, необходимо учитывать ряд ключевых факторов. Во-первых, важна способность создать диалог между прошлым и настоящим. Это может включать в себя использование современных технологий, таких как дополненная реальность (AR) или виртуальная реальность (VR), для улучшения восприятия исторических событий (Рис.2.). Например, посетители могут использовать мобильные устройства или специальные очки для взаимодействия с выставочными экспонатами, что позволяет им лучше понять и пережить исторические моменты.



Рис. 2. Пример использования интерактивных экранов, визуализация

Во-вторых, важно сохранить аутентичность и соблюдение исторической точности. Для этого необходимо привлекать специалистов, историков и кураторов, которые смогут обеспечить достоверность представленной информации. Кроме того, использование оригинальных артефактов и реновированных исторических объектов способствует созданию более глубокого эмоционального отклика у посетителей.

В последние годы наблюдается изменение в подходах к проектированию выставок. Участие зрителей в выставочном процессе становится все более актуальным. Использование интерактивных элементов позволяет создать более привлекательную и запоминающуюся среду. Посетители не просто наблюдают за выставкой, но и становятся её активными участниками. Например, создание зон для обсуждения, интерактивного взаимодействия с экспонатами и даже мастер-классов может значительно повысить уровень вовлеченности аудитории. [3]

Кроме того, важным аспектом является внимание к народной культуре, особенно в контексте Восточной Пруссии. Применение мультимедийных технологий и аудиогидов, где например представлены интервью с местными жителями или интересные факты о местности и культуре и это делает выставку более насыщенной и интересной. Это создает возможность для обмена знаниями и поддерживает культурное разнообразие региона.

Что же такое современные тенденции в контексте проектирования выставок? В последние годы наблюдается рост интереса к интерактивным и мультимедийным элементам. Эти новшества позволяют посетителям не просто смотреть на экспонаты, но и взаимодействовать с ними, погружаться в контекст и переживать историю непосредственно. Но как совместить это с традиционными ценностями, на которых основывается сама выставка?

Сочетание современных технологий и традиционных ценностей в проектировании выставок требует тщательного подхода. Важно не только интегрировать новшества, но и сделать это так, чтобы они не затмевали исторический контекст выставляемых материалов. Например, использование видео и аудио эффектов может значительно улучшить экспозицию и сделать ее интересней для юного поколения. Проекционные технологии могут быть использованы для визуализации исторических событий или для создания атмосферы, характерной для определенной эпохи. Такой подход позволяет создать захватывающий визуальный опыт, поддерживающий нарратив выставки без искажения истории.

Основная идея заключается в том, чтобы не забывать о том, что любое современное решение должно служить не только для привлечения внимания, но и для передачи смысла. Что они должны рассказывать? Это не просто красивые картинки и звуки; это интерпретация исторического материала, глубокое понимание культурного контекста, который нам необходимо передать будущим поколениям.

Одним из примеров современных тенденций в музейном дизайне является использование интерактивных элементов. Однако возникает вопрос: степень этого взаимодействия должна быть соразмерной исторической ценности самого экспоната. Необходимо искать баланс, чтобы сохранение исторической точности не страдало под напором современных технологий.

Например, выставка, посвящённая культуре Восточной Пруссии, может использовать технологии дополненной реальности для воссоздания исторических событий и среды. Однако важно сохранить достоверность представляемой информации, чтобы зритель не покидал выставку с ошибочными представлениями. Разработка комплекса таких выставок может потребовать привлечения историков, преподавателей и экспертов в области культурологии.[4]

Если посмотреть на заграничный опыт, то например в Европе есть немало успешных примеров, где на традиционной основе были построены уникальные выставки с использованием современных технологий. Например, выставка в Еврейском музее в Берлине, посвященная виртуальной реконструкции исторической местности, представляет собой знаковую работу, в которой удачно соединены традиционные экспонаты с новыми методами взаимодействия с аудиториями. Сравнив подобный опыт с практикой в замке Георгенбург, можно выявить, какие решения могут быть применены и адаптированы в условиях российской действительности. При проектировании выставки в замке Георгенбург были использованы как исторические артефакты, так и современные мультимедийные представления, что позволило подчеркнуть взаимопроникновение культур. Была показана роль замка в исторических событиях, таких как войны и мирные соглашения. Здесь акцентировались на интерактивных стендах с использованием AR, что позволило посетителям видеть замок и окрестности в исторической перспективе, изучая, как архитектура и общественная жизнь менялись с течением времени.

Необходимо также учитывать, как исторический контекст влияет на восприятие публики. Важно помнить о том, что каждая аудитория уникальна, и то, что подходит одному посетителю, может не сработать с другим. Поэтому особенно важно проводить анализ аудитории, учитывая ее возраст и социальное положение. Это еще одна задача, встающая перед проектировщиками выставок.

Как современные технологии могут улучшить это взаимодействие на основе исторического контекста? Например, использование мобильных приложений, направленных на создание персонализированных маршрутов по выставке на основе интересов посетителя, может значительно улучшить общее впечатление. Это также связано с вопросами доступности и инклюзивности: выставки должны быть доступны для людей всех возрастов и возможностей.

Исследуя особенности проектирования исторических выставок, мы не можем игнорировать психологические аспекты восприятия. Как мы воспринимаем историю? Зачем нам её помнить? Многие психологи утверждают, что взаимодействие с историческим материалом — это не просто изучение фактов, это также эмоциональный процесс. Как же создать атмосферу, в которой зрители могут не только увидеть, но и прочувствовать историю?

Одним из методов, который может оказать положительное влияние на восприятие, является использование нарративных стратегий, которые позволяют провести зрителя по определённой линии, погружая его в исторический контекст. Это может быть сделано через интерактивные элементы, театрализованные представления или даже через создание особых «зон ощущения», где посетитель может изменить своё восприятие времени. Такие способы будут намного эффективней, чем просто изучение исторических артефактов.

Создание исторических выставок в замке Георгенбург требует не только технического мастерства, но и глубокого понимания того, как история воспринимается и интерпретируется современным обществом. Важно помнить, что выставка — это не просто набор экспонатов, а целостный нарратив, который должен вызывать интерес и эмоциональный отклик у посетителей. Для достижения этой цели необходимо использовать разнообразные подходы и методы, которые помогут создать уникальный опыт взаимодействия с историей.

Одним из ключевых аспектов проектирования является создание атмосферы, способствующей погружению в исторический контекст. Это можно достичь через использование звуковых эффектов, освещения и даже запахов, которые ассоциируются с определёнными эпохами или событиями. Например, в залах замка можно воспроизвести звуки средневекового рынка или военных сражений, что позволит посетителям не только увидеть экспонаты, но и «услышать» историю. Такой подход помогает создать уникальный опыт, который значительно усиливает восприятие.[5]

Кроме того, важно учитывать культурные особенности региона и его историческую значимость. Восточная Пруссия имеет богатую историю, которая включает в себя множество культурных влияний. При проектировании выставок стоит обратить внимание на многообразие культурных традиций и их взаимовлияние. Это может быть реализовано через тематические зоны выставки, каждая из которых будет посвящена определённому аспекту культуры региона — от народных ремёсел до архитектурных стилей.

Интеграция современных технологий также играет важную роль в создании интерактивного опыта для посетителей. Например, использование дополненной реальности может позволить зрителям «взаимодействовать» с историческими персонажами или событиями. Посетители могут использовать свои мобильные для сканирования QR-кодов на экспонатах и получать дополнительную информацию или даже участвовать в виртуальных реконструкциях событий. Это не только делает выставку более увлекательной, но и способствует более глубокому пониманию исторического контекста.

Однако важно помнить о необходимости соблюдения баланса между современными технологиями и сохранением исторической точности. Использование технологий должно дополнять, а не заменять оригинальные артефакты. Например, если выставка включает в себя интерактивные элементы, они должны быть основаны на достоверной информации и фактах. Это требует тесного сотрудничества с историками и экспертами в области культурологии для обеспечения точности представленных данных.

Также стоит обратить внимание на образовательный аспект выставок. Важно не только развлекать посетителей, но и предоставлять им возможность учиться и расширять свои знания о истории региона. Для этого можно организовать лекции, мастер-классы или дискуссионные панели с участием экспертов. Такие мероприятия могут стать отличным дополнением к основной выставке и привлечь более широкую аудиторию.

Не менее важным является создание инклюзивной среды для всех категорий посетителей. Выставки должны быть доступны для людей с различными возможностями — от создания удобных маршрутов для людей с ограниченными физическими возможностями до предоставления материалов на разных языках для иностранных туристов. Использование технологий также может помочь в этом: например, мобильные приложения могут предлагать аудиогиды на нескольких языках или специальные функции для людей с нарушениями слуха.

Психологические аспекты восприятия истории также играют важную роль в проектировании выставок. Как мы воспринимаем историю? Почему она важна для нас? Эти вопросы требуют внимательного рассмотрения при создании экспозиции. Использование нарративных стратегий может помочь создать эмоциональную связь между зрителем и представленными материалами. Например, можно разработать сценарии экскурсии, которые будут вести зрителя через ключевые моменты истории региона, позволяя им «пережить» эти события вместе с героями рассказа.[6]

Создание «зон ощущения», где посетители могут взаимодействовать с элементами выставки на более глубоком уровне — ещё один способ усилить эмоциональное восприятие истории. Такие зоны могут включать в себя интерактивные инсталляции или театрализованные представления, которые позволят зрителям стать частью истории.

В заключение стоит отметить, что проектирование исторических выставок — это сложный процесс, требующий внимательного подхода к каждому аспекту: от выбора экспонатов до использования современных технологий и создания эмоционального контекста. Замок Георгенбург предоставляет уникальную возможность для реализации таких проектов благодаря своей богатой истории и архитектурному наследию. Успешная интеграция традиционных ценностей с современными тенденциями позволит создать незабываемый опыт для посетителей и сохранить память о прошлом для будущих поколений.

С каждым годом культурные учреждения понимают, что они не просто хранилища артефактов, а активные участники диалога с обществом. Этот диалог должен основываться на взаимопонимании, уважении к прошлому и открытости к новому. Взаимосвязь Георгенбург, как место, которое насчитывает века истории, должна производиться музейная работа с учетом всех этих аспектов. Только так мы сможем оставить нашим потомкам качественное наследие.

Проектирование исторических выставок на базе «Замка Георгенбург» представляет собой сложный и многогранный процесс, который требует глубокого понимания как исторической значимости объектов, так и современных тенденций в музейной практике. Сочетание современных технологий с традиционными культурными ценностями позволяет создать уникальные и запоминающиеся выставки, которые заинтересуют широчайшую аудиторию. Учитывая вышеизложенные аспекты, можно утверждать, что будущие выставки в замке Георгенбург будут не только образовательными, но и увлекательными, способствуя глубокому пониманию и осмыслению исторического опыта.

Проектирование исторических выставок на базе замка Георгенбург сталкивается с множеством вызовов и возможностей. Внедряя современные технологии, акцентируя внимание на устойчивом развитии и вовлекая общественность в процесс, замок может стать динамичным культурным центром, предоставляющим уникальные и запоминающиеся впечатления для всех посетителей. Такие подходы не только сохраняют, но и приумножают культурное наследие, способствуя его долговечности и актуальности в современном обществе.

Таким образом, особенности проектирования исторических выставок на замков и сочетание современных тенденций и традиционных ценностей продолжают оставаться актуальной темой для исследований, предоставляя богатый потенциал для инноваций и креативного подхода в сохранении и демонстрации культурного наследия.

Список литературы

1. Янтарный Кенигсбер, туроператор, экскурсии в Калининграде и области. URL: <https://amberkenig.ru/dostoprimechatelnosti/zamok-georgenburg/> (дата обращения: 08.04.2025)
2. Воронов В.В Königsberg – Калининград. Город – крепость. Книга 2023. 192 с.
3. Музей и новые технологии. На пути к музею XXI века / С. Э. Зуев, О. Э. Даршт, М. Б. Гнедовский [и др.] ; под редакцией Н. А. Никишин. — Москва : Прогресс-Традиция, 1999. — 223 с. — ISBN 5-89826-037-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/27856.html> (дата обращения: 09.04.2025)

4. «Экспозиция, посвященная первой мировой войны. В рамках создания историко-культурный центр изучения первой мировой войны в г. Гусев калининградской области» - Историко-культурный центр изучения первой мировой войны – 2022 год.

5. Калугина, Т. П. Художественный музей как феномен культуры / Т. П. Калугина. — Санкт-Петербург : Петрополис, 2008. — 244 с. — ISBN 978-5-9676-0146-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/20349.html> (дата обращения: 06.04.2025).

6. Воронцова, Е. А. Роль музеев в информационном обеспечении исторической науки : сборник статей / Е. А. Воронцова. — Москва : Этерна, 2015. — 752 с. — ISBN 978-5-480-00300-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/80971.html> (дата обращения: 07.04.2025).

References

1. Amber Königsberg, tour operator, excursions in Kaliningrad and the region. URL: <https://amberkenig.ru/dostoprimechatelnosti/zamok-georgenburg/> (date of access: 04/08/2025)

2. Voronov V.V. Königsberg - Kaliningrad. City - fortress. Book 2023. 192 p.

3. Museum and new technologies. Towards a museum of the 21st century / S. E. Zuev, O. E. Darshat, M. B. Gnedovsky [et al.]; edited by N. A. Nikishin. - Moscow: Progress-Tradition, 1999. - 223 p. - ISBN 5-89826-037-4. - Text: electronic // Digital educational resource IPR SMART: [site]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/27856.html> (date of access: 09.04.2025)

4. “Exposition dedicated to the First World War. As part of the creation of a historical and cultural center for the study of the First World War in the city of Gusev, Kaliningrad region” - Historical and cultural center for the study of the First World War - 2022.

5. Kalugina, TP Art Museum as a Cultural Phenomenon / TP Kalugina. - St. Petersburg: Petropolis, 2008. - 244 p. - ISBN 978-5-9676-0146-5. - Text: electronic // Digital educational resource IPR SMART: [site]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/20349.html> (date of access: 06.04.2025).

6. Vorontsova, E. A. The role of museums in information support of historical science: a collection of articles / E. A. Vorontsova. - Moscow: Eterna, 2015. - 752 p. - ISBN 978-5-480-00300-0. - Text: electronic // Digital educational resource IPR SMART: [site]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/80971.html> (accessed: 04/07/2025).

Научный руководитель: преподаватель кафедры дизайна пространственной среды имени проф. Б.Г. Устинова.

Киселева А.А.

Scientific supervisor: teacher of the Department of Spatial Environment Design named after prof. B.G. Ustinov.

Kiseleva A.A.

Р.Н. Федорова

РЕСАЙКЛИНГ КОНТЕНТА В СОВРЕМЕННОЙ ПРАКТИКЕ СОЗДАНИЯ КОНТЕНТА

© Р.Н. Федорова, 2025

*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна
191186, Санкт-Петербург, Большая Морская, 18*

В данной статье рассматривается стратегия ресайклинг контента, его повторное использование и адаптация существующих материалов для повышения эффективности контент-маркетинга. Также рассматриваются основные понятия ресайклинга контента, его критерии выбора для переработки, а также методы адаптации под различные платформы и форматы.

Ключевые слова: ресайклинг контента, контент-стратегия, SEO-оптимизация, анализ эффективности, мультиформатность.

R.N. Fedorova

Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design
191186, St. Petersburg, Bolshaya Morskaya, 18

CONTENT RECYCLING IN MODERN CONTENT CREATION PRACTICES

This article explores the strategy of content recycling, which involves repurposing and adapting existing materials to enhance the effectiveness of content marketing. It examines the core concepts of content recycling, selection criteria for repurposing, as well as methods for adapting content across various platforms and formats.

Keywords: content recycling, content strategy, SEO optimization, performance analysis, multi-format content.

Ресайклинг контента – это стратегия повторного использования и адаптации существующих материалов с целью их распространения в новых форматах, возможно на других площадках размещения, а также в различных формах представления контента. Важно понимать, что это не простое копирование одного контента на разных платформах, а именно творческая переработка исходного контента с сохранением его смысловой ценности. Данное понятие было основано примерно в 1990-е годы и было представлено в виде переписывания и дополнения статей печатных материалов для онлайн публикаций на веб-сайтах.

Цель – исследовать роль ресайклинга контента в современных контент стратегиях, а также определить критерии выбора контента для повторного использования.

Задачи исследования:

Изучить основные принципы и концепции ресайклинга.

Изучить методологию выбора материалов для повторного использования.

Разобрать успешные работы адаптации контента под различные форматы и платформы.

Сформулировать практические рекомендации.

Ресайклинг контента – это стратегический подход, который заключается в творческой переработке и адаптации уже существующих материалов для создания новых, уникальных форм и презентаций. В отличие от банального копирования, ресайклинг предполагает глубокую трансформацию контента, сохраняя при этом его первоначальную ценность. Благодаря этому не только продлевается срок его актуальности, но и значительно увеличивается его эффективность.

Корни ресайклинга можно проследить до времен традиционных СМИ, где журналисты и редакторы перерабатывали материалы для различных публикаций. Но настоящий подъем этой идеи пришелся на эпоху цифровых технологий. На рубеже 1990-х годов, с рождением первых веб-сайтов и блогов, авторы все чаще стали адаптировать свои тексты, созданные для печатных изданий, для онлайн-пространства.

Развитие ресайклинга в период с 2010 по 2020-е годы отмечено рядом ключевых тенденций. Во-первых, всё большее значение приобретает мультиплатформенность, то есть необходимость адаптировать контент к особенностям разных цифровых платформ, таких как социальные сети, мессенджеры и видеохостинги. Во-вторых, наблюдается рост популярности визуального контента, что стимулирует переработку текстовых материалов в более привлекательные и эффективные форматы, например, инфографику, видеоролики или интерактивные презентации. В-третьих, появление технологий искусственного интеллекта существенно автоматизировало процессы ресайклинга, сделав их более эффективными и масштабируемыми [1].

Преимущества повторного использования контента многогранны. На уровне операционной деятельности это позволяет существенно сократить затраты времени и денег – согласно исследованиям, создание контента переработанного контента требует на 60-70% меньше ресурсов, чем разработка новых материалов. На стратегическом уровне ресайклинг помогает расширить охват аудитории за счёт мультиплатформенного распространения и улучшает SEO-показатели благодаря оптимизации и обновлению уже существующего контента. Помимо этого, он повышает вовлечённость аудитории и укрепляет бренд за счет многократной, но разной подачи ключевых идей.

Значимость ресайклинга контента в контент – стратегиях нельзя недооценивать. Он позволяет не только обновлять устаревший контент, например, добавлять новую информацию в старую статью, но и адаптировать контент под разные платформы, а также повторно продвигать успешные материалы. Примерами успешного применения ресайклинга контента могут служить следующие ситуации:

1. Обновление материалов статьи на сайте с сохранением SEO-трафика и аудитории, но при этом поддержание актуальности информации без затрат на создание контента с нуля.
2. Разбивка успешной статьи на серию постов для различных каналов публикаций с сохранением актуальности и трендовости контента для этих площадок.
3. Адаптация контента на различные языки и под реалии другой страны.

Все перечисленные примеры и преимущества позволяют заключить, что ресайклинг способствует обновлению устаревшей, но востребованной информации, расширяя аудиторию за счет адаптации к новым платформам и форматам. Он предоставляет возможность углубить успешные, но недостаточно проработанные темы, а также персонализировать контент для различных групп с минимальными затратами усилий [2].

При выборе контента для повторного использования важнейшим аспектом является тщательная оценка его потенциала. Не каждый материал подходит для ресайклинга – успешная переработка требует содержательной основы, сохраняющей актуальность и ценность для целевой аудитории. основополагающим критерием выступает способность контента решать актуальные проблемы пользователей, что определяется через анализ его востребованности, глубины проработки темы и соответствия текущим информационным запросам.

Ключевым условием для результативного ресайклинга является адаптивность исходного контента – его возможность быть переработанным в разнообразные форматы с сохранением смысла. В приоритете – многогранные материалы с логичной структурой, содержащие актуальные данные, действенные советы и показательные иллюстрации. Особенно важны публикации с прочными позициями в поисковой выдаче, которые при умелой адаптации могут не только сохранить, но и улучшить свои SEO-показатели.

Процесс оценки включает многоуровневый анализ:

1. Изучение поведенческих метрик пользователей – путей их перехода, особенностей взаимодействия с контентом, паттернов навигации.
2. Сравнительный анализ с конкурентными материалами для выявления уникальных преимуществ и потенциальных точек роста.
3. Экспертную оценку содержательной ценности – глубины проработки темы, достоверности данных, практической применимости рекомендаций.

Этот многосторонний метод дает возможность не только выбрать самые многообещающие ресурсы для переработки, но и выявить наилучшие пути их преобразования – будь то расширение тематики, обновление сведений или модификация под современные способы подачи информации. Итогом становится система ранжирования контента, где каждый ресурс оценивается по критерию возможности повторного применения, что позволяет разработать стратегический план его вторичного использования.

Сегодняшняя диджитал-среда требует кардинально иных методов представления контента, учитывающих особенности платформ и вкусы целевой аудитории. Главным фактором успешной адаптации является не простое копирование ресурсов, а их глубокая трансформация, учитывающая психологию восприятия, технические требования и особенности поведения пользователей на каждой конкретной платформе. В социальных сетях, таких как Instagram (от компании Meta* запрещенной Российской Федерации) и TikTok, где доминирует визуальная коммуникация, эффективность контента определяется его способностью мгновенно привлекать внимание через яркие образы, динамичную подачу и лаконичные, эмоционально заряженные сообщения. Здесь длинные текстовые материалы уступают место визуальным сторис, коротким видеороликам и интерактивным форматам, требующим особого внимания к композиции, цветовым решениям и ритму подачи информации.

Для блогов и корпоративных сайтов, напротив, приоритетом становится глубина проработки темы, структурированность изложения и SEO-оптимизация. Адаптация контента для этих платформ предполагает расширение исходных материалов дополнительными примерами, аналитическими выводами и практическими рекомендациями, что превращает их в комплексные руководства, сохраняющие актуальность в течение длительного времени. Особое значение приобретает внутренняя перелинковка, грамотное использование ключевых слов и создание удобной навигации, позволяющей читателю легко находить связанные материалы.

В свою очередь, видеоплатформы типа YouTube требуют совершенно другого способа адаптации контента. Она заключается в том, что текстовая основа материала трансформируется в увлекательный сценарий с четкой драматургией. Успешная конвертация статьи в видео затрагивает несколько аспектов: выделение ключевых тезисов, добавление к ним визуальные метафоры, создание эмоциональных акцентов, продумывание интеллектуальных игр, вопросов к зрителю или же призывов к действию. Особым моментом является осмысление оптимального хронометража и ритма повествования, конечно, которые будут кардинально отличаться для разнообразных обучающих видео, обзоров либо же живо и весело сделанного контента. Аудиоформаты, озвученные статьи, подкасты и дикции, ставят во главу угла все-таки более качественная устная речь и звуковое оформление. Текстовый контент для этих каналов нуждается в переосмыслении формата письменной речи, в структурированный разговорный стиль, в добавление живых примеров и риторических приемов, облегчающих получение информации на слух. Важно также здесь и тональное разнообразие, паузы и акценты, добавление звуковых спецэффектов, создающих определенную атмосферу и добавляющие интригующего зрителя [3].

Эффективное воплощение адаптации контента в сегодняшних реалиях значительно облегчается благодаря специализированным услугам и инструментам. Превращение текста в видеоролик с помощью таких платформ, как Lumen5 или InVideo, позволяет автоматизировать процесс создания видео, сохраняя при этом возможности для творческой доработки и персонализации. Для визуализации данных и создания инфографики активно используются Canva, Piktochart и Tableau, предлагающие обширные библиотеки шаблонов и элементов дизайна. Особую эффективность демонстрирует стратегия микроконтента, когда один комплексный материал искусно дробится на серию взаимосвязанных публикаций для социальных сетей - от провокационных цитат и статистических выкладок до мини-кейсов и проблемных вопросов, стимулирующих вовлеченность аудитории.

Современные тенденции в адаптации контента все чаще включают элементы персонализации и интерактивности, когда один и тот же материал может автоматически подстраиваться под особенности конкретного пользователя или позволять ему выбирать путь знакомства с информацией. Развитие технологий искусственного интеллекта открывает новые возможности для автоматизированной, но при этом качественной адаптации контента под различные каналы коммуникации, что особенно ценно в условиях необходимости оперативного реагирования на изменения цифрового ландшафта и предпочтений целевой аудитории.

В качестве компании, которая эффективно использует ресайклинг контента, можно отметить **Ahrefs**. Этот бренд представляет собой ведущую SaaS-компанию, специализирующуюся на разработке профессиональных инструментов для SEO-аналитики и цифрового маркетинга. Основная деятельность компании сосредоточена вокруг создания комплексных решений для поисковой оптимизации, включая глубокий анализ ключевых слов, мониторинг поисковых позиций, аудит обратных ссылок и выявление контентных пробелов. Платформа предоставляет маркетологам мощный инструментальный для конкурентной разведки, позволяющий детально изучать стратегии продвижения, источники трафика и наиболее эффективные страницы у конкурентов [4].

Помимо технологических решений, Ahrefs активно развивает направление контент-маркетинга, публикуя экспертные исследования, практические руководства и успешные кейсы использования своих инструментов. Компания поддерживает авторитетный отраслевой блог и предлагает ряд бесплатных сервисов, включая генератор контент-идей и инструменты проверки индексации сайтов.

Когда Ahrefs публикует кейс клиента, это не просто статья в блоге – начинается многоступенчатый процесс адаптации контента под разные платформы. Рассмотрим, как один успешный кейс преобразуется для YouTube и X (от компании Meta* запрещенной Российской Федерации), сохраняя суть, но приобретая уникальные черты каждой площадки.

На YouTube кейс превращается в 12-15-минутное интервью в формате «история успеха». Ведущий (часто сотрудник Ahrefs) беседует с клиентом, задавая вопросы по четкому сценарию: сначала проблема («Мы не понимали, почему сайт не растёт в поиске»), затем момент озарения («Ahrefs показал, что мы упускали целый пласт ключевых слов»), и наконец – результат («Через 6 месяцев трафик вырос на 217%»). Представлено на Рис. 1.



Рис.1. «Пример видео на платформе YouTube»

Кадры чередуются между говорящими головами и скринкастами – зритель видит, как именно в интерфейсе Ahrefs клиент находил нужные данные. В описании под видео – таймкоды по ключевым моментам и ссылка на полный кейс.

Тот же кейс в X (от компании Meta* запрещенной Российской Федерации) превращается в динамичный тред из 7-9 твитов. Первый – провокационный вопрос: «Как агентство из Барселоны увеличило конверсии в 3 раза, тратя на SEO на 40% меньше?» Далее идёт «ударная» статистика: «Использовали всего 3 отчёта в Ahrefs (каких? Читайте дальше)». Средние твиты содержат такие элементы, как скриншоты «до/после» с графиками роста, выноски с цитатами и гифки с анимацией интерфейса Ahrefs. Представлено на Рис. 2.



Рис.2. «Пример поста в социальной сети X»

Благодаря слаженной работе и отметкам разных социальных сетей в постах и видеоматериалах бренда происходит обмен и синергия аудитории разных платформ. В описании YouTube-ролика есть ссылка на X-тред (от компании Meta* запрещенной Российской Федерации) – для тех, кто хочет быстро уловить суть. А в треде – ссылка на полное видео для глубокого погружения. Такой перекрёстный обмен аудиторией увеличивает общий охват на 25-30% по сравнению с публикацией на одной платформе.

YouTube-формат даёт эмоции и детали через живое общение, X (от компании Meta* запрещенной Российской Федерации) – предоставляет «выжимку» для занятых профессионалов. Одна история, два способа потребления – и каждая версия учитывает особенности поведения аудитории на конкретной платформе.

В статье рассмотрены ключевые аспекты ресайклинга контента как стратегического инструмента современного контент-маркетинга. Проанализированы теоретические основы ресайклинга, включая его определение, преимущества и роль в контент-стратегиях. Особое внимание уделено методологии выбора контента для повторного использования, где рассматривались такие критерии отбора, как актуальность, вовлеченность аудитории, универсальность и SEO-эффективность.

Детально изучены методы адаптации контента под различные платформы и форматы с акцентом на важность трансформации материалов с учетом специфики каждого канала коммуникации. На примере кейса Ahrefs показано, как системный подход к ресайклингу позволяет значительно увеличить охват, улучшить вовлеченность и оптимизировать маркетинговые бюджеты.

Проведенный анализ подтверждает, что ресайклинг контента представляет собой не просто техническое обновление материалов, а комплексную стратегию, требующую глубокого понимания потребностей аудитории, анализа данных и креативного подхода к переработке контента. В условиях информационной перегрузки и высокой конкуренции грамотное использование ресайклинга становится важным конкурентным преимуществом, позволяющим максимально эффективно использовать уже созданные ресурсы и добиваться значимых результатов в digital-пространстве.

Научный руководитель: старший преподаватель кафедры цифровых и аддитивных технологий, Славникова Мария Александровна

Scientific supervisor: Senior Lecturer of the Department of Digital and Additive Technologies, Slavnikova Maria Aleksandrovna

Список литературы

- 1) Переработка контента – стратегии повторного использования контента в маркетинге. URL: <https://corpymate.app/ru/blog/multi/%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B5%D1%80%D0%B0%D0%B1%D0%BE%D1%82%D0%BA%D0%B0-%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%82%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B0-content-repurposing-%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D0%B8%D0%B8/> (дата обращения: 12.04.2025).
- 2) Круговорот контента. Как с помощью одного материала получить максимум касаний с ЦА. URL: <https://vc.ru/marketing/651685-krugovorot-kontenta-kak-s-pomoshyu-odnogo-materiala-poluchit-maksimum-kasaniy-s-ca> (дата обращения: 12.04.2025).
- 3) Переработка контента: как сэкономить на контент-маркетинге, не теряя качества. URL: <https://sendpulse.com/ru/blog/how-to-recycle-content> (дата обращения: 12.04.2025).
- 4) Ahrefs. URL: <https://ahrefs.com/> (дата обращения: 12.04.2025).

References

- 1) Pererabotka kontenta – strategii povtornogo ispol'zovaniya kontenta v marketinge [Content repurposing – strategies for reusing content in marketing]. URL: <https://copymate.app/ru/blog/multi/%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B5%D1%80%D0%B0%D0%B1%D0%BE%D1%82%D0%BA%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%82%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B0contentrepurposing%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D0%B8%D0%B8/> (data accessed: 12.04.2025).
- 2) Krugovorot kontenta. Kak s pomoshch'yu odnogo materiala poluchit' maksimum kasanii s TsA [Content cycle: How to get maximum audience touchpoints from a single piece of content]. URL: <https://vc.ru/marketing/651685-krugovorot-kontenta-kak-s-pomoschyu-odnogo-materiala-poluchit-maksimum-kasaniy-s-ts-a> [Content cycle: How to get maximum audience touchpoints from a single piece of content.] (data accessed: 12.04.2025).
- 3) Pererabotka kontenta: kak s ekonomit' na kontent-marketinge, ne terya kachestva [Content repurposing: How to save on content marketing without losing quality]. URL: <https://sendpulse.com/ru/blog/how-to-recycle-content> (data accessed: 12.04.2025).
- 4) Ahrefs [Ahrefs]. URL: <https://ahrefs.com/> (data accessed: 12.04.2025).

УДК 007.5:316.77:004.9:659.3

У.К. Фролова, М.А. Славникова

ЭМОЦИОНАЛЬНАЯ ВОВЛЕЧЕННОСТЬ: КАК КОНТЕНТ ВЫЗЫВАЕТ ОТКЛИК ОТ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

© У.К. Фролова, М.А. Славникова, 2025

В статье исследуется концепция эмоциональной вовлеченности и её влияние на взаимодействие пользователей с контентом в социальных сетях. Авторы анализируют, как различные типы контента

— от текстовых постов до визуальных материалов и видеороликов — способны вызывать эмоциональные реакции и формировать активное участие аудитории. Статья также включает примеры успешных кампаний и постов, которые продемонстрировали высокий уровень отклика со стороны пользователей. В заключение подчеркивается важность понимания эмоциональных триггеров для создания эффективного контента, способного не только привлечь внимание, но и сформировать долгосрочные отношения с аудиторией в условиях конкурентной среды социальных медиа.

Ключевые слова: Социальные сети, эмоциональная вовлеченность, пользовательский отклик, аудитория, контент, контент-стратегия

U.K. Frolova, M.A. Slavnikova

Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design 191186, St. Petersburg, Bolshaya Morskaya, 18

*This article explores the concept of emotional engagement and its impact on how users interact with content on social media. The authors analyze how different types of content, from text posts to visuals and videos, can evoke emotional responses and generate active audience participation. The article also includes examples of successful campaigns and posts that have demonstrated a high level of response from users. Finally, the article highlights the importance of understanding emotional triggers to create effective content that can not only attract attention but also form long-term relationships with the audience in the competitive environment of social media. **Keywords:** Social media, emotional engagement, user response, audience, content, content strategy*

Социальные сети сейчас изменили привычные нам способы коммуникации и потребления информации, они стали влиятельными платформами связи между пользователем и контентом. В таком случае вовлеченность аудитории получает еще большую значимость, она становится главным фактором оценки эффективности для публикаций и служит основой для формирования стратегии цифрового маркетинга и продвижения бренда. Эмоциональный отклик влияет на восприятие контента, понимание ценностей бренда и его восприятие, а также повышает вовлеченность пользователей.

Вовлеченностью считается степень активности аудитории по отношению к контенту, который публикуется в социальных сетях: лайки, репосты, комментарии, время просмотра, участие в опросах и другие формы интерактивного взаимодействия. Охваты в социальных сетях возрастают вместе с вовлеченностью аудитории, на ее основе алгоритмы платформ продвигают контент, в том числе Telegram и ВКонтакте. Это обосновано тем, что платформы также стремятся удерживать внимание пользователей, а также увеличивать время, проведенное в приложении. Следовательно, вовлеченность — это не только показатель интереса, но и инструмент, который увеличивает охваты и видимость контента.

Особо острое внимание в контент-маркетинге уделяется контенту, который вызывает эмоции, он непосредственно влияет на вовлеченность пользователя. Такой контент вызывает эмоции, позволяет пользователю не только просматривать, но и активно взаимодействовать, в дальнейшем обсуждать, сохранять, делиться. Стоит учитывать, что важен не только объем эмоций, но и их направленность. Эмоции можно разделить на положительные и отрицательные. Положительные — радость, воодушевление, сочувствие формируют лояльность пользователей и гарантируют интерес. Отрицательные — страх, тревога, вызывают мгновенную реакцию и часто дают вирусное распространение контента, но, при чрезмерном использовании, могут навредить репутации бренда.

Большинство брендов до сих пор ориентируются на количественные метрики — смотрят на число подписчиков, просмотров и охват, но высокие охваты не гарантируют эффективность. Если контент не вызывает отклика у пользователя, то он быстро потеряет ценность в маркетинге.

Вовлеченность — метрика, измеряющая качество контента, она показывает реальную заинтересованность аудитории. Показывает, насколько контент релевантен, понятен и эмоционально близок аудитории. Есть много метрик вовлеченности [1]: ER (engagement rate), CTR (click-through rate), количество комментариев на 1000 подписчиков, и т.д. Бренду важно не только считать, но и анализировать. Например, если публикация получила много лайков, но мало комментариев, это может говорить о том, что она привлекательна визуально, но не вовлекает в диалог. Обращая внимание на такие детали, бренд может корректировать свою стратегию продвижения, тестировать гипотезы и лучше понимать своих подписчиков.

Визуальные и текстовые средства для формирования эмоциональности отклика будут различаться по степени эффективности в зависимости от платформы. В Telegram основное внимание будет уделяться текстам, изображениям, которые их дополняют гифкам, стикерам и, с появлением Telegram Premium, специальными реакциями. Информационные каналы в Telegram часто используют сторителлинг, эмоциональные истории и триггеры. Например, рассказ о личных ошибках бренда, о какой-либо несправедливости, сопровождаемые изображениями, вызовут сильный отклик, провоцируя аудиторию на обсуждение, и сформируют сообщество, близкое по взглядам, вокруг автора.

У ВКонтакте отклик достигается за счет большего количества инструментов, которые представлены в функционале платформы: комментарии, репосты, участие в голосованиях, публикации, отметки друзей. ВК Клипы и ВК Видео стали русскоязычными аналогами YouTube и TikTok, они используют визуальные триггеры: короткие видеоролики, в которых содержится эмоциональный заряд для зрителя, динамичный монтаж, музыка и вирусные звуки. Этот формат используется для быстрых впечатлений у пользователей, в них эмоции играют роль основного двигателя внимания.

Контент, который вызвал эмоцию у пользователя, лучше им запоминается [2], дольше сохраняется в памяти. Эмоции активируют отделы в мозге, которые отвечают за запоминание, это делает насыщенную на эмоции публикацию более эффективной в долгосрочной перспективе. Например, истории успеха, направленные на мотивацию, преодоление трудностей, рассказы, вызывающие сочувствие и переживание. Такие публикации чаще становятся вирусными.

Важно понимать, что эмоция влияет еще и на характер взаимодействия с публикацией. Положительные эмоции вызывают у пользователя желание поделиться публикацией, подарить эти же эмоции другим пользователям. Отрицательные эмоции вызывают желание помочь, поделиться информацией, поддержать автора. Следовательно, выбор эмоциональной стратегии должен соответствовать ожиданиям аудитории и целям, которые преследует публикация.

Также есть различие в типах контента. Развлекательный контент (мемы, забавные видео, истории с неожиданной развязкой) способствует вирусности и формирует позитивный эмоциональный фон. Образовательный контент вызывает интерес, удовлетворение от получения новых знаний, желание поделиться этими знаниями с другими. Социальный контент (благотворительные акции, рассказы о несправедливости, важные общественные темы) создает чувство сопереживания, ответственности, проникает на более глубокий эмоциональный уровень.

Есть ряд факторов, которые влияют на восприятие контента [3]. Например, важную роль в создании эмоциональной вовлеченности играет интерактивность. Возможность для пользователя высказаться, быть услышанным, ответить на вопрос, поучаствовать в голосовании, предложить идею — это усиливает ощущение причастности пользователя к происходящему, стимулирует взаимодействие в будущем. В наше время пользователи хотят не только потреблять контент, но и участвовать в его создании, развитии. Таким образом бренды создают «точки входа» для пользователя, делают его соучастником и с помощью этого повышают эмоциональную привязанность.

Таким же важным фактором является актуальность темы публикации. Контент, который связан с текущими событиями и трендами, вызывает моментальный отклик. Например, посты, реагирующие на дискуссии, острые темы, события в стране или мире, набирают большое количество просмотров. Использование трендовых хештегов, вставка в публикации ссылок на текущую повестку повышают шансы на моментальное распространение.

Визуальное оформление контента — еще один важный элемент для формирования вовлеченности пользователя [4]. Качественные изображения и дизайн, яркие «дофаминовые» цвета, композиция — это влияет на первое впечатление от контента, желание задержать на нем свое внимание. Особенно важно это для VK Shorts и VK Видео, ведь пользователь принимает решение о том, будет ли он смотреть контент или нет, решается за 0.5-1 секунды. Обложка для видео, его описание, первый кадр очень важны для привлечения внимания. Стильное и трендовое оформление может усилить эмоциональный эффект, важно учитывать цветовую психологию и композицию кадра.

Ярким примером эмоциональной вовлеченности является пост на рис.1. Кати Адушкиной в личном Telegram-канале «Adushclub Кати Адушкиной» — «Блинная неделя прошла, мягко говоря, не очень хорошо».



Рис.1. Пост из Telegram «Adushclub Кати Адушкиной»

В данной короткой записи в канале автор умело использует свою иронию, легкий юмор и поток актуальной информации, превращая повседневную ситуацию в эмоциональную связь с аудиторией. Такая форма презентации делает контент живым, человечным и приближает блогера к подписчикам, создает атмосферу доверия и искренности, что особенно ценится сегодня в условиях цифровой перенасыщенности и яркости. Юмор и самоирония вызывают у читателя чувство симпатии, а также желание поддержать автора, поделиться личным опытом и высказаться. Эмоции, возникающие у пользователей при чтении такого издания (сочувствие, участие, радость, улыбка) формируют естественную мотивацию к действию. Люди начинают писать комментарии, давать советы и шутить в ответ, создавая эффект заинтересованного сообщества. Таким образом, автор не только приобретает активность на момент публикации, но и поддерживает тонкую эмоциональную связь со своей аудиторией, где каждый подписчик чувствует себя услышанным и значимым. Побочным эффектом этого поста является общее чувство досуга: простой запрос рецептов превращается в ритуал общения, в который каждый может внести свой вклад. Это создает иллюзию причастности к общему делу, даже если речь идет всего лишь о блинах. Но именно эти моменты, которые становятся точками эмоциональной связи, зритель запоминает и возвращает. Это вызывает эмоциональный отклик (желание помочь, улыбнуться, ответить), а также способствует повышению активности, что влияет на алгоритмы платформы, лайки увеличивают размер и видимость канала. Этот формат общения особенно эффективен в современных медиа-средах, где пользователи ищут истинные эмоции, человечность и чувства своих людей. Аудитория устала от формальных ярлыков. Такие материалы, как пост Кати Адушкиной, искренность, юмор и верность простым и повседневным темам доказывают, что мощными инструментами для создания лояльной и активной аудитории могут стать.

Еще одним ярким примером эмоциональной связи аудитории является образовательный пост на рис.2. бренда «PREDEBEJDAI», посвященное феномену юродивые на Руси.



Рис.2. Пост из Telegram бренда PREDUBEJDAI

Данный материал не просто текст про исторические события, он вызывает глубокую внутреннюю реакцию у пользователя, мысли, аргументы и чувства. Такие публикации затрагивают множество культурных и религиозных тем, вызывая у аудитории широкий спектр эмоций, от легкого восхищения и познавательной заботы до внутреннего напряжения, беспокойства и даже шока. Юродивые — как и герои другие герои русской культурной традиции, вызывают споры. Их поведение может вызвать отторжение и восприниматься как священное. Пользователь хочет понять это явление с разных точек зрения. Это создает естественное ощущение актуальности темы, желание оставлять комментарии, делиться с другими, снова возвращаться к публикации. Пост вызывает глубокую эмоциональную реакцию, которая бросает вызов процессу вовлечения и приверженности. Такие публикации дают ощущение чего-то большего: истории, культурного кода, происхождения. Они позволяют аудитории не только расширить горизонты, но и сразу почувствовать себя частью культурного пространства, осознавая его связь с историческим и духовным наследием. Это особенно важно в эпоху цифровых технологий, когда контент быстро теряет свою актуальность, а внимание пользователя все больше переключается на быстрый контент и развлечения. Однако при создании таких материалов следует помнить: в основе эмоциональной реакции должен лежать не шокирующий персонаж или сложные проблемы, а поверхностная связь с историей, тонкий слой материала, который оставляет место для личной интерпретации. Они не только информируют, но и формируют значимый опыт взаимодействия с брендом, который запомнится надолго и создаст прочные эмоциональные связи.

Третий яркий пример трендового контента — ролик на рис.3. бренда Look Online, размещенный в ВК Клипах.



Рис.3. Ролик в ВК Клипах бренда Look Online

В центре сюжета — девушка в свободных джинсах, которой задают вопрос: «А зачем они такие широкие?», который сразу виден на обложке видео и вызывает интерес у пользователя. В ответ камера постепенно опускается вниз, а зритель видит неожиданный и ироничный ответ: под широкими штанинами аккуратно спрятаны в носки повседневные мелочи — ключи, жвачка, зажигалка, таблетки, мини-бутылочка и другие предметы, которые обычно лежат в сумке. Этот поворот сценария вызывает у зрителей мгновенное узнавание и улыбку. Он напоминает аудитории про повседневный быт, который понятен и близок многим, особенно женской аудитории: необходимость носить с собой мелкие вещи и вечные попытки спрятать их в небольшую сумку. Контент балансирует между легким абсурдом и дерзостью, именно от этой смеси рождается эмоциональный отклик. Ролик словно напоминает каждой женщине из аудитории: «Смотри, я тоже такая», — и тем самым рушит барьер между брендом и подписчиком, создает атмосферу честности, открытости и свободы самовыражения. Он не морализирует, не учит, а просто фиксирует момент из жизни, преподнося его как ироничный тренд и визуально цепляющую форму. Такой контент особенно хорошо работает в формате клипов: он краткий, динамичный, с легкой «досказанностью», которую пользователь интуитивно дорисовывает в голове. Именно это — эмоция узнавания, момент «да, я понимаю» — делает публикацию вирусной и хочется ей поделиться. Пользователь чувствует себя не просто зрителем, а участником коллективного опыта, что усиливает вовлеченность и укрепляет связь с брендом. Look Online не просто демонстрирует одежду, а показывает, как она может быть частью повседневной жизни, ироничной, неидеальной, но настоящей — и в этом заключается сила такого контента.

Анализ успешных кейсов показывает, что эмоциональный контент работает лучше, если он сочетает в себе все вышеперечисленные факторы: визуальную привлекательность, актуальность темы, персонализацию и интерактивность. Например, Telegram-канал, который публикует истории от подписчиков, дополняет их иллюстрациями или короткими видео, получает высокий уровень отклика. В ВКонтакте эффективно работают публикации, показывающие дискуссионные темы, вызывают у аудитории отклик «Это про меня!», сопровождаются трендовым визуалом и позволяют быстро включиться в остальной контент площадки.

Не успешные примеры, наоборот, показывают, что даже при использовании качественного контента он может остаться незамеченным, если не вызывает эмоциональный отклик у пользователя или окажется неактуальным, наигранным, слишком рекламным. Частая ошибка такого контента состоит в том, что у бренда отсутствует направленность на целевую аудиторию: не учитываются ее интересы, ожидания, контекст, при котором публикация создана и опубликована. Также важно понимать, что однократная эмоциональная публикация может привлечь внимание, но только системная публикация подобных обеспечивает стабильный результат. Вот почему важно создать «голос» бренда — эмоциональную интонацию, с помощью которой бренд постоянно обращается к своей аудитории. Стиль может быть дружелюбным и вдохновляющим, ироничным и остроумным или, наоборот, серьезным и компетентным. Постоянство канала заставляет аудиторию ожидать определенных эмоциональных переживаний при взаимодействии с брендом, что, в свою очередь, укрепляет доверие, повышает узнаваемость и помогает выделиться на фоне конкурентов. Таким образом, при создании контента в

социальных сетях необходимо помнить про весь спектр факторов, которые влияют на эмоциональный отклик: актуальность контента, тип эмоционального посыла, интерактивность и визуальное оформление. В современных условиях чрезмерного потребления контента, в которых пользователь сталкивается с сотнями публикаций, именно это становится решающим фактором при выделении публикации из всех для пользователя, делает ее запоминающейся, заметной.

Эмоции, которые создает пользователь при взаимодействии с контентом бренда в социальных сетях, становятся мощным инструментом не только вовлечения, но и установления устойчивой эмоциональной связи между аудиторией и брендом. Эта связь выходит за рамки простого взаимодействия — она создает доверие, близость и сопричастность, особенно когда контент перекликается с личным опытом, ценностями или текущим эмоциональным состоянием пользователя. Когда человек чувствует, что бренд понимает его, у него появляется гораздо больше желания возвращаться к нему, делиться своими материалами и становиться эмоционально связанным сторонником бренда, а не просто потребителем. Важно помнить, что эффективный контент должен вызывать положительную реакцию — это может быть смех, вдохновение, чувство поддержки или даже небольшая ностальгия. Именно эти эмоции побуждают пользователей к действию: от простого

«лайкнуть», «сохранить» или «отправить» до активного участия в обсуждениях, решения сложных задач и создания пользовательского контента, который впоследствии может стать вирусным. Эмоциональный отклик — это первый шаг к активному участию, который способствует органичному распространению контента и повышению узнаваемости бренда. При этом стратегия отбора и подачи эмоций напрямую зависит от целей коммуникации, психографического портрета зрителя и особенностей платформы, на которой размещен контент. Например, короткие, описательные и часто иронично-эмоциональные форматы эффективны для ВК Клипов, в то время как эстетические, вдохновляющие, насыщенные изображениями или образовательные форматы лучше работают в Telegram и Вконтакте. Эмоции должны быть не только украшением, но и логически встроены в общий тон общения и соответствовать ожиданиям аудитории. Результатом такой продуманной эмоциональной стратегии является «глубокое и устойчивое вовлечение», которое не только обеспечивает высокую вовлеченность, но и выстраивает долгосрочные отношения с брендом. Это, в свою очередь, становится основой для стабильного роста, повышения лояльности и укрепления позиций в конкурентной медиасреде. Эмоции — это не просто реакция, а инвестиция в будущее бренда, его узнаваемость и силу общества вокруг него.

Список литературы

1. Вовлеченность аудитории в соцсетях: как измерить и как повысить URL: <https://yandex.ru/adv/edu/materials/pokazateli-vovlechyennosti-er-err> (дата обращения: 12.04.25).
2. Как продвигать бизнес в соцсетях в 2024 году: тренды, инструменты и стратегии URL: <https://vc.ru/marketing/926692-kak-prodvigat-biznes-v-socsetyah-v-2024-godu-trendy-instrumenty-i-strategii> (дата обращения: 12.04.25).
3. Эмоциональный маркетинг: примеры, инструменты и стратегии продвижения URL: <https://www.bitrix24.ru/journal/emotion-marketing/> (дата обращения: 12.04.25).
4. Рекомендации для брендов по разработке собственного визуального контента в социальных сетях URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rekomendatsii-dlya-brendov-po-razrabotke-sobstvennogo-vizualnogo-kontenta-v-sotsialnyh-setyah/viewer> (дата обращения: 12.04.25).

References

1. Vovlechenost auditorii v sotssetyakh: kak izmerit i kak povysit URL: <https://yandex.ru/adv/edu/materials/pokazateli-vovlechyennosti-er-err> [Social Media Engagement: How to Measure and Increase It] (date accessed: 12.04.25).
2. Kak prodvigat bizens v sotssetyakh v 2024 godu: trendy, instrumenty i strategii URL: <https://vc.ru/marketing/926692-kak-prodvigat-biznes-v-socsetyah-v-2024-godu-trendy-instrumenty-i-strategii> [How to Promote Business on Social Media in 2024: Trends, Tools, and Strategies] (date accessed: 12.04.25).
3. Emotsionalnyi marketing: primery, instrumenty i strategii prodvizheniya URL: <https://www.bitrix24.ru/journal/emotion-marketing/> [Emotional Marketing: Examples, Tools, and Promotion Strategy] (date accessed: 12.04.25).
4. Rekomendatsii dlya brendov po razrabotke sobstvennogo vizualnogo kontenta v sotsialnykh setyakh URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rekomendatsii-dlya-brendov-po-razrabotke-sobstvennogo-vizualnogo-kontenta-v-sotsialnyh-setyah/viewer> [Recommendations for brands on creating their own visual content in social networks] (date accessed: 12.04.25).

А.А. Ходус

ОТРАЖЕНИЕ ПРОТИВОРЕЧИЙ МИРОВОЗЗРЕНИЯ ПИСАТЕЛЯ В ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ОБРАЗАХ ЕГО ГЕРОЕВ (РАЗВИТИЕ ЕВАНГЕЛЬСКОЙ ТЕМЫ В РАССКАЗАХ И ПОВЕСТЯХ Л. АНДРЕЕВА)

© А.А. Ходус, 2025

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна. Высшая школа печати и медиатехнологий
191180, Санкт-Петербург, Дзямбула пер., д. 18

Аннотация

Статья представляет собой комплексное исследование художественного воплощения экзистенциальных и философских исканий Л.Н. Андреева через призму произведений на христианскую тематику. На материале рассказов «Молчание» (1900), «Правила добра» (1911), повести «Жизнь Василия Фивейского» (1903), а также произведений «Елеazar» (1906) и «Иуда Искариот» (1907), дополненных

анализом личных дневников писателя, раскрывается глубинная связь между экзистенциальными кризисами литературных персонажей и внутренними противоречиями автора. **Ключевые слова:** Леонид Андреев, русская литература Серебряного века, экзистенциальная проза, философская литература, божественное молчание, трагическое мироощущение, абсурд.

A.A. Khodus

Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design. Higher School of Printing and Media Technologies, 18 Dzhambula Lane, St. Petersburg, 191180

REFLECTION OF THE CONTRADICTIONS OF THE WRITER'S WORLDVIEW IN THE ARTISTIC IMAGES OF HIS CHARACTERS (THE DEVELOPMENT OF THE GOSPEL THEME IN THE STORIES AND NOVELS OF L. ANDREEV)

Annotation

The article is a comprehensive study of the artistic embodiment of L.N. Andreev's existential and philosophical quest through the prism of works on Christian themes. Based on the short stories "Silence" (1900), "The Rules of Goodness" (1911), the novella "The Life of Vasily Fivaysky" (1903), as well as the works "Eleazar" (1906) and "Judas Iscariot" (1907), supplemented by an analysis of the writer's personal diaries, the deep connection between the existential crises of literary characters is revealed, and the internal contradictions of the author himself.

Keywords: Leonid Andreev, Russian literature of the Silver Age, existential prose, philosophical literature, divine art.

Тема связи и взаимодействия божественного и человеческого осмыслялась и продолжает осмысляться в литературе уже не один век, нередко вызывая ряд противоречий. Особенно ярко это отразилось в прозе Леонида Николаевича Андреева, который в юности хотя и отринул от себя идею христианства под влиянием философских трудов Ницше и Шопенгауэра, все равно не смог поставить в ней точку окончательно.

По воспоминаниям Горького, Андреев в одной из бесед высказался о христианстве так: «Я тоже не люблю Христа и христианство, оптимизм — противная, насквозь фальшивая выдумка...»¹. Однако в действительности тема Бога и явления его в мир материальный Андреевым будет подниматься во множестве рассказов и повестей. Отличительная черта Андреева в осмыслении «божественной темы» заключается в том, что он в сущности и не пытается убедить, высмеять или привести себя/читателя к Богу. Главной направленностью Андреева в произведениях на христианскую тему становится попытка устранить для себя ряд глубинных противоречий, которые встречаются и в оригинальных евангельских сюжетах, и в душе самого Андреева, ведь все по тем же воспоминаниям Горького: «Леонид Николаевич странно и мучительно-резко для себя раскалывался надвое: на одной и той же неделе он мог петь миру — «Осанна!» и провозглашать ему — «Анафема!»»².

Рассмотрим на некоторых примерах, как эта тема воплощается в сюжетах произведений и мироощущении персонажей.

Впервые человек «сталкивается» с Богом в рассказе 1900 года «Молчание». Отец Игнатий, главный герой рассказа пытается выйти за пределы человеческих возможностей, установить контакт с загробным миром и тем самым успокоить свою совесть за гибель дочери. В рассказе, однако все не ограничивается исключительно психологической мукой от потери близкого человека, ведь прося дочь «ответить» ему он обращается не только к ней, но и к всему миру в целом, а поскольку герой имеет статус священника, то Бог как его создатель является его неотъемлемой частью. Однако «ответа» Игнатий не получает ни от дочери, ни от Бога, но сталкивается при этом с божественным безразличием, молчанием: «Игнатий оглянулся кругом, бросил взгляд на безоблачное, пустынное небо, где в полной неподвижности висел раскаленный солнечный диск, - и тут только ощутил ту глубокую, ни с чем не сравнимую тишину, какая царит на кладбищах, когда нет ветра и не шумит омертвевшая листва. И снова о. Игнатию пришла мысль, что это не тишина, а молчание. Оно разливалось до самых кирпичных стен кладбища, тяжело переползало через них и затопляло

город. И конец ему только там — в серых, упрямо и упорно молчащих глазах.»³. Таким образом Андреев ставит под сомнение саму возможность установить контакт с Богом, целесообразность обращения к тому, кто не дает никаких ответов, просто молчит. Отражает это и мировоззрение писателя, «вопросы» которого хотя и чаще всего не были направлены к Богу, но также оставались без ответов.

Шире символ молчание раскроется в повести «Жизнь Василия Фивейского» 1903 года, где упование на Бога и христианство не только разочаровывает, но и сводит с ума. Героем вновь становится священник, но в отличие от рассказа 1900 года Бог не только молчит, но и сурово испытывает своих последователей. О.Василий регулярно повторяет «Я верю!» однако количество трагедий только увеличивается из чего священник делает вывод, что он богоизбран, а значит за его твердую веру ему должно воздаться. А. Худзиньска-Паркосадзе отмечает, что особенное значение в этом отношении приобретает эпизод, в котором о. Василий читает вслух отрывок из Евангелия — историю исцеления слепого. В этом фрагменте Нового Завета о. Василий нашел ответ на вопрос о том, для чего страдания посылаются невинным. В этом смысле довольно показательным становится смех сына-идиота в ответ на восторг Василия ⁴.

В финале Василий приказывает мертвецу встать из могилы⁵. Однако ничего не происходит, человек вновь оказывается бессилён. Идея разрушается реальностью, что позже произойдет и у Андреева в отношении к революции, а также к идее о Сверхчеловеке Ницше, которые в представлении писателя были связаны.

Переосмысливает Андреев и конкретные христианские сюжеты. Одним из таких является рассказ «Елеазар» 1906 года, где писатель переосмысливает христианскую легенду о Лазаре. В оригинальном сюжете все, по сути, и заканчивается его воскрешением, а также упоминанием того, что «жил он еще долго» и вполне себе счастливо, служа тем самым примером благодати Божьего Сына. В отличие от первообраза, где акцент делается на могущество Бога и веры, Андрееву интересна именно его «жизнь» после воскрешения, которая, если смотреть на нее натуралистическим взглядом, не может не ужасать.

Трупом Елеазар пробыл три дня и после чего уже живым возвратился в дом сестер Марии и Марфы. Первое время все соответствует оригиналу, но уже через несколько дней жильцы и соседи осознают, что перед ними находится бывший труп и понимание этого вытеснило ощущение чуда, оставив на его месте глубинное противоречие — торжество жизни это или все-таки нечто противное самой природе? Продолжается и уже не раз упомянутый мотив молчания, ведь после встречи с Елеазаром: «Не переставало светить солнце, когда он смотрел, не переставал звучать фонтан, и таким же безоблачно-синим оставалось родное небо, но человек, подпавший под его загадочный взор, уже не чувствовал солнца, уже не слышал фонтана и не узнавал родного неба.»⁶.

Этим же устраняется понятие чуда у Андреева, поскольку оно противоречит закону мироздания как такового. Оригинальный сюжет умышленно опускает факт того, что Лазарь — человек, проведший в могиле несколько дней и как у любого смертного тело его тленно и в первозданном виде сохранится не могло, а значит противоречие это у «земного» человека рано или поздно возникнет, как возникло оно и у Андреева, решившего рассмотреть легенду о Лазаре в реалистическом ключе. Кроме того, жизнь Елеазара в каком-то смысле отсылает нас на самого Христа, вот только «чудеса» бывшего мертвеца не лечат и не наставляют, а омрачают все существование, убивают саму душу и, как полагается каждому необъяснимому явлению, независимо от степени благотворности — оно человеком мирским изгоняется и уничтожается.

Несмотря на, казалось бы, очевидное отрицание христианской концепции Андреев раз за разом продолжает к ней обращаться. Вызвано это отнюдь не желанием вести богоборческую деятельность. Для Андреева Бог становится единственной фигурой, которая должна дать ответ на вопросы, непосильные человеку. Отражается это и в его дневниках, поскольку там Леонид Николаевич не высказывается о негативном влиянии христианства, а иной раз и сам ставит фигуру Бога как некое мерило человеческого достоинства.

Обращается он и к христианским заповедям в рассказе «Правила добра» 1911 года. Черт, решивший «научиться добру» раз за разом сталкивается с рядом несостыковок. Так, непотворение злу приводит с двум смертям, а подробное изучение заповедей окончательно запутывает его, ведь когда черт решает подвести итог своему обучению добру, то приходит к следующему: «Какими же словами можно описать отчаяние и последний ужас несчастного дьявола, когда, подведя последние итоги, не только не нашел в них ожидаемых твердых правил, а наоборот, и последнее утратил в смуте жесточайших противоречий. Подумать только, какие оказались итоги:

когда надо — не убий; а когда надо — убий;

когда надо — скажи правду; а когда надо — солги;

когда надо — отдай; а когда надо — сам возьми, даже отними;

когда надо — прелюбы не сотвори; а когда надо — то и прелюбы сотвори (и это советовал старенький поп!);

когда надо — жены ближнего не пожелай; а когда надо — то и жену ближнего пожелай, и вола его, и раба его.

И так до самого конца: когда надо... а когда надо — и наоборот, не было, кажется, ни одного действия, строго предписанного попином, которое через несколько страниц не встречало бы действия противоположного, столь же строго предначертанного к исполнению.»⁷

Тема «добра» не оставлял в покое и внутренний мир Андреева, поскольку вопросом этим он терзался еще в юности, а в дневниковой записи от восьмого апреля 1897 года написано следующее: «Чем я виноват, что преобладающее во мне чувство к людям — презрение, а иногда — ненависть? Дайте мне рецепт, по которому я мог бы претворить эти чувства в одно: любовь — и я с удовольствием сделаю это. Ведь с любовью жить куда легче, чем с презрением и ненавистью. Но раз рецепта нет — стало быть, и суда нет.»⁸. Андреев, судя по всему, попытался найти для себя ответ в этом рассказе и в каком-то смысле нашел. Главной «проблемой» на пути к добру как раз и стал поиск «рецепта», что отражается в одной из финальных сцен рассказа: «Когда же убедился, что покровитель его и друг умер навсегда, то отнес его и положил на холодную постель. И когда нес по лестнице, то думал: «Вот вверх я нес живого, а вниз нес»

мертвого!». И великая скорбь овладела душой дьявола: метался он по комнате, и вопил, выл, как зверь, бился о стены, — не привык он к человеческому горю и не умел выражать его тихо. И до того дошел, что, схватив свое единственное сокровище, цель долгих поисков и страданий, — изорванную рукопись, — с яростью швырнул ее в угол, как нечто негодное. Сделав же это, так и не понял, что именно в эту самую минуту им и совершалось то самое таинственное и недостижимое добро, имени которого он столь тщетно и мучительно доискивался. Так и не понял никогда!»⁹.

Таким образом, «добро» для Андреева, который во многом следует греческим представлениям о нем, не должно исходить из каких бы то ни было правил, богобоязни или социального принуждения. «Добром» в полном смысле, по Андрееву, можно считать только то, что идет от сердца.

Главным же произведением на христианскую тему у Андреева считается «Иуда Искариот», в котором природа предательства Иуды рассматривается под довольно новаторским углом и ставит, возможно главный в своем творческом пути экзистенциальный «опыт». Важно отметить, что в Евангелии причины предательства, а также его характеристики не раскрываются. Можно сказать, что образ Иуды носит эпизодический характер. Андреев в отличие от оригинального сюжета много внимания уделяет внешности Иуды, подчеркивая его безобразность и «двуличность», ведь череп его «точно разрубленный с затылка двойным ударом меча и вновь составленный», один из его глаз «живой» и «бегающий», а второй совершенно бездвижный, «мертвый». Таким образом Иуда одновременно спокойный и бунтующий.

Главное отличие Иуды от других апостолов состоит в том, что он «свободен», ведь другие ученики Христа не способны на самостоятельные умозаключения и поступки. «Вольными» в этом смысле остаются только Иисус и Иуда. Разница в том, что Христос уже обладает «высшим знанием», а Иуда, несмотря на то, что содержит в себе его зачатки, считает, что понимает мир и людей, но все-таки осознает, что этого мало, а потому пытается вступить с Христом в полемику, но поскольку тот ему не отвечает, то Иуда решает предать его, чтобы увидеть, как поведут себя другие ученики. Иуда таким образом олицетворяет собой сомнение и бунт. Разрешить вопрос: «с ним что-то не так или со всеми остальными?», Иуда считает возможным только через предательство Христа, жертву им. Подобная характеристика роднит образ Иуды с самим Андреевым, вся жизнь которого соткана из неразрешимых противоречий и сомнений, суть которых во многом сводилась к этому же вопросу.

Этот мотив предательства не единственный, вторым выступает ревность Иуды к Христу, которая подкрепляет сомнение Иуды, ведь один из его вопросов звучит так: «Почему он не любит меня? Почему он любит тех? Почему он не любит тех? Почему он любит тех, кто его не любит?»¹⁰. Это в том числе зарождает в Иуде идею предательства, вновь отсылает к глубинному сомнению, что в представлении Христа о людях, что в его ближайших учениках. «Свободная мысль», которую в Иуде также подчеркивает И.И. Московкина¹¹, позволяет ему совершить этот эксперимент над другими учениками, создать ситуацию выбора, совершить предательство для того, чтобы дать нравственную оценку не только апостолам, но и всем тем, кто декламирует любовь к Христу только на словах. Созданная Иудой ситуация должна стать моментом психологического и нравственного откровения для всех «идущих» за Иисусом.

Однако Иудой движет не только доказательство своей правоты, ведь он изначально понимает, что заплатить за свое деяние ему придется вдвойне. Не только потерей объекта своеобразной любви, но и своей собственной жизнью: «А теперь он погибнет, и вместе с ним погибнет и Иуда»¹². Одновременно с этим предательство в представлении Иуды должно «доказать» Христу, что только он истинно любит его, а значит заслуживает места рядом с ним в Царствии Небесном. Важно отметить, что эту мысль и в целом выведение образа Иуды как центрального Андреев заимствует из апокрифического текста «Евангелие Иуды», где тот пересказывает Христу сон, в котором он «видел себя в видении, и двенадцать учеников побивали меня камнями. Они [сильно] преследовали [меня], и я возвратился в место... за Тобой»¹³. Мысль эта также развивается в статье Ширвановой Э. и Гаджиевой Р.¹⁴.

«Свобода» Иуды от догм прослеживает и в его сравнении с камнем. В оригинале эта «сила» присуща Петру, но в тексте Андреева этой характеристикой наделяется центральный персонаж, который сидит «неподвижный и серый, как сам серый камень». Для Андреева только такая твердость и непоколебимость способна позволить человеку совершить нечто за рамками принятых правил и морали. Однако, несмотря на свою уверенность Иуда все еще принадлежит к обычным людям, а потому, когда казнь все-таки состоялась, то он в порыве чувств сначала обличает священников, которое, раз они служат Богу должны были не допустить смерти Сына Божьего говоря им о том, что: «Он не был обманщик. Он был невинен и чист. Вы слышите? Иуда обманул вас. Он предал вам невинного»¹⁵, а затем, когда видит бездействие и безучастность «шедших» за Христом людей произносит: «Сегодня я видел бледное солнце. Оно смотрело с ужасом на землю и говорило: где же человек? Сегодня я видел скорпиона. Он сидел на камне и смеялся и говорил: где же человек? Я подошел близко и в глаза ему посмотрел. И он смеялся и говорил: где же человек, скажите мне, я не вижу!»¹⁶.

Таким образом Иуда выносит приговор всему человечеству, в том числе и себе. В своей правоте Искариот так и не утверждается, поскольку «чуда» не свершилось, предательство все равно лежит на нем тяжким грузом, а вера в человека окончательно разрушена. Выходит, что христианские представления о морали и нравственности не выдерживают критики, но и сам человек, отделенный от Бога неспособен существовать, ведь «Человека» в этом мире не существует, значит экзистенциальные противоречия устранить невозможно.

Таким образом, некоторые персонажи произведений Андреева напоминают своего создателя по характеру вопросов, которые им необходимо разрешить, по состоянию внутреннего мира. Вопросы остались без ответов, а все нарастающие тревога и тоска усугубляли и без того тяжелое психологическое состояние писателя, о чем свидетельствует одна из последних дневниковых записей, датированная 1916 годом: «Такая печальная, такая мрачная, такая тоскливая моя жизнь. Сколько ни оглядываюсь назад — все позади мрачно, страдание, темнота. Только детство счастливо и радостно — пора очищения, пора догадок, а не мыслей. А как только начал думать, как только начал

жить, то начались страдания и продолжаются до сих пор. Я уже сейчас не молод, все погибло, здоровье безнадежно плохо, доживать приходится последние года, и ничего, что могло бы украсить, смягчить, сделать радостною эту последнюю тропу жизни. Клевета, преследования, нелады дома, неустройства в личной жизни, все тяжелое, все смутное. Тоскливая жизнь.

...И страшно мне мечтать (или писать) о жизни, и радостно, и так близко стоит смерть. Смерть. Но я-то сам не боюсь ее. Пускай приходит. Пускай приходит поскорей и берет. Надоело. Надоело!»¹⁷.

Научный руководитель: Профессор кафедры книгоиздания и книжной торговли, доктор филологических наук, профессор, Гордович *К.Д.*

Scientific supervisor: Head of the Department of Book Publishing and Book Trade, Doctor of Philological Sciences, Gordovich K.D.

Список литературы

1. Андреев Л.Н. Дневник. 1897 г. // Литературное наследство. Т. 72: Горький и Леонид Андреев. Неизданная переписка. – М.: Наука, 1965. – С. 318.
2. Андреев Л.Н. Дневники. 1916 г. // Литературное наследство. Т. 72: Горький и Леонид Андреев. – М.: Наука, 1965. – С. 412–413.
3. Андреев Л.Н. Елеазар // Собрание сочинений: в 6 т. – М.: Художественная литература, 1990. – Т. 2. – С. 165–180.
4. Андреев Л.Н. Иуда Искарот // Собрание сочинений: в 6 т. – М.: Художественная литература, 1990. – Т. 3. – С. 110–145.
5. Андреев Л.Н. Повести и рассказы. – М.: Государственное издательство художественной литературы, 1957. – 496 с.
6. Евангелие от Иуды (апокриф II в. н.э.) // Апокрифы древних христиан. – М.: Мысль, 1989. – С. 336.
7. Библия. Книги Священного Писания Ветхого и Нового Завета. – М.: Издательство Московской Патриархии, 2020. – 1376 с. ISBN 978-5-88017-743-3.
8. Горький М. Леонид Андреев. – М., 2016. – 48 с. – URL: <https://mybook.ru/author/maksim-gorkij/leonid-andreev-2/> (дата обращения: 20.03.2025).
9. Московкина И.И. Между «рго» и «сонтга»: координаты художественного мира Леонида Андреева: монография. – Харьков: ХНУ им. В.Н. Каразина, 2005. – 288 с.
10. Худзиньска-Паркосадзе А. Библейские мотивы в прозе Леонида Андреева (на примере рассказа «Жизнь Василия Фивейского») // Вестник ВолГУ. – 2009. – № 8. – С. 55–58. ISSN 1998-9946.
11. Ширванова Э.Н., Гаджиева Р.М. Образ Иуды Искариота в контексте канонического и апокрифического Евангелия в одноименной повести Леонида Андреева // Вестник Дагестанского государственного университета. Сер. 2: Гуманитарные науки. – 2018. – Т. 33. – № 4. – С. 50–58. DOI: 10.21779/2542-0313-2018-33-4-50-58.

Е.В. Хохлова

ВИЗУАЛЬНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ К-ПОП ГРУПП: РОЛЬ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА, ЭСТЕТИКИ И КОНЦЕПТУАЛЬНОСТИ В ФОРМИРОВАНИИ ИМИДЖА И ВОСПРИЯТИЯ АРТИСТОВ

© Е.В. Хохлова, 2025

*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна
191186, Санкт-Петербург, Большая Морская, 18*

Визуальная идентичность играет ключевую роль в формировании имиджа К-поп-групп, особенно в эру стремительно развивающихся цифровых технологий. Данная статья посвящена анализу концептуальных, графических и эстетических аспектов визуальной айдентики корейской поп-музыки. На примере кейсов конкретных групп рассматриваются механизмы формирования имиджа. Через анализ примеров (IVE, NewJeans, TXT и др.) исследуется, каким образом визуальные средства обеспечивают целостность бренда и способствуют глобальному продвижению артистов.

Ключевые слова: К-поп, визуальная идентичность, графический дизайн, концепт, эстетика, концептуальность.

E.V. Khokhlova

Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design

191186, St. Petersburg, Bolshaya Morskaya, 18

VISUAL IDENTITY OF K-POP GROUPS: THE ROLE OF GRAPHIC DESIGN, AESTHETICS AND CONCEPTUALITY IN SHAPING THE IMAGE AND PERCEPTION OF ARTISTS

Visual identity plays a key role in shaping the image of K-pop groups, especially in the era of rapidly developing digital technologies. This article is devoted to the analysis of conceptual, graphic and aesthetic aspects of the visual identity of Korean pop music. The mechanisms of image formation are examined through case studies of specific K-pop groups. Through the analysis of those examples (IVE, NewJeans, TXT, etc.), it is explored how visual media ensure brand integrity and contribute to the global promotion of artists.

Keywords: K-pop, visual identity, graphic design, concept, aesthetics, conceptuality.

Введение

Уникальность индустрии корейской поп-музыки, или К-поп, обусловлена тесной связью музыкального контента с визуальным. Группы и агентства используют графический дизайн, эстетику и концептуальность для создания визуальной айдентики, которая способствует формированию имиджа айдолов (артистов группы) и их восприятия фанатами.

На сегодняшний день К-поп является не просто музыкальным жанром, но и важным культурным феноменом. Корейская волна (или халлю) – культурное явление роста глобальной популярности южнокорейской культуры – играет ключевую роль в глобализации корейской поп-музыки, а социальные сети становятся важным инструментом продвижения музыкального контента [1].

Целью настоящего исследования является выявление роли визуальной айдентики в формировании имиджа и восприятия К-поп групп, уделяя особое внимание графическому дизайну, эстетике и концептуальности как ключевым компонентам визуального образа артистов. Для достижения данной цели необходимо:

- рассмотреть особенности современной музыкальной индустрии в контексте цифровизации и проанализировать, каким образом трансформация медиасреды повлияла на стратегии продвижения в корейской музыкальной индустрии;
- выявить значение концептуальности как основы визуального имиджа К-поп групп, проанализировав фирменный стиль альбомов и промо-материалов;
- дать определение понятию нарратив в рамках К-поп индустрии;
- рассмотреть конкретные примеры применения цифровых технологий при создании промо-материалов, концептуальных стратегий и видеоконтента.

Развитие музыкальной индустрии

Современная музыкальная индустрия пережила значительные трансформации, связанные с развитием цифровых технологий и переходом к стриминговым сервисам.

В 2024 году доходы от музыкального стриминга по всему миру достигли 20,4 миллиарда долларов, что является самым высоким показателем за всю историю и почти в восемь раз превышает показатель 2015 года (2,6 миллиарда долларов). Доходы рынка музыкального стриминга в настоящее время составляют более 69 процентов от общего мирового дохода всей записанной музыки [2].

В этом контексте индустрия корейской поп-музыки заняла особую стратегическую позицию, подстроившись под новые реалии глобального музыкального рынка. Чтобы понять, как адаптировался К-рор, важно взглянуть на ключевые стратегии, используемые индустрией.

SM Entertainment, один из ведущих К-рор лейблов, демонстрирует акцент индустрии на экспорт. Компания перешла от традиционной модели В2С к подходу В2В, сотрудничая с такими платформами, как YouTube, для более широкого распространения музыки [3]. Стратегическое использование социальных сетей и стриминговых платформ позволило К-рор завоевать поклонников по всему миру, минуя обычные каналы распространения.

Развитие цифровых платформ позволило К-рор стать одним из ярких примеров того, как индустрия развлечений может эффективно использовать социальные сети и digital-дизайн для расширения охвата, повышения вовлечённости и достижения мирового успеха.

Концептуальность – основа имиджа

Визуальная айдентика К-рор групп представляет собой сложную систему элементов, включающую в себя сформированный визуальный образ, фирменный стиль группы и концепцию каждого отдельного камбэка (нового выпуска сингла или альбома).

Концептуальность является основой айдентики К-рор групп. Концепт – это художественная концепция, идея или тематика, определяющая стиль и атмосферу музыкального релиза (дебюта, камбэка), выраженная через музыку, визуальный стиль, хореографию и общее повествование конкретного релиза. Каждый камбэк сопровождается тщательно продуманными концептуальными фотосессиями, которые отражают выбранную эстетику и помогают создать целостный образ. Каждая деталь – от локации и цветовой гаммы до костюмов и макияжа – тщательно продумывается, чтобы гармонизировать с музыкальной и визуальной темой. Такие фотосессии публикуются в виде тизеров, которые вызывают интерес фанатов и формируют ожидания перед выходом нового альбома.

Кроме того, концептуальные фотосессии служат основой для оформления альбомов, плакатов, рекламной продукции и цифровых обложек, обеспечивая единый стиль промо-кампании. Значительную роль играет уникальный дизайн фотобуков, лайтстиков (концертный световой аксессуар, являющийся символом той или иной группы) и других атрибутов фан-культуры. В зависимости от концепта, группы могут использовать различные художественные подходы: минимализм, футуризм, винтажную эстетику или даже элементы сюрреализма.

Ярким примером продуманного визуального концепта является промо-кампания группы IVE в рамках мини-альбома 'SWITCH'. Мини-альбом был выпущен в нескольких вариациях. В основной версии альбома с фотокнигой присутствовало три версии (рис. 1и): 'ON', 'OFF', 'SPIN-OFF'. В рамках всех версий было реализовано пять визуальных направлений. Различия между разными версиями демонстрируют многогранность образов.

Версия 'ON' включает в себя фотосессию с мягким, мечтательным стилем, вдохновленным эстетикой махо-сёдзё аниме (в особенности Сейлор Мун и Мадока Магика) – жанр аниме, где главная героиня, обладающая некими сверхъестественными способностями, борется со злом (рис. 1а), белые наряды контрастируют с черным фоном, а белые графические элементы подчеркивают образы (рис. 1д). Версия 'OFF' с помощью разницы в цветокоррекции, освещении, одежде создает, как бы «злую» версию, артистов в роли главных героев (рис. 1б). Также есть фотографии, использующие графические элементы аналогичные «доброй» версии (рис. 1е). Это создает ощущение динамики и внутреннего конфликта. Такой визуальный дуализм не только усиливает запоминаемость релиза, но и визуально транслирует идею «переключения» состояний или настроений, заложенную в самом названии мини-альбома.

В версии 'SPIN-OFF' концепт фотосессии – это приглушенная «неоновая Азия». В нарядах используются детали из образов традиционных корейских уборов и стиля Y2K (рис. 1в).

Одна из фотосессий не нашла отражения в физическом релизе и была выпущена только в цифровом варианте. Это элегантный концепт, отражающий необычный ювелирный мотив (рис. 1г), но при этом в этой фотосессии находится отражение всё той же эстетики жанра махо-сёдзё.

Фотосессии были представлены в формате тизеров на официальных платформах группы, включая X, Instagram и YouTube. Такой формат визуального продвижения играет не только эстетическую, но и маркетинговую роль – он повышает вовлечённость фанатов, стимулирует обсуждения и создаёт эмоциональную привязанность к предстоящему релизу. Визуальный контент становится частью общей концептуальной стратегии, которая охватывает не только альбом, но и всю коммуникацию бренда группы с аудиторией.

Графические элементы и стиль фотографий реализуются через дополнительные промо-материалы, такие как расписание камбэка (рис. 1ж), трек-лист (перечень всех включенных в альбом песен) (рис. 1з) и даже в инфографике, показывающей содержание и дополнительные включения для различных версий мини-альбома (рис. 1и, 1й, 1к, 1л).

Каждый визуальный элемент – от стилистики костюмов до обработки фотографий – работает на раскрытие концепта. Такая целенаправленная концептуальная работа расширяет спектр возможностей группы и позволяет в рамках одного проекта апеллировать к различным вкусам потребителей для увеличения продаж.



а

б



в



г



д



ж



з



е



и



й



к



л

Рис 1. Промо-материалы мини-альбома “SWITCH”:

а, б, в, г, д, е – концептуальные фотографии; ж – расписание камбэка; з – трек-лист; и, й, к, л – различные версии мини-альбома

Создание единого образа группы

В некоторых группах прослеживается единая концепция стиля группы. Так, например, группа NewJeans использует обилие голубых оттенков в рамках различных релизов и промо-кампаний, что можно увидеть на мудборде, представленном на рисунке 2. Голубой цвет напоминает про дословное значение названия группы, new jeans в переводе с английского – новые джинсы [4]. Название также имеет в себе дубль-антандру – на слух его можно воспринять как new genes, что означает новое поколение. В этом контексте голубой цвет ассоциируется с юностью, лёгкостью и свободой.

NewJeans также часто использует контрастные яркие основные цвета (красный, желтый, синий) (рис. 3), которые отсылают на рисунки и каракули полные детской непосредственности, но также и на стиль Y2K. Такой визуальный подход позволяет создать юношеский образ группы и одновременно вызвать ностальгические чувства по периоду 2000-х.



Рис.2. Мудборд «Голубой цвет в промо-материалах NewJeans»



Рис.3. Мудборд «Наличие основных цветов в промо-материалах NewJeans»

Иногда связь между релизами устанавливается через общий нарратив – специально выстроенное повествование, которое не только даёт ответ на вопрос «что случилось?», но и раскрывает предпосылки и последствия некоторых взаимосвязанных событий [5]. Нарратив развивается от альбома к альбому, связывая релизы между собой. Он помогает донести до слушателей некую историю и нативно продемонстрировать ценности группы.

Такая концептуализация сторителлинга (повествования) присутствует у группы TXT (Tomorrow X Together), эстетическая и концептуальная стратегия которой выстраивается в форме длительного и последовательного повествования, разделённого на условные главы. Каждый крупный релиз представляет собой завершённый тематический блок, отражающий определённый этап в истории группы (рис. 4) [6]. При этом в структуре нарратива присутствуют так называемые миниоды – промежуточные альбомы, которые функционируют как связующие элементы между основными главами. Они позволяют не только сохранить логическую целостность нарратива, но и обеспечивают плавный переход между различными концептуальными периодами.

Визуальное оформление альбомов TXT подчинено идее стилистического и графического единства, в рамках которого ключевую роль играет фирменный логотип конкретного релиза. Этот элемент представляет собой уникальный графический знак, который подвергается трансформациям от альбома к альбому, отражая как содержание, так и эмоционально-смысловой контекст релиза. Таким образом, логотип становится неотъемлемой частью визуального нарратива, создавая идентичность и единый образ группы и одновременно визуализируя изменения в тематике и настраивая отдельно взятого альбома.



Рис.4. Главы музыкальных альбомов TXT

Применение цифровых технологий

Визуальный стиль корейских поп-групп в цифровом пространстве играет ключевую роль в их продвижении. Стилизованные посты, фото- и видео-тизеры создают единое цифровое пространство, которое формирует образ группы.

Современные технологии, включая технологии искусственного интеллекта, активно применяются при разработке промо-материалов, позволяя создавать визуальный контент с высокой степенью стилизации и уникальности. На рисунке 5 представлены видео-тизеры цифрового сингла 'SIGN', выполненные в эстетике Frutiger Aero, для группы izna.



Рис.5. Видео-тизеры цифрового сингла 'SIGN' группы izna

Ещё одним примером интеграции цифровых технологий в визуальную стратегию К-поп является использование невзаимозаменяемых токенов (NFT), как в случае с группой tripleS. Фотокарточки участниц группы были выпущены в виде NFT-объектов. Такой подход представляет собой инновационную форму цифровизированного коллекционирования.

Визуальная составляющая NFT-фотокарточек остается такой же, как и ее физический аналог. Однако в цифровом формате карточки приобретают дополнительную ценность за счёт уникальности и ограниченного тиража, подтверждённого на уровне блокчейн-записи.

Использование NFT-технологий способствует углублению вовлечённости аудитории, предлагая новый формат взаимодействия между артистом и поклонником. В случае tripleS подобная стратегия интегрируется в общую концепцию digital-айдентики группы, где фанаты могут принимать участие в голосованиях, выборах составов юнитов и других формах децентрализованного управления проектом, что делает визуальные элементы неотъемлемой частью интерактивной коммуникации.

Особое место в обсуждении цифровой идентичности занимает кейс группы aespa, чей концепт основан на синтезе реальных участниц с их виртуальными аватарами (ae-avatars), существующими в метавселенной под названием KWANGYA. Такой подход демонстрирует интеграцию графического дизайна, 3D-моделирования и нарративного сторителлинга в рамках музыкального брендинга. Каждая участница группы имеет цифрового двойника, визуально стилизованного в соответствии с общей айдентикой группы, а взаимодействие между реальными и виртуальными персонажами строится на основе драматургии, распространяемой через клипы, визуальные тизеры и цифровой контент. Метавселенная KWANGYA, в свою очередь, формирует самостоятельное визуально-семантическое пространство, где развивается мифология группы и взаимодействуют различные элементы концепта SM Culture Universe (SMCU). Таким образом, aespa представляет собой пример того, как визуальная идентичность может расширяться за пределы традиционного медиапространства и приобретать форму интерактивного цифрового мира [7].

Схожую стратегию развивает и группа Plave, полностью состоящая из виртуальных персонажей, чьи визуальные образы разработаны с использованием технологий CGI и трекинга движений. Участники Plave не имеют физических прототипов: их аватары анимированы в реальном времени и взаимодействуют с аудиторией через платформы стриминга, социальные сети и цифровые концерты. Такой формат позволяет создавать гибкие визуальные идентичности, свободные от физических ограничений, и открывает новые возможности для визуального нарратива. Графический дизайн, использованный в создании Plave, сочетает элементы аниме-эстетики, геймерской культуры и футуристического дизайна, что делает визуальный стиль группы узнаваемым и целенаправленно ориентированным на digital-native аудиторию. В этом случае визуальная айдентика становится не только средством самовыражения, но и основой для построения полноценной виртуальной поп-культуры.

Музыкальные клипы корейских поп-групп отличаются высокой продуманностью и художественной ценностью. Они следуют мировым трендами и используют актуальные цифровые технологии (CGI, 3D-анимация и технологии ИИ) для создания визуальных эффектов (рис. 6). Использование сложных кинематографических приёмов делает К-поп клипы не просто музыкальными видео, а полноценными культурными продуктами, усиливающими коммерческую привлекательность артистов на глобальном рынке.

Концептуальность здесь создает взаимосвязь визуальных образов с музыкальными стилями, что создаёт целостное восприятие группы.



а



б



в



г



д



е

Рис.6. Кадры из музыкальных клипов групп NMIXX, XG, aespa, TXT, IVE

Выводы

Проведённое исследование позволило установить, что продуманная визуальная идентичность К-рор групп является мощным инструментом маркетинга и продвижения. Она выступает неотъемлемым элементом стратегий позиционирования групп на глобальном музыкальном рынке. Грамотно выстроенная концепция, продуманный графический дизайн, уникальный фирменный стиль альбомов и активное применение digital-технологий играет решающую роль в формировании образа и имиджа группы. В условиях стремительного развития цифровых технологий и глобализации музыкального рынка, значимость визуальной айдентики К-рор продолжает расти, становясь главным фактором успеха индустрии.

Анализ концептуальности как основы визуального имиджа показал, что К-рор-группы формируют целостный визуальный нарратив, который распространяется через альбомы, промо-материалы и мультимедийный контент.

Концептуальное оформление релизов, фотосессий, постеров, упаковок и мерчандайзинга является частью целостной визуальной стратегией. Нарративность, как структурный элемент идентичности, проявляется в последовательности визуальных образов, объединённых общей темой или художественным посылом.

Агентства используют разнообразные креативные форматы: от физических альбомов и коллекционных карточек до цифровых NFT-релизов. Использование цифровых технологий, включая искусственный интеллект, виртуальных аватаров и метавселенные, демонстрирует растущую тенденцию к интеграции инноваций в построение визуального бренда. Всё это становится ключевым аспектом в формировании визуального имиджа корейских поп-групп и влиянии на восприятие аудитории.

Научный руководитель: старший преподаватель кафедры цифровых и аддитивных технологий Славникова Мария Александровна
Scientific supervisor: Senior Lecturer of the Department of Digital and Additive Technologies, Slavnikova Maria Aleksandrovna

Список литературы

1. Hallyu (Korean Wave). URL: <https://kccuk.org.uk/en/about-korea/culture-and-arts/hallyu-korean-wave/> (дата обращения: 15.04.2025)
2. Music streaming revenue worldwide from 2005 to 2024. URL: <https://www.statista.com/statistics/587216/music->

- streaming-revenue/ (**дата обращения:** 15.04.2025)
3. Ingyu Oh. The Globalization of K-pop: Korea's Place in the Global Music Industry // Korea Observer. 2013. № 3 (44). С. 389 - 409.
 4. NewJeans (NJZ) and the Unraveling of the Perfect Brand (Pt. 1). URL: <https://www.youtube.com/watch?v=fH9nrFOIExs&t=726s/> (**дата обращения:** 15.04.2025)
 5. **Больше чем сюжет: что такое нарратив.** URL: <https://theoryandpractice.ru/posts/19393-bolshe-chem-syuzhet-cto-takoe-narrativ/> (**дата обращения:** 15.04.2025)
 6. The Ultimate Guide to TXT (2025). URL: <https://www.youtube.com/watch?v=1-DnmDNYnW4&t/> (**дата обращения:** 15.04.2025)
 7. Kim, Soo-Hyun, Yoo, Ji-Yun A Study on the Recognition and Acceptance of Metaverse in the Entertainment Industry // Journal of Korea Entertainment Industry Association. 2021. № 7 (15). С. 1 - 15.

References

1. Hallyu (Korean Wave). URL: <https://kccuk.org.uk/en/about-korea/culture-and-arts/hallyu-korean-wave/> (date accessed: 15.04.2025)
2. Music streaming revenue worldwide from 2005 to 2024. URL: <https://www.statista.com/statistics/587216/music-streaming-revenue/>. (date accessed: 15.04.2025)
3. Ingyu Oh. The Globalization of K-pop: Korea's Place in the Global Music Industry // Korea Observer. 2013. № 3 (44). 389 - 409 pp.
4. NewJeans (NJZ) and the Unraveling of the Perfect Brand (Pt. 1). URL: <https://www.youtube.com/watch?v=fH9nrFOIExs&t=726s/> (date accessed: 15.04.2025)
5. Bolshe chem syuzhet: chto takoe narrativ. URL: <https://theoryandpractice.ru/posts/19393-bolshe-chem-syuzhet-cto-takoe-narrativ/> [More than a plot: what is a narrative]. (date accessed: 15.04.2025)
6. The Ultimate Guide to TXT (2025). URL: <https://www.youtube.com/watch?v=1-DnmDNYnW4&t/> (date accessed: 15.04.2025)
7. Kim, Soo-Hyun, Yoo, Ji-Yun A Study on the Recognition and Acceptance of Metaverse in the Entertainment Industry // Journal of Korea Entertainment Industry Association. 2021. № 7 (15). С. 1 - 15.

Т.М. Черезова

ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ СТИЛИСТИЧЕСКИХ АСПЕКТОВ 2D-ИЛЛЮСТРАЦИЙ НА ВОСПРИЯТИЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

© Т.М. Черезова, 2025

*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна
191186, Санкт-Петербург, Большая Морская, 18*

В данной статье исследуется влияние стилистических особенностей 2D-иллюстраций на восприятие пользователей в контексте дизайна цифровых продуктов. Основной акцент сделан на том, как выбор стилистики иллюстраций может усиливать или ослаблять взаимодействие с пользователем, вызывая определённые ассоциации, эмоции. Исследование включает в себя обзор различных типов иллюстраций, а также анализ, основанный на опросе 344 респондентов, который позволил выявить предпочтения пользователей относительно различных техник и стилей. Результаты исследования показывают, что наиболее привлекательными являются изображения с сильной стилизацией или приближенные к реализму, в то время как средняя стилизация, сильные искажения формы или абстрактные изображения вызывают в основном негативные отклики. Статья подчеркивает важность осознанного выбора стиля иллюстраций, который должен соответствовать фирменному стилю бренда и ожиданиям целевой аудитории.

Ключевые слова: веб-дизайн, иллюстрация, целевая аудитория, стиль, стилизация, иллюстрации, пользовательский опыт.

T.M. Cherezova

St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design
191186, St. Petersburg, Bolshaya Morskaya Street, 18

THE IMPACT OF STYLISTIC ASPECTS OF 2D ILLUSTRATIONS ON USER PERCEPTION

This article explores the impact of the stylistic features of 2D illustrations on user perception in the context of digital product design. The main focus is on how the choice of illustration style can enhance or weaken user interaction, evoking specific associations and emotions. The study includes an overview of various types of illustrations and an analysis based on a survey of 344 respondents, which helped identify user preferences regarding different techniques and styles. The results of the study show that the most attractive images are those with strong stylization or those close to realism, while medium-level stylization, strong shape distortions, or abstract images mostly evoke negative responses. The article emphasizes the importance of a conscious choice of illustration style, which should align with the brand's corporate identity and meet the expectations of the target audience.

Keywords: web design, illustration, target audience, style, stylization, illustrations, user experience.

Иллюстрации являются важным инструментом визуальной коммуникации в дизайне, способствуя установлению эмоциональной связи между пользователем и цифровым продуктом. Настоящее исследование направлено на изучение влияния стилистических особенностей 2D-иллюстраций на восприятие различных групп пользователей с целью оценки их эффективности.

Стиль иллюстрации оказывает непосредственное воздействие на пользовательский опыт. Так, например, мультяшный стиль ассоциируется с детьми, весельем, легкостью, тогда как минималистичный — с современностью и функциональностью. При создании иллюстраций дизайнеры сознательно работают с формой, композицией, цветовой палитрой и визуальным нарративом, стремясь вызвать у пользователя определённый отклик. Тем не менее, выбор стиля зачастую остаётся субъективным, определяемым личными предпочтениями, текущими трендами или техническими ограничениями.

Более осмысленный подход к визуальному оформлению предполагает выбор иллюстраций, соответствующих фирменному стилю, ценностям и маркетинговой стратегии бренда (учитывая его tone of voice) или интересам его целевой аудитории. Т.е. в данном случае стиль иллюстрации становится одним из элементов дизайна, выполняющих четкую функцию, а не просто случайным выбором.

Цель исследования - определить какое влияние стилистические аспекты 2D-иллюстраций оказывают на восприятие пользователей.

Задачи исследования:

- Проанализировать влияние различных стилей 2D-иллюстраций на восприятие пользователей;
- Оценить эмоциональный отклик, вызываемый иллюстрациями различных типов (мультяшный, минималистичный, реалистичный и др.);
- Определить, является ли визуальный стиль иллюстрации ключевым фактором пользовательского восприятия, либо на первый план выходят иные характеристики визуального контента.

Стиль иллюстрации — это совокупность визуальных характеристик, которые делают изображение узнаваемым и отличным от других. К основным элементам, определяющим стиль, относятся техника исполнения, форма

и пластика, цветовая гамма, особенности линий, текстура, композиция, сюжет, тематическая направленность, а также влияние других художественных направлений или культурных традиций.

Важно отметить, что в каждой сфере применяются определённые виды иллюстрации, что позволяет выделить наиболее характерные стилистические решения. Это уточнение поможет сузить выборку стилей для дальнейшего анализа и более точно исследовать их особенности.

Виды иллюстрации и их сферы применения:

- Иллюстрация в медиа выполняет информационную и эстетическую функцию, визуально дополняя текстовые материалы: концептуальные изображения с акцентом на метафоры, абстракция, минимализм, инфографика, коллажи, генеративная иллюстрация.
- Книжная иллюстрация дополняет основной текст: гравюра и линейная графика, акварельная графика, декоративная стилизация, силуэтная графика, генеративная иллюстрация.
- Коммерческая иллюстрация - в рекламе и брендинге стилистика иллюстрации определяется фирменным стилем компании и задачами маркетинга: flat, изометрия, ретро и винтаж, поп-арт, гиперреализм, коллажи, минимализм, техно, аниме, 3d, генеративная иллюстрация, cal arts.
- Иллюстрация в игровой индустрии отвечает за создание визуального мира игры и варьируется в зависимости от стилистики проекта: реалистичная, карикатурная, фэнтези, пиксель-арт, low-poly, киберпанк и другие.
- Иллюстрация в веб-дизайне служит для улучшения пользовательского опыта, визуализации контента и поддержки фирменного стиля на сайтах и в приложениях: flat, изометрия, абстракция, 3D, минимализм, нейроморфизм, стилизованные пиктограммы, дудлы и другие.

Как следует из приведённой классификации, веб-дизайн наиболее тесно связан с медиа- и коммерческой иллюстрацией. Однако важно учитывать, что перечисленные стили лишь отражают наиболее распространённые направления в каждой сфере. На практике же их границы размыты, а стилистические приёмы могут переходить из одной области в другую, создавая уникальные визуальные решения. Например, использование стилистики старинных книжных гравюр в гейм-дизайне может придать проекту самобытность и выделить его среди конкурентов.

Чтобы классифицировать иллюстрации для дальнейшего исследования, можно использовать разные подходы:

- Техника: векторная или растровая 2D-графика, 3d-графика, генеративная графика.
- Уровень стилизации: реализм, полуреализм, карикатура, гротеск, сверхдеформация, геометрия, абстракция
- Стили: фотореализм, абстракция, геометрия, аниме, комиксный стиль, мультяшный стиль, пиксель-арт, дудл, экспрессионизм, минимализм, flat design и другие.

Далее в статье будет проведено сравнение иллюстраций по этим категориям. Параллельно с этим был проведён опрос, чтобы определить, какие стили иллюстрации более привлекательны для пользователей и какие чувства они вызывают. Вопросы строились по следующей схеме:

1. Блок с общей информацией: возраст, род деятельности, предпочитаемый стиль иллюстраций, уровень навыков рисования, работы с 3D-графикой, опыт работы с нейросетями;
2. Восприятие изображений: какое изображение нравится больше или меньше;
3. Анализ персонажей: персонаж для рекламы банка, для упаковки конфет, для сайта университета, персонаж, который кажется самым добрым, умным, персонаж, которому доверяют больше всего;
4. Эффективность стилей: стиль, привлекающий внимание, удерживающий внимание, положительное впечатление, вызывающий отторжение.

В опросе приняли участие 344 человека. Основную часть респондентов (75%) составили молодые люди в возрасте от 18 до 22 лет. Большинство из них является студентами СПбГУПТД различных направлений обучения. Остальные возрастные группы распределились следующим образом: 23–27 лет — 50 человек (15%), 28–35 лет — 20 человек (6%), 14–17 лет — 10 человек (3%) и старше 36 лет — 7 человек (2%). На основе анализа анкет респондентов можно сделать следующие выводы:

- 75% - молодые люди в возрасте от 18 до 22 лет;
- 68% выбирают 2D-графику;
- 82% умеют рисовать;
- 52% пробовали работать с 3D-графикой, но не чувствуют уверенности;
- 61% имеют опыт работы с ИИ и ещё 24% уверенно с ним работают.

Далее проанализируем предложенную респондентам графику и рассмотрим статистику полученных ответов. В целях сравнения различных техник (2D, 3D и генеративной графики), на рис.1 представлены три версии одного и того же персонажа, выполненные в соответствующих стилях.



Рис.1. Сравнение техник иллюстрации

Первая иллюстрация от Sébastien Bègue [1] – стилизованная 3D-графика. Персонаж напоминает детскую игрушку. Текстура кожи, имитирующей чешуйки, которые напоминают каменную кладку. Форма и объемы подчеркиваются мягким светом и тенями. Анатомия стилизована.

Вторая иллюстрация от Satoshi Matsuura[2] - стилизованное 2D-изображение с явной геометризацией форм. Это оригинальная работа, на основе которой были созданы 1 и 3 иллюстрации. Линии намеренно грубые, казалось бы, небрежные, но при этом четко передающие форму объекта и создают эффект аналогового рисунка (с использованием традиционных материалов). Цвета и тени плоские.

Третья иллюстрация — результат генераций на основе первых двух изображений. Работа выполнена автором статьи для примера. В отличие от предыдущих вариантов, здесь присутствует еще более выраженная «глянцевость», плавные переходы света. Также персонаж более детализирован и в отдельных частях стилизация стремится к реализму (например, глаз в отличие от первых примеров анатомически более точен). Недостатками здесь будут артефакты в сложных местах иллюстрации. Так лапы на исходных изображениях имеют специфический силуэт, поэтому ИИ их плохо распознал.

По результатам опроса можно сделать вывод, что наибольшую симпатию у респондентов вызывает стилизованная 2D-графика с выраженной геометризацией форм и аналоговой эстетикой — второе изображение выбрали почти 44% респондентов. На втором месте по популярности оказалась генеративная иллюстрация, созданная с использованием ИИ, — её выбрали 38% участников. Меньше всего понравилась 3D-иллюстрация, получившая лишь 18% положительных отзывов. Статистика подтверждается ответами на обратный вопрос «какое изображение нравится меньше всего?»: 48% респондентов указали первое как наименее привлекательное изображение. В целом, эта статистика оправдывается результатами общих вопросов: большинство респондентов хорошо рисуют, умеют работать с ИИ, но при этом имеют мало опыта в работе с 3D-графикой.

Далее сравнение будет проводиться на 2D-графике, но аналогичное исследование можно провести и для 3D и генеративной графики, т.к. уровни стилизации и стили иллюстрации общие для всех этих техник. Однако важно отметить, результаты опросов могут отличаться, т.к. в различных техниках популярными могут оказаться разные уровни стилизаций.

На рис.2 представлены четыре вариации одного и того же персонажа в разных уровнях стилизации, что позволяет проанализировать влияние визуального упрощения и детализации на восприятие образа.



Рис.2. Сравнение уровней стилизации[5]

Первая версия характеризуется высокой степенью стилизации. Форма тела и головы упрощены до геометрических элементов, пропорции сильно искажены: голова непропорционально большая, конечности короткие, линии четкие и минималистичные. Такой стиль приближен к карикатурному и вызывает ассоциации с анимацией или комиксами, создавая комический, легкий образ. Персонаж воспринимается скорее как гротескный и забавный, чем

угрожающий.

Вторая версия сохраняет стилизованный подход, но он становится менее карикатурной. Пропорции приобретают больше реалистичных черт. Деталей стало чуть больше, но акцент внимания и концентрация мелких деталей по-прежнему на лице персонажа.

Третья версия приближается к реалистичной подаче, но сохраняет умеренную стилизацию. Пропорции более естественные, а детализация в одежде, руках и лице выше. Это делает образ более серьезным, передавая напряженность и целеустремленность персонажа. Этот вариант уже воспринимается как более авторитетный и внушающий доверие, что характерно для классической комиксной или анимационной эстетики с элементами нуара.

Четвертая версия максимально приближена к реалистичному изображению. Пропорции анатомически верны, а детализация одежды, лица и аксессуаров значительно выше. Такой стиль формирует серьезный, убедительный образ, который вызывает ассоциации с кинематографическими детективами или персонажами графических новелл в жанре нуар. В отличие от предыдущих версий, здесь герой кажется более сдержанным, уверенным и внушающим уважение.

Таким образом, переход от стилизации к реализму наглядно демонстрирует влияние на эмоциональное восприятие персонажа человеком. Чем выше степень стилизации, тем больше образ вызывает комические или эксцентричные эмоции, тогда как более реалистичный стиль придает персонажу серьезность и убедительность.

Победителями в опросе оказались первое (35%) и третье (31%) изображения, на втором месте изображение под номером четыре (21,5%). Второе изображение понравилось лишь 13% респондентов. Полученные результаты подтверждают, что степень стилизации напрямую влияет на эмоциональное восприятие персонажа и его восприятие аудиторией. Наибольшую популярность завоевали образы, находящиеся на полюсах стилистического спектра: первая версия с ярко выраженной карикатурной стилизацией (35%) и третья версия, сочетающая реалистичность с умеренной стилизацией (31%). Это указывает на существование двух предпочтительных направлений: либо максимально экспрессивное, легкое и комичное оформление, либо визуально проработанный, серьезный и внушающий доверие образ.

Также было проведено сравнение уровней стилизации на портретах одного персонажа, сгенерированных с помощью ИИ. Первое изображение наиболее реалистичное и детализированное. Третье изображение с самой сильной стилизацией. Второе изображение сочетает в себе черты первого и третьего и является промежуточным вариантом. Примеры на рис.3 и рис.4.



Рис.3. Сравнение уровней стилизации[3]

По результатам опроса респондентам больше все понравилась стилизация на втором изображении (51%), на втором месте – первое изображение (31%). Третье изображение понравилось 18% респондентов. При этом при выборе изображения, которое нравится меньше, пропорции другие: первое – 27%, второе – 23%, третье - 50%.



Рис.4. Сравнение уровней стилизации[3]

По результатам опроса респондентам больше все понравилась стилизация на первом изображении (48%). Второе и третье изображение собрали примерно равное количество голосов: 29% и 24% соответственно. При этом при выборе изображения, которое нравится меньше, пропорции снова другие: первое – 27%, второе – 31%, третье - 42%.

Результаты сравнительного анализа портретов одного персонажа с разным уровнем стилизации (рис. 3 и рис. 4) подтверждают, что на восприятие визуального образа значительно влияет степень стилистической обработки. Во всех случаях наибольшее количество положительных откликов получали изображения с умеренной стилизацией (вто-

рое изображение на рис. 3 — 51%) или реалистичные (первое изображение на рис. 4 — 48%). При этом изображения с сильной стилизацией (третьи) стабильно получают наибольшее количество негативных оценок: 50% на рис. 3 и 42% на рис. 4. Это может быть связано с излишней гротескностью и искажением пропорций, что делает персонажа менее убедительным или даже комичным, особенно в контексте, где ожидается серьёзность или реализм. Эта статистика подтверждает результаты оценки персонажей на рис.2, где победили сильно стилизованные персонажи и более реалистичные, тогда как промежуточные варианты не вызвали интереса. Кроме того, на примере рис.3 и рис.4 можно сделать предположение, что на выбор изображения также повлиял цвет, т.к. изображения победители имеют более яркую и разнообразную цветовую палитру (комплиментарные желто-синие или синяя гамма с ярко-красным rim light).

Интересно, что на рис. 4 умеренно стилизованное изображение (второе) набрало примерно столько же положительных, сколько и отрицательных оценок (29% и 31% соответственно), что может указывать на амбивалентное восприятие такого подхода: часть аудитории воспринимает его как гармоничный компромисс, другая — как невыразительный или неуверенный в своей визуальной идентичности стиль.

Далее сравним стили иллюстрации. На рис. 5 и рис.6 представлены изображения для исследования. Такой большой набор изображений обусловлен тем, что опрос проходил в два этапа на разных людях, и были подобраны новые изображения с сохранением стилистики, чтобы получить более объективную оценку.



Рис.5. Сравнение стилей иллюстрации[4]



Рис.6. Сравнение стилей иллюстрации[4]

Данная подборка иллюстраций демонстрирует различные уровни стилизации, от фотореализма до абстракции, что позволяет проследить разнообразие подходов в современной визуальной культуре. Иллюстрации можно разделить на две половины: стремящиеся к реализму (1-5) и стилизованные (6-10):

1. Первое изображение выполнено в фотореалистичной манере, близкой к модной фотографии, с акцентом на натуралистичность, мягкое освещение и текстурную детализированность.
2. Второй пример представляет собой стилизованный реализм, объединяющий классическую живопись с современными цифровыми техниками; в композиции наблюдается сложное взаимодействие света и текстуры.
3. Третье изображение выполнено в стиле минималистичной графической стилизации с плавными линиями и упрощёнными формами, характерными для концептуальной иллюстрации.
4. Четвёртый пример отсылает к анимационной стилистике, ориентированной на выразительную цветовую палитру и чёткий контурный рисунок, напоминающий визуальные решения современных

мультсериалов.

5. Пятый стиль — минимализм, силуэтная графика с минималистичным цветовым решением, использующая контрастные формы для создания выразительного образа.

6. Шестое изображение относится к мультяшной стилизации с упрощёнными формами, яркой палитрой и характерным контуром. У него есть название - CalArts (сокращение от California Institute of the Arts, или Калифорнийского института искусств, основанного Уолтом Диснеем);

7. Седьмой пример демонстрирует экспрессивную абстракцию с деформацией пропорций, подчёркнутыми угловатыми линиями и ограниченной цветовой гаммой.

8. Восьмое изображение представляет пиксель-арт — стиль, характерный для ретро-игр и цифровой среды, отличающийся модульностью изображения и низким разрешением.

9. Девятый стиль можно отнести к наивной иллюстрации или дудл стилю: персонажи выполнены в предельно упрощённой форме, с динамичной композицией и яркой палитрой.

10. Десятый пример отражает влияние конструктивизма и геометрического абстракции.

По результатам опроса можно сделать следующие выводы:

1. Изображения №1 с реалистичными портретами вызывают доверие, положительное впечатление о бренде. В сочетании с необычными элементами (серьги-клубники) хорошо привлекают внимание.

2. Изображения №2 с реалистичной генеративной графикой, не нравятся и отталкивают, но при этом также хорошо привлекают и удерживают внимание и запоминаются. Вероятно, это парадокс: неприятное странное изображение хорошо выполняет нужные маркетингу функции.

3. Изображения №3 и 4 с генеративной полуреалистичной графикой нравятся большинству.

4. Изображения №5 собрали примерно одинаковое большое количество голосов за и против, что говорит о том, что такая минималистичная графика вызывает спорные чувства, но по результатам опроса она хорошо привлекает внимание.

5. Изображение №6 с популярной стилизацией также нравится большинству. Если при этом использованы известные персонажи, изображения хорошо запоминаются и привлекают внимание.

6. Изображения №7 собрали максимально негативные оценки. Такие изображения больше всего не нравятся и сильнее всего отталкивают.

7. Изображения №9 собрали много положительных откликов, нравятся большинству, запоминаются, помогают удержать внимание и формируют положительное впечатление о бренде.

8. Изображения №10 также парадоксальны: больше всего не нравятся и отталкивают, но при этом хорошо привлекают и удерживают внимание.

Далее на рис.7 представлены для сравнения изображения с общим нарративом, композицией и колористикой. На представленном изображении прослеживается градиент стилизации портретного образа, начиная от фотографии и переходя к различным уровням упрощения и художественной интерпретации.



Рис.7. Сравнение стилей иллюстрации[4]

Анализ этих изображений позволяет выявить, как изменения формы, цвета и деталей влияют на эмоциональное восприятие персонажа:

1. Первое изображение представляет собой фотографию. Эмоциональное восприятие определяется нюансами мимики, освещения и контекста, создавая ощущение подлинности и индивидуальности.

2. На втором и четвертом изображениях наблюдается высокий уровень детализации, приближенный к полу-

реализму, но с явными художественными акцентами. Второе изображение – полуреализм, соблюдаются реалистичный пропорции, четвёртое, хотя и сохраняет реалистичные черты, но форма и пропорции более стилизованы, создается эффект кукольности.

3. Третье изображение характеризуется сильной геометризацией форм. Черты лица упрощены, а силуэт сведён к простым плоскостям. Такой подход убирает индивидуальные особенности, делая образ более универсальным. Восприятие эмоций здесь становится абстрактным: зритель скорее интерпретирует настроение по общему цветовому решению и силуэту, чем по детализированным чертам лица.

4. Пятое изображение представляет собой еще более упрощенный вариант. Пропорции намеренно искажены, а черты лица сведены к минимальному количеству элементов. Такой стиль часто используется в современном графическом дизайне и иллюстрации, так как он передает идею или эмоцию с минимальными визуальными средствами.

5. Шестое изображение демонстрирует крайний уровень стилизации, при котором персонаж представлен в схематической форме. Лицо и тело сведены к простейшим геометрическим фигурам, а цветовая палитра ограничена несколькими яркими оттенками. Такой стиль напоминает детские иллюстрации или пиктограммы, вызывая ощущение наивности, непосредственности и дружелюбия.

На рис.8 представлены результаты опроса по этим изображениям. Можно увидеть подборку наиболее популярных работ по каждому из вопросов блока.



Рис.8. Результаты сравнения стилей иллюстрации

Примечательно, что повторяются примерно одни и те же изображения. Наиболее популярными изображениями оказались иллюстрации с сильной стилизацией или наоборот фотографии. Причем они отражают похожие чувства – люди в одинаковой степени им доверяют, поэтому готовы видеть на веб-ресурсах банков и университетов. При этом восприятие разделяется при определении эмоции:

- стилизация больше ассоциируется с позитивом, конфетами, добротой;
- фотография в свою очередь более строгая и говорит об уме и организованности.

Заключение

Проведённое исследование показало, что стилистические особенности 2D-иллюстраций оказывают значительное влияние на восприятие пользователей и могут вызывать различные эмоциональные и ассоциативные отклики в зависимости от уровня стилизации и техники исполнения.

Анализ показал, что изображения с выраженной стилизацией (карикатурной, геометричной) и умеренным реализмом наиболее популярны среди молодой аудитории. Стилизованная графика вызывает положительные эмоции, ассоциируясь с чем-то дружелюбным, лёгким и современным. Реализм воспринимается как более серьёзный и «официальный», тогда как минималистичные изображения вызывают нейтральную реакцию, уступая по выразительности.

Наиболее сильный эмоциональный отклик наблюдался в ответ на иллюстрации с ярко выраженной стилизацией, особенно при наличии контрастных цветов, чёткой композиции и стилистической цельности. Мультяшный стиль чаще вызывал симпатию и запоминался, тогда как перегруженные или лишённые индивидуальности изображения оставались незамеченными. Реализм, в свою очередь, хорошо работает там, где требуется вызвать чувство доверия и серьёзности.

Результаты исследования подтвердили, что визуальный стиль является важным, но не единственным фактором восприятия. Пользователи также обращают внимание на уместность иллюстрации в контексте, цветовую палитру и композицию, а также популярность стиля в медиа. Таким образом, визуальный стиль становится ключевым при прочих равных, но его влияние усиливается или ослабляется в зависимости от контекста использования.

Научный руководитель: старший преподаватель кафедры цифровых и аддитивных технологий, Славникова Мария Александровна

Scientific supervisor: Senior Lecturer of the Department of Digital and Additive Technologies, Slavnikova Maria Aleksandrovna

Список литературы

1. Sébastien Bègue. URL: <https://www.artstation.com/artwork/Aqw3Wm> (дата обращения: 03.04.2025)
2. Satoshi Matsuura. URL: <https://www.artstation.com/artwork/ELqJd0> (дата обращения: 04.04.2025)
3. Detective Yami-Yami. URL: <https://www.artstation.com/artwork/9EOd0a> (дата обращения: 05.04.2025)
4. Pinterest. URL: <https://ru.pinterest.com/> (дата обращения: 06.04.2025)
5. Typical detective Puba 24. URL: <https://puba.artstation.com/projects/Кae5WR> (дата обращения: 07.04.2025)

References

1. Sébastien Bègue. URL: <https://www.artstation.com/artwork/Aqw3Wm> (date accessed: 03.04.2025)
2. Satoshi Matsuura. URL: <https://www.artstation.com/artwork/ELqJd0> (date accessed: 04.04.2025)
3. Detective Yami-Yami. URL: <https://www.artstation.com/artwork/9EOd0a> (date accessed: 05.04.2025)
4. Pinterest. URL: <https://ru.pinterest.com/> (date accessed: 06.04.2025)
5. Typical detective Puba 24. URL: <https://puba.artstation.com/projects/Кae5WR> (date accessed: 07.04.2025)

УДК 004.9:7.03:7.01

Т.М. Черезова

РОЛЬ ИЛЛЮСТРАЦИИ В СОЗДАНИИ БРЕНД-ИДЕНТИЧНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ В ЦИФРОВОМ ПРОСТРАНСТВЕ

© Т.М. Черезова, 2025

*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна
191186, Санкт-Петербург, Большая Морская, 18*

В условиях стремительного развития цифровой среды образовательные учреждения сталкиваются с необходимостью формирования собственного бренда в цифровой среде. В статье рассматривается использование иллюстраций как инструмента создания уникального образа компании, анализируются функции иллюстрации в брендинге и особенности визуальных стратегий различных образовательных платформ. Проведён сравнительный анализ стилистических подходов к иллюстрациям на примере таких организаций, как ВШЭ, ИТМО, *Bang Bang Education*, Яндекс.Практикум, *GeekBrains* и *Skillfactory*. Проведённый анализ показал, что далеко не все образовательные учреждения демонстрируют целостный и последовательный подход к визуальной айдентике. В ряде случаев наблюдается стилистическая разрозненность между различными цифровыми площадками, что может снижать узнаваемость и эффективность веб-ресурсов. Ключевые слова: иллюстрация, образовательный бренд, визуальная коммуникация, цифровой маркетинг, *tone of voice*, эмоциональная вовлеченность, пользовательский опыт.

T.M. Cherezova

St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design
191186, St. Petersburg, Bolshaya Morskaya Street, 18

THE ROLE OF ILLUSTRATION IN CREATING BRAND IDENTITY OF EDUCATIONAL INSTITUTIONS IN THE DIGITAL SPACE

In the conditions of rapid development of the digital environment, educational institutions face the need to form their own brand in the digital environment. The article considers the use of illustrations as a tool for creating a unique image of the company, analyzes the functions of illustration in branding and the features of visual strategies of different educational platforms. A comparative analysis of stylistic approaches to illustrations is carried out on the example of such organizations as Higher School of Economics, ITMO, Bang Bang Education, Yandex.Praktikum, GeekBrains and Skillfactory. The analysis showed that not all educational institutions demonstrate a holistic and consistent approach to visual identity. In a number of cases, there is stylistic fragmentation between different digital platforms, which can reduce the recognizability and effectiveness of web resources.

Keywords: illustration, educational brand, visual communication, digital marketing, *tone of voice*, emotional engagement, user experience.

Введение

На сегодняшний день сфера образовательных услуг активно развивается. Постоянно растет число как государственных, так и частных образовательных организаций, что, вероятно, обусловлено преимущественным переходом на дистанционный формат обучения. В результате современные образовательные учреждения, включая университеты, школы и онлайн-платформы, сталкиваются с необходимостью формирования собственной идентичности в цифровом пространстве. Одним из ключевых аспектов данного процесса является разработка уникального бренда, который поможет создать положительный имидж и привлекать потенциальных студентов.

Чтобы помочь абитуриентам сделать выбор активно используются различные веб-ресурсы, предоставляющие

исчерпывающую информацию о предлагаемых курсах и программах. При этом процесс выбора учебного заведения остается сложной задачей, требующей учета значительного числа критериев.

В рамках настоящего исследования особое внимание уделяется изучению влияния цифрового образа и бренда образовательной организации на выбор абитуриентов. Данный аспект играет значительную роль, поскольку атмосфера и эмоции, которые создает образ учебного учреждения зачастую становится не менее важным фактором, чем содержание образовательной программы или опыт преподавателей.

Одним из эффективных инструментов формирования бренда образовательной организации является визуальная коммуникация, в частности использование иллюстраций. Иллюстративный материал не только выполняет эстетическую функцию, но и способствует улучшению пользовательского опыта. Иллюстрации позволяют передать уникальность образовательного учреждения посредством цветовой палитры, специфической стилизации и уникальных деталей.

Цель исследования – определить роль и значение иллюстрации в формировании бренд-идентичности образовательных учреждений в цифровом пространстве, а также провести сравнительный анализ различных подходов к использованию иллюстраций в данной области.

Задачи исследования:

- Проанализировать основные функции иллюстрации в процессе визуальной коммуникации образовательных учреждений.
- Провести сравнительный анализ стилей иллюстраций, применяемых различными образовательными учреждениями.

В контексте формирования бренда образовательной организации иллюстрация – это графическое изображение, созданное с целью передачи уникального стиля образовательного учреждения, его философии и эстетики. Кроме того, она нужна для того, чтобы наглядно презентовать важную информацию и формировать позитивные эмоции и доверие к бренду со стороны зрителя.

Основные преимущества использования иллюстраций:

- уникальность;
- гибкость использования;
- эмоциональная связь с потребителем;

Вышеописанные функции иллюстраций также могут выполняться посредством других элементов дизайна. Например, шрифт или цвет также могут создавать для бренда уникальность, быть гибкими и при этом вызывать у потребителя определенные эмоции. Ключевым преимуществом иллюстрации перед ними является «визуальный нарратив» – рассказ истории через изображения, где визуальные элементы играют ключевую роль в передаче сюжета, эмоций и смысла. Таким образом, наиболее близким аналогом иллюстрации будет фотография. Преимуществом иллюстрации перед ней будет **уникальная стилизация**.

Ключевые составляющие иллюстрации для фирменного стиля бренда:

1. Стилизация, которая поддерживает ton of voice;
2. Фирменная цветовая палитра;
3. Маскот или персонажи, которые олицетворяют бренд или клиента;
4. «Визуальный нарратив», который соответствует истории бренда или его политике и отражается в концептах персонажей или локаций.

Для оценки влияния иллюстраций на бренд-идентичность различных образовательных учреждений проведён анализ визуальных стратегий, применяемых в цифровой среде. Рассматриваются несколько категорий образовательных компаний: университеты, онлайн-школы и образовательные проекты.

Первый пример – Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (ВШЭ).

Анализ структуры брендбука ВШЭ позволяет выделить следующие основные компоненты[1]:

- Центральным элементом айдентики является логотип, состоящий из графического символа (стилизованные литеры «В» в круге) и текстового обозначения полного названия учреждения. Важно отметить, что подразделения университета не разрабатывают самостоятельные эмблемы, что обеспечивает целостность визуального языка.
- Доминирующими цветами выступают синий и красный, выполняющие функцию базовых. Дополнительные цвета применяются для дифференциации образовательных программ и адаптации дизайна к различным медианосителям.
- Шрифты HSE Sana, HSE Slab.
- Обновленная версия брендбука регламентирует принципы композиционного построения макетов, включая систему визуальных паттернов и требования к фотосъемке. Предпочтение отдается документальным кадрам с участием студентов, что подчеркивает прикладной характер образовательного процесса.
- Руководство детально регламентирует применение стилизованных элементов на всех носителях – от полиграфии до цифровых платформ. Такой подход гарантирует консистентность визуального языка и высокую степень узнаваемости бренда.

Графика, представленная на сайте, выполнена в стиле, характерном для визуальной айдентики ВШЭ. Примеры на рис. 1.



Рис.1. Иллюстрации на сайте ВШЭ[2]

Далее представлены примеры иллюстраций, сопровождающих публикации ВШЭ в «ВКонтакте» и Telegram. Они представлены на рис.2. На изображениях слева представлено два разных поста из «ВКонтакте». В верхнем ряду стиль состоит из яркой контрастной палитры, пиксельных элементов, которые создают атмосферу ретро-игр. В нижнем ряду используются векторные иллюстрации с сильной стилизацией. С одной стороны, такой подход делает контент разнообразным и не дает заскучать, но при этом сложно отследить фирменный стиль бренда. В telegram-канале университета для публикаций используются квадратные иллюстрации с графическими элементами в фирменных цветах, а также фотографии, оформленные в цветных рамках со скругленными углами. Эти изображения выполнены в едином стиле, но они отличаются по дизайну от того, что представлено на левой части рисунка.



Рис.2. Иллюстрации к посту в ВКонтакте (слева)[3] и к постам в telegram-канале (справа)[4]

Кроме того, у университета есть маскот – это ворон, который символизирует ключевые ценности университета: интеллект, мудрость, независимость и креативность. Ворон появился в ВШЭ в 1996 году, когда для университетского буклета выбрали иллюстрации Анны Аренштейн. Изображение ворона, как указано на сайте университета, используется на одежде, аксессуарах и другой брендированной продукции университета. Кроме того, маскот должен использоваться в иллюстрациях, презентациях и социальных сетях ВШЭ. Однако примеров такого контента за последнее время не было найдено ни в социальных сетях, ни на сайте университета. Маскот представлен на рис.3.



Рис.3. Маскот ВШЭ[2]

На рис.4 - графические элементы нового фирменного стиля Высшей школы экономики (ВШЭ). Слева – круглый логотип ВШЭ в темно-синем цвете. В центре расположен стилизованный символ «ВШЭ», выполненный в фирменном шрифте. По кругу вокруг него идет надпись «ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ», разделенная точками. Справа – два минималистичных изображения ворона, который является символом ВШЭ. Иллюстрации выполнены в графическом стиле с четкими углами и простыми геометрическими формами. Одна версия показывает ворона с распростертым крылом, а вторая – в статичном положении, стоящего боком. Оба изображения выдержаны в синем цвете с серым фоном, поддерживая единую визуальную идентичность бренда.



Рис.4. Логотип и маскот ВШЭ (новый дизайн)[1]

Таким образом, иллюстрации, применяемые в цифровых платформах ВШЭ, не придерживаются единого фирменного стиля. Можно предположить, что работа веб-ресурсов университета не согласована, или процесс обновления фирменного стиля не завершен.

Следующий пример – национальный исследовательский университет ИТМО (ИТМО).

Визуальная идентичность ИТМО строится на принципах современного дизайна, технологичности и креативности, что отличает его от традиционных академических брендов:

- Основной логотип включает аббревиатуру «ИТМО» в строгом геометрическом шрифте, дополненную полным названием университета на русском и английском языках. Ключевой графический элемент — символ «точка».
- Основной цвет — насыщенный фиолетовый, ассоциирующийся с креативностью и высокими технологиями. Дополнительные цвета: глубокий синий (акцент на науку), ярко-розовый (подчеркивает инновации), светло-серый (для фонов и баланса)
- Основной шрифт — Golos. Акцидентный шрифт – Горизонт.
- В айдентике активно применяются абстрактные геометрические формы, создающие ощущение движения и технологичности, и яркие, живые фото студентов и мероприятий.

На рис.5 представлены блоки с сайта университета. В качестве иллюстраций используются фотографии. При этом в оформлении страниц есть графические элементы, которые дают отсылку к ретро-эстетике, играм и цифровому дизайну.



Рис.5. Иллюстрации на сайте ИТМО[6]

На рис.6 представлено оформление группы ВКонтакте университета. Здесь основным элементом будут волнистые векторные линии на цветном фоне и фотографии в качестве иллюстраций. В отличие от ВШЭ веб-ресурсы ИТМО в большей мере придерживаются единой стилистики, например, на уровне цвета и фирменных элементов.



Рис.6. Оформление группы в ВКонтакте ИТМО[7]

Следующие пример - Bang Bang Education (BBE). Общий стиль выдержан в минималистичной и технологичной эстетике с акцентом на современный графический дизайн. Главная страница сайта сочетает чистый, структурированный дизайн с использованием крупных заголовков, лаконичной типографики и акцентных изображений. Цветовая палитра строится на сочетании чёрного, белого, серого и оранжевого — такой выбор делает интерфейс стильным и современным. Также это может быть отсылка к промышленному дизайну (например, проектам Дитера Рамса) Изображения включают 3D-объекты, и иллюстрации связанные с областью цифровых технологий, что создаёт ощущение высокотехнологичного контента. Используются карточки с закруглёнными углами и минималистичные кнопки, что соответствует современным UX/UI-трендам. Примеры на рис.7.

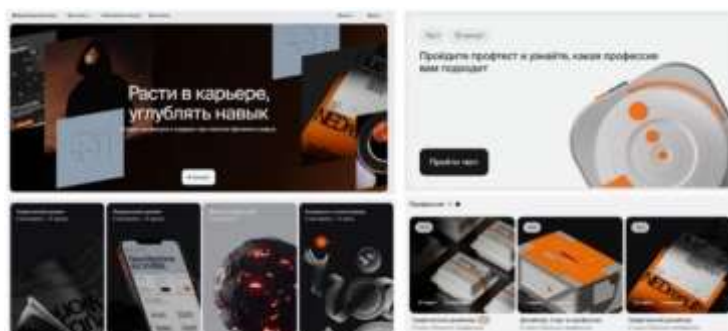


Рис.7. Оформление сайта BBE[8]

Далее разберем оформление карточек на том же сайте, они представлены на рис.8. Они выполнены в едином стиле, что делает контент удобочитаемым и упорядоченным. Иллюстрации также содержат 3D-элементы, но кроме них появляются абстрактные композиции в новой цветовой палитре. На изображении видно, что первые две карточки отличаются от двух других. Деление может быть связано с разным временем выхода этих карточек или с тем, что они относятся к разным категориям. На карточках, посвященных онлайн-фестивалю более спокойный стиль иллюстрации.



Рис.8. Оформление карточек на сайте BBE[8]

Посты в соцсетях оформлены более свободно, с вариативностью стилей, но сохраняют общую визуальную концепцию. Присутствуют как минималистичные карточки с текстами, так и более насыщенные композиции с изображениями. Используется разные шрифты, контрастные цвета, графические элементы и фотографии, что делает посты разнообразными и живыми. Цветовая гамма остаётся в пределах фирменного стиля: чёрный, белый, серый, оранжевый, иногда дополняются более яркие цвета. В целом прослеживаются пересечения с оформлением сайта, также на некоторых постах используются 3D-элементы в фирменных цветах. Также стоит отметить, что в постах периодически нарушаются правила академического дизайна, что создает впечатление свежести, нестандартного подхода и «бунтарства». Пример на рис.9.



Рис.9. Оформление постов в telegram-канале ВВЕ[9]

Визуальный стиль ВВЕ сочетает минимализм, технологичность и графическую выразительность. Такой стиль выглядит современно, профессионально. Веб-ресурсы заполнены контентом в едином стиле, что делает проект ВВЕ узнаваемым в цифровой среде.

Следующий пример – Яндекс.Практикум. Яндекс - большая экосистема с единым фирменным стилем, но в данной статье рассмотрим дизайн только данного небольшого проекта компании. На рис.10 представлены блоки с главной страницы сайта. Они выполнены в лаконичном стиле, с четким делением по модульной сетке. Иллюстрации используются строго внутри карточек. Цветовая палитра: светлый фон с черными и серыми элементами, акцентные цвета (жёлтый, оранжевый, красный). В качестве иллюстраций используются фотографии студентов, 3D-объекты и векторные элементы.



Рис.10. Оформление на сайте Яндекс.Практикум[10]

На рис.11 представлены карточки для курсов и постов блога. Они выполнены в едином стиле. Используются простые иллюстрации в линейном стиле, часто с чёрно-белыми элементами и редкими цветными акцентами. Темы разделены по категориям, каждая из которых визуально отличается, но сохраняет общую эстетику. В целом рис.10 и рис.11 объединяет цветовая палитра и ui-дизайн элементов интерфейса сайта, тогда как иллюстрации отличаются друг от друга по стилю (фотография, 3d-объекты и стилизованная векторная графика).



Рис.11. Оформление карточек с курсами и постами в блоге Яндекс.Практикум[10]

В социальных сетях стиль оформления более разнообразный. Чередуются текстовые карточки и изображения, что делает контент динамичнее. Яркие цвета используются на нейтральных фонах. При этом используются иконки, иллюстрации и фотографии. Примеры на рис.12.



Рис.12. Оформление постов в ВКонтакте Яндекс.Практикум[11]

Таким образом, стиль оформления веб-ресурсов Яндекс Практикума сочетает в себе следующие черты:

- Минималистичный дизайн
- Линейные иллюстрации с простыми, но информативными деталями.
- Светлый фон с яркими акцентами, подчёркивающими важную информацию.
- В качестве иллюстраций используются фотографии, 3D-объекты и векторные элементы

С учетом оформления постов во ВКонтакте и Телеграме, говорить о едином стиле иллюстрации сложно, однако единый дизайн выдержан в остальных элементах фирменного стиля. А разнообразие стилей иллюстраций может говорить о том, что компания таким образом старается охватить интересы более широкой аудитории.

Далее кратко рассмотрим два примера онлайн-школ: GeekBrains и Skillfactory.

На рис.13 представлен коллаж из блоков на сайте GeekBrains. Цветовая палитра довольно широка. В качестве иллюстраций используются 3d-объекты с высокой реалистичной детализацией, а также генеративные иллюстрации с людьми. По содержанию иллюстрации отражают популярные тренды: обвесы на сумки, ретро-игры, искусственный интеллект. 3d-графика хорошего качества, контрастна фону. Генеративные иллюстрации сочетаются с цветным размытием на фоне, из-за чего выглядят менее привлекательно. Цвета на фоне становятся грязными при размытии. А чистое использование генеративных иллюстраций (без постобработки человеком, для исправления ошибок), выглядит неаккуратно. Создается впечатление, что авторы сэкономили на иллюстрациях, хотя на самом деле они могли просто стремиться к трендам.



Рис.13. Оформление на сайте GeekBrains[12]

Другой пример – Skillfactory. На рис.14 представлена подборка блоков с официального сайта. Цветовая палитра ограниченная: зеленый, оранжевый, темно-зеленый, черный белый. В качестве иллюстраций используются фотографии с людьми и необычные композиции из 3d-объектов с реалистичной детализацией из области цифровых технологий.

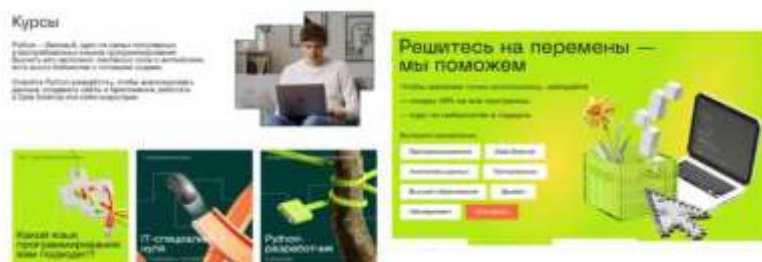


Рис.14. Оформление на сайте Skillfactory[13]

Таким образом, иллюстрации, используемые для оформления веб-сайтов и страниц в социальных сетях образовательных учреждений обладают рядом характерных особенностей, которые сформировались под влиянием специфики образовательной деятельности, а также целевой аудитории, в которую входят школьники, студенты, преподаватели и родители.

Наиболее распространённые темы, присутствующие в визуальном оформлении образовательных платформ, включают изображения учащихся в процессе работы. Часто можно увидеть фотографии или иллюстрации, передающие атмосферу вовлечённости: радость или сосредоточенность. Ещё одной важной темой являются символы знаний и науки, такие как книги, тетради, лабораторное оборудование, глобусы, молекулярные модели. Визуальные образы, связанные с цифровыми технологиями, акцентируют внимание на современных методах преподавания, актуальной образовательной программе.

Цветовая гамма иллюстраций также играет значительную роль в формировании визуального восприятия образовательного пространства. Часто предпочтение отдаётся синим оттенкам, создающим ощущение доверия и стабильности, или же ярким и жизнерадостным цветам (жёлтому, оранжевому, красному), символизирующим активность и креативность.

Иллюстрации часто отличаются друг от друга по стилю, особенно, если отслеживать контент на всех веб-ре-

сурсах организации. Причины могут быть различные:

- Непродуманный фирменный стиль
- Не согласована работа внутренних структур компании
- Стремление к разнообразию контента, чтобы заинтересовать разные группы внутри целевой аудитории.

Поэтому в оформлении дизайна веб-ресурсов образовательных учреждений на данный момент единство стиля поддерживается скорее с помощью элементы фирменного стиля — логотипов, корпоративных цветов и шрифтов.

Для сравнения рассмотрим два следующих примера: оформление постов в журнале «Кинжал» и блоге от Ясно. Они демонстрируют альтернативный подход к визуальному стилю информационных проектов. Здесь используются выразительные, стилизованные иллюстрации с яркой цветовой палитрой и характерными персонажами, что существенно отличает их от традиционного оформления образовательных платформ. Эти элементы способствуют не только повышению визуальной привлекательности контента, но и формированию эмоциональной связи с аудиторией. Примеры на рис.15.

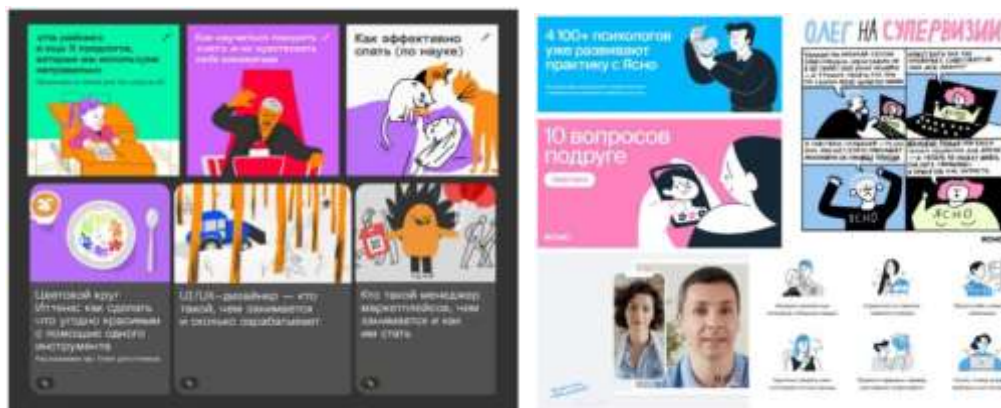


Рис.15. Оформление постов в журнале «Кинжал» (слева)[14] и в блоге от Ясно (справа)[15]

Использование иллюстрированных персонажей, как видно на анализируемых примерах, выполняет сразу несколько функций. Во-первых, оно делает сложные темы более доступными и дружелюбными для пользователей, снижая когнитивную нагрузку. Во-вторых, такие иллюстрации способствуют запоминаемости бренда, поскольку создают уникальный визуальный стиль, отличающийся от стандартизированных решений образовательных платформ. В-третьих, они усиливают вовлеченность аудитории, особенно среди молодых пользователей, для которых визуальная культура социальных сетей является привычной средой коммуникации.

Хотя образовательные учреждения редко используют подобный стиль, его применение в рамках цифрового пространства может быть эффективным инструментом в развитии бренд-идентичности. Персонажи и иллюстрации, стилизованные в узнаваемой манере, могут стать визуальными маркерами образовательного ресурса, повышая его узнаваемость и привлекательность. Таким образом, адаптация подобных графических решений в сфере образовательных цифровых платформ представляется перспективным направлением, способствующим повышению вовлеченности аудитории и созданию сильного визуального образа бренда.

Заключение

Иллюстрации в визуальной коммуникации выполняют не только декоративную, но и стратегическую функцию. Они способствуют формированию эмоциональной связи с аудиторией, передаче ценностей и философии образовательного учреждения, а также улучшают восприятие информации и пользовательский опыт.

Визуальный контент образовательных учреждений обладает специфическими чертами, обусловленными особенностями образовательной деятельности и целевой аудиторией (студенты, преподаватели, родители). Наиболее распространены следующие элементы:

- фотографии со студентами или локациями учреждения;
- символы знаний;
- символы цифровых технологий.

Стилизованные иллюстрации при этом не участвуют в оформлении главных веб-ресурсов, где учреждения придерживаются строгого делового стиля. Но они присутствуют в оформлении постов в социальных сетях, где акцент ставится на разнообразный контент и позитивную атмосферу.

Сравнительный анализ образовательных организаций показал, что стилистическое единство иллюстраций на веб-ресурсах часто отсутствует. Это может быть связано с отсутствием продуманной визуальной стратегии, разрозненностью работы дизайнерских и маркетинговых команд или стремлением охватить максимально широкую аудиторию за счёт визуального разнообразия. Такое несоответствие может снижать узнаваемость и цельность бренда.

Кроме того, стилизация и содержание иллюстраций в оформлении веб-ресурсов различных образовательных учреждений во многом похожи друг на друга. Преимущественно используются фотографии и 3D-объекты с реалистичным рендером или векторные графические элементы и небольшие иллюстрации. В результате ключевыми элементами, отличающими бренды учебных организаций, становятся другие фирменные элементы (логотипы, цвета,

шрифты, паттерны).

Частные информационные проекты при этом придерживаются более расслабленного и при этом консистентного оформления – строгая палитра цветов, единый стиль иллюстраций и использование персонажей, маскотов, что делает такой контент уникальным и узнаваемым даже в отрыве от других фирменных элементов.

Таким образом, примеры успешного использования иллюстраций (например, в информационных и образовательных проектах с выразительными, стилизованными персонажами) показывают потенциал такого подхода для формирования сильной и конкурентоспособной визуальной идентичности.

Научный руководитель: старший преподаватель кафедры цифровых и аддитивных технологий, Славникова Мария Александровна

Scientific supervisor: Senior Lecturer of the Department of Digital and Additive Technologies, Slavnikova Maria Aleksandrovna

Список литературы

1. Брендбук НИУ ВШЭ. URL: <https://www.hse.ru/info/brandbook/> (дата обращения: 10.04.2025)
2. Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». URL: <https://www.hse.ru/> (дата обращения: 10.04.2025)
3. Страница ВШЭ Вконтакте. URL: <https://vk.com/hse> (дата обращения: 10.04.2025)
4. Telegram-канал ВШЭ. URL: https://t.me/hse_official (дата обращения: 10.04.2025)
5. Университет ИТМО. Брендбук. URL: https://itmo.ru/file/form_style/brandbook.pdf (дата обращения: 10.04.2025)
6. Университет ИТМО. URL: <https://itmo.ru/> (дата обращения: 10.04.2025)
7. Страница ИТМО Вконтакте. URL: <https://vk.com/itmoru> (дата обращения: 10.04.2025)
8. Bang Bang Education. URL: <https://bangbangeducation.ru/> (дата обращения: 10.04.2025)
9. Telegram-канал Bang Bang Education. URL: https://t.me/bbe_school (дата обращения: 10.04.2025)
10. Яндекс.Практикум. URL: <https://practicum.yandex.ru/> (дата обращения: 10.04.2025)
11. Страница Яндекс.Практикум Вконтакте. URL: <https://vk.com/yandex.practicum?from=search> (дата обращения: 10.04.2025)
12. GeekBrains. URL: <https://gb.ru/> (дата обращения: 10.04.2025)
13. Skillfactory. URL: <https://skillfactory.ru/> (дата обращения: 10.04.2025)
14. Кинжал. URL: <https://kinzhal.media> (дата обращения: 10.04.2025)
15. Блог «Ясно». URL: <https://yasno.live/blog> (дата обращения: 10.04.2025)

References

1. Brendbuk NIU VSHE. URL: <https://www.hse.ru/info/brandbook/> [Brandbook of HSE University]. (date accessed: 10.04.2025)
2. Natsional'nyi issledovatel'skii universitet «Vysshaya shkola ekonomiki». URL: <https://www.hse.ru/> [National Research University Higher School of Economics]. (date accessed: 10.04.2025)
3. VSHE Vkontakte. URL: <https://vk.com/hse> [HSE VKontakte Page]. (date accessed: 10.04.2025)
4. Telegram-kanal VSHE. URL: https://t.me/hse_official [HSE Telegram Channel]. (date accessed: 10.04.2025)
5. Universitet ITMO. Brendbuk. URL: https://itmo.ru/file/form_style/brandbook.pdf [ITMO University Brandbook]. (date accessed: 10.04.2025)
6. Universitet ITMO. URL: <https://itmo.ru/> [ITMO University]. (date accessed: 10.04.2025)
7. ITMO Vkontakte. URL: <https://vk.com/itmoru> [ITMO VKontakte Page]. (date accessed: 10.04.2025)
8. Bang Bang Education. URL: <https://bangbangeducation.ru/> (date accessed: 10.04.2025)
9. Telegram-kanal Bang Bang Education. URL: https://t.me/bbe_school [Bang Bang Education Telegram Channel] (date accessed: 10.04.2025)
10. Yandeks.Praktikum. URL: <https://practicum.yandex.ru/> [Yandex.Workshop]. (date accessed: 10.04.2025)
11. Yandeks.Praktikum Vkontakte. URL: <https://vk.com/yandex.practicum?from=search> [Yandex.Workshop VKontakte page]. (date accessed: 10.04.2025)
12. GeekBrains. URL: <https://gb.ru/> (date accessed: 10.04.2025)
13. Skillfactory. URL: <https://skillfactory.ru/> (date accessed: 10.04.2025)
14. Kinzhal. URL: <https://kinzhal.media> [Dagger]. (date accessed: 10.04.2025)
15. Blog «Yasno». URL: <https://yasno.live/blog> [Blog «I see»]. (date accessed: 10.04.2025)

С.Н. Чехлатая

ТРАДИЦИОННАЯ ЯПОНСКАЯ ОБУВЬ ТАБИ В СОВРЕМЕННОМ ДИЗАЙНЕ

© С.Н. Чехлатая, 2025

*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна
191186, Санкт-Петербург, Большая Морская, 18*

Статья посвящена исследованию исторического пути традиционной японской обуви таби. Рассматриваются хронологическое возникновение модели от хлопковых носков таби до современных моделей индустрии моды. Особое внимание уделяется культовому моменту возрождения традиционной формы таби бельгийским дизайнером Мартином Маржеле в 1988 году. Приведены примеры современных моделей обуви различных модных брендов. Выявлена актуальность исторического источника творчества для современных дизайнеров-конструкторов.

Ключевые слова: **таби**, гэта, дзори, Martin Margiela, Nike, ILYSM, Suicoke.

S.N.Chehlataya

Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design
191186, St. Petersburg, Bolshaya Morskaya, 18

TRADITIONAL JAPANESE TABI SHOES IN MODERN DESIGN

The article is devoted to the study of the historical path of traditional Japanese tabi shoes. The chronological origin of the model from cotton tabi socks to modern models of the fashion industry is considered. Special attention is paid to the iconic moment of the revival of the traditional tabi form by the Belgian designer Martin Margela in 1988. Examples of modern shoe models of various fashion brands are given. The relevance of the historical source of creativity for modern designers is revealed.

Keywords: tabi, geta, dzori, Martin Margiela, Nike, ILYSM, Suicoke.

Мода – это непрерывное вращение, где отголоски прошлого переплетаются с современностью, порождая новые тренды. Дизайнеры черпают вдохновение в истории, переосмысливая архивные коллекции и культовые силуэты, чтобы создать актуальные интерпретации. Каждое несет в себе эхо прошлого, поэтому так важно уметь распознавать историческую ценность в каждой детали.

Современная мода находится под сильным влиянием трендов, и это также в полной мере относится к моделям обувной продукции. Обувь является не просто функциональным предметом, а ключевым элементом стиля. Потребители желают создавать разнообразные образы, которые возможно дополнять актуальной обувью с интересным дизайном. В статье на примере феноменального возрождения исторической японской обуви таби будет доказана актуальность исторического источника творчества, позволяющего искать и находить интересные решения в забытом и в недостижимом.

Создание таби уходит в историю Японии XV в., когда государство начало импортировать хлопок из Китая. Тогда было создано массовое производство носков, и тогда же появились уникальные носки таби. Эти изделия имеют конструкцию, разделяющую пальцы ног. Их носят и мужчины, и женщины вместе с традиционной обувью.

Влажный японский климат с обильными осадками сыграл ключевую роль в формировании традиционной японской обуви. В древности, когда дороги не имели твердого покрытия, даже небольшой дождь превращал их в грязное месиво. В таких условиях закрытая тканевая обувь была крайне непрактичной: она быстро промокала, пачкалась, и ноги в ней сильно потели. Учитывая также традицию снимать обувь в помещении, японцы нуждались в практичной обуви, которую легко надевать и снимать. Поэтому японцы отдавали предпочтение обуви из дерева и соломы, которые были не только устойчивы к влаге и грязи, но и легкодоступны для всех слоев населения [1]. К примерам японской традиционной обуви можно отнести гэта и дзори.

Гэта – традиционная японская обувь, представляющая собой деревянные сандалии. Изображение обуви гэта представлено на рисунке 1. Они фиксируются на ноге с помощью тканевого ремешка. Отличительной чертой гэта являются высокие деревянные опоры, называемые ха (что означает «зубы»). Эти «зубцы» позволяют обуви меньше погружаться в грязь, что было особенно важно в городах, где носили длинные кимоно, которые нужно было защищать от загрязнения.

Дзори представляют собой сандалии с плоской подошвой, для изготовления которой традиционно используют рисовую солому или дерево, но сейчас также применяют синтетические материалы. Верхняя часть состоит из мягких тканевых ремешков в форме буквы Y, которые фиксируют обувь на ноге, проходя между большим и остальными пальцами [6]. На рисунке 2 представлена традиционная обувь дзори.



Рис.1. Традиционная обувь гэта



Рис. 2. Традиционная обувь дзори

Особенность традиционной японской обуви, заключающаяся в климате региона, заложило начало конструкции хлопковых носков таби.

Хлопок мастера заменяли на плотные материалы, например, на кожу. Поэтому изначально они были популярны у ремесленников, которые занимались кожевенным делом. Для себя они создавали удобные кожаные таби, позволявшие сохранить легкость и свободу движений. Главной особенностью этой обуви была почти абсолютная бесшумность, настолько, что само японское слово «таби» означает «соприкасающиеся с землей», подчеркивая их связь с тихой поступью. Носки таби прочно вошли в японский гардероб и оставались популярными гардероба на протяжении всего периода Эдо (1603—1868)[1].

Цвет таби был строго регламентирован феодальным обществом, отражая социальное положение владельца. Обувь служила видимым маркером статуса и власти. Крестьяне были ограничены в выборе цветов, им не разрешалось носить яркие оттенки. Как правило, они довольствовались различными оттенками индиго, а белые таби приберегали для особых случаев. Самураи, как представители воинского сословия, имели гораздо больше свободы в выборе цвета, за исключением фиолетового и золотого, которые были зарезервированы для высшей знати.

Пожар 1657 г. стал поворотным моментом в истории таби, тогда сгорели все кожаные заготовки для изделия. Мастера в срочном порядке вернулись к производству хлопковых таби. В эпоху Мэйдзи (1868-1912), с ростом импорта хлопка, производство таби переместилось в город Гёда префектуры Сайтама, недалеко от Токио. Именно там, началось массовое производство хлопковых таби, получивших название «гёда-таби» [2]. Носки гёда-таби продемонстрированы на рисунке 3.

После того, как была освоена обработка каучука, традиционные таби претерпели значительные изменения. Резиновая подошва и более прочные ткани позволили создать совершенно новый вид обуви - дзика-таби. В отличие от своих предшественников, они предназначались для тяжелой работы. Дзика-таби стали популярны среди строителей, фермеров, водителей и других рабочих, поскольку считалось, что раздвоенный палец обеспечивает лучшую устойчивость и ловкость. Обувь дзика-таби проиллюстрирована на рисунке 4.



Рис. 3. Носки гёда-таби



Рис. 4. Обувь дзика-таби

Японская армия во время Второй мировой войны рассматривала возможность включения дзика-таби в экипировку солдат. Но на практике эта идея оказалась неудачной: уникальный разрез на носке обуви оставлял специфические следы, по которым можно было легко идентифицировать и отслеживать японских солдат.

В итоге силуэт все-таки прославился, но не сразу и не там, где ожидалось. В 1951 г. японский бегун Сигэки Танака победил в Бостонском марафоне, обутом в кроссовки Onitsuka, созданные под влиянием традиционных японских таби. Однако, несмотря на эту победу, американские бизнесмены не проявили интереса к необычной японской обуви.

Революционным моментом в истории обуви стало творчество бельгийского дизайнера – Мартина Маржеля. Именно ему современная мода обязана популяризацией таби, которые он представил миру как новаторское решение. В начале своей карьеры Маржель стремился создать принципиально новую обувь, которая стала бы его фирменным

знаком. Он мечтал об «невидимой» обуви, создающей впечатление босой ноги, возвышающейся на массивном каблук [3].

Увлеченный японской культурой, Мартин черпал вдохновение на улицах Токио. В столице он обратил внимание на необычную обувь, которую носили рабочие - дзика-таби, плоские ботинки с отдельным большим пальцем. Решив придать им современный вид, Мартин модернизировал традиционные дзика-таби, добавив каблук.

Изначально Мартин Маржела полагал, что воплотить в жизнь свою задумку будет легко, но столкнулся с неожиданной проблемой: большинство сапожников не хотели браться за изготовление столь необычной обуви. К счастью, нашелся мастер, мистер Загато, который согласился на эксперимент. К первому показу дизайнера были подготовлены знаменитые таби [5].

Творение дизайнера впервые мир увидел в 1988 г. в его весенне-летней коллекции, представившей миру его уникальное видение. Легендарная модель обуви таби дизайнера представлена на рисунке 5. Это был не просто показ, а настоящий перформанс: модели, словно холсты, покрытые красной краской и скрывающие лица, шествовали по белоснежному хлопковому подиуму в культовых сапогах таби на цилиндрическом каблуке. Каждый шаг, запечатленный алым следом на ткани, становился частью художественного высказывания. Чтобы закрепить этот образ, Маржела в следующей коллекции использовал жилет с отпечатками таби, демонстрируя свою способность превращать обыденность в искусство [4]. В статью были включены кадры с показа Martin Margiela 1988 г., они представлены на рисунке 6.



Рис. 5. Модель таби Martin Margiela



Рис. 6. Кадры с показа Martin Margiela 1988 года

В условиях ограниченного бюджета, дизайнер проявлял изобретательность, перекрашивая непроданные пары обуви для новых показов. Постепенно Маржела вышел за рамки привычных ботинок до щиколотки, экспериментируя с новыми силуэтами. В его коллекциях появились кроссовки, сандалии, туфли на каблуке и даже необычные подошвы, крепящиеся к ногам скотчем. Маржела осознавал значимость этого момента, и его яркое представление мгновенно покорило публику.

Таби прочно закрепились за именем великого дома моды Martin Margiela. Даже после ухода основателя, Мартина Маржела, в 2008 г., фирменный силуэт таби не исчез из коллекций бренда. Превратившись из традиционной японской обуви в стильные сандалии и балетки, таби стал символом повседневной элегантности. В 2015 г., с приходом Джона Гальяно, таби получил новое дыхание. В своей первой коллекции Artisanal Couture Spring 2017 Гальяно представил более смелые и экстравагантные версии, сочетая традиционную форму с инновационными разрезами, динамичными линиями и декоративными решениями [3]. Модели таби с показа коллекции Гальяно представлены на рисунке 7.



Рис. 7. Модели таби с показа коллекции ГальяноArtisanalCouture Spring 2017

Начиная как традиционная японская обувь, таби превратились в один из самых знаковых и неординарных элементов высокой моды. На сегодняшний день таби можно, в зависимости от модели изделия, причислить, как к повседневной обуви, так и к нарядной. Эта эволюция привела к тому, что сегодня таби можно встретить в самых разных прочтениях. Многие бренды создают свою интерпретацию исторической формы. Например, Nike периодически переиздает модель Air Rift, впервые выпущенную в 1996 году (Рис. 8). Регулярно экспериментирует с силуэтами японский Suicoke (Рис. 10). Интересные пары в броских расцветках выпускает бренд ILYSM (Рис. 9)[4].



Современный дизайн базируется на прошлом. Прошлое играет ключевую роль в формировании современных трендов. На примере популярного продукта, такого как таби, можно увидеть историческое изменение формы модели и легендарное возрождение дизайнером и внедрение в индустрию моды.

Список литературы

1. Плаксина Э.Б. История костюма. Стили и направления. Москва: Учеб. пособие, 2004. 224 с.
- 2.Хованчук О.А. История костюма с древнейших времен досередины XX в. Владивосток.: РГБ, 2007. URL: https://vk.com/doc-149570467_490281088?hash=xy2MQQwX32zgJnarbEMU3IXL2XREAhxXOKOzwepd7JD&dl=n3f7BrM3iYQw06Q6UNhm1w9e8k5kzQBVbX2Px1gbwbc&from_module=vkmsg_desktop (дата обращения: 01.02. 2025)
- 3.Вещь дня: ботинки Tabi авторства Мартина Маржелы.URL: <https://www.pravilamag.ru/life-style/721713-veshch-dnya-botinki-tabi-avtorstva-martina-marjely/?ysclid=m9l77h9p3i857312724>(дата обращения: 28.01. 2025)
4. «Не для всех» – культовые TabiMaisonMargiela. URL: <https://oskelly.ru/blog/tabi-ne-dlya-vseh-kultovaya-obuv-maison-margiela/?ysclid=m9l768liso555819195>(дата обращения: 21.01. 2025)
5. Таби – традиционная японская обувь. URL: <https://dzen.ru/a/X0ZHTd49ZnnjBSyd?ysclid=m9l72bb2qr968557701> (дата обращения: 08.04.2025)
6. Японская традиционная обувь.URL: <https://konnichiwa.ru/533/?ysclid=m9l75dm4dh782137047>(дата обращения: 01.02. 2025)

References

1. Plaksina *Же.В.* *Istoriyakostjuma. Stiliinapravlenija*. [The history of the costume. Styles and trends]. Moscow: Ucheb. posobie, 2004. 224 pp.
 2. Hovanchuk *O.A.* *Istoriijajaponskogokostjuma s drevnejshihvremen do serediny XX v.* [The history of Japanese costume from ancient times to the middle of the 20th century]. Vladivostok.: RGB, 2007. URL: https://vk.com/doc-149570467_490281088?hash=xy2MQQwX32zgJnarbEMU3iXL2XREAhxXOKOzwepd7JD&dl=n3f7BrM3iYQw06Q6UNhmlw9e8k5kzQBVBX2Px1gbwbc&from_module=vkmsg_desktop(dateaccessed: 01.02. 2025)
 3. *Veshh' dnja: botinki Tabi avtorstva Martina Marzhely*. URL: <https://www.pravilamag.ru/life-style/721713-veshch-dnya-botinki-tabi-avtorstva-martina-marjely/?ysclid=m9l77h9p3i857312724>[Item of the day: Tabi boots by Martin Margiela] (date accessed: 28.01. 2025)
 4. «*Ne dljavseh*» – *kul'tovye Tabi Maison Margiela*. URL: <https://oskelly.ru/blog/tab-ne-dlya-vs-kultovaya-obuv-maison-margiel-a/?ysclid=m9l768liso555819195>[«Not for everyone» – iconic Tabi Maison Margiela] (date accessed: 21.01. 2025)
 5. *Tabi – tradicionnaja japonskaja obuw'*. URL: <https://dzen.ru/a/X0ZHTd49ZnnjBSyd?ysclid=m9l72bb2qr968557701> [Tabi – traditional Japanese shoes](date accessed: 08.04.2025)
 6. *Japonskaja tradicionnaja obuw'*. URL: <https://konnichiwa.ru/533/?ysclid=m9l75dm4dh782137047> [Japanese traditional shoes] (date accessed: 01.02. 2025)
- Научный руководитель: доцент кафедры монументального искусства Санкт-Петербургского государственного университета промышленности и дизайна, Мешков Михаил Маркович*

Scientific supervisor: Associate Professor of the Department of Manumental Art at St. Petersburg State University of Industrial Technology and Design, Mikhail Marksovich Meshkov

УДК 687.016

Я.С. Тарасова, Ю.Ю. Фирсова

РОЛЬ ЛИЧНОСТИ В ФОРМИРОВАНИИ МОДНОГО ОБРАЗА

© Я.С. Тарасова, Ю.Ю. Фирсова, 2025

*Российский государственный университет им.А.Н.Косыгина
119071, г. Москва, ул. Малая Калужская д. 1*

Статья посвящена теме психологии русского костюма - исследование одежды как социокультурного феномена, выходящее за рамки простого влияния на восприятие. Костюм рассматривается как инструмент коммуникации, самовыражения и формирования идентичности.

Ключевые слова: мода, русский исторический костюм, модный образ, национальная идентичность, орнаменты, культурное наследие, современная мода, дизайн одежды, русский стиль, проектирование образа.

Tarasova Y. S., Firsova Y. Y.

A.N.Kosygin Russian State University
1 Malaya Kaluzhskaya str., Moscow, 119071

WEDDING COSTUME. CONNECTION WITH ANCESTRAL CULTURE

The article is devoted to the psychology of Russian costume - the study of clothing as a sociocultural phenomenon that goes beyond the simple influence on perception. The costume is considered as a tool of communication, self-expression and identity formation.

Keywords: fashion, Russian historical costume, fashion image, national identity, patterns, cultural heritage, contemporary fashion, clothing design, Russian style, image design.

Современная мода не навязывает строгие правила, а предоставляет свободу выбора и самовыражения [1]. Обновление через актуализацию традиций позволяет моде сохранить свою культурную идентичность и связь с историей. Национальные костюмы, традиционные ремесла и техники, орнаменты и узоры, передаваемые из поколения в поколение, становятся источником вдохновения для дизайнеров, стремящихся создать уникальные и самобытные вещи. Это способствует сохранению и популяризации культурного наследия, а также обогащает современную моду новыми формами и смыслами. Изучение костюма в контексте культуры позволяет понять, как менялись представления о красоте, морали, гендере и социальной иерархии на протяжении истории [2].

В начале настоящего исследования была определена хронологическая ось, с выделением исторических периодов, в которых политические и социальные трансформации вели к смене направления развития государства, а следовательно, и к эволюции «модного образа» и формированию «нового эстетического идеала»[3]. Выделены семь исторических периодов: Киевская Русь (IX-XIII века), Московское княжество (XIV-XVII века), эпоха правления Екатерины II

(1762-1796), период романтизма (конец XVIII – вторая половина XIX века), эпоха модерна (1880-1914), послереволюционный период (1917-1940) и период перестройки (1985-1991). Каждый из этих исторических отрезков сформировал уникальный образ Женщины, обладающей собственной системой ценностей, определяющей ее мышление и поведение (рис. 1).



Рис.1 Русские женщины, повлиявшие на формирование «модного» образа эпохи:

а – княгиня Ольга; б – Анастасия Романовна Захарьина-Юрьева; в – императрица Екатерина II; г – Мария Волконская; д – собирательный образ «девушки Гибсона»; е – Лиля Брик; ж – Таня Зайцева, героиня фильма «Интердевочка», собирательный образ 90-х гг.

В ходе исследования, посредством анализа исторического костюма и психологических особенностей, был сформирован обобщенный женский образ для каждого рассматриваемого периода. Этот образ был представлен в виде женского архетипа, учитывающего взаимосвязь между психологическим портретом и внешним видом. Анализ выявил устойчивую закономерность, позволяющую классифицировать исследуемых женщин в рамках двух основных архетипов (рис.2) [4].



Рис.2 Хронологическая ось исследуемых исторических периодов с выделением двух архетипических «модных» образов.

Психологический анализ женских образов позволил установить взаимосвязи между внешним обликом и внутренним миром женщины, дал понимание эволюции женственности, идеалов красоты и социальной роли, сформировать всестороннее представление о женском образе в различные исторические периоды [5].

Выделенные женские образы были объединены в архетипы по принципу взаимосвязи «характер-костюм-образ». Авторское описание выделенных женских архетипов:

Архетип «Ломающая устой» описывает женщин, сознательно и активно бросающих вызов общественным нормам и гендерным стереотипам. Они стремятся к фундаментальным изменениям в социальной структуре, оспаривая традиционные женские роли и часто становясь лидерами, определяющими новые правила и порядки. Примеры этого архетипа включают исторических личностей, таких как княгиня Ольга и Екатерина II, известных своими реформами и влиянием на государственные дела, а также женщин, бросивших вызов устоявшимся моральным нормам, например, Мария Волконская и Лиля Брик. Их общая черта – целенаправленное разрушение стереотипов и создание новой реальности.

Архетип «Мягкая сила» представляет женщин, добивающихся желаемого не через прямой конфликт, а посредством гармонии, убеждения и эстетического воздействия. В отличие от других архетипов, они предпочитают избегать открытой борьбы, используя свою мягкость, изящество и умение находить общий язык, чтобы оказывать значительное влияние на людей и ситуации вокруг них. Примерами представительниц данного архетипа являются Анастасия Романовна, «девушки Гибсона» и Таня Зайцева.

Для каждой группы были выделены характерные элементы одежды, которые коррелировали с их архетипами. У женщин архетипа «Ломающая устой» костюмы из тяжелых тканей, имели прямой силуэт и темные цвета либо контрастные цвета, что символизировало их решительность и стремление к доминированию. В то время как в костюмах женщин архетипа «Мягкая сила» преобладали легкие ткани, яркие цвета и приталенный силуэт, что подчеркивало их изящество и способность влиять через красоту и гармонию. На основе проведенной классификации создана схема-алгоритм, демонстрирующая взаимосвязь между архетипами, чертами характера и спецификой костюма. Структура этой схемы отражена на рисунке 3.



Рис. 5. Фрагмент эскизного ряда авторской коллекции в традициях русского модного образа: а – для архетипа «Ломающая устои»; б – для архетипа «Мягкая сила». Автор – Тарасова Яна

Орнамент – особый художественный язык. В моделях авторской коллекции использована русская народная символика орнамента. В моделях-образах «Ломающая устои» в качестве орнаментального элемента выступает конь. В русском фольклоре Конь – не только надежный друг и боевой товарищ, конь еще является символом солнца, мощной энергии и целеустремленности.

В модельных образах «Мягкая сила» в орнаментах представлена птица. Птица испокон веков олицетворяла божественный символ, являлась посредником между «земным» и «небесным», «мирским» и «возвышенным». Стилизованные зооморфные мотивы, использованные в орнаментации тканей в моделях-образах с одной стороны объединят модели общей тематикой, а с другой - еще больше демонстрируют различие между архетипами, для которых они разрабатывались (рис.6) [7].

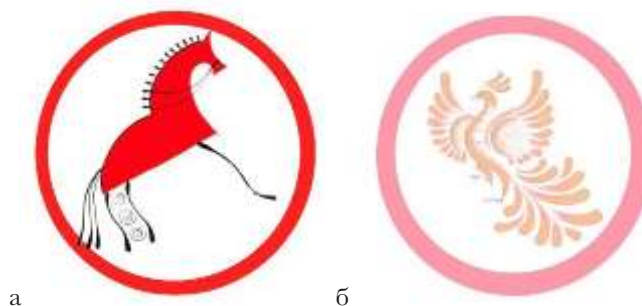


Рис. 6. Орнаментальные мотивы для моделей-образов авторской коллекции в традициях русского «модного» образа: а – для архетипа «Ломающая устои»; б - для архетипа «Мягкая сила».

Создание современной российской модной одежды, опирающееся на изучение психологии личности при проектировании костюма – это новая страница отечественной модной индустрии. Такой подход позволяет увидеть в одежде не только материальный предмет, но и средство общения, выражения особенностей личности и формирования национальной идентичности.

Список литературы

1. Демшина А. Ю., Этнотенденции в пространстве современной моды, Вестник СПбГУКИ, март, 2011. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/etnotendentsii-v-prostranstve-sovremennoy-mody/viewer>
2. Липская В.М. Циклический характер изменений в дизайне костюма, URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsiklicheskiy-harakter-izmeneniy-v-dizayne-kostyuma>
3. Беспятова Е. Б. История России. IX – XXI вв.: схемы, таблицы, карты, документы, задания : учебное пособие / Е. Б. Беспятова, В. Л. Даноян, В. В. Ефременко. — Москва: РТУ МИРЭА, 2021. — 426 с. URL: <https://e.lanbook.com/book/182420>
4. Бушуева С.С. Теории цикличного развития моды / С.С. Бушуева // Санкт-Петербургский государственный университет сервиса и экономики, URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teorii-tsiklichnogo-razvitiya-mody>
5. Фирсова Ю.Ю., Новый подход в проектировании одежды: дизайн эмпатии и комфорта, Научный журнал «Костюмология» / Journal of Clothing Science/2024, Том 9, № 4. URL: <https://kostumologiya.ru/PDF/07IVKL424.pdf>

6. Yu. Firsova, E. Gilmutdinova, V. Krasnoshchyokov, K. Karamova and A. Kalimullina, «Design Thinking: A New Model of Artistic Design of a Modern Costume Based on the Principles of Architectural Bionics, AIP Conf. Proc. 3268, 050018 (2025) URL: <https://doi.org/10.1063/5.0257800>

7. Инкина А.К., Фирсова Ю.Ю. Образ костюма в аспекте эстетической культуры общества, Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции в рамках Всероссийского форума молодых исследователей. «ДИСК-2023. Дизайн и искусство - стратегия проектной культуры XXI века», ФГБОУ ВО РГУ им.А.Н.Косыгина, М, 2023, С. 89-91.

References

1. Demshina A. Yu., Ethnotrends in the space of modern fashion, Bulletin of St. Petersburg State University of Economics, March, 2011. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/etnotendentsii-v-prostranstve-sovremennoy-mody/viewer>

2. Lipskaya V.M. Cyclical nature of changes in costume design, URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsiklicheskiy-harakter-izmeneniy-v-dizayne-kostyuma>

3. Bespyatova E. B. The History of Russia. IX – XXI centuries: diagrams, tables, maps, documents, assignments: a textbook / E. B. Bespyatova, V. L. Danoyan, V. V. Efremenko. — Moscow: RTU MIREA, 2021. — 426 p. URL: <https://e.lanbook.com/book/182420>

4. Bushueva S.S. Theories of cyclical fashion development / S.S. Bushueva // St. Petersburg State University of Service and Economics, URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teorii-tsiklichnogo-razvitiya-mody>

5. Firsova Yu.Y., A new approach to clothing design: empathy and comfort design, Scientific Journal “Costumology” / Journal of Clothing Science/2024, Volume 9, No. 4. URL: <https://kostumologiya.ru/PDF/07IVKL424.pdf>

6. Yu. Firsova, E. Gilmutdinova, V. Krasnoshchyokov, K. Karamova and A. Kalimullina, «Design Thinking: A New Model of Artistic Design of a Modern Costume Based on the Principles of Architectural Bionics, AIP Conf. Proc. 3268, 050018 (2025) URL: <https://doi.org/10.1063/5.0257800>

7. Inkina A.K., Firsova Yu.Y. The image of costume in the aspect of aesthetic culture of society, Collection of materials of the All-Russian scientific and practical conference within the framework of the All-Russian Forum of Young Researchers. “ДИСК-2023. Design and Art - a strategy of project culture of the XXI Century”, Kosygin Russian State University, Moscow, 2023, pp. 89-91.

Хамазина Е.А., Фирсова Ю.Ю.

ПРЕЕМСТВЕННОСТЬ В ИСКУССТВЕ КАК СВЯЗЬ ПОКОЛЕНИЙ

© Ахунова А.А., Фирсова Ю.Ю., 2025

*Российский государственный университет им.А.Н.Косыгина
119071, г. Москва, ул. Малая Калужская д. 1*

В статье представлен анализ творческих приемов художников – представителей разных художественных стилей 20-го и 21-го века.

Ключевые слова: живопись, реализм, абстракция, образ, стиль, творческие манеры, художественная форма, художественные средства, авторские приемы и техники.

Khamazina E.A., Firsova Y.Y.

A.N.Kosygin Russian State University
1 Malaya Kaluzhskaya str., Moscow, 119071

CONTINUITY IN ART AS A LINK BETWEEN GENERATIONS

The article presents an analysis of the creative techniques of artists representing different artistic styles of the 20th and 21st centuries.

Keywords: painting, realism, abstraction, image, style, creative manners, art form, artistic means, author's techniques and techniques.

Подражание не является признаком творческой несостоятельности. В определенные периоды развития искусства, следование традиции, воспроизведение устоявшихся канонов и приемов было не просто нормой, но и необходимым условием для вхождения в профессиональное сообщество. Молодые художники учились, копируя работы признанных мастеров, перенимая их технику, композицию, колорит [1]. Это был способ освоить азы ремесла, понять логику построения произведения, научиться видеть и чувствовать мир глазами другого человека. И сегодня подражание может стать отправной точкой для создания чего-то нового и оригинального. Вдумчивое изучение чужого опыта, анализ его сильных и слабых сторон, может подтолкнуть художника к поиску собственного пути, к эксперименту и новаторству. Переосмысливая увиденное и прочувствованное, он создает не просто копию, а интерпретацию, наделяя ее своим собственным смыслом и видением [2].

Существует также понятие стилизации, когда художник сознательно использует элементы чужого стиля, не стремясь к полному копированию, а лишь создавая определенную атмосферу, ассоциацию, намек. Это может быть способом выражения уважения к предшественникам, демонстрацией принадлежности к определенному направлению или периоду в искусстве, или же просто художественным приемом, позволяющим добиться желаемого эффекта.

Важно понимать разницу между подражанием, стилизацией и плагиатом. Плагиат – это прямое присвоение чужой интеллектуальной собственности, выдача ее за свою. Подражание и стилизация, в отличие от плагиата, предполагают открытое признание влияния чужого творчества, использование его в качестве источника вдохновения или инструмента для создания собственного произведения. Ведь ценность произведения искусства определяется не столько его новизной и оригинальностью, сколько его способностью вызывать у зрителя эмоции, мысли, переживания. Даже если художник в какой-то степени опирается на чужой опыт, заимствует отдельные элементы из других произведений, главное, чтобы он смог создать нечто живое, искреннее, что найдет отклик в душе другого человека.

Процесс непрерывного обновления и переосмысления и обеспечивает развитие и эволюцию искусства. Изучение истории искусства, знакомство с работами классиков и современных художников важно для понимания истоков вдохновения и осознания многогранности и глубины творческого процесса. Только погрузившись в исследование, можно по достоинству оценить замысел художника и понять, что именно он хотел сказать своим произведением [3].

Целью настоящего исследования стал качественный анализ творческого наследия двух художников, различных по всем аспектам: Александра Герасимова – художника живописца, представителя реалистического направления в искусстве 20 века [4] и Екатерины Пугачевой – нашей современницы, художника-абстракциониста, дизайнера и декоратора. Объектом изучения стали изображения цветочных композиций в творчестве каждого из художников (рис.1).



Рис. 1. Образы цветов в работах мастеров: а - характерные приемы и цветовые решения в натюрмортах А.Ге-

расимова, б - характерные приемы и цветовые решения в композициях Е.Пугачевой

Александр Герасимов и Екатерина Пугачева представители разных поколений и два разных стилистических направления в искусстве, что делает анализ их творчества особенно интересным [5,6].

Исторический аспект. А.М. Герасимов (1881-1963) был одним из ведущих советских художников, известным своими портретами и историческими картинами. Его работы часто отражали идеалы социалистического реализма и были связаны с политической и культурной жизнью своего времени. Екатерина Пугачева, напротив, является представителем современного искусства, её творчество формируется в условиях постсоветского пространства и глобализации. Она исследует более личные и социальные темы, что отражает изменения в обществе.

Стиль. Реалистичный стиль А.Герасимова предполагает внимание деталям. Художник передает текстуру лепестков соцветий и листьев. Мягкие переходы цвета и проработка светотеней делают цветы объемными и живыми, создавая ощущение движения: распускаются, источая аромат, затем медленно, но неизбежно увядают. Абстрактная живопись Е.Пугачёвой выстроена по темным законам. Нарушены привычные пропорции, увеличивая или уменьшая масштабы объектов относительно друг друга. Ломкие, изогнутые линии или, напротив, устойчивые и массивные формы помогают раскрыть психологию цветов-образов.

Техника. Герасимов применял традиционные техники живописи маслом, создавая реалистичные образы с акцентом на детали и светотень. Его работы часто имели эпический характер и были насыщены символикой. Екатерина Пугачева – абстракционист, она применяет разнообразные техники, включая живопись и mixed media, и ее стиль более экспериментален. Она использует яркие цвета и динамичные формы, что придает её работам эмоциональную глубину.

Тематика. Темы работ Герасимова часто связаны с историей, культурой и идеалами своего времени. Он создавал образы, которые должны были вдохновлять и воспитывать патриотизм. Даже в натюрмортах ощущается тема «малой Родины». Екатерина Пугачёва, в свою очередь, исследует темы природы, человеческих эмоций и социальных вопросов, стремясь передать актуальные переживания и создать диалог с зрителем.

Результатом объединения двух разных школ стала творческая работа - трансформация классического образа натюрморта в абстрактную композицию. Абстракционизм — это не просто отказ от реалистичности, а скорее, поиск новых способов выражения, исследование возможностей цвета, формы и линии. Это искусство, которое бросает вызов привычным представлениям о прекрасном и заставляет по-новому взглянуть на окружающий мир (рис.2) [7].



Рис. 2. Екатерина Хамазина «Натюрморт с цветами»

Преемственность идей в живописи создает своеобразный диалог между художниками разных эпох и направлений. Произведение, вдохновленное работой предшественника, становится не просто копией, а новым высказыванием, обогащенным личным опытом и мировоззрением автора. В этом контексте заимствование перестает быть плагиатом и превращается в метод исследования, переосмысления и развития художественной традиции.

Изучение идей художников разных поколений и стилей часто служит катализатором для экспериментов и инноваций. Художник, взявший за основу уже существующую концепцию, может трансформировать ее до неузнаваемости, привнося новые техники, материалы, смыслы [8]. В результате рождается уникальное произведение, в котором переплетаются отголоски прошлого и смелые поиски будущего. Этот процесс постоянного переосмысления и трансформации является движущей силой развития искусства.

Список литературы

1. Кубекова А.И., Фирсова Ю.Ю., Психология образа в эскизах костюма. Эмоция - старт художественного проектирования, Сборник материалов II Международной научно-практической конференции Инновации и технологии к развитию теории современной моды, «Мода (Материалы. Одежда. Дизайн. Аксессуары)», посвящённая Фёдору Максимовичу Пармону., – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», апрель 2022, С. 332-336.
2. Бойкова К. Г., Фирсова Ю. Ю. Творчество как путь к свободе. Мастер-класс от Габриэля Морено / Иннова-

- ции и технологии к развитию теории современной моды «Мода (материалы. Одежда. дизайн. аксессуары)», посвященная Фёдору Максимовичу Пармону : – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», апрель 2024. – С. 25-28.
3. Семченко В. А., Фирсова Ю. Ю. Экспрессия и темперамент в художественном эскизе / Инновации и технологии к развитию теории современной моды «Мода (Материалы. Одежда. Дизайн. Аксессуары)» – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», апрель 2023. – С. 137-140.
 4. Левандовский С.Н., Произведения Александра Герасимова в Русском музее, – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/proizvedeniya-aleksandra-gerasimova-v-russkom-muzee/viewer>
 5. Александр Михайлович Герасимов. выставка произведений к 100-летию со дня рождения : Живопись. Графика : каталог / вступ. ст. И. М. Бляновой. М. : изобр. искусство, 1981.
 6. Екатерина Пугачёва – URL: <https://bizar.art/author/ekaterina-pugacheva-rnld>
 7. Михина М.В. Философия искусства: стремление к абстракционализму, г.Иркутск, Международный научный журнал «Инновационная наука» № 6-1 / 2022 – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/filosofiya-iskusstva-stremlenie-k-abstraktsionizmu/viewer>
 8. Yu. Firsova, E. Gilmudinova, V. Krasnoshchyokov, K. Karamova and A. Kalimullina, «Design Thinking: A New Model of Artistic Design of a Modern Costume Based on the Principles of Architectural Bionics, AIP Conf. Proc. 3268, 050018 (2025) [Электронный ресурс]. – URL: <https://doi.org/10.1063/5.0257800>

References

1. Kubekova A.I., Firsova Yu.Y., Psychology of the image in costume sketches. Emotion - the beginning of artistic design, Collection of materials of the II International Scientific and Practical Conference Innovations and technologies for the development of the theory of modern fashion, “Fashion (Materials. Clothes. Design. Accessories)”, dedicated to Fyodor Maximovich Parmon., Moscow: Kosygin Russian State University, April 2022, pp. 332-336.
2. Boikova K. G., Firsova Yu. Y. Creativity as a path to freedom. Master class from Gabriel Moreno / Innovations and technologies for the development of the theory of modern fashion “Fashion (materials. Clothes. design. accessories)”, dedicated to Fyodor Maximovich Parmon : Moscow: Kosygin Russian State University, April 2024, pp. 25-28.
3. Semchenko V. A., Firsova Yu. Y. Expression and temperament in an artistic sketch / Innovations and technologies for the development of the theory of modern Fashion “Fashion (Materials. Clothes. Design. Accessories)” Moscow: Kosygin Russian State University, April 2023, pp. 137-140.
4. Levandovsky S.N., Works by Alexander Gerasimov in the Russian Museum, URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/proizvedeniya-aleksandra-gerasimova-v-russkom-muzee/viewer>
5. Alexander Mikhailovich Gerasimov. exhibition of works dedicated to the 100th anniversary of his birth : Painting. Graphics : catalog / introduction by I. M. Blyanova. Moscow : izobr. art, 1981.
6. Ekaterina Pugacheva – URL: <https://bizar.art/author/ekaterina-pugacheva-rnld>
7. Mikhina M.V. Philosophy of art: striving for abstractionalism, Irkutsk, International Scientific Journal “Innovative Science” No. 6-1 / 2022 – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/filosofiya-iskusstva-stremlenie-k-abstraktsionizmu/viewer>
8. Yu. Firsova, E. Gilmudinova, V. Krasnoshchyokov, K. Karamova and A. Kalimullina, «Design Thinking: A New Model of Artistic Design of a Modern Costume Based on the Principles of Architectural Bionics, AIP Conf. Proc. 3268, 050018 (2025) [Electronic resource]. – URL: <https://doi.org/10.1063/5.0257800>

Чертов М.А., Фирсова Ю.Ю.

ТВОРЧЕСКИЙ ЭКСПЕРИМЕНТ: ПОИСК НОВЫХ СРЕДСТВ ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТИ В ГРАФИКЕ

© Чертов М.А., Фирсова Ю.Ю., 2025

*Российский государственный университет им.А.Н.Косыгина
119071, г. Москва, ул. Малая Калужская д. 1*

Авторы рассматривают влияние процесса анализа и подражания творческой манеры, которое на ранних этапах обучения служит основой для освоения практических навыков и понимания искусства.

Ключевые слова: живопись, реализм, абстракция, образ, стиль, творческая манеры, художественная форма, художественные средства, авторские приемы и техники.

Chertov M.A., Firsova Y.Y.

A.N.Kosygin Russian State University
1 Malaya Kaluzhskaya str., Moscow, 119071

A CREATIVE EXPERIMENT: THE SEARCH FOR NEW MEANS OF EXPRESSION IN GRAPHICS

The authors examines the influence of the process of analyzing and imitating creative manners, which in the early stages of learning serves as the basis for mastering practical skills and understanding the essence of art.

Keywords: painting, realism, abstraction, image, style, creative manners, art form, artistic means, author's techniques and techniques.

Начинающие художники, копируя работы мастеров, не только развивают технические способности, но и начинают осознавать культурные контексты и значимость художественного выражения. Этот процесс может привести к формированию индивидуального художественного языка, отличающегося от первоначального источника вдохновения [1].

В современном искусстве заимствование и цитирование стало обычной практикой. Художники, для создания своих работ, часто используют образы и мотивы из массовой культуры, истории искусства и других источников. Подобный творческий диалог между поколениями и стилями – не просто подражание, это - переосмысление, стремление привнести что-то новое в уже существующее [2]. Художник, вдохновленный работой предшественника, не копирует слепо, а анализирует, интерпретирует и, в конечном итоге, создает нечто уникальное, отражающее его собственное мировоззрение и художественные задачи. В этом процессе происходит обогащение культурного наследия, когда старые идеи получают новое звучание и становятся актуальными для современного зрителя [3].

В настоящем исследовании представлен сравнительный анализ творческих приемов двух художников: Василия Андреевича Поникарова - советского украинского художника, графика, живописца и Габриэля Морено – современного художника-иллюстратора из Испании. Объектом исследования стала флористическая тема, близкая обоим мастерам (рис.1). Цель исследования – создание авторской графической техники, созданной на основе компиляции и творческой переработки приемов и техник двух мастеров.



Рис. 1. Флористическая тема в работах мастеров: а,б - характерные приемы и цветовые решения в работах художника В. А. Поникарова,

в,г - характерные приемы и цветовые решения в иллюстрациях Г.Морено

Композиция листа. Для работ В. А. Поникарова характерно полное заполнение листа, абстрактный фон, статичная масса цветов выходит на передний план, всё остальное второстепенно [4]. Для композиций Габриэля Морено свойственна динамика. По композиции они располагаются по диагонали, что отражает общую динамику изображения. Насыщенность цвета сосредотачивается на композиционном центре и постепенно ослабевают к краям работы, иногда переходя в графику. Подобное сочетание черной графики и цвета придает изображениям дополнительный контраст

[5].

Техника. Использование различных техник, таких как «а ля прим», позволяет создавать Поникарову интересные текстуры и эффекты, добавляющие объём и глубину. Интересный приём использует Поникаров для передачи текстуры массы цветов: сухой он кистью убирает основной объём цвета оставляя только контур, где это необходимо. Для подобного приёма он, как правило, использует плоскую кисть. Поникаров использует разнообразные цветовые сочетания. Есть у него и очень тёплые, солнечные полотна, но большей частью - это довольно сложная сдержанная гамма оттенков (рис.1а,б).

Морено использует смелые и выразительные линии, что придаёт его работам ощущение движения и энергии. Образы часто выделяются яркими контрастами и чёткими силуэтами, это усиливает их визуальное восприятие. Обилие мелких деталей и текстур придаёт глубину и делает каждую иллюстрацию интересной для изучения. Помимо этого, Габриэль Морено добавляет более эмоциональный аспект, заключающийся в применении ярких цветовых пятен. Каждый цвет в его работе продуман так, чтобы вызывать определённые эмоции, подчеркивая атмосферу иллюстраций (рис. 1 в, г) [6].

Фактуры. В работах Поникарова часто встречаются фактуры, имитирующие природные мотивы. Но их отличительной чертой является скульптурность застывшей красоты.

Динамичные и витиеватые линии Габриэля Морено, напротив, создают оживлённые и витиеватые орнаменты. В его работах можно увидеть обращение к традиционным мотивам, что создаёт уникальный визуальный язык и атмосферу движения во времени.

На основании выделенных особенностей двух мастеров была создана авторская творческая работа, в которой графические приемы В. А. Поникарова и Г. Морено слились в новом творческом решении.

В авторской работе букет цветов предстает атмосферным акварельным облаком, выполненным в экспрессивной манере В. А. Поникарова. Автор умышленно ограничивает цветовую гамму для большей связи с линейной графикой окружения. Линии драпировок выполнены рядами параллельных динамичных линий, которые вместе с диагональным решением композиции придают работе легкость и ощущение движения в воздухе цветочного аромата (рис.2) [7].



Рис. 2. Михаил Чертов «Натюрморт с синими цветами»

Творческое наследие признанных мастеров и художников-современников является основой обучения и практикой для молодого поколения художников. Оно влияет на формирование авторского стиля и мировоззрения. Источники вдохновения, понимание технических приемов и технологий, эмоции и культурные контексты — все это взаимодействует в процессе развития художника, предоставляя ему инструменты для самовыражения и индивидуализации. Понимание этих процессов позволяет глубже осознать место художника в современном искусстве.

Список литературы

1. Семченко В. А., Фирсова Ю. Ю. Экспрессия и темперамент в художественном эскизе / Инновации и технологии к развитию теории современной моды «Мода (Материалы. Одежда. Дизайн. Аксессуары)» – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», апрель 2023. – С. 137-140.
2. Кубекова А.И., Фирсова Ю.Ю., Психология образа в эскизах костюма. Эмоция - старт художественного проектирования, Сборник материалов II Международной научно-практической конференции Инновации и технологии к развитию теории современной моды, «Мода (Материалы. Одежда. Дизайн. Аксессуары)», посвящённая Фёдору Максимовичу Пармону., – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», апрель 2022, С. 332-336.
3. Yu. Firsova, E. Gilmudinova, V. Krasnoshchyokov, K. Karamova and A. Kalimullina, «Design Thinking: A New Model of Artistic Design of a Modern Costume Based on the Principles of Architectural Bionics, AIP Conf. Proc. 3268, 050018 (2025) [Электронный ресурс]. – URL: <https://doi.org/10.1063/5.0257800>

4. Поникаров В.А. – URL: https://ru.ruwiki.ru/wiki/Поникаров,_Василий_Андреевич
5. Gabrielmorero – URL: <https://gabrielmorero.com>
6. Illyustrator-i-master – URL: <https://Illyustrator-i-mastergravyuryi-Gabriel-Morero>
7. Бойкова К. Г., Фирсова Ю. Ю. Творчество как путь к свободе. Мастер-класс от Габриэля Морено / Инновации и технологии к развитию теории современной моды «Мода (материалы. Одежда. дизайн. аксессуары)», посвященная Фёдору Максимовичу Пармону : – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», апрель 2024. – С. 25-28.

References

1. Semchenko V. A., Firsova Yu. Y. Expression and temperament in an artistic sketch / Innovations and technologies for the development of the theory of modern fashion “Fashion (Materials. Clothes. Design. Accessories)” Moscow: Kosygin Russian State University, April 2023, pp. 137-140.
2. Kubekova A.I., Firsova Yu.Y., Psychology of the image in costume sketches. Emotion - the beginning of artistic design, Collection of materials of the II International Scientific and Practical Conference Innovations and technologies for the development of the theory of modern fashion, “Fashion (Materials. Clothes. Design. Accessories)”, dedicated to Fyodor Maximovich Parmon., Moscow: Kosygin Russian State University, April 2022, pp. 332-336.
3. Yu. Firsova, E. Gilmutdinova, V. Krasnoshchyokov, K. Karamova and A. Kalimullina, “Design Thinking: A New Model of Artistic Design of a Modern Costume Based on the Principles of Architectural Bionics, AIP Conf. Proc. 3268, 050018 (2025) [Electronic resource]. – URL: <https://doi.org/10.1063/5.0257800>
4. Ponikarov V.A. – URL: https://ru.ruwiki.ru/wiki/Ponikarov,_vAsiliy_aNdreevich
5. Gabrielmorero – URL: <https://gabrielmorero.com>
6. Illyustrator-i-master – URL: <https://Illyustrator-i-mastergravyuryi-Gabriel-Morero>
7. Boikova K. G., Firsova Yu. Y. Creativity as a path to freedom. Master class from Gabriel Moreno / Innovations and technologies for the development of the theory of modern fashion “Fashion (materials. Clothes. design. accessories)”, dedicated to Fyodor Maximovich Parmon: Moscow: Kosygin Russian State University, April 2024, pp. 25-28.

УДК 75.052:236.93:246.3»11/20»(=161.1)

А.А. Шувалова

ИКОНОГРАФИЯ СЮЖЕТА «СТРАШНЫЙ СУД» В РУССКОЙ МОНУМЕНТАЛЬНОЙ ЖИВОПИСИ: ЭВОЛЮЦИЯ МОТИВОВ И ВИЗУАЛЬНЫХ ОБРАЗОВ

© А.А. Шувалова, 2025

*Российский государственный университет им.А.Н.Косыгина
119071, г. Москва, ул. Малая Калужская д. 1*

В статье в хронологической последовательности прослеживается трансформация основных мотивов и визуальных образов сюжета «Страшный суд» в монументальных росписях русских православных храмов с XII в. до нашего времени. Особое внимание уделено иконографическому анализу стеной росписи «Страшный суд» Покровского храма Николаевского Малицкого мужского монастыря Тверской епархии, выполненной в 2016 году Русланом Гебья. Ключевые слова: иконография, монументальная живопись, фреска, стенопись, Страшный суд», художественный мотив, визуальный образ.

A.A. Shuvalova

St.Petersburg State University of Industrial Technologies and Design
191186, St.Petersburg, BolshayaMorskaya, 18

ICONOGRAPHY OF THE SUBJECT “THE LAST JUDGMENT” IN RUSSIAN MONUMENTAL PAINTING: EVOLUTION OF MOTIVES AND VISUAL IMAGES

The article traces in chronological order the transformation of the main motifs and visual images of the plot “The Last Judgment” in monumental paintings of Russian Orthodox churches from the 12th century to the present day. Particular attention is paid to the iconographic analysis of the wall painting “The Last Judgment” of the Pokrovsky Church of the NikolaevskyMalitsky Monastery of the Tver Diocese, completed in 2016 by Ruslan Gebya.

Keywords: iconography, monumental painting, fresco, wall-painting, The Last Judgment, artistic motif, visual image.

Иконографический анализ художественных произведений – одна из важнейших компетенций, необходимых для успешной реализации творческих проектов в сфере монументальной живописи как духовного, так и светского характера. В наше время, когда очень активно идет процесс строительства новых и восстановления разрушенных православных храмов, возникает большая потребность в светских специалистах, способных сочетать навыки академической

художественной подготовки с глубоким знанием истории объекта, над которым они работают.

Творческие биографии многих известных русских живописцев, например, таких как В.Л. Боровиковский, О.А. Кипренский, К.П. Брюллов, В.М. Васнецов, М.В. Нестеров, М.В. Врубель, В.Д. Polenov, связаны не только с созданием шедевров светской живописи, но и с работой над церковными росписями и мозаиками. Многие из художников, трудясь над монументальными храмовыми композициями, опирались не только на знания, полученные в Академии художеств, но и на опыт своих путешествий по Святой земле и раннехристианским святыням Италии, впечатления от созерцания росписей древних храмов Новгорода, Пскова, Владимира, Суздаля, Ростова Великого.

Сюжет «Страшный суд» возникает в русской монументальной живописи на несколько веков раньше, чем в иконописи, и занимает особое место, становясь визуальным воплощением христианской концепции конца света и второго пришествия Христа, в момент которого каждый человек будет отвечать перед Богом за поступки, совершенные в земной жизни. Погружение в созерцание этого сюжета в храме было призвано побудить человека задуматься над своими поступками и исправить ошибки, чтобы обрести надежду на спасение.

Главная цель композиций «Страшного суда» заключается в том, чтобы художественными выразительными средствами оказывать на зрителя мощное эмоциональное воздействие и тем самым способствовать осмыслению морально-нравственных проблем как конкретного человека, так и общества в целом.

Современному человеку монументальные многофигурные композиции на тему «Страшного суда», известные на Руси с XII в. и заимствованные из Византии, порой напоминают ребус, который нелегко разгадать. Символическая насыщенность, сложная компоновка образов, обилие надписей на церковнославянском языке заставляют нас обращаться к письменным источникам духовного характера, научным исследованиям и памятникам русской монументальной живописи.

Объектом данного исследования стали два монументальных памятника, объединенные одним из самых интересных и сложных христианских канонических сюжетов – «Страшный суд». Предметом изучения являются композиция «Страшный Суд» церкви Спаса на Нередице в Новгороде (XII в.) и роспись «Страшный суд» в Покровском храме Николаевского Малицкого мужского монастыря Тверской Митрополии, выполненная в 2016 г. румынским иконописцем Русланом Гебя, которая вводится в научный оборот впервые. Между созданием этих памятников более восьми столетий. По их сопоставлению мы можем проследить, как трансформировалась система сюжетов «Страшного суда». Иконографический анализ этой композиции, восходящей к византийской и русской традициям более раннего времени, дает возможность проследить трансформацию мотивов и визуальных образов сюжета «Страшный суд» в ее современной интерпретации.

Актуальность изучения иконографии «Страшного суда» заключается в том, что оно позволяет понять механизмы влияния культурных и религиозных контекстов на те или иные художественные решения и проследить влияние различных факторов на формирование художественных образов в монументальной живописи разных исторических эпох.

Сцены «Страшного суда», как правило, располагаются на западной стене храма напротив алтаря. Иконография этого сюжет отличается тематическим разнообразием, связанным с темой «Второго пришествия Христа». Она сложилась на основе многих литературных источников, среди которых мы можем отметить тексты Евангелия, послания апостола Павла, Откровение Иоанна Богослова, описание видения пророка Даниила в Ветхом Завете, Житие Василия Нового, Гомилии преподобного Ефрема Сирина на Второе Пришествие, а так же тексты апокрифической традиции. Именно это обилие источников предопределило многосоставность и сложность монументальных композиций стенных росписей в русских православных храмах[6]. Среди сюжетов «Страшного суда» мы можем выделить три смысловых группы – Суд, Ад, Рай. Внутри каждой из них количество и характер художественных мотивов могут варьироваться в зависимости от культурных и социально-политических условий создания памятников стеной живописи.

Одним из самых ранних примеров иконографии «Страшного суда» в России мы можем считать чудом дошедшие до наших дней фрески Георгиевской церкви в Старой Ладогe, которые представляют собой уникальный пример русской храмовой росписи домонгольского периода. Ввиду того, что сохранилось не более 20 % от росписей храма, а большая часть фресок была утрачена еще в XVII в., мы можем говорить лишь о наборе сюжетов, свидетельствующих о том, что на западной стене в нескольких регистрах была изображена именно сцена «Страшного суда». На сохранившейся части росписи можно рассмотреть второй и третий ярус этой композиции. По правую сторону от несохранившейся фигуры Христа Судии, располагавшейся обычно в центре, изображена предстоящая Ему Матерь Божья и апостолы Матфей и Павел, сидящие с открытыми книгами. Слева еще двое апостолов и часть фигуры Иоанна Предтечи. За троном Христа, расположилось ангельское воинство, состоящее из ангелов с жезлами, которые держат сферы, символизирующие всевидение небесных сил бесплотных[4].

Самой полной с точки зрения подбора сюжетов, дававших почти исчерпывающее представление о системе церковной росписи XII в. являются фрески церкви Спаса на Нередице близ Новгорода. Знакомство с историей, бытованием, разрушением и восстановлением этого памятника важная составляющая творческого багажа монументального живописца.

Храм Спаса на Нередице, возведенный по инициативе князя Ярослава Владимировича в 1198 году, был расписан фресками через год после завершения строительства. До начала 1940-х гг. этот памятник, практически утраченный во время Великой Отечественной войны, дошел без поновлений и может считаться редчайшим образцом русско-византийской живописи. Благодаря усилиям профессора В.К. Мясоедова значительная часть стеной живописи была отснята методом научного фотографирования в начале XX столетия и опубликована в альбоме «Фрески Спаса Нередицы» в 1925 г. по инициативе сотрудника Русского музея Н. Сычева. Изучение живописного наследия Нередицы»

дицы важная составляющая подготовки специалиста по монументальной живописи. Иконографический указатель, составленный Л.А. Дурново и фотографии, приведенные в издании, позволяют реконструировать фрески, входящие в цикл «Страшный суд» [5]. Наиболее подробный письменный анализ иконографии «Страшного суда» в Спасе на Нередице мы получаем благодаря исследованиям Т.С. Щербатовой-Шевяковой (1905-2000). В 1925-1931 гг. она всесторонне изучила и подробно описала храмовые росписи нередицкой церкви [7].

Техника фрески в XII в. представляла собой роспись водяными красками по сырой штукатурке поверх предварительно нанесённых контуров рисунка. Работы по оформлению интерьера храма были выполнены в предельно короткий срок, что свидетельствует об одновременной работе сразу нескольких артелей мастеров. Суровый дух времени и местоположение церкви отражали Новгородскую действительность.

Изображению «Страшного суда» была отведена вся западная стена храма. Фрески располагались в два регистра. Композиция была сложной и насыщенной эпизодами, многие из них были заключены в особые живописные обрамления, что благодаря искусности мастеров не создавало впечатления дробности и сохраняло ощущение цельности росписи. Для понимания векторов развития традиции изображения «Страшного суда» в русской монументальной живописи, целесообразно провести иконографический обзор мотивов, входящих в систему сюжета «Страшного суда» церкви Спаса на Нередице.

Описание композиции «Страшный суд» следует начать с центральной части западной стены, где изображены в основном сцены, непосредственно относящиеся к «Суду». Центром композиции является Деисус. Суть ее заключается в следующем:

Под апостольским трибуналом расположена Этимасия или Престол уготованный для Второго пришествия Спасителя. Он изображается как неширокая скамья с подушкой, на которой лежит Евангелие, а за ней помещается крест. В Нередицкой фреске Евангелие богато украшено жемчугом и геммами. За престолом изображаются символы страданий Христа – крест, белый терновый венец и губка на процветшей белой ветке. Справа внизу изображены припадающие коленами с протянутыми к престолу руками Адам и Ева. С южной стороны к престолу стремится ангел с пустыми весами в левой руке. Он намеревается взвесить душу праведника, изображенную в виде маленькой фигурки ребенка в фас со скрещенными руками.

За спиной Ангела с весами разворачивается сцена Рая. На фреске изображены шесть групп праведников в рост, устремленных к Иисусу, с протянутыми молебно руками. В каждой группе фигуры довольно тесно сгруппированы. В первой, второй и третьей группе изображены праведники в хитонах, в четвертой группе – епископы в фелонях и омофорах с крестами. В пятой группе написаны преподобные. Левее от шестой группы с женами, изображена седьмая группа праведников, повернутая в противоположную сторону. Шествие всех праведников возглавляет апостол Петр. Он ведет их в Рай. Для фрески «Страшный Суд» это характерная сцена, она встречается и у Андрея Рублева на фреске Успенского собора во Владимире (XV в.).

Южнее Апостольского трибунала располагается сцена «Богородица в Раю». Фигура Богородицы восседающей на красивом троне дана во фронтальном повороте. Атрибуты Рая показаны нередицкими мастерами весьма условно. Мы не видим здесь никакой растительности. Богородица, запечатленная в смиренном жесте сложенных на груди рук, находится в окружении двух Ангелов, фигуры которых чуть меньше нее. Ангелы символизируют непорочность Девы Марии. Рядом с Богородицей помещается сцена «Покаявшийся разбойник», которая отражена в Евангелии от Луки.

За спиной у Ангела с весами разворачивается многофигурная композиция «Шествие праведников» и сцена Рая. На фреске изображены шесть групп праведников в рост, устремленных к Иисусу, с протянутыми в молитве руками. В каждой группе фигуры довольно тесно сгруппированы. В первой, второй и третьей группе изображены праведники в хитонах, в четвертой группе — епископы в фелонях с крестами и омофорах. В пятой группе написаны преподобные. Левее от шестой группы с женами, изображена седьмая группа праведников, повернутая в противоположную сторону. Шествие всех праведников возглавляет апостол Петр. Он ведет их в Рай. Для стеновой росписи на тему «Страшного Суда» эта сцена очень характерна, она встречается и у Андрея Рублева на фреске Успенского собора во Владимире (XV в.).

Южнее «Апостольского трибунала» располагается сцена «Богородица в Раю». Фигура Богородицы восседающей на троне дана во фронтальном повороте. Атрибуты Рая показаны нередицкими мастерами весьма условно. Мы не видим здесь никакой растительности. Богородица, запечатленная в смиренном жесте сложенных на груди рук, находится в окружении двух Ангелов, фигуры которых чуть меньше нее. Ангелы символизируют непорочность Девы Марии. Рядом с Богородицей помещается назидательная сцена о «Благоразумном разбойнике», так же часто избираемая для фресок «Страшного суда», она базируется на материалах Евангелия от Луки. Здесь изображен глубоко раскаившийся грешник, за свое смирение и веру получивший от Спасителя обетование вечной жизни. Тело разбойника изображено в фас, в руках у него тонкий восьмиконечный крест, голова в три четверти обращена к Богородице. На боковой стене, немного ниже Богородицы располагается сцена «Лоно Авраамово». До Воскресения Христа, Лоно Авраамово — это место упокоения праведников, попадающих в рай. В нередицкой фреске Авраам, по пояс окруженный толпой детей, изображен сидя держащим в руках душу Лазаря, изображенную в образе ребенка в белом хитоне. На фресках «Страшного Суда» души показываются уподобленными детям, в уменьшенном по сравнению с основным объемом изображаемого, масштабе. Под сценой с Авраамом помещены «Врата Рая». Традиционно художники изображали подле них упомянутого в книге Бытия шестикрылого херувима «Пламенное оружие». Слева на фоне райского сада показан Князь Ярослав, подносящий Христу маленькую модель своего архитектурного детища – Храма Спаса на Нередице. Изображение князя на фресках интересное явление, которое служит прямым указанием на политическую ситуацию и засвидетельствованное в веках стремление художника увековечить благоустроителя храма.

Сцена Ада в церкви Спаса на Нередице дает довольно полное представление о религиозном сознании лю-

дей XII столетия. Мастера проявили необычайную фантазию и свободу в изображении чудовищ, адских мук и участи грешников. Примечательна сцена «Трубящие ангелы и «Восстающие из гробов». В правой части стены изображены два ангела с трубами в динамичных позах, пробуждающие встать мертвецов на грядущий суд. Мотив огненной реки, ведущей в преисподнюю, также характерен для фресок рассматриваемого сюжета. В данном случае огненная река берет свое начало из-под обрамления мандорлы Христа Деисуса, огибает Адама и Еву и Этимасию, постепенно расширяется и направляется в правую половину нижнего регистра фрески «Страшного Суда». В верхней части реки изображены ангелы, сталкивающие в ад грешников, что символизирует соработничество Бога и Божественных сил в борьбе со злом. Грешники с лицами полными ужаса утопают в красной реке. Группы их тесны, различаются наиболее выразительные лица: нечестивый царь в короне, мужчина в восточном головном уборе. Традиционно в «Аду» изображались иноверцы с отличительными внешними чертами, подчёркивающим их принадлежность к другой религии. Особое место отводится изображению Сатаны с фигуркой Иуды-предателя на руках. Дьявол изображен на фоне черной пещеры, которая со всех сторон окаймлена огненной рекой. Он сидит во фронтальном повороте на звере с когтистыми лапами, телом льва и головой кабана. Из пасти чудовища свисает человек. Толстый хвост ужасающего дракона заканчивается еще одной головой меньшего размера, из ее пасти тоже торчит человеческая голова. Справа от пещеры с сатаной изображен Ангел. Он с видимым напряжением сворачивает небо. Этот сюжет, символизирующий уничтожение Богом старого мира, мы видим на многих фресках, например в росписи Кирилловской церкви в Киеве 1199 г., там тоже сохранился «Ангел, свивающий небо» близкий по композиции с нередицким, но еще более динамичный.

Персонификация «Земли, отдающей мертвецов» стала для средневековых мастеров возможностью показать свои представления относительно Ада. Фантазия художников воплотилась в Нередицком храме отчетливо и до сих пор оставляет ряд вопросов для исследователей. Этот сюжет вдохновлен еще одним произведением о «Страшном Суде» авторства преподобного Исаака Сирина «Слово на Второе Пришествие Господа нашего Иисуса Христа». Искусствовед В.Н.Лазарев предполагал, что в данной сцене возможно нашла отражение история о Вавилонской блуднице — эсхатологический образ, взятый из Откровения[1]. Однако по некоторым иконографическим признакам это предположение оказывается не совсем верным и перед нами предстает все-таки олицетворение Земли. Полунагая девица едет на фантастическом звере. Чудовище дано в профиль, мертвецы, очевидно, были прежде съедены именно им. Огромная белая змея, композиционно созвучная наружной ленте, хвостом огибает зверя, закручивает девушку по уровню бедер и опускает голову в чашу, которую Земля держит в левой руке. Не менее загадочно изображение «Моря, отдающего мертвецов». До конца неясно кто перед нами: женщина или мужчина. На морском чудовище с рыбьим хвостом изображена фигура в царском венце. Она оголена до пояса, левая рука держит овальный продолговатый сосуд с тонким горлышком. Мощную шею чудовища трижды оплетает змея. Зубастая голова чудовища дана в профиль. Иногда на фресках изображается нога или рука мертвеца, торчащая из пасти зверя. Вода заканчивается наверху полукругом, а выше нее проходит полоса земли.

Под последними двумя прямоугольниками помещена вытянутая в высоту традиционная для иконографии «Страшного суда» сцена, обличающая порок сребролюбия «Притча о безумном богаче». С правой стороны на фоне горки сидит нагой богач на приступке, объятый пламенем. Традиционно его изображают в виде седого бородатого старца с толстым животом и страдальческим выражением лица. Слева от него стоит темно-серый с белой повязкой на бедрах сатана. Как это часто бывает в средневековой восточно-христианской живописи отрицательные личности даются в профиль. «Отче Аврааме, помилуй мя и послы Лазаря, да смочить персть свой въ воде и устудить ми языкъ, изъмагаюбовъ пламени семь» — восклицает в этой сцене богач. На что стоящий перед ним сатана подносит ему сосуд с огнем и говорит: «Друже богатый, испей горящаго пламени» Подписи на некоторых фресках делались в том числе из орнаментальных соображений, так как не все люди, приходящие в храм, были грамотными. В противоположном конце западного трансепта на южной стене, напротив этой сцены, изображен уже упомянутый выше Авраам в Раю с душой Лазаря на коленях, именно к нему обращен зов Богача. Эта сцена с еще более фантастическим изображением сатаны есть в росписи церкви Снеготорского монастыря близ Пскова 1313 г.

Еще один интересный с точки зрения иконографии «Страшного суда» сюжет — это клейма, объединенные сюжетом «Адские мучения». Они помещены на той же стене и даны в пяти прямоугольниках разного размера, в каждом из них изображена участь, ожидающая грешников в Аду. На контрастном фоне написаны так называемые маски — головы с лицами, полными ужаса. «Тьма кромешная» изображена в верхнем левом особенно темном прямоугольнике. Под ним в клейме читается слово «смола». Еще ниже четыре головы, от каждой из которых отходят белые зигзаги. Так изображался «иней». В прямоугольнике справа от окна маски с оскаленными зубами и надпись «скръжа зубом». «Мраз» (мороз) запечатлен в последнем правом прямоугольнике. Во всех этих лицах, прочитываются страдания и ужас, которые передаются художниками при помощи выразительной мимики: широкооткрытые глаза и трагически изогнутые брови.

Иконография «Страшного суда» в Спасе на Нередице восходит не только к Византийским образцам, но и заимствует сирийскую и малоазийскую живописную манеру, проникавшую через Киев, Кавказ и Владимиро-Суздальское княжество. Иконографическое значение росписи Нередицкой церкви, очень велико, ведь она создала обширнейшее поле для наблюдений за техникой, орнаментикой, выдержанной в романских и византийских формах. Стиль росписи рассматриваемой церкви родственен восточным памятникам, о чем свидетельствуют архаичные по строю формы и цветовые приемы.

Интересно проследить, как изменяется иконографическая традиция изображения «Страшного суда» в творчестве современных мастеров монументальной живописи. Материал для такого анализа мы находим в Покровском храме Николаевского Малицкого монастыря (Тверская Митрополия).

Николаевский Малицкий мужской монастырь находится неподалеку от Твери. В начале XXI в. стараниями

Игумена архимандрита Бориса (Тулупова) он был восстановлен на месте старой обители XVI столетия, разрушенной во время Великой Отечественной войны. Пробразом Покровского храма послужила церковь Честного пояса Богородицы монастыря Ватопед (Афон)[2]. В 2016 г. храм был расписан румынским иконописцем Русланом Геба в технике темперной монументальной живописи на холсте. Этот технологический прием стал новшеством художников позднего Возрождения, а в XVIII в. был внедрен в России итальянскими мастерами. Иконографической основой стенописи храма послужили фрески сербского монастыря Высокие Дечаны в Косово, которые восходят к традициям школы Св. Краля Милутина (XIII-XIV вв.).

Композиция «Страшный суд» располагается на западной стене среднего притвора храма и имеет четкое композиционное деление, соответствующее трем смысловым частям: Суд, Рай, Ад. Анализ иконографии данных сюжетов традиционно начинается с изображения Суда. В центральном объеме сверху расположен Деисус. Христос-Судия в золотом одеянии изображается в круглой голубой мандорле, восседающим в окружении лоратных ангелов. По обеим сторонам от него написаны фигуры Богородицы и Иоанна Предтечи. Ниже помещено изображение Этимасии (Престола уготованного). Крест, копье и терновый венец символизируют страсти Христовы. На Престоле лежит Евангелие, а у его подножия кувшин, чуть ниже которого простирается рука с весами. Справа и слева от Престола коленопреклоненные седовласые Адам и Ева. Слева от Адама изображено «Видение пророка Иезекииля», называемое Тетраморф (Херувим с четырьмя ликами), которое истолковывается как символ единого Евангелия – Слова Божия, записанного четырьмя евангелистами. Этот сюжет часто изображается церковными художниками служа дословной иллюстрацией к библейскому тексту[3].

От изображения «Престолов», расположенных у ног Спасителя и символизирующих Божественную волю и правосудие, тянется огненная река. Престолами называются сияющие колеса пламени, испускающие лучи, указывающие на их связь с Божественным светом и Мудростью. Традиционно они отождествлялись с проводниками Божественного правосудия и порядка, поддерживающими равновесие и гармонию в небесной иерархии.

Примечательно, что современный мастер изобразил пророка Даниила, на свитке которого написаны строки видения Ветхого денни. Это символическое изображение отсылает к иконографии Христа в образе седовласого старца, как воплощения Предвечного Сына Божия и искупительной жертвы, а также грядущего Судии Второго пришествия. При взгляде на стенную живопись ощущается авторский след, отражающий почти личные отношения художника к тексту Священного Писания, его компетентность в трактовке образов и глубокое понимание церковной истории. Сейчас, когда изучение библейских текстов выходит на новый уровень, художникам, работающим над монументальными церковными композициями очень важно уметь хорошо ориентироваться в материалах, относящихся к истории изображаемого сюжета. Понимание контекста Священной истории позволяет автору росписи гармонично компоновать сцены в рамках сюжета с учетом особенностей интерьера храма. Благодаря этому зритель может ориентироваться в композиции и считывать визуальные культурные коды, заложенные традицией, но авторски интерпретированные и интерпретированные мастером.

Между Даниилом и Адамом помещен маленький человечек в соломенной шляпе. Рядом надпись на греческом языке – отрывок Евангелия: «Тогда скажет им в ответ: истинно говорю вам: так как вы не сделали этого одному из сих меньших, то не сделали Мне. И пойдут сии в муку вечную, а праведники в жизнь вечную». Здесь повествуется о том, как и за какие дела Иисус Христос будет судить людей на Страшном суде. Точно такой же персонаж расположен симметрично в правой части композиции. Этот мотив является довольно редким для иконографии «Страшного суда» и почти не встречается в русских церквях.

Оригинальность прочтения сцены «Взвешивания душ» подчеркивается динамичной чуть иронической манерой письма румынского мастера. Под изображением Адама помещен сонм ангелов со свитками. Ангел на первом плане опускает свитки на левую чашу весов, которая перевешивает правую. Под левой чашей изображена группа маленьких человечков, символизирующих души праведников. У ангела, стоящего позади в руке копье, которым он колет беса, пытающегося переманить праведников на сторону зла. Слева от беса гораздо более разобщенная группа людей, изображающая грешников, связанных цепью и послушно спускающихся в преисподнюю. Правую чашу весов осаждают зеленоватые маленькие бесы, они подкладывают свитки и безуспешно прыгают на правую чашу весов, стараясь перевесить ее.

Особенно интересной для иконографического анализа становится трактовка сюжета «Ангел, свивающий небо», который встречается в русских храмах с XII века и символизирует уничтожение Богом Вселенной и конец видимого мира. Небо, которое свивают два ангела дается как карта звездного неба с созвездиями. Здесь автор росписи полностью опирается на греческую культурную традицию, в контексте которой эти карты очень значимы. Именно по ним греческие мореплаватели ориентировались, в то время, когда астрономия и астрология были одной наукой и в значительной степени определяли взгляды и действия людей. По краям по обе стороны небесного свитка надпись: *«Христос Бог сице приидет судити живых и мертвых, имать воскресити тогда смертию изменятся вси людие тамо на суде явятся»*. Она означает, что после второго пришествия будут созданы новое небо и новая земля.

Для изображения «Ада» художник прибегает к символическому мотиву огненной реки, которая движется с небес и достигает своего апогея, в нижнем регистре, где изображены осужденные на вечные муки группы грешников. Над их головами пояснительные надписи, указывающие на то, кто попадает в Ад. Среди них: «жиди» – еврейские первосвященники, которые не поверили Христу и предали его на смерть и «священнице» – алчные священнослужители, несправедливо обогатившиеся за счет прихожан (на их священном облачении написаны карточные трефы). Изображение следующей групп грешников «арапи» и «кызылбаши» отражает греческий политический и культурный контекст. В русской традиции в качестве грешников часто изображались враги, предстающие в обобщенных образах «иностранцев», или конкретных «ляхов» и «немцев». Автор росписи Руслан Геба отсылает нас к истории Византии.

«Кызылбаши» или «красные головы» это изображение турецкой пехоты. Захватив Константинополь, турки причинили очень много зла и горя грекам, они вырезали целые города, оскверняли святыни, храмы обращали в мечети и насильно пытались исламизировать жителей. Поэтому в греческой традиции они традиционно изображаются горящими в адском пламени.

В композиции, изображающей Ад, обращает на себя внимание образ Сатаны, держащего на коленях душу Иуды. Трактовка образа Сатаны имеет ряд иконографических сходств с изображением его в Нередицком храме. Темная, почти черная кожа, стоящие дыбом седые волосы, прописанные тонкими частыми вертикальными мазками, длинные белые усы, и сосуд с огнем в согнутой руке, характеризуют характер этого сюжета. В данной мизансцене особенно интересно изображение адского чудовища, на котором восседает Сатана. Из его широко раскрытой пасти виднеется тело, проглоченного человека. О том, что несчастный является еретиком-Арием, мы узнаем по надписи над изображением.

Большое тематическое разнообразие сюжетных линий «Страшного суда» позволяет мастерам монументальной живописи варьировать их в зависимости от замысла и особенностей интерьера храма. Одни темы раскрываются подробно, в то время как другие редуцируются до условных, и чисто символических упоминаний. Так в росписи Николо-Малицкого храма, сюжет «Олицетворение земли и моря, отдающих своих мертвецов», который в нередицкой росписи привлекает особое внимание зрителя, дан весьма схематично. В то же время совершенно необычна для русской иконографической традиции «Страшного суда» сцена оплакивания монахом-отшельником Сисоем гроба с останками Александра Македонского, над которой расположена греческая надпись: «...к чему вся эта слава, богатство, великолепие, которого безвозвратно лишается человек со смертью, а бессмертная, но истерзанная несовершенством души, словно заключённая в темницу своего бренного тела, так и не обретёт для себя покоя, ибо не радел человек о воспитании её, не упражнял в молитве, богомыслии, не закалял в лишениях и скорбях. О, смерть, кому возможно избежать тебя!».

Наибольший интерес для иконографических сопоставлений представляет тема адских мучений, изображенная в десяти квадратных клеймах. Их символическая трактовка дает нам возможность выявить в монументальной композиции детали, раскрывающие веяния современности.

В верхнем ряду изображается «тьма крошечная» (четыре обнаженных человека идущие в потьмах с ужасом на лицах) и «клеветники». Рядом ниже – «чревоугодники» и полностью скопированная с фресок монастыря «Высокие Дечаны» – «Человек, который вспахал чужое поле, подвергается пыткам в аду». На шее у присвоившего себе урожай с чужого поля повешен мельничный жернов для перетирания муки, а внизу изображен плуг. В третьем ряду порицаются «убийца», «чародей» и «блудник». Но особый интерес представляет клеймо в четвертом ряду с надписью «интернетзависимые», изображающее трех скованных кандалами и горящих в адском пламени людей, которым бес подносит компьютер с логотипом фирмы Apple. Клеймо насущно и злободневно отражает реалии современности, в которой зависимость от гаджетов становится все более угнетающей. Этот актуальный сегодня сюжет несколько лет назад вызвал множество дискуссий в медийном пространстве. Наряду с интернетзависимыми в иерархии греховности стоят и «пьяницы». В нижнем ряду изображены хорошо известные нам по фрескам Спаса на Нередице сюжеты «скрежет зубов» и «огнь неугасимый» или гиена огненная, о которых написано в Третьей книге Пророка Ездры. Интересно трактована и сцена с богатым Лазарем, который лежит на кровати, со всех сторон окруженный бесами, а под подушкой его спрятаны сокровища. Один из бесов держит в руках свиток с перечислением смертных грехов: «тщеславие, скупость, сребролюбие». Так завершается смысловая композиция, изображающая Ад.

Одной из важнейших составляющих монументальной композиции «Страшный суд» в николо-малицкой росписи становится изображение Рая. В центральной части справа, чуть ниже сцены с пророком Даниилом показано шествие праведников, среди которых святые, пророки, цари, князья, священники и мученики. Процессию возглавляет апостол Петр, ведущий за собой апостола Павла и держащий к руке ключ от райских врат. Вход в Царство Небесное охраняют ангелы, один из которых Серафим аллегорически изображается как «огненный меч». Над воротами изображение домов, наполненных праведниками, отсылающими к словам Евангелия: «В доме Отца Моего обителей много» (Евангелие от Иоанна). Все праведники шествуют от Небесного града Иерусалима, упомянутого Иоанном Богословом в Откровении. Богородица в райском саду в окружении ангелов восседает на троне. Под нею изображены две уже известные нам по Нередице сцены: «Лоно Авраамово» и «Праведный разбойник». Эти двасюжета обращены друг к другу и находятся как бы в диалоге. Образ патриарха Авраама еще со времен Ветхого Завета служит прототипом праведности и наивысшего благочестия. Поэтому изображение душ праведников мастер помещает на груди у Авраама, то есть в лоне. Рядом с Авраамом у входа в Рай изображен «праведный разбойник», призванный служить примером раскаявшегося грешника.

Изучение иконографической программы памятника монументальной живописи очень важно проводить в контексте социокультурного фона эпохи его создания. Интерпретация мотивов и визуальных образов в различных композициях «Страшного суда» дает возможность раскрыть особенности духовной и культурной жизни общества в тот или иной период истории.

Список литературы

1. *Лазарев В. Н.* Древнерусские мозаики и фрески XI–XV веков. Москва: Искусство, 1973. 538 с.
2. *Москвичева Ю. В.* Традиции Афона в современной России: Тверской Николо-Малицкий монастырь // Вестник славянских культур. 2014. №1 (31) С. 83–92.
3. *Полтавцева А. А.* Николаевский Малицкий мужской монастырь. Тверь: Возрождение, 2017. 99 с.

4. Сарабянов В. Д. Георгиевская церковь в Старой Ладогe. Москва: Северный паломник, 2003. 442 с.
5. Сычев Н. П., Мясоедов В. К. Фрески Спаса-Нередицы. Ленинград: Типография имени Ивана Федорова, 1925. 120 с.
6. Цодикович В. К. Семантика иконографии «Страшного Суда» в русском искусстве XV–XVI вв. Ульяновск, 1995. 297 с.
7. Шчербатова-Шевякова Т. С. Нередица. Монументальные росписи церкви Спаса на Нередице. Москва: Галарт, 2004. 256 с.

References

1. Lazarev V. N. Drevnerusskiye mozaiki i freski XI–XV vekov [Ancient Russian mosaics and frescoes of the XI–XV centuries]. Moscow: Iskusstvo, 1973. 538 p.
2. Moskvicheva Yu. V. Traditsii Afona v sovremennoy Rossii: Tverskoy Nikolo-Malitskiy monastyr' // Vestnik slavyanskikh kul'tur [Traditions of Mount Athos in modern Russia: Tver Nikolo-Malitsky monastery // Bulletin of Slavic Cultures]. 2014. No. 1 (31). pp. 83–92.
3. Poltavtseva A. A. Nikolayevskiy Malitskiy muzhskoy monastyr [Nikolaevsky Malitsky monastery]. Tver: Vozrozhdenie, 2017. 99 p.
4. Sarabyanov V. D. Georgiyevskaya tserkov' v Staroy Ladoge. [St. George's Church in Staraya Ladoga]. Moscow: Northern Pilgrim, 2003. 442 p.
5. Sychev N. P., Myasoedov V. K. Semantika ikonografii «Strashnogo Suda» v russkom iskusstve XV–XVI vv. [Frescoes of the Savior on Spilled Blood]. Leningrad: Printing House named after Ivan Fedorov, 1925. 120 pp.
6. Tsodikovich V. K. Semantika ikonografii «Strashnogo Suda» v russkom iskusstve XV–XVI vv. [Semantics of iconography of the “Last Judgment” in Russian art of the XV–XVI centuries]. Ulyanovsk, 1995. 297 pp.
7. Shcherbatova-Shevyakova T. S. Monumental'nyye rospisi tserkvi Spasa na Nereditse. [Nereditsa. Monumental murals of the Church of the Savior on Nereditsa]. Moscow: Galart, 2004. 256 p.

Научный руководитель: доцент кафедры монументального искусства, Мешков Михаил Маркович
Scientific supervisor: Docent of the Department of Monumental Art, Meshkov Mikhail Marxovich

Концевые сноски

- 1 Gor'kij, M. Leonid Andreev [Leonid Andreyev]. Moscow, 2016. P. 28. URL: <https://mybook.ru/author/maksim-gorkij/leo-andreev/> (accessed: 20.03.2025).
- 3 Andreev, L. N. Povesti i rasskazy [Stories and Tales]. Moscow: Gosudarstvennoe izdatel'stvo hudozhestvennoy literatury, 1990. P. 496.
- 4 Bondarskiy P. I. Kosadze, A. Biblejskie motivy v proze Leonida Andreeva (na primere rasskaza «Zhizn' Vasiliya Fivejskogo») [Biblical Motifs in Leonid Andreev's Prose (Based on the Story «The Life of Vasily Fiveysky»)]. Vestnik VolGU, 2009, no. 8, p. 53.
- 5 Evangelie ot Matfeya, 21:21 [The Gospel of Matthew, 21:21] // Novyj Zavet [The New Testament]. Moscow: Izdatel'stvo Moskovskoj Patriarii, 2020. P. 23.
- 6 Andreev, L. N. Eleazar // Sbranie sochinenij: v 6 t. [Collected Works: In 6 Vols.]. Vol. 2. Moscow: Hudozhestvennaya literatura, 1990. P. 496.
- 7 Andreev, L. N. Povesti i rasskazy. P. 496.
- 8 Andreev, L. N. Dnevnik. 1897 g. [Diary. 1897] // Literaturnoe nasledstvo. T. 72: Gor'kij i Leonid Andreev. Neizdannaya perepiska [Literary Heritage. Vol. 72: Gorky and Leonid Andreev. Unpublished Correspondence]. Moscow: Nauka, 1965. P. 412.
- 9 Andreev, L. N. Povesti i rasskazy. P. 494.
- 10 Andreev, L. N. Iuda Iskariot // Sbranie sochinenij: v 6 t. [Collected Works: In 6 Vols.]. Vol. 3. Moscow: Hudozhestvennaya literatura, 1990. P. 112.
- 11 Moskovkina, I. I. Mezhd «pro» i «contra»: koordinaty hudozhestvennogo mira Leonida Andreeva [Between “Pro” and “Contra”: Coordinates of Leonid Andreev's Artistic World]. Kharkiv: KhNU im. V. N. Karazina, 2005. P. 145.
- 12 Andreev, L. N. Iuda Iskariot. P. 120.
- 13 Evangelie ot Iudy (apokrif II v. n. e.) [The Gospel of Judas (2nd Century Apocrypha)] // Apokrif drevnih hristian [Apocrypha of Ancient Christians]. Moscow: Moskva, 1989. P. 154.
- 14 Bondarskiy P. I. Kosadze, A. Obraz Iudy Iskariota v kontekste kanonicheskogo i apokrificheskogo Evangelia [The Image of Judas Iskariot in the Context of the Canonical and Apocryphal Gospel in Leonid Andreev's Story of the Same Name]. Vestnik Dagestanskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2: Gumanitarnye nauki, 2018, vol. 33, no. 4, pp. 50–58. DOI: 10.21779/2542-0313-2018-33-4-50-58.
- 15 Andreev, L. N. Dnevnik. 1916 g. [Diaries. 1916] // Literaturnoe nasledstvo. T. 72: Gor'kij i Leonid Andreev [Literary Heritage. Vol. 72: Gorky and Leonid Andreev]. Moscow: Nauka, 1965. Pp. 412–413.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Ахунова А. А. , Фирсова Ю. Ю. На стыке русского и французского импрессионизма	3
М. Б. Белова Пути развития анималистической скульптуры ленинграда и современного Санкт-Петербурга	6
Бойкова К. Г. , Фирсова Ю. Ю. Художественное проектирование авторской коллекции «челлендж»	9
Я. Д. Бойко Особенности иконографического решения произведений монументального церковного искусства России начала XX века на примере творчества М. В. Нестерова, Н. К. Рериха и П. Д. Корина.....	12
П. С. Болелова Влияние конфуцианства на монументальное искусство в архитектуре Кореи	16
Я. П. Бунчужный Керамика как элемент монументально-декоративного искусства в России.....	19
Дун Хан Деконструкция и коллаж как язык постмодернистских выставок.....	22
Нарзуллоев З. У. Origins of the stylistic solution of Werner Tübke's monumental painting compositions of the 1970-1980s.	25
А. С. Прокопенко Проблема преемственности в развитии искусства витража в метрополитене Ленинграда-Санкт-Петербурга. 1960-Е-2010-е гг.	29
Прокопович А. А. Игра «Пушкинская монополия» как инструмент изучения и популяризации творчества поэта.....	32
О. Б. Прохорова, Ю. Ю. Фирсова Свадебный костюм. Связь с культурой предков	36
К. В. Куралов Использование 3D-анимации в промышленном дизайне: от концепта до финального продукта.....	41
Е. А. Головкин Художественно декоративные достоинства бренда мебели «my barli».....	46
Н. В. Анисимова, Е. И. Садовская-Тишина Разработка капсульного гардероба с элементами из принтованной сетки.....	49
Н. В. Анисимова, М. А. Чернова Разработка сценического костюма поручика Долохова для оперы «Война и мир» с. С. Прокофьева	54
А. А. Байдукова Анализ влияния визуального хаоса на эмоциональное и когнитивное восприятие пользователя.....	59
А. Б. Брюггеман Что такое NFT?	67
М. А. Вислогузова Словарь vs дискурс: обращение «Ребята».....	71
В. Головин Семантические неологизмы в современном медиадискурсе: «Тюбик».....	76
Е. Е. Горовая Применение прецедентных текстов в заголовках деловых СМИ (на примере онлайн-издания «Деловой Петербург»).....	79
Г. А. Григорян, Ю. А. Широкая От старой одежды к новым возможностям: как создаются инновационные решения из переработанного текстиля.....	83

А. А. Гунгер Арт-объекты в дизайне интерьера.....	87
С. А. Дубровская Создание веб-дизайна, дружелюбного для аутичных людей	92
О. В. Заложных «Рубашка» в толковых словарях: от истоков к современности.....	97
Игнатов Л. Д. История и вопросы изучения невянского иконописного промысла	102
А. А. Исмангулова Искусство декорирования и художественная обработка обуви и изделий из кожи с элементами росписи.....	106
М. А. Калашников, И. К. Князева Искусство музыкальной обложки	112
Л. И. Каменник Роль UI KIT в создании дизайна пользовательского интерфейса.....	119
А. А. Киселева, А. И. Терземан Текстиль как искусство: возвращение к Русским традициям в интерьере	124
Д. И. Климовская К вопросу о дефинициях понятий «удобочитаемость» и «разборчивость» в типографической теории	130
П. А. Колышева Визуальные графические материалы к музыкальным трекам, как коммуникационный аспект, формирующий представления об исполнителе и его произведении	134
М. М. Кривonos Использование искусственного интеллекта в современной фотографии: авторство и этика.....	138
С. С. Кротова «Гой ты, русь, моя родная...» (С. А. Есенин). Допетровская россия в графике и живописи русских художников 18-начала 20 вв.	143
Я. Е. Лашёв Особенности использования персона-моделей, JTBD и CJM в дизайне цифровых продуктов.....	149
К. П. Маркова Особенности комментария в издании романа Ким Чухе «Звери Малой Земли» (Inspiria, 2024).....	157
Н. Н. Николаева О возможностях использования книжных подкастов в образовательной деятельности	162
С. Р. Николаева, Ю. Н. Ветрова Малые архитектурные формы в контексте исторической среды царского села	167
Няшин А. Е. , Герасимова М. П. , Алибекова М. И. Дизайн современного орнамента на основе мотивов белокаменной резьбы.....	170
Е. А. Павлова Опыт создания толстого литературного журнала на материале выпусков журнала «иначе».....	174
А. О. Петрова, И. Ю. Моргоева Интеграция цифровой одежды в игровые движки: технологии и методы оптимизации.....	179
Е. А. Петрушина Фрактальный дизайн в системе генеративного искусства: как цифровое искусство меняет модную индустрию.....	185
Е. С. Савва, А. В. Лебедев Нейродизайн как наука на стыке психологии и архитектуры	189
П. В. Савенкова, Е. Н. Якуничева Генеративный дизайн в айдентике: направления, особенности применения, преимущества и недостатки использования.....	194

А. П. Самолук	
Образы лютеранской богослужебной живописи в виттенбергском алтаре реформации Лукаса Кранаха Старшего.....	201
М. А. Сельгис, М. М. Колмыкова, А. В. Сошников	
Применение метода дизайн-мышления в разработке дизайна цифрового продукта.....	205
Н. А. Синицин	
Анализ свойств керамогранита и его роль в дизайне интерьера	210
В. С. Смирнова	
Современные материалы в сценическом костюме: создание образа для фолк-исполнительницы ANILEDA	213
К. И. Смолева	
Особенности проектирования исторических, личностных выставок на базе «государственного бюджетного учреждения культуры «Государственного Мемориального Музея А. В. Суворова»»	217
К. И. Смолева	
Особенности проектирования исторических выставок на базе «замка георгенбург, в калининградской области», сочетание современных тенденций и традиционных ценностей.	222
Р. Н. Федорова	
Ресайклинг контента в современной практике создания контента.....	227
У. К. Фролова, М. А. Славникова	
Эмоциональная вовлеченность: как контент вызывает отклик от пользователей в социальных сетях.....	231
А. А. Ходус	
Отражение противоречий мировоззрения писателя в художественных образах его героев (развитие евангельской темы в рассказах и повестях Л. Андреева).....	237
Е. В. Хохлова	
Визуальная идентичность К-Рор групп: роль графического дизайна, эстетики и концептуальности в формировании имиджа и восприятия артистов.....	241
Т. М. Черезова	
Исследование влияния стилистических аспектов 2d-иллюстраций на восприятие пользователей.....	248
Т. М. Черезова	
Роль иллюстрации в создании бренд-идентичности образовательных учреждений в цифровом пространстве.....	255
С. Н. Чехлатая	
Традиционная японская обувь таби в современном дизайне.....	264
Я. С. Тарасова, ю. Ю. Фирсова	
Роль личности в формировании модного образа	268
Хамазина Е. А. , Фирсова Ю. Ю.	
Преемственность в искусстве как связь поколений	273
Чертов М. А. , Фирсова Ю. Ю.	
Творческий эксперимент: поиск новых средств выразительности в графике	276
А. А. Шувалова	
Иконография сюжета «Страшный Суд» в русской монументальной живописи: эволюция мотивов и визуальных образов	278

Научное издание

ПРОМТЕХДИЗАЙН
Дизайн, искусствоведение
и филологические науки

Сборник статей всероссийской научной конференции
молодых ученых с международным участием

Часть 3

Оригинал-макет подготовил А. М. Шванкин

Подписано в печать 13.11.2025 г. Формат 60×84 1/16.
Печать трафаретная. Усл. печ. л. 16,7 Тираж 125 экз. Заказ 273
Электронный адрес: imn_dni_nauki@sutd.ru

Отпечатано в типографии ФГБОУВО «СПбГУПТД»
191028, Санкт-Петербург, ул. Моховая, 26