

122277

Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°»

Н. И. Волошко

Эстетика и дизайн товаров

Учебно-практическое пособие

Москва, 2008

УДК 658.512.2
ББК 30.18
В68

Авторы:

Н. И. Волошко — кандидат технических наук, доцент кафедры товароведения непродовольственных товаров Белгородского университета потребительской кооперации.

Рецензенты:

А. Н. Великородный — кандидат экономических наук, председатель Совета Белгородского облпотребсоюза;
А. П. Снитко — кандидат технических наук, доцент кафедры товароведения непродовольственных товаров Белгородского университета потребительской кооперации.

Волошко Н. И. Эстетика и дизайн товаров: Учебно-практическое пособие. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2008. — 256 с.

ISBN 978-5-91131-582-5

Учебно-практическое пособие состоит из двух частей. В первой (теоретической) части отражены сведения о методологических основах научной дисциплины «Эстетика и дизайн товаров», отличительных признаках художественных стилей, факторах формирования и восприятия эстетической ценности товаров, значениях моды в эстетическом освоении действительности, эстетических свойствах товаров. Вторая (практическая) часть содержит методику проведения практических занятий по темам, отраженным в теоретической части пособия.

УДК 658.512.2
ББК 30.18

ISBN 978-5-91131-582-5

© Н. И. Волошко, 2007

122277

Содержание

Введение	5
ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ	
1. Эстетика как наука	6
1.1. Предмет и метод науки «Эстетика»	6
1.2. Категории эстетики	7
1.3. Эстетическое освоение действительности	15
2. Стили мировой культуры	18
2.1. Стиль: сущность, история становления	18
2.2. Художественные стили мировой культуры	19
2.3. Особенности становления современного стиля	60
2.4. Каноны красоты разных эпох	69
3. Основы эргономики	76
3.1. Эргономика: сущность, цели и проблемы	76
3.2. Показатели эргономики	80
3.3. Факторы, вызывающие утомление человека в процессе деятельности	83
4. Композиция товаров	86
4.1. Общие понятия и принципы создания композиции	86
4.2. Средства создания композиции	91
5. Цвет как средство создания художественной выразительности товаров	104
5.1. Цвет: термины, свойства, классификация	104
5.2. Психофизиологическая характеристика цветов	109
5.3. Законы смешения цвета	115
5.4. Цветовые сочетания	116
5.5. Факторы, формирующие восприятие цвета изделия	120
5.6. Цветовая гармония в домашнем интерьере и автомобилестроении	125
6. Зрительные иллюзии и оптическая коррекция формы	132
6.1. Зрительные иллюзии: сущность, значение и средства создания	132
6.2. Оптическая коррекция формы изделий	133

7. Дизайн товаров	141
7.1. Дизайн товаров: цели, сущность и виды	141
7.2. История становления дизайна	143
7.3. Развитие дизайна в России	148
7.4. Дизайнерское образование.....	150
7.5. Стадии и принципы разработки дизайна товара	153
8. Промышленная графика	156
8.1. Значение, виды и области применения промышленной графики.....	156
8.2. Геральдика — основа создания знаков промышленной графики.....	161
8.3. Этикетка: значение, история развития и средства создания	170
9. Мода	174
9.1. Значение моды в эстетическом освоении действительности.....	174
9.2. Имена и судьбы “королей” моды.....	181
9.3. Эстетический и художественный вкус: сущность, значение и формирование.....	189
10. Эстетические свойства товаров	195
10.1. Эстетические свойства: сущность и значение.....	195
10.2. Показатели эстетических свойств товаров	197

ПРАКТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Задание № 1. Изучение основ эстетики	204
Задание № 2. Изучение особенностей художественных стилей мировой культуры	206
Задание № 3. Изучение основ эргономики	209
Задание № 4. Изучение принципов и средств создания композиции товаров	213
Задание № 5. Изучение принципов цветового оформления товаров	216
Задание № 6. Изучение оптических иллюзий	220
Задание № 7. Изучение основ дизайна товаров	223
Задание № 8. Изучение видов, законов и средств создания геральдики	226
Задание № 9. Изучение принципов создания промышленной графики.....	229
Задание № 10. Изучение факторов формирования и перспектив развития моды	232
Задание № 11. Изучение сущности и факторов формирования художественного и эстетического вкуса	235
Литература	245
Приложения	249

Введение

В современных условиях существенно возрастает роль специалиста торговли как активного участника процесса эстетического освоения окружающей действительности по законам красоты. Научная дисциплина “Эстетика и дизайн товаров” призвана повысить профессиональную подготовку студентов и способствовать повышению нравственного и эстетического воспитания, а также художественного и эстетического вкуса. Предлагаемое учебное пособие содержит две части. В первой части отражены основные аспекты дисциплины “Эстетика и дизайн товаров”, необходимые для успешной деятельности студентов и практических работников:

- предмет и метод эстетики и дисциплины “Эстетика и дизайн товаров”;
- характеристика художественных стилей мировой культуры;
- элементы, формирующие эстетическую ценность товаров;
- значение дизайна, его проблемы и направления развития;
- основы, средства и принципы разработки промышленной графики;
- факторы формирования и создатели модных тенденций;
- сущность и принципы воспитания художественного и эстетического вкуса;
- характеристика и оценка эстетических свойств товаров.

Во второй части пособия изложены методики проведения практических занятий по дисциплине “Эстетика и дизайн товаров”, способствующие формированию навыков оценки эстетической ценности товаров и умений эстетически осваивать окружающую действительность. Каждое практическое занятие содержит тесты, что позволяет контролировать знания студентов по рассматриваемой теме.

Теоретическая часть

1. ЭСТЕТИКА КАК НАУКА

1.1. Предмет и метод науки "Эстетика"

Эстетика — термин древнегреческого происхождения и обозначает "чувствующий". Эстетика позволяет внести в нашу жизнь элементы прекрасного, одухотворенного и не всегда замечаемого нами в суеде повседневных дел. Ниже приведены два описания одного и того же явления, первое из которых представляет собой логическую, чисто научную характеристику, а другое — эстетическую. В своем труде "Жизнь растений" известный ученый К. Тимирязев дает следующее описание оплодотворения цветов: "К этому же времени и мужские цветки также развиваются на дне, отрываются от своих стебельков и всплывают на поверхность воды. Плавая между женскими цветками, они раскрывают свои тычинки и рассыпают по ветру свою пыль, причем часть ее, конечно, попадает и на рыльца. Когда миновал период цветения, цветочная ножка женского цветка вновь закручивается, увлекая оплодотворенный цветок на дно, где и происходит дальнейшее развитие плода".

Поэт и философ М. Метерлинк описал это явление следующим образом: "Можно сказать, что они колеблются лишь одно мгновение, затем великолепным порывом — самым сверхъестественным, который известен мне в жизнеописании животных и растений, чтобы подняться к счастью, они разрывают узы, связывающие их с существованием. Они отрываются от стебля и несравненным взмахом среди жемчужин веселья их лепестки разрезают поверхность воды, раненные насмерть, но сверкающие и свободные, они плавают одно мгновение около своих беспечных невест; союз совершается, после чего, принося себя в жертву,

122277

отчаливают к гибели, в то время как супруга — уже мать закрывает свой венчик, где живет их последнее дыхание, и спускается в глубины, чтобы дать созреть плоду героического поцелуя". В эстетической информации отражены все оттенки и нюансы явления, объекта, которые в синтезе с определенностью и ясностью выражают в искусстве всю глубину явления или мысли.

Немецким философом Александром Баумгартеном термин "эстетика" был введен в 1735 г., когда в своей книге "Эстетика" он указывал, что конечной целью эстетики как науки является познание красоты, а также искусства, в котором красота получает свое наивысшее выражение.

Как наука эстетика была известна уже в глубокой древности. Первоначально она являлась частью философии. Затем стала формировать нормы искусства и принцип государственного контроля в различных видах искусства. В дальнейшем эстетика сформировалась как раздел богословия, основной целью которого является привлечение человека к Богу с помощью таких видов искусства, как живопись, пение, ораторское искусство и т. п. Предметом эстетики на современном этапе является изучение сущности, принципов формирования, восприятия, оценки и освоения общечеловеческих ценностей.

Современное понимание эстетики является многогранным, поскольку связано с широким проникновением художественного начала в различные области жизнедеятельности человека. Сегодня важным объектом эстетики как науки становятся различные виды эстетической деятельности человека, выходящие за пределы художественного творчества и охватывающие проблемы эстетического преобразования мира. Научная дисциплина "Эстетика и дизайн товаров" изучает частные закономерности эстетической деятельности человека в области предметной среды, а также вопросы формирования и оценки эстетической ценности товаров массового потребления.

1.2. Категории эстетики

Термин "категория" имеет греческое происхождение (*kategoria*) и означает высказывание, признак. В философском

понимании, приведенном в советском энциклопедическом словаре, данное понятие трактуется как “наиболее общие и фундаментальные понятия, отражающие существенные всеобщие свойства и отношения явлений действительности и познания”. Изучение научной дисциплины “Эстетика и дизайн товаров” невозможно без рассмотрения таких эстетических категорий, как эстетическое, художественное, прекрасное, безобразное, возвышенное, изящное, низменное, комическое, трагическое, ужасное, красивое. Они отражают историю эстетического освоения человечеством мира по канонам красоты.

“Возвышенное” — эстетическое свойство предметов и явлений, имеющих положительное значение для общества и таящих в себе огромный потенциальный заряд. В нем в наиболее полной мере воплощается единство природного и социального содержания эстетического как совершенной дисгармонии. Природные катаклизмы, горные громады, необъятные глади морей и океанов, бесконечность небесного простора, грандиозность природных сооружений и т. п. привлекают человека и формируют в нем стремление познать природу возвышенного. Несмотря на превосходство возвышенного в природе над возможностями современного общества, человек не оставляет попыток подчинить его себе. По аналогии с возвышенным, имеющим место в природе, человек создает архитектурные сооружения гигантских размеров (египетские пирамиды, электростанции различных типов, дамбы, жилые и офисные здания и т. п.), покоряет реки, океаны, космос и заставляет служить себе во благо природные явления. Типичными формами отражения возвышенного являются масштабность, монументальность и грандиозность. Создание таких произведений требует от автора высокой степени пафоса, чувств, работоспособности, яркости личности и таланта.

Социальное проявление “возвышенного” — героические действия отдельного человека или народных масс, направленные на преодоление враждебных общественному прогрессу сил. Возвышенное формирует в человеке благородство и широту взглядов, нравственно совершенствует его, способствует формированию жизненной позиции. Подтверждением этому является

122277

чувство любви, которое служит источником создания вдохновенных художественных произведений в живописи, прозе, музыке, поэзии, танце и других видах искусств.

Иногда категорию “возвышенное” приравнивают к категории “прекрасное”. Эти две эстетические категории связаны между собой, но не аналогичны. Если “прекрасное” — это высшая степень красивого, то “возвышенное” — нечто несоизмеримое, незавершенное, нарушающее гармонию и порядок. Источник возвышенного — в человеке, так как возвышенное — “отзвук величия души”. Результатом восприятия возвышенного в обществе, искусстве и природе является восторг. Однако к этому чувству может примешиваться и эстетически отрицательные эмоции, а порой и чувство страха. По мнению Ю.Б. Борева, различают две разновидности возвышенного: возвеличивающее мощь человека и подавляющее ее. Это зависит от результата воздействия возвышенного на человека, его потенциала и состояния на момент восприятия.

Стремление к “возвышенному” бесконечно и органически связано с формированием эстетического идеала. Становление последнего определяется общественными тенденциями, традициями, религией и личностным содержанием.

“Низменное” является парной и противоположной по смыслу категорией “возвышенному”. Данная категория представляет собой степень ужасного и безобразного в природных и социальных явлениях и имеет чрезвычайно негативную общечеловеческую ценность. В отличие от категории “безобразное”, не представляющего серьезной угрозы человечеству в силу того, что его проявления освоены и подчинены человеком, “низменное” опасно. Оно таит в себе угрозу, поскольку на безгранично рассматриваемом историческом этапе развития общества еще не освоено до конца и человечество не может им управлять.

Категорией “низменное” характеризуются такие явления действительности, как беспринципные, антигуманные и античеловеческие поступки. Они могут быть опасными и угрожающими как для отдельных людей, так и для народов и человечества в целом. Низменное в большей мере, чем другие негативные эс-

тетические категории, ассоциируются с образом зла. Художественная литература, изобразительное искусство, вокальные и танцевальные жанры, театр, кино представляют низменное в виде сказочных, мифологических и реальных образов, олицетворяющих негативные природные и общественные силы (Крюгер, Вий, Баба Яга, фашизм, терроризм, экологические преступления, тирания, войны...). Для отражения сущности данной категории все жанры искусства имеют неисчерпаемые возможности, и мастера умело ими пользуются, заставляя нас поверить в низменность изображаемого.

Сущность категорий **“прекрасное”** и **“безобразное”** определяется пониманием человеком красоты. Категория **“прекрасное”** обозначает высшую степень симбиоза внутренней и внешней красоты. **“Прекрасное”** существует в многообразии проявлений: в искусстве, природе и жизни. По утверждению Н.Г. Чернышевского, прекрасное в жизни выше прекрасного в искусстве. Наряду с термином **“прекрасное”** часто используются определения **“красивое”**, **“изящное”**, **“грациозное”** и т. п., представляющие собой разновидности **“прекрасного”**. **“Красивое”** характеризует только внешнюю сторону явлений. Поэтому красивыми, но не прекрасными называют черты лица, тело человека, одежду, предметы быта. **“Изящное”** характеризует красоту очертаний предметов, линий, отточенность формы, грациозность движений и элегантность внешнего вида.

История развития человечества порой ошеломляет нас канонами красоты, сформированными и существовавшими в разные эпохи. В первобытном обществе, где основной функцией женщин было деторождение, прекрасный женский образ, как эталон красоты, предстает в дошедших до нас произведениях искусства того периода в виде женской фигуры с огромным животом и грудью, способной вскормить ребенка. Рассуждая о прекрасном, люди в ходе исторического развития создают самые разнообразные представления об эталоне человеческой красоты.

Формирование представлений о прекрасном происходит не только под воздействием исторических формаций. Иногда суще-

122277

ственное влияние оказывает и национальная принадлежность. Для народов с небольшими параметрами фигуры прекрасными считаются фигуры больших размеров, и наоборот. Так, европейские мужчины покорены прекрасным образом восточной женщины с миниатюрными чертами лица и небольшой по размерам фигурой.

Таким образом, **“прекрасное”** является олицетворением высшей степени красоты общечеловеческих ценностей, т. е. идеалом, с которым сравниваются и по отношению к которому оцениваются другие объекты.

Обозначая явление как **“прекрасное”**, мы не всегда задумываемся о его сути и полезности. Созерцая штиль, завораживающий нас своей напряженностью, тишиной, спокойствием морской глади, мы не задумываемся о том, что он является предвестником шторма, наносящего ущерб прибрежным поселениям. Те же чувства вызывает грандиозность феерии извержения вулкана.

Что же касается предметов обихода, то при выборе из множества аналогичных видов мы ориентируемся и на полезность. Уже в V в. до н. э. Сократ отождествлял прекрасное с полезным и сформулировал свою оригинальную концепцию следующим образом: **“Корзина с навозом прекрасна, поскольку полезна”**. Даже с учетом всей степени полезности навоза для увеличения урожайности почвы, никто, и даже сам Сократ, не стал бы любоваться внешним видом корзины с таковым удобрением. **“Пре-красное”** и **“полезное”** — не отождествляемые понятия. Однако их пересечение возможно в товарах. Целесообразность форм предмета и его составляющих, колористическое оформление, совершенство исполнения основной функции — составляющие конкурентоспособности товара. Покупатель, приобретая товар, платит не столько за красоту изделия, сколько за красивую работу с его помощью. В то же время в ассортименте непродовольственных товаров имеются изделия, для которых важным является не высокий уровень эстетических свойств, а высокая степень полезности.

Эстетическим **“полюсом”** категории **“прекрасное”** является категория **“безобразное”** (без образа), обозначающая все то, что

не имеет гармонического лика, не оформлено. Если “прекрасное” предполагает наличие совершенной формы, то “безобразные”, — отсутствие таковой, бесформенность.

Критерием оценки явления и предмета как “прекрасного” или “безобразного” является эстетический идеал, а основой — эстетический вкус. Категории “прекрасное” и “безобразное” — это противоположности, связанные друг с другом различными переходами, отношениями и связями. Если прекрасное притягивает и доставляет наслаждение, то безобразное в любых проявлениях отталкивает. Предмет и явления, характеризующиеся как “безобразные”, имеют отрицательное общечеловеческое значение.

Категории “гармоническое” и “хаотическое” противоположны по смыслу. Для обозначения высокого уровня соразмерности, организованности и упорядоченности применяют категорию “гармоническое”, показателями которой являются симметричность, пропорциональность, согласованность, ритмичность и соответствие. Гармоничный объект характеризуют также как совершенный и прекрасный. Ведущая роль “гармонического” в эстетическом преобразовании действительности аксиоматична, поскольку, вызывая чувство покоя, иногда гармония способна сообщать и ощущение скуки. Если бы мир развивался лишь по законам гармонии, то в нем царил бы равнодушие.

Элементы “хаотического” в разумных пределах оживляют, делают выразительной и неповторимой окружающую нас действительность, позволяют создавать неповторимые произведения искусства. К ним относятся: аритмичность, симметрия, несогласованность, несоответствие, диспропорции, нарушение упорядоченности. Исторический путь развития искусства, архитектуры, костюма и т. п. изобилует огромным количеством примеров, когда “хаотическое” играло ведущую роль. Одним из художественных стилей в мировой культуре является стиль барокко, означающий в переводе с итальянского “странный”, “причудливый”. Именно для этого стиля характерными чертами являются отрицание порядка в виде отказа от прямых линий, симметрии и ритма, наличия, как правило, криволинейных и сложных форм. Дизайнеры сегодняшнего дня умело исполь-

19997

зуют элементы “хаотического” для разработки оригинальных изделий, деятели искусства — для создания новых изысканных графических, музыкальных и других произведений. Но в больших количествах “хаотическое” может привести к дезорганизованности, неоформленности и в конечном итоге к хаосу.

Эстетическая категория “ужасное” охватывает те обстоятельства и явления действительности, над которыми человек не властен, что делает его рабом обстоятельств, которым он должен подчиняться. Ассоциациями категории являются гибель и уничтожение добрых и прекрасных начал, бедствия, страшные события. Это “глухая стена”, за которой нет ничего, что бы обнадеживало, просветляло, помогало освободиться от несчастий.

Близкой, но глубоко противоположной “ужасному”, является категория “трагическое”. В отличие от “ужасного”, она всегда может иметь разрешение в будущем. “Трагическое” — величественно само по себе и возвеличивает человека в силу господства последнего над обстоятельствами.

Изучением “эстетического” как самостоятельной категории специалисты стали заниматься не так давно. История эстетики указывает на то, что сущность данной категории с давних пор подменяли пониманием категории “прекрасное”. Действительно, “эстетическое” в широком смысле рассматривается как совершенное, но при этом может выступать как в форме прекрасного, так и в форме безобразного, низменного и трагического.

Воспринимая “эстетическое”, мы свободны от утилитарных ориентаций. Наше восприятие формируется на сиюминутном, субъективном, чисто эмоциональном отношении. Без категории “эстетическое” жизнь невозможна. Проявления данной категории мы наблюдаем везде: в природе, искусстве, архитектуре, технике, традициях, поведении, внешнем виде человека, предмета быта и т. д.

“Эстетическое”, как совершенное, является результатом не только художественной деятельности, но и материально-духовной практики человечества. Качественной особенностью эстетического является то, что обнаружившиеся в нем свойства объекта реализуются в процессе материально-духовной деятельности

человека через наиболее полное воплощение свойств объекта и возможностей субъекта. Эстетическая ценность предметов как носителей социальных и культурных значений, определяется его ценностью для человечества и его общественно-практической значимостью. В процессе общественно-исторической деятельности предметы и явления, обновляющие круг интересов человека, обретают свое эстетическое начало, т. е. свои эстетические свойства. Последние определяются не только естественными качествами самого предмета, но и общественными обстоятельствами его существования. В процессе исторического развития природы и человеческого общества сущность категории “эстетическое” изменяется и совершенствуется. Творя по законам красоты, человек превращает вновь созданные объекты в предмет эстетического познания и преобразования.

Сущность категории “художественное” заложена в самом термине. Проявление художественного начала возможно только в мире искусства и только как самостоятельный вид человеческой деятельности. Художественные ценности по содержанию и заложенному в них духовному потенциалу богаче и ценнее эстетических. Именно поэтому истинные шедевры, созданные художниками, архитекторами, музыкантами, скульпторами и мастерами слова, переходят из одной исторической эпохи в другую, не теряя при этом своей актуальности, прелести, значимости и ценности. Притягательность произведений искусства объясняется не столько красивым содержанием, сколько красивым исполнением. Совершенство изображения отвратительных персонажей, трагичности последствий природных явлений, уродливости чувств и низменности поступков заставляют нас поверить автору или исполнителю и формировать свое отношение. Известный актер Георгий Визин, придерживавшийся канонов трезвого образца жизни, в кино сумел создать образ никогда не выходящего из состояния опьянения персонажа. Вглядываясь в картины с изображением военных сцен, последствий стихийных бедствий, мы восхищаемся мастерством художника, сумевшего заставить нас сопереживать героям картины. Эти чувства писатель Н. Г. Чернышевский выразил такими словами: “...одно дело — на-

рисовать прекрасное лицо и совершенно другое — прекрасно нарисовать лицо. В первом случае получается копия, а во втором — произведение искусства”.

Таким образом, “художественное” в отличие от “эстетического” может выступать только в форме прекрасного. Будучи тесно взаимосвязанными, тем не менее категории “эстетическое” и “художественное” не совпадают друг с другом.

1.3. Эстетическое освоение действительности

Знание сущности, истории становления, значения и возможностей эстетики как науки позволяет человеку правильно воспринимать, познавать, оценивать и в конечном итоге преобразовывать окружающую действительность. Целью эстетической деятельности человека является эстетическое освоение действительности, представляющее взаимодействие человека с предметами окружающего мира в процессе восприятия, познания, оценивания и эстетического преобразования окружающего мира. На практике эти процессы могут совершаться одновременно как единое целое и последовательно с временными промежутками.

Эстетическое восприятие сопровождает человека с первых дней его жизни и имеет место каждый раз, когда человек познает новое, неведомое ему. Уже в утробе матери младенец слышит музыку и реагирует на нее, после рождения видит игрушку и узнает маму по запаху и внешнему виду. При этом он неосознанно обязательно выражает свое отношение эмоциональными переживаниями в виде проявлений радости или огорчения. Эстетическое восприятие осуществляется с помощью таких органов чувств, как зрение, слух и обоняние. Наиболее важными из перечисленных являются зрение и слух. Благодаря функционированию этих органов чувств воспринимаются музыкальные, изобразительные, театральные, кинематографические и другие произведения искусства и формируются эстетические чувства, присущие только человеку. Современные достижения науки, воплощенные в окружающий человека предметный мир, позволяют осуществлять воздействие на формирование эстетических

чувств человека и с помощью запахов. В легкой промышленности уже вырабатываются одежда, постельное и нательное белье из волокон, имеющих приятные запахи. В Японии демонстрируются кинофильмы, которые кроме воздействия на зрение и слух влияют и на обоняние, так как "издают" запахи в соответствии со сценарием.

Эстетическое познание является следующим этапом после эстетического восприятия. В процессе эстетического познания человек получает информацию об окружающем его мире с помощью органов чувств, как и в эстетическом восприятии. Особенностью эстетического познания является то, что оно в отличие от научного познания всегда имеет чувственное проявление. Итогом эстетического познания является формирование эстетического сознания, что позволяет человеку грамотно оценивать эстетические проявления окружающего его мира.

Эстетическое оценивание проявляется в том, что путем восприятия и познания окружающей действительности человек дает оценку явлениям, объектам и событиям на основе своего эстетического вкуса, эстетического сознания и эстетического идеала. Эстетический идеал и вкус позволяют оценивать явление или предмет с учетом личностных критериев. Формирование и развитие эстетического идеала и вкуса происходит под влиянием общественной формации, воспитания, образования, окружения и генетической наследственности человека, что объясняет их многообразие, а иногда и непостоянство. Эстетический идеал воплощает в себе представления как отдельного человека, так и общества о проявлениях высшей гармонии в предметах и явлениях. Живопись Леонардо да Винчи и Сальвадора Дали, музыка Чайковского и тяжелый рок, классический стиль в одежде и хиппи, штиль и буря, а также другие противоположные по содержанию проявления окружающего мира имеют своих поклонников и почитателей. Эстетическое оценивание может выражаться как положительной оценкой, если от общения или взаимодействия с предметами или явлениями человек получает положительные эмоции, так и отрицательной, если результатом станут отрицательные эмоции.

Эстетическое преобразование является закономерным итогом эстетического восприятия, познания и оценивания и предполагает вмешательство человека в окружающий мир с целью создания красоты. Стремление к формированию красоты присуще человеку, как показывают научные и археологические исследования Древнего мира, с первых дней сознательного существования человека на Земле. Многообразие природных форм и явлений, достижения науки и техники, интеллект человека являются бездонным источником идей эстетического преобразования окружающего мира по законам гармонии и красоты. При этом эстетическому преобразованию подвергаются не только явления и предметы окружающего мира, но и сам человек.

2. СТИЛИ МИРОВОЙ КУЛЬТУРЫ

2.1. Стиль: сущность, история становления

Термин “стиль” имеет много значений: стиль эпохи, фирменный стиль, стиль работы, поведение и т. п. Происходит это слово от названия древнего инструмента для письма — “стиль” или “стило” — заостренного стержня из кости, металла или дерева, которым писали на восковой дощечке или на бересте.

Вначале стилем называли литературный слог, затем индивидуальную творческую манеру. Со временем стиль стал означать совокупность художественных особенностей, присущих творчеству писателя, художника, музыканта и т. д. Понятие “стиль” используется при определении типичных для какой-либо эпохи художественных направлений, характер и границы которых весьма разнообразны (строгий стиль в изобразительном искусстве древнегреческой классики, претенциозный стиль во французской литературе XVII в. и т. д.).

Стилем считаются и устойчивые особенности форм архитектуры, изобразительного искусства, существовавшие в течение длительного времени, например романский стиль, готика, барокко, ампир и др.

Стиль эпохи вещественного мира создается под влиянием общественно-экономических отношений и господствующих идеологий. При этом главным условием формирования стиля является господствующее мировоззрение, т. е. система политических, правовых, нравственных, религиозных взглядов, преобладающих философских идей, эстетического идеала, уклада жизни, природно-климатических условий, обычаев и т. д.

Архитектура всегда была “дирижером” нового стиля, так как требовала художественного единства формы предметов, размещенных в том или ином пространстве. Стилиевое единство является настолько значительным критерием формообразования, что по характеру формы даже отдельного предмета можно судить не только о времени его создания, но и об уровне культуры и образе жизни народа. Предметам любого исторического периода свойственен определенный стиль, важнейшим признаком которого является общая система организации формы в большом и малом, в форме и пластике зданий, мебели, посуды, одежды, осветительных приборов, средств транспорта и т. д.

2.2. Художественные стили мировой культуры

Возникновение античных эстетических теорий относится к периоду с VII–V вв. до нашей эры по V–VII вв. нашей эры. Античная эстетика представляет собой часть древнегреческой и древнеримской культур и объясняет мир мифологически.

Но одним из ранних рабовладельческих государств, где наука и искусство получили высокое развитие, был Египет. Здесь уже в IV в. до нашей эры наблюдается развитие строительного дела, прикладного искусства, скульптуры. Складываются основные формы художественной культуры: архитектура, портретная скульптура, рельефы и росписи, художественное ремесло, различные жанры искусства словом (поучения, автобиографии вельмож и чиновников, надписи на стенах пирамид).

В Древнем Египте, политический строй которого представлял собой деспотичную монархию, огромную роль играла личность самого фараона. В невероятных для того времени размерах храмов, святилищ, гробниц (пирамид) выражалась идея вечной и незыблемой власти фараона, который считался “сыном солнца”. Объем усыпальницы (2 630 000 м³) был в 11,5 млн раз больше самого тела фараона (рис. 1).

Найденные в гробнице Тутанхамона ценные памятники древнеегипетской культуры, в том числе посуда, ювелирные изделия, ножи, а также живописные и скульптурные изображения

древних кораблей, колесниц, мебели, одежды показывает, что предметный мир Древнего Египта был пропитан идеей вечной и незыблемой власти фараона.

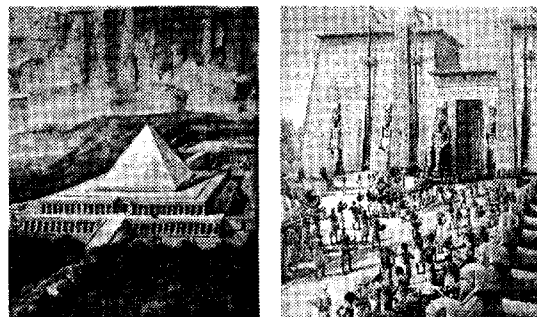


Рис. 1. Архитектура Древнего Египта

Исторические факты, результаты археологических раскопок указывают на то, что Древний Египет является первооткрывателем мебельного производства. От сидения и лежания на земле египтяне прогрессировали до стула и ложа. Ассортимент мебели был невелик: сундуки, ларцы, шкафы, кровати, табуреты, стулья, столы, скамейки, вместо подушки использовались подставки для головы (рис. 2).

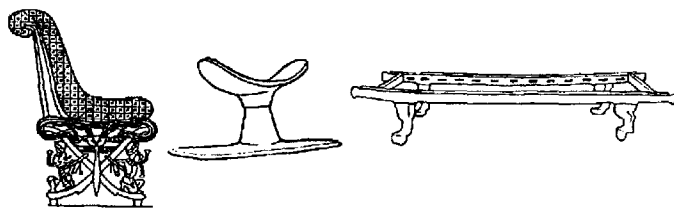


Рис. 2. Мебель Древнего Египта: трон, головная скамейка, каркас ложа

В отделке мебели использовались яркие краски, которые никогда не смешивали. Украшением мебели служил орнамент, состоящий из элементов в виде коршуна, лотоса, пальмы, солнца,

скарабея, змеи, имевший символическое значение. Применяли также роспись и инкрустацию слоновой костью, фигурные фризы. Конструктивными элементами стульев и кресел были: спинка с отвалом, сложные профили ножек, оканчивающиеся скульптурными львиными лапами, ажурные подлокотники в виде животных или птиц, проножки. Распространенным видом мебели для сидения был складной табурет.

Основным признаком костюма египтянина, жившего в то время, является драпировка, которая формировалась со спины на перед и располагалась спереди четкими, ритмичными формами. В костюме наиболее ярко отражалась классовая принадлежность. Великолепие, сложность фасона и качество ткани были основными отличительными критериями. Одеждой для мужчин служила набедренная повязка (схенти) различной длины, различным образом драпированная и поддерживаемая на талии поясом. Вместе с набедренной повязкой, а иногда без нее египтяне носили узкий треугольный передник различных размеров. Основным видом женской одежды был калазирис, форма которого была одинаковой и для царицы и для рабыни. Этот вид одежды состоял из куска ткани, обертывавшего фигуру от груди до щиколоток и поддерживаемый одной или двумя бретелями (рис. 3).

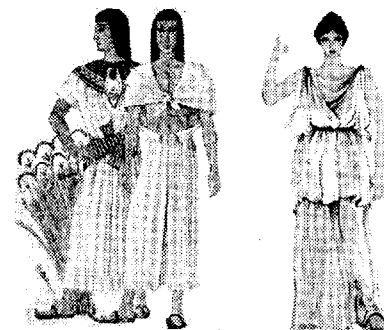


Рис. 3. Мужской и женский костюм египтян

Обувь представляла собой сандалии, которые изготавливали из тростника и кожи или плели из разрезанных на узкие полоски листьев папируса. На подошве сандалий изображали врагов. Сандалии, будучи одинаковыми для мужчин и женщин, прикреплялись к ноге с помощью ремней. Для знатного сословия вырабатывались сандалии с украшениями из золота и позолоты (рис. 4). В более позднее время женской обувью стали туфли без задников — кафш, для изготовления которых применяли шагреньевую кожу, окрашенную в черный, красный и часто зеленый

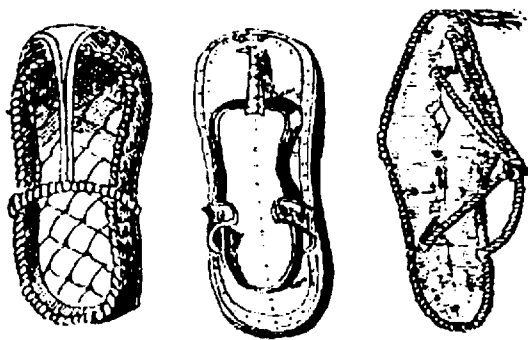


Рис. 4. Обувь египтян



Рис. 5. Женские прически Древнего Египта

У представителей господствующего класса они должны были отражать величавость, монументальность и незыблемость существующего строя и традиций (рис. 5). Основным видом прически для мужчин и женщин господствующих классов был парик из волос, бараньей шерсти, хлопковой и льняной окрашенной ткани. Фараон в повседневной жизни носил округлый парик, слепленный из множества косичек, пропитанных душистыми маслами, а на приемах надевал и накладную бороду. Щеголи-аристократы иногда надевали особый двойной парик. Иногда мужская прическа представляла собой свободно ниспадающие волосы.

У женщин использовались два парика: плоский сверху на темени и формообразующий по бокам головы. Кроме того, женщины создавали прически и из своих волос, накручивая заранее

цвет. Подошва на месте каблука подбивалась узорчатой железной подковой.

Символом классовой принадлежности наряду с костюмом стали и прически. Характерными чертами древнеегипетского искусства являются прямые, малоизогнутые линии, поэтому и прически отличались статичностью и прямолинейностью. У фараона и представителей

смазанные глиной пряди волос на тонкие прутья. В качестве фена использовали лучи палящего солнца и ветер. Вскоре прутья были заменены на металлические стержни, которые нагревали и формировали с их помощью прически из завитых волос.

Душистые вещества в античности рассматривались прежде всего как способ привлечь внимание богов, возможность приблизиться к ним. Использование благовоний основывалось на вере в божественное происхождение запахов и в их благоприятное влияние на судьбу и здоровье человека. Благоухать в повседневной жизни могли лишь избранные, которые этим и подчеркивали свою избранность.

Египтяне умело применяли краски, ароматические средства не только для украшения своей внешности, но и в лечебных целях. Знали секреты приготовления ярких иллюминированных, светящихся красок, которые получали из раковин или морских моллюсков. Обнаруженные остатки парфюмерной фабрики египетской царицы Клеопатры, написавшей книгу по косметике "О лекарствах для лица", разработанные и дошедшие до нашего времени более 500 рецептов лекарственных, парфюмерных и косметических средств, составленные ученым Ибн-Синой (Авиценной), являются ярким подтверждением высокого уровня развития производства косметических и парфюмерных средств в Древнем Египте.

Жители Древней Греции имели оживленные связи с Востоком. Благодаря этим связям им удалось ознакомиться с геометрией, алгеброй, астрономией, медициной и другими отраслями научных познаний Египта и Вавилона (древний город в Месопотамии к юго-западу от Багдада). Древнегреческое искусство органично включало философские, религиозные, научные и моральные идеи. Искусство в этот период еще не отделилось от ремесла и представляло собой производственно-техническую деятельность. Поэзия, скульптура, архитектура, музыка, риторика (наука о художественной прозе) ставились весьма высоко, но не просто как виды искусства, а как виды деятельности, связанные с жизнью человека и выражающие его отношение к окружающей действительности. Зодчие Древней Греции исполь-

зовали художественные средства для прославления человека-героя, впервые осознавшего себя свободным.

Основная особенность стиля — реалистичность, единство формы и содержания. Творчество греков проникнуто ощущением соразмерности мира и человека, воплощает и пропагандирует красоту и гармоничность нормально развитого человеческого тела. Для античного человека Древней Греции чувственный компонент восприятия прекрасных объектов органично совмещался с высоким духовным, символическим содержанием. Прекрасное как объективное свойство, заданное самой природой, и прекрасное как субъективное чувство удовольствия сосуществуют и мыслятся нераздельно. Архитектура храма Парфенон, расположенного в Афинах и являвшегося жилищем Бога-человека, лишена восточной символики и создает светлое, радостное ощущение. Благодаря тому что элементы, составляющие композицию храма, соразмерны человеческому телу, его архитектура понятна и близка любому человеку. Высшим достижением греческих зодчих является создание ордера, который стал нормой творческой



Рис. 6. Храм Ники Аптерос

деятельности целого ряда поколений. В понятие ордера включены колонны, пилястры и портики. К нему обращались в эпохи, лишенные религиозного фанатизма. Ордер обладает поразительной способностью придавать зданиям особую значимость. Здание с колоннами и портиками всегда торжественно и монументально (рис. 6).

В Древней Греции применялись дорический, ионический, а чуть позже и коринфский ордера. Римляне добавили к ним тосканский и композитный (рис. 7).

Дорический ордер — самый прочный и тяжелый на вид из трех архитектурных ордеров в греческой системе, откуда он берет начало; второй по прочности после тосканского в римской системе ордеров. Сочетаясь на одном фасаде с другими ордера-

ми, дорический ордер как “тяжелый ордер” помещался преимущественно внизу. *Ионический ордер* — один из ордеров, общих для греческой и римской систем. В градации по степени тяжести и легкости занимает среднее положение между более сильным и тяжелым дорическим и более стройным и легким коринфским ордерами. *Коринфский ордер* — самый легкий и стройный из трех ордеров греческой системы. Коринфскую колонну было принято интерпретировать как образ прекрасной девушки, а сам ордер — как выражение ее нежности и чистоты. Поэтому его применяли в постройках, чье назначение прямо или косвенно связывалось бы с таким символическим содержанием. В многоэтажных постройках легкий коринфский ордер занимал преимущественно верхнюю позицию. *Тосканский ордер* — самый прочный и тяжелый на вид. Он символизировал физическую мощь и силу, а потому применялся главным образом в хозяйственных и военных постройках. Тосканскому ордеру уделялось место в первом этаже, где он зримо демонстрировал сопротивление тяжести, лежащей сверху. *Композитный ордер* — архитектурный ордер, разработанный в Древнем Риме в дополнение к уже существовавшим греческим ордерам. Его пропорции во всем совпадают с коринфским ордерам. Капитель коринфского стиля может быть дополнена четырьмя ионическими волютами, иногда в нее вводятся рельефные детали, скульптурные изображения. В более широком смысле композитными называют любые смешанные ордера. Таким образом, основными признаками дорического является простота, строгость и наибольшая массивность. Для ионического ордера характерна легкость и стройность

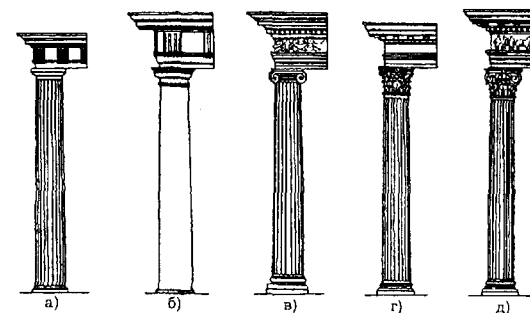


Рис. 7. Ордера: а — дорический, б — тосканский, в — ионический, г — коринфский, д — композитный

ми, дорический ордер как “тяжелый ордер” помещался преимущественно внизу. *Ионический ордер* — один из ордеров, общих для греческой и римской систем. В градации по степени тяжести и легкости занимает среднее положение между более сильным и тяжелым дорическим и более стройным и легким коринфским ордерами. *Коринфский ордер* — самый легкий и стройный из трех ордеров греческой системы. Коринфскую колонну было принято интерпретировать как образ прекрасной девушки, а сам ордер — как выражение ее нежности и чистоты. Поэтому его применяли в постройках, чье назначение прямо или косвенно связывалось бы с таким символическим содержанием. В многоэтажных постройках легкий коринфский ордер занимал преимущественно верхнюю позицию. *Тосканский ордер* — самый прочный и тяжелый на вид. Он символизировал физическую мощь и силу, а потому применялся главным образом в хозяйственных и военных постройках. Тосканскому ордеру уделялось место в первом этаже, где он зримо демонстрировал сопротивление тяжести, лежащей сверху. *Композитный ордер* — архитектурный ордер, разработанный в Древнем Риме в дополнение к уже существовавшим греческим ордерам. Его пропорции во всем совпадают с коринфским ордерам. Капитель коринфского стиля может быть дополнена четырьмя ионическими волютами, иногда в нее вводятся рельефные детали, скульптурные изображения. В более широком смысле композитными называют любые смешанные ордера. Таким образом, основными признаками дорического является простота, строгость и наибольшая массивность. Для ионического ордера характерна легкость и стройность

конструкций с наличием расширенного фундамента (низа). Ионический ордер создал основы для развития коринфского ордера, который отличается от предшественника четырехсторонней капителью. Капитель (от позднелат. *capitellum* — головка) в архитектуре проявляется как пластически выделенная венчающая часть вертикальной опоры (столба или колонны).

Созданная греками мебель отличалась простотой, удобством и немногочисленностью видов: лари-сундуки, столы, табуреты, стулья, ложа (кровати). Столы изготовляли на трех опорах в виде ног крупных животных. Лари-сундуки украшали накладками, резьбой и инкрустацией.

Кресла для мужчин были похожи на трон — тяжелые, высокие с плоскими дощатыми ножками. Второй тип кресла — легкий элегантный клисмос — делали преимущественно для женщин, используя гнутую древесину и бронзу.

Ложе-клине различались видами и способами обработки ножек. Вначале их использовали для сна и отдыха, а затем и для трапезы. Основными видами отделки были: инкрустация серебром, слоновой костью и черепаховыми панцирями. Большое значение имели яркие, контрастные цвета, которые широко использовали для раскрашивания резных и инкрустированных орнаментов (рис. 8).

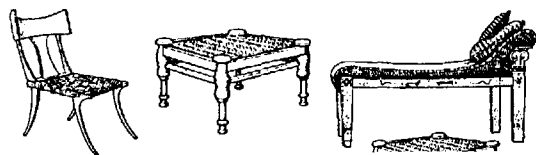


Рис. 8. Мебель Древней Греции: кресло, стул, клисмос

Красота одежды заключалась в ее простоте. Древнегреческая одежда подчеркивала гордую, величественную осанку и не стесняла движений. Для изготовления одежды греки использовали мягкие, драпирующиеся ткани. Составляющими мужского костюма были хитон и гиматий. Хитон чаще всего изготавливали

из куска шерстяной или льняной ткани, сложенной по вертикали вдоль туловища и скрепленной на плечах двумя пряжками — фибулами. Длина его варьировала, но чаще доходила до колена. С помощью пояса подчеркивали линию талии и создавали напуск. Гиматий представлял собой драпировавшийся вокруг фигуры различными способами прямоугольный кусок шерстяной ткани размером 1,7 × 4 м. Разновидностью плаща была хламида, представлявшая собой прямоугольный кусок плотной ткани, который набрасывали на плечи и скрепляли на одном плече или на груди фибулой. Женская одежда также состояла из хитона и гиматия, но отличалась цветовым и декоративным орнаментом. Более поздний вариант хитона из очень мягкой ткани обильно драпировался и опоясывался по талии, бедрам и крестообразно на груди. Спартанки носили хитон, который называли пеплос. Особенность его состояла в том, что правые боковые срезы оставляли несшитыми и украшением служила драпировка и кайма из орнамента (рис. 9).



Рис. 9. Мужской и женский костюм греков

Дополнительным аксессуаром к костюму служили зонтик и веер в виде листа. В качестве основного и единственного вида обуви были сандалии, которые для женщин вырабатывали из кожи ярких расцветок, украшая их золотом и серебром.

Для древнегреческого искусства характерны чувство меры и естественность, сочетание конструктивизма и чувственности. Этим и объясняется отсутствие париков. Прически делали из длинных и коротких волос. В моде были завитые в локоны волосы различной длины. Корот-

кие стрижки украшали лентой или обручем. Длинные волосы женщины при помощи ленты поднимали вверх и укладывали в так называемый греческий узел, украшая его диадемой, шпильками, гребнями или сеткой из золоченных шнуров. Не претерпев особых изменений, эта прическа дошла до нашего времени. Мужские прически отличались большим разнообразием фасонов стрижек.

Для архитектуры Древнего Рима характерны более крупные масштабы строительства, чем в Греции, создание новых типов архитектурных сооружений, применение сводчатых и арочных конструкций из бетона. Сооружаются форумы, триумфальные арки, термы (общественные бани), амфитеатры, инсулы (многоэтажные жилые дома), отражающие идею государственной и военной мощи империи. Размеры римских сооружений по сравнению с греческими зданиями грандиозны (рис. 10).

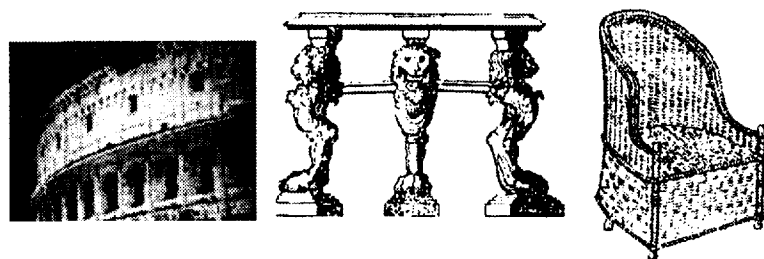


Рис. 10. Архитектура Древнего Рима (Колизей) и мебель (стол, плетеное кресло)

Формы древнеримской мебели изящны и изысканны, но чрезмерно перенасыщены орнаментацией и украшениями. В отличие от греческих орнаментов структурным элементом римских являются военные атрибуты, растительные мотивы и фигуры мифических героев. В качестве отделочных материалов использовали бронзу, золото, серебро, мрамор, слоновую кость, рог, панцирь черепахи. Для оформления изделий применяли резьбу, роспись, позолоту, инкрустацию, фанерование, гравировку. На-

бор мебели жилых помещений зажиточных граждан состояла из мраморного стола с украшениями, деревянного сундука, кровати, клине, кресел и стульев. Настоящими произведениями искусства были столы, среди которых особо ценились круглые обеденные из лимонного дерева на одной ножке из слоновой кости. Ножки столов, скамей и кресел изображали в виде львиных лап с крыльями. Вверху ножка оканчивалась звериной головой. Подлокотники кресел изображали львов, грифонов, сфинксов и т. п. Широкое применение нашла плетеная мебель для сидения (рис. 10).

Основу древнеримского мужского костюма составляли тога и туника, во многом схожие с греческими хитоном и гиматием. На начальном этапе характерным для костюма древних римлян была драпировка, позволяющая подчеркнуть естественную красоту человеческой фигуры (рис. 11).



Рис. 11. Костюмы римлян

Дальнейшее развитие пошло по пути постепенного вытеснения драпированной одежды. Под влиянием восточно-азиатских традиций и канонов христианской идеологии модным направлением становится глухая накладная одежда, закрывающая фигуру от шеи до ступней. Поверх длинных и узких туник знатные римлянки носили широкую и длинную столлу, к нижнему краю которой пришивали плиссированную оборку. В качестве верхней одежды женщины использовали драпированный плащ паллу. Голову покрывали вуалью или краем паллы. Появляется новый вид одежды — далматик, представлявший собой длинную и широкую накладную одежду с длинными рукавами. Легкие и тонкие греческие и ассирийские ткани вытесняются тканями с крупным рисунком.

Древние римляне уже знали обувь для дома и улицы. Костюм знатного римлянина дополняется сапогами или сандалиями с задниками. Сандалии знатные римляне носили только дома. Женская обувь была более разнообразной. Кроме сандалий в их гардеробе имелись туфли, изготовленные в виде перчаток и надевавшиеся на каждый палец. Распространенным видом обуви были сокки — гладкие закрытые туфли с приподнятым носком. В качестве отделки использовалась вышивка, гармонирующая по цвету и структуре узора с отделкой верхней одежды.

В Древнем Риме были популярны как прически из естественных волос, так и парики. Мужчины римляне, как и греки, предпочитали прически из коротких прямых волос. Основным видом женских причесок были прически из гладких волос, закрепляемые сзади заколками и другими украшениями. Существовал также способ создания сложных причесок с применением специального каркаса.

Античная эстетика достигла высшего расцвета в классический период (VII в. до н. э. — III в. до н. э.). Пышно расцветают лирика, драма, исторические повествования, ораторское искусство. Создаются великолепные памятники архитектуры и скульптуры. В лучших эстетических трактатах этой эпохи, как и в искусстве, пропагандировались идеи античного гуманизма: высоко оцениваются физическая красота, сила и величие человеческого духа, всестороннее и гармоничное развитие человека.

В эстетике поздней античности (II–III вв. н. э.) особое внимание уделяется взаимодействию греческой и ближневосточной традиций с различным подходом к пространству, времени, человеку и искусству. На основе этого взаимодействия возникает ряд новых форм эстетического сознания и происходит обесценивание рационального подхода к миру: эстетика оказывается неразрывно связанной с восприятием Божества, мира и человека. Именно тогда в художественной культуре впервые был поднят голос в защиту слабого, обездоленного, страдающего человека. Появляется понятие “человечность”, применяемое не только к светской элите античного общества, но и к любому человеку.

В центре внимания античной эстетики этого периода находится нравственная красота человека.

Период Средневековья занимает достаточно длительный временной отрезок — с V по XIV в. Социальные и культурные процессы, формировавшие художественную теорию и практику Средневековья, неоднородны. Проявление средневековой эстетики характерно для Византии, западноевропейского региона и Древней Руси.

На первых порах после крушения античного способа производства наблюдался упадок экономики, техники, торговли, культуры. В этих условиях католическая церковь, обладая строгой иерархией и твердо установленным учением, имела возможность оказывать сильнейшее влияние на всю духовную жизнь общества. Основным идейным комплексом стало учение святых отцов и учителей церкви о ничтожности земного существования по сравнению с вечной жизнью. Искусство пропагандировало аскетическую доктрину, идею покорности властям.

Начальный этап развития византийской культуры характеризуется противоборством подходов к пониманию роли художественных изображений в христианской культуре. Но главное для византийской иконописи — это условность, статика, каноничность, самоуглубление и обобщенность.

Главным ориентиром светских художественных представлений является акцент на выразительность чувственного восприятия. Византийцы с упоением читают произведения языческих писателей, активно используют языческие заимствования в собственном творчестве. Несмотря на призывы церкви к отказу от телесной красоты, в византийских романах появляются подробности, отступающие от этих призывов.

Средневековая художественная культура имела свои предпочтительные формы в каждом виде искусства: в литературе — это житие святых, в архитектуре — собор, в живописи — икона, в скульптуре — изображение Христа, Богоматери и святых.

Романский стиль охватывает X–XII вв. (в ряде стран также и XIII в.), время полного господства феодально-религиозной идеологии. Особенностью стиля является его приземленность, тя-

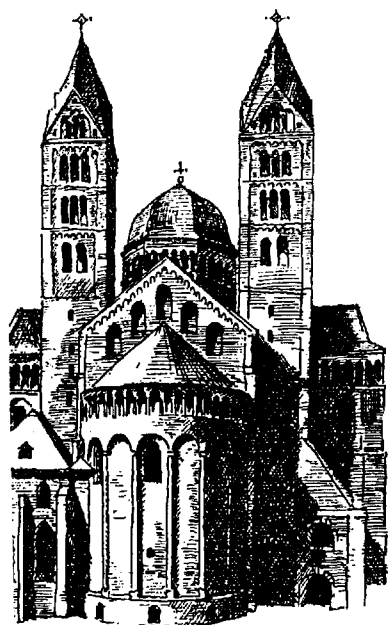


Рис. 12. Собор романского стиля в Шпейре

желовесность и незамысловатость. Главная роль отводилась суровой архитектуре крепостного характера: монастырские комплексы, церкви, замки располагались на возвышенных местах, господствуя над местностью (рис. 12).

Жилище феодала представляло собой крепость, основной функцией которой была оборона, а не стремление к красоте и комфорту. В архитектуре этого периода большее значение придается внутреннему оформлению зданий. Церкви украшались росписями и рельефами, в условных, экспрессивных формах, выражавших пугающее могущество Божества.

Предметы быта, как и архитектура, должны были побуждать к молитве и всячески ограничи-

вать земные потребности. Церковная мораль позволяла носить только массивную грубую одежду, закрывающую все тело. Она запрещала естественные, непринужденные позы и с этой целью делались кресла с высокими спинками, чтобы сидеть можно было только прямо. Полусказочные сюжеты, изображение животных и растений восходили к народному творчеству. Романское искусство поначалу кажется грубым и диковатым, если сравнить его с утонченностью и пышностью Византии, но вместе с тем оно более непосредственно.

Формы романской мебели просты и лаконичны. В этот период мебель создавали в основном для церквей. Для домашнего обихода использовались сундук, стол, кресло, стул, табурет, кровать и редко шкаф. Универсальным бытовым предметом мебели был сундук, который мог одновременно выполнять функцию кровати, скамьи, чемодана во время путешествий. Перевернутый

на меньшую сторону сундук явился прототипом шкафа. Кровати по конструкции представляли собой тот же сундук, но без крышки, с небольшой выемкой в средней части боковых сторон и изголовьем в виде высокой стенки с небольшим деревянным навесом. Стойки у ножек часто заканчивались точеными шишечками. Под влиянием восточной шатровой конструкции появляется балдахин, драпри которого спускались с потолочных балок. Столы дощатые, простой конструкции, без резьбы. В качестве украшений использовали фигурную вырезку краев. Для других видов мебели и домашнего обихода применялся орнамент, в замысловатые узоры которого включали изображения сказочных зверей, стилизованные листья, фигуры людей, геометрические элементы. Сохраняется тенденция окрашивания мебели в яркие цвета. Для придания роскоши интерьеру использовали дорогие покрывала и скатерти. Высокого уровня развития достигла обработка металла и дерева, что позволяло изготавливать предметы быта из дорогих видов металлов, слоновой кости (рис. 13).

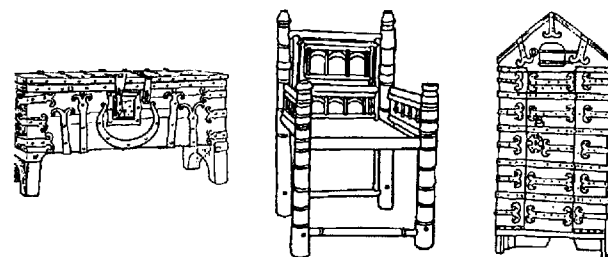


Рис. 13. Романская мебель: сундук, стул, шкаф

Мужской костюм этого периода по форме напоминает рыцарские доспехи. Основные виды одежды: блио, представляющий собой глухую накладную одежду с низкой линией отрезной талии; нижняя часть торса и ноги облачались в шоссы — узкие облегающие штаны-чулки из эластичного сукна. В женской одежде наблюдается тенденция создания изделий облегающих силуэтов. Женщина раннего Средневековья носила закрытое платье с драпировкой на животе. Интересно, что в этот период

большим почетом пользовались беременные, на что и указывает подобный фасон платья. Головным убором чаще всего служил белый платок с отверстием для лица (рис. 14). Особое внимание уделялось цвету ткани. Белый символизировал чистоту, веру, черный — скорбь или верность, голубой — нежность и т. д. Желтый цвет не носили вообще, так как он означал измену. В период раннего Средневековья внимание к прическам значительно уменьшилось, так как церковь повсеместно стремилась усмирить “греховную человеческую плоть”. Мужская прическа была примитивной: волосы подстрижены до мочек ушей, а спереди челка. Только незамужние девушки могли носить длинные распущенные волосы. Замужние женщины скрывали волосы под головным убором в виде чепца или круглого платка из белой ткани с отверстием для лица.

Название стиля “готика” происходит от названия германского племени готов и охватывает период середины XII и XV—XVI вв. В этот период завершается развитие средневекового искусства в Западной, Центральной Европе и отчасти в Восточной. Сменившее романский стиль готическое искусство было также преимущественно культовым и развивалось в рамках феодально-религиозной идеологии. Но в нем отразились формирование

национальных государств, усиление городов и городской торговли и ремесел.

Ведущим архитектурным типом стал городской собор: каркасная система готической архитектуры позволила создавать небывалые по высоте и обширности интерьеры соборов, прорезать стены огромными окнами с многоцветными витражами. Устремление собора ввысь выражено гигантскими ажурными башнями,



Рис. 14. Одежда романского стиля

стрельчатыми окнами и порталами (архитектурно оформленный вход в здание), изогнутыми статуями, сложным орнаментом. Развивалось градостроительство и гражданская архитектура (жилые дома, ратуши, торговые ряды, городские башни). Одной из важнейших предпосылок возникновения готического стиля послужил быстрый рост количества и богатства монастырей. Развитие западноевропейского феодализма переживает новый этап, характерным отличием которого стало бурное развитие и становление городов как центров политической и социальной власти (рис. 15).

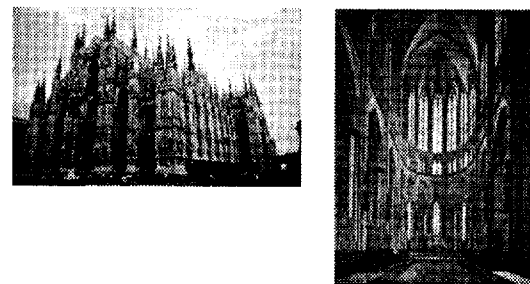


Рис. 15. Архитектура и интерьер готического стиля

Среди отличительных черт интерьера готического стиля следует назвать большие витражного варианта окна, массивные дубовые балочные потолки; сундуки, игравшие главную роль в оформлении интерьера, и камин, представлявший собой композиционный центр любого помещения. В качестве убранства интерьеров использовали ткани, которыми обтягивали стены, покрывали столы, кровати и другую мебель. С середины XIV в. в моду входят ковры (шпалеры) с тематическими и орнаментальными композициями (рис. 15).

Ассортимент мебели расширяется. Появляются большие закрытые шкафы с двумя и четырьмя дверцами. Конструкция готических столов по сравнению с романскими не претерпела особых изменений, но увеличилось число их разновидностей.

Основная форма готического кресла представляла собой подъемное сидение, высокую глухую спинку и подлокотники, обильно украшенные богатой рельефной резьбой. Орнамент, используемый в оформлении мебели, был трех видов: ажурный, лиственный и ленточного плетения (рис. 16).

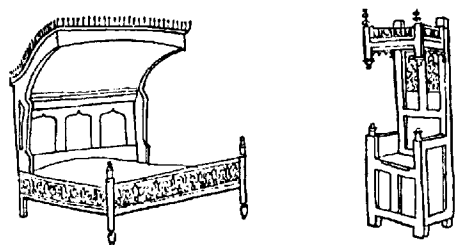


Рис. 16. Мебель готического стиля (кровать, кресло)

Во времена поздней готики (XIV в.) удлиненный силуэт фигуры подчеркивается высокими колпаками — энненами. Эннены продержались моде Европы около ста лет, и их феномен объясняется сословными традициями средневековой знати, когда не само богатство было главным мотивом поведения, а возможность продемонстрировать его. Эннены делали из жесткой бумаги или накрахмаленного льна, а поверх натягивали шелк или другую дорогую ткань. К нему прикрепляли длинную (до земли) вуаль, которая иногда прикрывала лицо. Эннены возвышали феодалок над народом и друг над другом. Чем знатнее была дама, тем был выше ее эннен. Мужчины, чтобы не казаться малорослыми по сравнению с дамами, надевали шляпы в виде «сахарных голов» (рис. 17). Характерным для обуви готического стиля является длинная носочная часть. Родиной «носатой» обуви считается Бургундия. Длина носочной части определялась в зависимости от социального статуса владельца. Обувь с носами в две с половиной ступни (до семидесяти сантиметров) позволялось носить принцам крови; в две ступни (до шестидесяти сантиметров) — родовитым дворянам; в половину ступни (до пятнадцати сантиметров) должны были носить простолюдины. Для удобства

длинные носы пристегивали цепочками к браслету у колена. Носы украшали фигурками зверей, колокольчиками, зеркальцами, в которых на ходу можно было любоваться собой (рис. 17).

Новые веяния в эстетике Средневековья нашли отражение в эстетических высказываниях Фомы Аквинского (1225–1274): «Для красоты требуется тройное. Во-первых, цельность или совершенство, ибо имеющее изъян уже поэтому самому безобразно. Во-вторых, должная пропорция или созвучие. И, наконец, ясность; вот почему то, что имеет блестящий цвет, называют прекрасным». В музыке Средневековья господствовал григорианский хорал, получивший свое название по имени папы Григория I. Природа григорианского пения была строго одногласной, символизировавшей полное единство чувств и помыслов. В XI–XIII вв. интенсивно развивается и ряд театральных жанров. Прежде всего это относится к религиозным мистериям, которые создавались на основе сюжетов Ветхого и Нового Заветов. Древнерусское искусство, охватывающее период X–XVII в., принадлежит к лучшим созданиям художественной культуры.

Как и все средневековое искусство, оно связано с религиозной догмой, отсюда его каноничность, символичность образов, условность художественной формы. Несмотря на тесную связь в начале его развития с культурой Византии, древнерусское искусство самобытно. Оно проникнуто глубокой человечностью. Его памятники несут в себе черты народной идеологии и содержат жизненные наблюдения.

Русь X–XI вв. — эпоха славы и могущества единого феодального государства со столицей в Киеве. Это был период политического и экономического расцвета. В 988 г. при князе Владимире официальной религией стало христианство. Это



Рис. 17. Костюм и обувь готики

способствовало укреплению связей Руси со странами Западной Европы и с Византией, где христианство существовало с IV в. На Руси была принята и новая система письменности.

С конца X в. на Руси ведется летописание, а уже через столетие отдельные летописные повествования объединяются монахом Киево-Печерского монастыря Нестором в единую книгу «Повесть временных лет». Любовь к своей славной истории навсегда стала чертой русского характера. Народ воспеваает это время в былинах. Илья Муромец, Алеша Попович, Добрыня Никитич съезжаются в стольный Киев и здесь защищают русскую землю от степных врагов. В Киевской Руси закладываются основы последующего развития искусства трех братских славянских народов — русского, украинского, белорусского.

С X в. деревянные храмы, дворцы, крепости воздвигаются по всей Руси. В условиях борьбы с кочевниками главным было строительство крепостей. Уже тогда появилась та особенность русской архитектуры, которая в дальнейшем продолжала развиваться, — ее тесная связь с окружающим пейзажем. В 996 г. был построен первый каменный храм.

Из дерева, глины, земли древние славяне создавали свои жилища, крепости. Деревянные части построек они стремились украсить, покрывая резьбой из геометрических или растительных орнаментов, расписывая яркими красками. В центре своих храмов славяне ставили идолов, сделанных ими весьма схематично из камня, дерева, реже из металла. Особенно искусны были славянские мастера в создании ювелирных произведений.

Монголо-татарское иго XIII–XV вв. нанесло колоссальный ущерб культуре русского народа. Были не только сожжены, разрушены и ограблены многие памятники искусства, но и убиты или уведены в плен мастера-создатели этих произведений. Прошло много лет, прежде чем освободившиеся от монголо-татарского ига русские земли смогли снова жить и творить, как ранее.

В первой половине XIV столетия в Северо-Восточной Руси начинается объединение княжеств; спустя четверть века во главе их встает Москва. Приостановленное на время в своем развитии русское искусство медленно возрождается. Его основ-

ными центрами становятся в XIV в. Новгород и Псков, а с конца столетия — Москва. В архитектуре этого времени проявляется тесная связь с окружающей природой (рис. 18).

Термин «Возрождение» начал первоначально не столько название всей эпохи, сколько самый момент возникновения нового искусства, который приурочивался обычно к началу XVI в. Лишь позднее понятие это получило более широкий смысл и стало обозначать эпоху, когда в Италии, а затем и в других странах сформировалась и расцвела оппозиционная феодализму культура. XV и XVI столетия были временем больших перемен в экономике, политической и культурной жизни европейских стран. Бурный рост городов и развитие ремесел, а позднее и зарождение мануфактурного производства, подъем мировой торговли, вовлекавший в свою орбиту все более отдаленные районы, постепенное размещение главных торговых путей из Средиземноморья к северу, завершившееся после падения Византии и Великих географических открытий конца XV и начала XVI в., преобразили облик средневековой Европы. Почти повсеместно теперь выдвигаются на первый план города. Некогда могущественнейшие силы средневекового мира — империя и папство — переживал глубокий кризис.

Стиль Возрождения возник в период формирования капиталистических отношений. В это время была открыта Америка, проложены новые торговые пути, возникли новые торговые и промышленные центры. Характеризуя эпоху Возрождения, следует отметить, что это был величайший прогрессивный переворот из всех пережитых до этого времени человечеством,



Рис. 18. Кирилло-Белозерский монастырь: церковь Преображения

период, который нуждался в титанах и который породил таких титанов по силе мысли, страсти и характеру, по многосторонности и учености. Франческо Петрарка, Леонардо да Винчи, Микеланджело, Тициан, Рембрандт, ван Дейк, Шекспир, Сервантес, Рабле явились крупнейшими выразителями гуманистических идеалов в различных областях искусства эпохи. Реализм эпохи Возрождения открыл индивидуального человека и утвердил его мощь и красоту. Его герой — титаническая личность, свободная в своих проявлениях. Одной из важнейших особенностей эстетики эпохи Возрождения является самая тесная связь с художественной практикой. Примером этого единения является сформулированное в качестве “непреложного” закона архитектуры, скульптуры и живописи правило “золотого сечения”.

Идеи гуманизма — духовная основа расцвета искусства эпохи Возрождения. Искусство Возрождения проникнуто идеалами гуманизма, оно создавало образ прекрасного, гармонически развитого человека. Все перемены в жизни общества сопровождались широким обновлением культуры — расцветом естественных и точных наук, литературы на национальных языках и в особенности изобразительного искусства. Зародившись в городах Италии, это обновление захватило затем и другие европейские страны. Появление книгопечатания открыло невиданные возможности для распространения литературных и научных произведений, а более регулярное и тесное общение между странами способствовало повсеместному проникновению новых художественных течений. Из всех элементов Ренессанса наибольших успехов достигли литература и искусство, в особенности живопись. Антиаскетический, антисхоластический пафос эпохи, порыв к богатству жизни, к ее духовным и чувственным радостям самое полное выражение находят именно в живописи (Боттичелли “Весна”, Леонардо да Винчи “Мадонна Лита с младенцем на руках”). Живопись Ренессанса, как и барокко, закладывает основы колористической композиции, выделяющей главное в картине при помощи цвета и света. В центре этого искусства находится человек и

природа. Изображение обнаженной натуры было зримым и сильным аргументом в борьбе с аскетизмом, присущим стилю Средневековья. Наиболее ярко данный стиль проявился в Италии. В архитектуре ведущую роль стали играть светские сооружения — общественные здания, дворцы, городские дома. В музыкальном искусстве появились новые жанры: сольное пение, кантаты, оратории и оперы.

Архитектура и интерьеры дворцов становятся богаче и характеризуются монументальностью пространственных композиций, великолепием мраморных лестниц, роскошью декоративного убранства (рис. 19). Стены и потолки украшают фресками, лепкой, мрамором.



Рис. 19. Архитектура и интерьер эпохи Возрождения

Формирование изделий носит уже планомерный характер: вначале на бумаге разрабатываются проекты изделий, которые затем воплощаются в материале. Формы мебели усложняются. Но главным предметом обстановки все еще остается сундук, который изготовляли из различных пород дерева, но отдавали предпочтение ореху. Наряду с деревянными деталями для обшивки сидения и спинки в мебели стали использовать ткани и кожу, что повлекло за собой композиционные изменения. Пластические средства в виде резьбы, сложного силуэта изделия теперь сочетаются с крупным, сложным и броским вариантом обивки сидения и спинки (рис. 20).

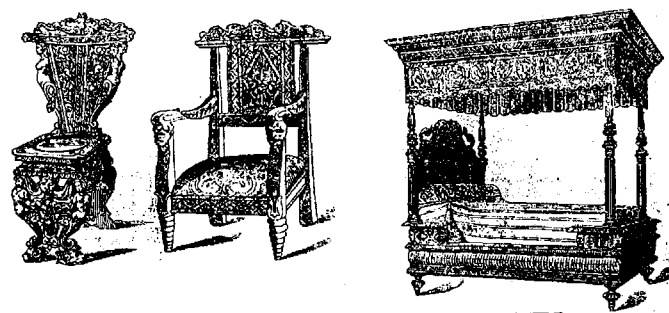


Рис. 20. Мебель эпохи Возрождения: стул, кресло, кровать

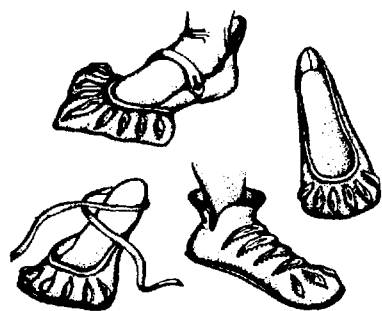


Рис. 21. Обувь эпохи Возрождения

В этот период в Германии обувь становится более туфельной (рис. 21). Увеличение и расширение передней части туфель сопровождается сужением и уменьшением задней. Такое моделирование приводит к тому, что обувь становится мелкой и удерживается на ноге лишь с помощью черезподъемных ремешков. Носочная часть отделялась разрезами. Основными материалами для изготовления обуви служили кожа, бархат, шелковые и шерстяные ткани, окрашенные в один, а иногда в два цвета. Материалы окрашивали в красный, голубой, желтый и другие цвета. Сапоги выработывали из кожи натурального цвета, с широким округленным носком и надевали только для верховой езды.

Для периода Возрождения характерно воссоздание античных образов и во внешнем виде (рис. 22).

Вначале прически просто копировали античные образы и лишь позднее они приобрели черты стиля Ренессанс. Самыми привлекательными, олицетворяющими эталон красоты, считались белокурые женщины. Женские прически поражали замы-



Рис. 22. Костюмы эпохи Возрождения

словатостью и состояли из локонов и кос, собираемых в сложные композиции и обильно украшаемые нитями жемчуга и лентами. В европейских странах в моде были длинные косы. Девушки укладывали косу венчиком вокруг головы. Замужние женщины также заплетали волосы в косы и укладывали их в виде ракушек над ушами. Часто волосы покрывали бархатными шапочками, вуалями, сетками из лент и нитей. Популярными стали прически с открытым лбом. Женщины выщипывали брови, часть волос надо лбом и даже ресницы специальными щипчиками (рис. 23).

Мужские прически этого времени делались из длинных завитых и пышно взбитых волос. Самым распространенным силуэтом прически стал шарообразный.



Рис. 23. Женская прическа эпохи Возрождения

Однако с 20-х гг. XVII в. во Франции модной становится прическа “ежик”. Причиной ее популярности стало ранение в голову во время игры в снежки короля Франциска I, которому по совету врачей пришлось обстричь волосы.

В первой половине XVII в. во Франции появились первые парики — предмет роскоши и признак аристократизма, которые слегка припудривались в угоду моде. Теперь их носили не только женщины, но и мужчины.

В эпоху Возрождения еще не было выработано правило ежедневного купания. Вместо этого представители элиты наносили парфюмерию в огромных количествах на одежду, постель, веера, бумагу. Носили перчатки из пропитанной цветочными эссенциями кожи. Особенной популярностью пользовались сильные, резкие запахи пряностей и животных ферментов. Вплоть до конца XIX в. омовения считались даже опасными. Ванны прилично было принимать не чаще одного раза в неделю, правда, летом разрешалось ежедневно мыть ноги. Слухи о какой-нибудь куртизанке, имеющей в доме ванную комнату и принимающей ванну каждый день, шокировали светских дам. Мыть голову чаще 4 раз в год считалось вредным для здоровья. Притом ежедневно пользовались духами, нанося их слой за слоем.

Барокко — направление, охватывающее XVI–XVII вв. и порожденное кризисом эпохи Возрождения. В переводе с итальянского языка означает “странный, причудливый”; с португальского — “жемчужина неправильной формы”. Барокко было свойственно стремление к торжественности, выражаемой контрастно, напряженно, с изрядной долей пышности и прямой аффектации.

XVII век представляет собой одну из наиболее грандиозных эпох во всей истории развития общества, так как развитие всех европейских стран происходило в одном направлении: от феодализма к капитализму. Ведущими слоями становятся буржуазия, аристократия и крестьянство. Идеологической основой для развития нового стиля было ослабление духовной культуры, раскол церкви, борьба различных вероисповеданий. На фоне борьбы религиозного и светского начал государство приобретает

главенствующее значение. Идеология барокко признает существование антагонизмов, но считает государство и церковь силами, примиряющими конфликты жизни, придающими ей единство.

Вступление в новую фазу экономических и политических отношений неизбежно повлекло за собой и формирование новой культуры. Повышается эмоциональность, театральность, импульсивность, декоративность и живописность, создающие своеобразную гармонию, характеризующую как “созвучие несозвучного”. Художественное мышление барокко усложнено, подчас вычурно.

Архитектура барокко характеризуется такими признаками, как изобилие украшений, колоссальность масштабов (Версальский дворец), сложность членения и пространственных соотношений, парадность, контрастность форм, создание архитектурных ансамблей, стилизация одних форм под другие (здание Беррамини выполнено в форме пчелы) (рис. 24).

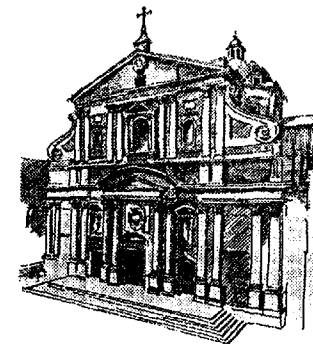
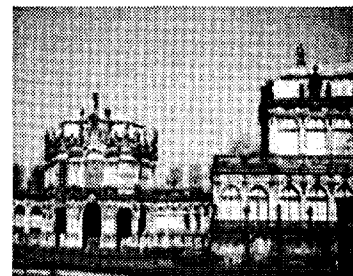


Рис. 24. Архитектура барокко

В скульптуре и живописи сюжеты связывались с библейской и мифологической тематикой драматического или героического плана. Прямые линии, радостные краски, ясные пластические формы, гармоничность и пропорциональность, типичные для Возрождения, заменяются в барокко затейливыми, извилистыми

линиями, массивными формами, темными и мрачными тонами. Стиль барокко запечатлен такими художниками, как Себастьяно Риччи, Джованни Батисто Тьеполо, Александро Маньяско, Антонио ван Дейком, Питером Паулем Рубенсом, Эль Греко, Диего Веласкесом.

Возникновение оперы в Италии открывает эпоху XVII в. в истории музыкального искусства Западной Европы. Намечается определенная тенденция развития оперного жанра, образуются венецианская (Фр. Сократти, Дж. Лоренцо) и неаполитанская (А. Скарлатти). Параллельно опере развивается вокальный жанр оратории, представителями которого являются Гайдн и Гендель, а также пишутся и исполняются кантаты. Среди представителей инструментальной музыки наиболее ярко выразили себя Антонио Вивальди, Арканджело Корелли, Иоганн Себастьян Бах. Происходит становление наук: познается география Земли, развивается оптика и термодинамика, Декартом формулируются законы преломления света, Ньютоном — закон разложения спектра цвета.

Особой роскошью отличаются интерьеры, в оформлении которых применяют лепку, скульптуру, роспись, мрамор и позолоту. Внутреннее пространство оформляют большими, во всю высоту стен, зеркалами; плафонами, что оптически увеличивает размеры помещений. Пышностью, разнообразием форм, криволинейностью очертаний и сложностью силуэтов отличается и мебель эпохи барокко: консоли (пристенные столы), скамьи, кресла и бюро. Мебель для сидения становится более удобной: появляются мягкие сиденья, спинки с отвалом, удобные подлокотники. Вместе с тем усложняется ее пластическое решение.

Мягкая мебель массивна, украшена резьбой и обтянута темным бархатом с крупным узором. Сундуки и лари уступают место шкафам, кабинетам и бюро-кабинетам. Появляются новые виды мебели: шезлонги, комоды с выдвигаемыми ящиками, письменные столы, постаменты для скульптур. В качестве украшений используют новые материалы — кость, черепаховый панцирь, перламутр, фарфор и т. д. (рис. 25).

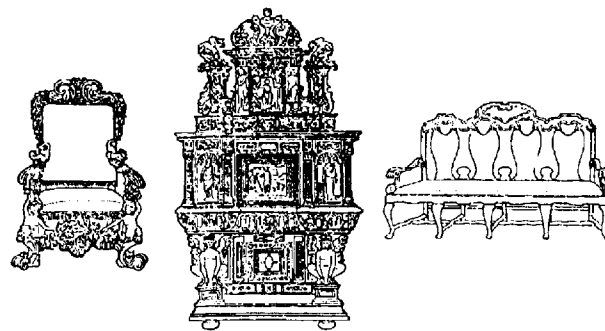


Рис. 25. Мебель стиля барокко: кресло, шкаф, диван

Костюм этого времени свободен, легок и очень живописен. В женском костюме сохраняется плотный удлиненный лиф и разделенная спереди юбка. В остальном же, создается полное впечатление расслабленности и свободы. Верхнее платье обычно подбиралось над нижней юбкой. Характерным для этого периода является широкий вырез вокруг шеи, на который свободно спадали завитые локонами волосы. Корсаж и рукава обильно украшались кружевами и лентами. Подобная отделка придавала женскому платью некий художественно беспорядочный характер (рис. 26).

Пышность, грандиозность, преувеличенность, чопорность, сложность техники выполнения, огромное количество украшений проявляются и в прическах. При дворе Людовика XIV символом мужественности



Рис. 26. Мужской и женский костюмы в стиле барокко

становится лев, и теперь мужчины щеголяют в огромных, имитирующих львиную гриву, рыжих париках. Дворяне отпускали маленькую бороду и небольшие усы. Женская прическа менялась бесчисленное количество раз. Она состояла из комбинаций локонов, уложенных на голове рядами и для твердости смазанных белком, и выгнутого в различные фантастические формы проволочного каркаса, украшенного кружевом, цветами и лентами. В XVIII в. термин “барокко” приобретает значение отрицательной эстетической оценки. Барочным обозначалось все неестественное, преувеличенное, произвольное.

Рококо (франц. — “декоративный мотив в виде раковины”). Стиль возник в начале XVIII в. во Франции и распространился в Европе как выражение вкусов аристократии. Для этого периода характерны быстрое экономическое развитие и рост богатства Франции. Для рококо характерен уход от жизни в мир фантазий, театрализованных игр, мифологических и пасторальных (пастушеских) сюжетов, эротических ситуаций. В искусстве Рококо господствует украшательство, прихотливая орнаментальность формы, нарочитая асимметричность и сложность извилистых линий, а в интерьере — богатые росписи и большие зеркала, создающие впечатление легкости и нематериальности стен (рис. 27).

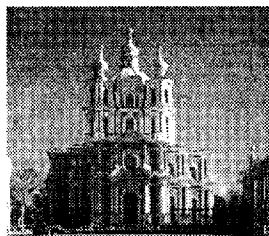


Рис. 27. Архитектура и интерьер в стиле рококо

Архитектура приобретает более интимный, камерный характер с уютными изящными интерьерами. В качестве основных структурных составляющих появляются будуары и кабинеты. Композиционные и колористические решения подчинены стрем-

лению создать впечатление легкости, движения, праздничности и полного стилевого единства.

Декоративное искусство принадлежит к высшим достижениям искусства XVIII в. по изысканности, по духу интимности, комфорта и внимания к личному удобству.

Форма и декор мебели становятся более свободными и теряют монументальность. Ассортимент мебели пополняется новыми видами: бержер (глубокое кресло), секретер, женский письменный столик, туалет с откидным зеркалом, комоды, тумбочки (рис. 28).

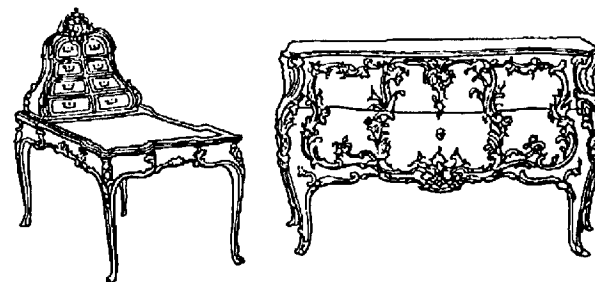


Рис. 28. Мебель стиля рококо: секретер и комод

Среди предметов корпусной мебели наибольшее распространение получил комод, форма которого становится все более пластичной. В качестве мебельной ткани используют бархат, ковры с мягкой ворсистой поверхностью и цветочным узором. Используют дорогие породы древесины: красное и розовое дерево, палисандр, амарант, пальма, лимон, клен, орех, яблоня, груша. Мебельщики предпочитают древесину с богатым природным рисунком искусственной окраске и выжиганию по дереву. В европейском искусстве усиливается подражание китайским образцам.

Прически раннего рококо по сравнению с барокко стали значительно меньше. Хрупкость, утонченность, чувственность и некоторая манерность присутствовали в мужских и женских прическах. Мужские прически были небольшие по объему. Воло-

сы завивали в локоны, а иногда гладко расчесывали назад. Сзади их завязывали черной лентой или прятали в черный мешочек.

Платье в стиле рококо является наилучшим свидетельством того, что французы называют *de se devetir* — искусство одеваться. К этому были причастны не только портные и модистки, но и парикмахеры. Королевой стиля рококо по праву может считаться маркиза де Помпадур, урожденная Жанна Антуанетта Пуассон, чьи вкус, грация, изящество и красота помогли ей стать фавориткой Людовика XV. Поскольку одежда рококо сильно обнажала тело, нижнему белью уделялось самое пристальное внимание. Зачастую оно было настоящим произведением искусства. Его украшали золотом и серебром, богатыми вышивками и кружевной и другими видами отделок (рис. 29).



Рис. 29. Костюмы стиля рококо

Образ женщины должен был вызывать ощущение фривольной грации, некоторого легкомыслия, поэтому прическа состояла из небольших локонов и украшалась перьями, лентами, цветами, нитями жемчуга.

В начале 70-х гг. XVIII в. прически становятся особенно сложными, поскольку на голове сооружались корабли, корзины с фруктами, овощами и цветами, возводились башни, укреплялись колыбели с младенцами. Для скрепления использовали клей из свиного сала. Иногда масса драгоценностей, которыми украшалась прическа, превосходила вес самой головы. Прически

имели названия, говорящие сами за себя: “голубиное гнездо”, “звериный круг”, “сети любви” и т. п. Сооружение подобных конструкций осуществлялось парикмахером в течение нескольких часов. Поэтому прически старались не трогать до тех пор, пока они не разваливались сами собой.

Классицизм (от лат. *classicus* — “образцовый”) представляет собой стиль и направление в литературе и искусстве во второй половине XVIII в., обратившиеся к античному наследию как к норме и идеальному образцу. Классицизм сложился во Франции как выражение гражданских идеалов, буржуазно-революционных устремлений. Основан на идеях философского рационализма, разумной закономерности мира, стремился к выражению возвышенных героических и нравственных идеалов, к строгой организованности логичных, ясных и гармоничных образов.

Во Франции, Англии и Западной Европе происходит усиление роли буржуазии в политической жизни государства.

Французская революция 1789 г. принесла с собой новые культурные течения, которые отразились в прическах. Вдохновленные идеями свободы, равенства, братства идеологи французской революции обратились к образам античного мира.

Постепенно возникают новые тенденции: волосы подчеркивают форму головы, предпочтения отдаются гладким волосам. Вышли из моды припудренные прически. Женские прически имели многообразные формы, но очень упростились, стали ниже. Впервые появляются короткие прически у женщин. Мужские прически были представлены короткими стрижками.

Крупнейшими архитектурными произведениями эпохи классицизма считаются: парижская церковь Святой Жюльевы, построенная в 1756 г. и перестроенная в Пантеон, — место захоронения великих людей Франции; памятник К. Минину и Д. Пожарскому в Москве, воздвигнутый в 1818 г. скульптором И. П. Мартосом; дворец Малый Трианон в Версале, воздвигнутый в 1764 г. архитектором Ж. А. Габриелем (рис. 30).

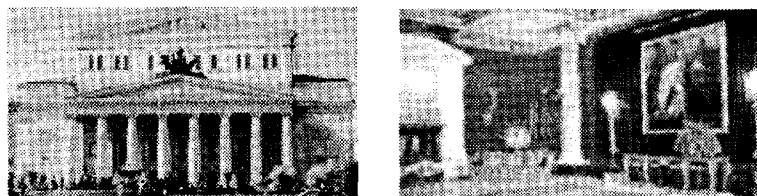


Рис. 30. Архитектура и интерьер классического стиля

Эстетика классицизма установила иерархию жанров. К “высоким” были отнесены трагедия, эпопея, ода, история, мифология и т. д.; к “низким” — комедии, сатира, басня и т. д. Среди выдающихся деятелей классицизма в литературе следует назвать Вольтера, Мольера, Н. Буало, Ж. Лафонтена, Г. Р. Державина, М. В. Ломоносова; в живописи — Н. Пуссена, К. Лоррена, Ж. Л. Давида; в скульптуре — Ж. Б. Пигалья, Э. М. Фальконе, М. И. Козловского.

С развитием классицизма в интерьере предпочтение отдается прямым линиям, ясности и гармоничности пропорций. Форма диванов, кресел, стульев в отличие от мебели стиля рококо более простая и спокойная (рис. 30). Ножки и подлокотники выпрямляются, все деревянные части покрывают параллельно протянутыми рядами бус и орнаментом античных мотивов. Мебель для сидения окрашивают в белый и светлые тона, обивают светлыми набивными и вышитыми шелковыми тканями (рис. 31).

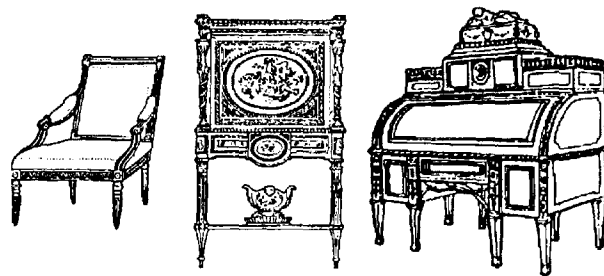


Рис. 31. Мебель стиля классицизм: стул, секретер, бюро

Среди корпусной мебели популярны бюро, секретеры и комоды, но более строгих форм. Появляются туалетные столы с вращающимся на горизонтальной оси зеркалом и напольные зеркала на двух стойках. Для оформления мебели используют маркетри (от франц. *Marqueterie*, вид мозаики из фигурных пластинок фанеры, которые наклеивают на основу) из кусочков светлых и темных пород древесины. Позднее вместо техники маркетри стали использовать гладкую фанеру красного дерева с легкой бронзовой отделкой, а также инкрустацию наборами из цветных экзотических пород дерева (сатиновое, розовое). Декорирование мебели осуществляют расписными фарфоровыми накладками или плакетками (от франц. “плакетка” — пластинка из металла, керамики и т. д. с рельефным изображением) с белыми фигурами на голубом фоне.

Атрибутами интерьера становятся каменные часы, украшенные бронзовыми скульптурными группами; канделябры и таганы, стоящие в каминах.

Французский абсолютизм XVII в. регламентировал личность, заключая ее в жесткие рамки государственности. Король как бы сделался посредником между буржуазией и дворянством и уравновешивал их противоборство. В этом национальном единении под эгидой абсолютизма согласовывалось несогласуемое, объединялось необъединимое и во имя общественного приносилось в жертву индивидуальное.

Осознание этого конфликта и историческая невозможность его разрешения отразились в искусстве классицизма (Корнель, Расин, Мольер). Именно потому, что в “Сиде” Корнеля все пронизано трагическим разладом между индивидуальным и общим началом личности, эта пьеса так полно выразила суть классицизма — конфликт индивидуального чувства и общественного долга. Герой классицизма не свободен в своих действиях, а подчинен строгим нормам общественного долга. Личность и ее свобода принесены в жертву обществу и его институтам.

В искусстве Средневековья личность подчинена Богу, в Возрождении — себе, в классицизме действия героя основываются на сознании общественной необходимости, которую олицетворяет король. Неограниченный в своей воле абсолютный монарх превращается в источник произвола в судьбе героя. Подчинение человека государственным интересам, смирение чувств разумом, принесение счастья и даже жизни личности в жертву долгу, следование абстрактным нормам добродетели — эстетический идеал классицизма.

Искусству классицизма присущи гражданский пафос, государственность концепции, вера в силу разума, четкость и ясность моральных и эстетических оценок. В то же время классицизм дидактичен, назидателен. Его образы эстетически одноцветны, им не свойственны интеллектуальная и эмоциональная объемность, пластичность, многогранность. Произведение строится на одном языковом слое — “высокий стиль” не вбирает в себя всего лексического богатства народной речи. В идейно-эстетической концепции классицизма история трактовалась как плод деяния выдающихся личностей. В такой “высокий жанр”, как трагедия, простолыдину доступ был заказан, ему отводилось место только в комедии.

Художественная концепция мира в классицизме была рационалистична и внеисторична. Проблемы своего времени решались на античном, римском или настолько абстрактном материале, что ни место, ни эпоха не имели существенного значения.

Бидермейер. После свержения Наполеона в искусстве Германии и Австрии возник новый художественный стиль, который носит немецкое название — бидермейер (1815–1848 гг.). “Бидермейер” означает “бравый господин Мейер” — синоним мещанства, который ввел в обиход поэт Эйхродт и который был ведущим до 1840-х гг. В нем отразились как демократизм бюргерской среды, так и ее обывательские воззрения и вкусы. Архитектура и декоративное искусство стиля бидермейер перерабатывали формы ампира в духе интимности и домашнего уюта. Для живописи этого периода характерно тонкое, тщательное изображение интерьера, природы, бытовых деталей.

Уютное, комфортабельное жилище со светлыми, просторными помещениями (рис. 32). Ослабевает влияние античного искусства. Обои по колористике светлые с орнаментом геометрического или растительного характера. Окна декорируют легкими занавесами из муслина. Мягкая мебель имеет яркую обивку, корпусная мебель — теплые коричневые оттенки.



Рис. 32. Интерьер и костюмы стиля бидермейер

Будучи близким по лаконичности стилю ампир, стиль бидермейер отверг его аристократичность и холодность и стал стилем скромных буржуа.

Корпусная мебель разнообразна: буфеты, секретеры, шкаф с одной дверцей, подставки для установки комнатных растений. Широко применяли светлые породы древесины: черешню, грущу, клен, тополь, ясьень. Для обивки использовали ситец, репс, которые часто крепили декоративными гвоздями с большими фарфоровыми шляпками.

Характерными для этого времени были прически с пышными локонами и завитками, стоячими петлями и косами, которые украшались различными заколками, вуалями, цветами и диадемами. Мужчины носили высокую челку и бакенбарды.

Ампир. Во второй половине XVIII в. рококо уступает место ампиру. Ампир, или “стиль империи” (франц. *empire* — империя, от лат. *imperium* — командование, власть) — художественный стиль, созданный во Франции в начале XIX в. в эпоху империи Наполеона Бонапарта.

Хронологические рамки оригинального французского “стиля империи” ограничены очень небольшим отрезком времени от кон-

ца правления Директории (1799) или года коронации Наполеона (1804) до реставрации династии Бурбонов (1815).

Стиль ампир был создан архитекторами и художниками, вдохновляемыми искусством Древнего Египта, величественной архитектурой Древнего Рима. Монументальный, величественный стиль опирался на традиции классицизма и на стиль эпохи римских императоров. Он выражал воинскую мощь и державное величие власти, например Триумфальная арка в Париже, превосходящая арки Древнего мира (рис. 33). Ампир коренным образом отличается от классицизма. Мягкую и ясную гармонию стиля Людовика XVI и демократическую строгость “стиля Директории” сменили парадное великолепие и театральный пафос “стиля империи”. Наполеон стремился к блеску и ореолу славы римских императоров.

Стиль ампир отличало парадное великолепие мемориальной архитектуры и дворцовых интерьеров, подчеркнута богатый декор (рис. 33). Император Наполеон желал пышности и великолепия, и формы античной классики или французского классицизма были здесь не совсем уместны.



Рис. 33. Архитектура и интерьер стиля ампир

В 1812 г. вышло в свет сочинение придворных архитекторов Наполеона III. Персье и П. Фонтена “Собрание эскизов для украшения интерьера и всех видов обстановки”, ставшее “библией нового стиля”. В 1786–1792 гг. Персье и Фонтен работали в Италии, и хотя они подчеркивали “возможность использования самых разных стилей всех времен и народов”, все же на первом

месте для них был “величественный стиль римлян”. В следовании этому стилю придворные художники Наполеона доходили до абсурда в своей театральности. Так, спальня императрицы Жозефины во дворце Мальмезон была превращена в некое подобие походной палатки римского полководца, а одетые в “римские туники” женщины мерзли от зимнего холода в плохо отапливаемых парижских салонах и в заснеженном Петербурге, во всем подражавшем французской столице. Поистине, говоря словами самого Наполеона, “от великого до смешного один шаг”. Декоративные мотивы стиля ампир состоят в основном из элементов древнеримского военного снаряжения легионерских знаков с орлами, связок копий, щитов, пучков стрел, лавровых венков и т. д. Обязательным атрибутом композиции был инициал Наполеона в виде буквы “N”. Наряду с римскими можно заметить и мотивы египетского искусства. После египетского похода Наполеона (1798–1799) в искусстве французского ампира египетские мотивы получили еще более широкое распространение. Яркими примерами являются интерьеры императорских загородных резиденций в Фонтенбло и Компьене.

Композиции создавались по законам симметрии, прямолинейности, геометричности и устойчивости. Сильный контраст чистого поля поверхности стен, мебели и узких орнаментальных поясов в строго отведенных местах подчеркивали конструктивные членения формы. Характерными цветами были яркие — красный, синий, белый с золотом. Большое значение в оформлении интерьера в стиле ампир играли светильники и бронзовые детали мебели. В качестве драпировки для окон и дверей стали использовать прямые занавеси с широкой каймой внизу.

Наиболее античноподобной была мебель для сидения: стулья по форме близки к клисмосу (древнегреческий стул), боковая часть которого создавалась в форме льва, крылатого сфинкса, лебедя, грифона. Обивают мебель алым сукном, кожей и шелком. В обиход входят кушетки, большие круглые столы, горки, узкие серванты (рис. 34).

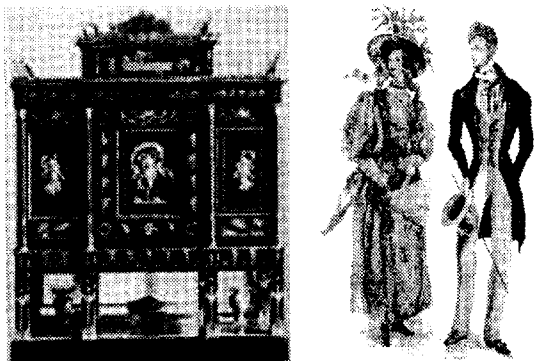


Рис. 34. Мебель и костюмы стиля ампир

С приходом к власти Наполеона Бонапарта, объявившего себя императором и мечтавшего о великолепии Римской империи, в моду входят тяжеловесные и пышные формы причесок, носящие древнегреческий отпечаток. Отличительной особенностью причесок этого стиля была сложная техника выполнения различных локонов — спиральных, круглых, плоских.

У женщин прически менялись очень часто. В моде был греческий узел, а также прически из локонов, собранных в определенные комбинации.

Волосы мужчин стригли и завивали в тугие локоны, лицо брили, но на щеках от виска оставляли узкие полоски волос, называемые “фаворитом”.

Стиль “эkleктика” (от греч. *eklektikos* — выбирающий) представляет собой стилевое направление, получившее развитие в период с 1830 по 1900 г. Сутью данного стиля стало механическое соединение разнородных, часто противоположных принципов, взглядов, теорий, художественных элементов и т. п.; в архитектуре — сочетание разнородных стилевых элементов или произвольный выбор стилистического оформления зданий и интерьера, имеющих качественно иной смысл и назначение.

Архитектура зрелой эkleктики тяготеет к подчеркнутой репрезентативности (выставке напоказ) форм, богатству и на-

сыщенности декора. Эти качества символизировали благосостояние заказчика (рис. 35).

Стиль модерн (от французского — *moderne* — современный, новый) сформировался в искусстве конца XIX в. — начале XX в. Стиль модерн отличает высокая дисциплина композиции (в утилитарных деталях подчеркивается эстетическое); ритм гибких текучих линий; использование национально-романтических мотивов. Характерным является увлеченность новыми к тому времени материалами: металлом, стеклом, керамикой (рис. 36).



Рис. 35. Архитектура стиля эkleктика

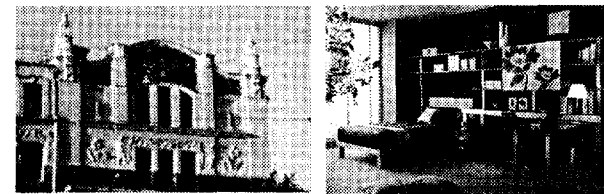


Рис. 36. Архитектура и интерьер в стиле модерн

Образцом стиля модерн является Ярославский вокзал, бывший особняк Рябушинского в Москве, который создал Ф. О. Шехтель.

В конце XIX — начале XX столетия значительные изменения произошли и в costume. Они были связаны с большим притоком населения в города, вызванным быстрыми темпами развития промышленности. Большую роль в формировании costume сыграло революционное движение. Немаловажное значение имели и выступления врачей, доказывающих, что корсет

пагубно влияет на здоровье человека. “Жгучим” вопросом XIX в. была эмансипация женщин.

Предлагались самые разнообразные формы одежды для женщин, в том числе и шаровары, юбки-брюки. Дискуссия о том, должна ли женщина носить шаровары, красиво ли это, гигиенично ли, приняла необычайно острый характер.

Только в России были изданы две специальные книги “Женщина и велосипед” (1899), “Дама в штанах” (1912), в которых доказывалась утилитарная необходимость шаровар. В конце XIX столетия было предложено новое платье свободного покроя. Популярным стал женский костюм “тальер”, который состоял из юбки и жакета. Таким же популярным становится наряд, состоящий из блузы и юбки.

Стиль **конструктивизм** (от латинского *constructio* — построение) — стиль советской архитектуры конца 20-х гг. — середины 30-х гг. Характеризуется графической четкостью композиции, отсутствием декора, чередованием горизонтальных “ленточных” окон, глухих плоскостей и вертикальных лент, остеклением лестничных клеток. Представителем стиля конструктивизм является жилой комплекс и кинотеатр “Ударник” в Москве (автор Б. М. Иофан); комбинат “Известия” в Москве (автор Г. Б. Бархин).

К 20-м гг. XX в. рождается костюм строгой формы. Покрой и отделка одежды были очень простыми. Основные украшения — пуговицы, воротники, отвороты. Детали одежды часто напоминали элементы мужского костюма.

2.3. Особенности становления современного стиля

Стиль каждой из прошедших эпох — это неповторимый слепок с неповторимого образа жизни. Поэтому все попытки возродить в новых условиях ушедшие исторические стили приводили к формализму.

Капитализм не смог создать устойчивого целостного стиля, т. е. стиля эпохи, потому что единое отношение к вещному

миру стало нарушаться. Все предметы обихода, орудия труда превратились в товар, а противоречия между производством, распределением, обменом и потреблением стали чудовищными. В эпоху господства капитализма эталоном эстетической ценности предметного мира стала мода.

В развитии современного стиля активное участие приняли дизайнеры нашей страны. Основа стиля обнаруживается в наиболее удачных образцах товаров народного потребления. Это высокая функциональность, экономичность, компактность, универсальность и многофункциональность формы, лаконизм объемно-пространственного и пластического решений, четкость и изящество линий, обтекаемость многих движущихся изделий.

Талантливые дизайнеры создали красивые и рациональные изделия массового потребления, пользующиеся повышенным спросом не только на внутреннем, но и на международном рынке.

Пример совершенной формы — традиционный самовар, который испокон веков был символом домашнего уюта, праздничной атмосферы. Самовары из “самоварной столицы” — Тулы приобрели популярность и за рубежом.

Приведенные примеры подтверждают, что стиль современного вещественного мира может сформироваться только в результате настойчивых творческих поисков, направленных на создание целостных ансамблей предметного мира, соответствующих новому образу жизни.

Любой стиль, будь то древнеегипетский, древнегреческий, романский, готический, Ренессанс, барокко, ампиризм или так называемый современный стиль можно рассматривать в качестве определенной эстетической системы. Когда художник рисует картину, ваятель создает структуру, архитектор строит здание. Они творят, находясь в пределах эстетической системы, характерной для данной эпохи.

Правда, в этой системе нет столь строгих норм и правил, которые мы находим в современных справочниках, но они существуют. И мы более или менее точно определяем: эта картина, скульптура, архитектура, мебель созданы в таком-то стиле. Это

относится не только к архитектуре, но и к технике, к товарам народного потребления.

Стиль третьего тысячелетия — это стиль синтеза. Сегодня особенно важно увидеть единое в многообразии его проявлений, научиться слушать, чувствовать, понимать и принимать другого, познавая себя как часть мира и мир как часть себя.

Сегодняшняя культура есть форма одновременного бытия и общения людей различных — прошлых, настоящих и будущих — культур.

Не менее важным является феномен стирания национальных и государственных границ, свойственный нынешнему культурному и образовательному процессу. Именно на рубеже XX–XXI вв. произошло смещение и сближение современных культур Запада и Востока, Севера и Юга, Европы, Азии, Африки, Латинской Америки, сближение и взаимообоснование этих спектров в сознании и мышлении каждого современного человека, а современная личность существует, сознает и мыслит в промежутке многих культур.

Понятие **“восточный стиль”** — всеобъемлющее, многообразное, специфическое и загадочное. Многовековая история развития стран Востока указывает на их объединяющее начало — почитание традиций в отношениях, политике, архитектуре, идеалах, религии, одежде, искусстве и т. п.

Отличие состоит в исповедуемой религии. Жизнь мусульман от рождения до смерти регламентируется Кораном. Вся культура ислама буквально дышит словом, а человек оказывается в мире раскрытой книги. Характерным для эстетики Востока является широкое использование для оформления орнамента, так как изображение живых существ запрещены. Такой запрет привел к расцвету нефигуративных видов искусства и орнамента.

Изысканные орнаментальные узоры переплетаются со священными изречениями, украшают стены мечетей и медресе, интерьеры жилых домов — от ковров и вышивок до посуды и традиционной одежды. Уже тысячи лет здесь царствует архитектура и безграничность расстояний. Вертикальная и

оборонительная, она демонстрирует удивительные дома-башни, построенные из местных материалов. Древняя технология строительства позволяет возводить дома из укладываемых друг на друга слоев глины. Узорами из этого же материала украшают здания. Орнаменты традиционно делают геометрическими. Фасады обычно украшены кирпичной кладкой, резным камнем или белой штукатуркой, которой обрамляют оконные проемы. Тяжелая деревянная дверь защищает вход. Окон мало, только небольшие проемы без стекол кое-где “разбивают” безупречные прямоугольные фасады. Внутри обязательным атрибутом является винтовая лестница, обвивающая гутба (центральную колонну) и идущая на верхние этажи. Роль каждого уровня раз и навсегда определена: внизу животные, запасы продуктов — на втором этаже, кухня — на третьем этаже, жилые помещения — на четвертом, а дальше — диван, место семейных собраний и, наконец, на последнем этаже — мафрай, самая красивая комната для курения, в которой собираются мужчины.

Основной принцип мусульманской эстетики — представление о “скрытом сокровище” — отразился в искусстве ислама сполна. Для европейцев паранджа — это символ закрытости и рабства женщин, а для мусульман — условие охраны самого ценного — женщины-матери. Образ пустыни и сада как контраст внешнего и внутреннего становится моделью мироустройства. Простота и бесцветность фасадов, подобно верхней одежде в традиционном костюме, восполняется богатством и красотой внутреннего содержания. За своими стенами дом уподобляется оазису, воплощая вечную мечту о счастье.

Мода на исламское прикладное искусство прочно вошла в европейский обиход. Сейчас уже трудно представить себе западные интерьеры или одежду “от кутюр” без восточных элементов. Лаконичный европейский стиль без сопротивления впускает в свои владения ритмичный и изысканный мусульманский орнамент и колористику. Геометрические структуры орнамента и насыщенные краски делают рациональный минималистический интерьер помещений теплым по духу, самобытным и неповторимым.

Восточные ковры и современная мебель, как все нестандартное, экзотическое и контрастное, сегодня в почете и с успехом заимствуются дизайнерами, создающими интерьеры, модели одежды, компьютерной графики, фасадов, ландшафтов и т. д.

Азиатские лица, восточная музыка и кулинария, декоративные элементы Востока, многослойность костюма, приглушенные “пыльные” тона сегодня как никогда в моде.

Рационализм Запада и чувственность Востока в сочетании образуют весьма гармоничное творение. Фэшн-дизайн подхватил это первым, введя в одежду архитектурные формы, цвета и орнаменты Востока. Почитание и умение находить гармоничные сочетания традиционных вековых стилей позволяют наполнять нашу жизнь свежими веяниями в области формирования новых традиций, дизайна одежды, архитектуры, интерьера, мышления и т. д.

Самым востребованным сегодня, по мнению дизайнеров, является японский стиль, с его безупречными цветовыми сочетаниями и лаконичными формами. Это

стиль, в котором ничто не перегружает внимание, пространство спокойное и не требует расшифровки (рис. 37).

У японцев особое отношение к природе, поэтому японский стиль ассоциируется с природными цветами, преимущественно в светлой гамме: оттенки бежевого, белый, кремовый, молочный. Сдержанные светлые тона характерны и для японской мебели. Поверхность мебели и стен гладкая. Ткани тоже кремовые и белые, преимущественно натуральные: хлопок и шелк.

Китайский стиль, который в эпоху рококо буквально покорил Европу, сегодня менее популярен, но его элементы часто используются в дизайне интерьеров жилых помещений в виде китайской вазы, росписей на стене и т. д. (рис. 38).

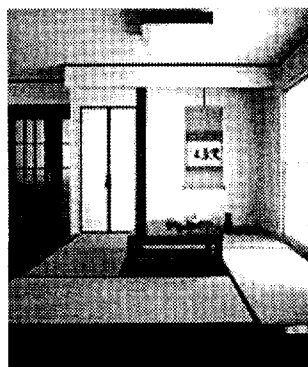


Рис. 37. Японский стиль



Рис. 38. Китайский стиль

Достаточно редким, но экзотичным является индийский стиль, предполагающий использование бирюзового, малинового и оранжевого цвета. Мебель в индийских домах низкая, выпиленная вручную из очень прочного дерева тик. Характерной особенностью индийского стиля является возможность легкой трансформации деталей дома, т. е. стульчики, столы, ширмы, ставни и двери часто перемещаются с одного места на другое.

После японского популярным является африканский стиль. Деревянная мебель, украшенная резьбой, кованая из железа или плетеная из ротанга, шерстяной ковер с традиционным африканским рисунком на полу, изделия художественных ремесел: деревянные блюда для фруктов, экзотические скульптуры, маски, стилизованные фонарики — основные отличия стиля.

Цвета Африки — очень теплые и приятные, блестящие ткани из хлопка, льна и вискозы в красках заморских пряностей и экзотических фруктов. Существенным дополнением могут быть льняные наволочки с вышитыми фигурами жирафов и тигров (рис. 39).

В направлении *арт-дизайн* особое значение приобретает мебельное проектирование с наиболее яркими и специфическими разработками, направленными на введение мебели в новый статус — произведения искусства, знака культуры. Тем самым идет расширение спектра направлений, характера и статуса мебельного дизайна, которое кратко можно определить “от ширпотреба к искусству, от утилитарности к подлинно художественной форме”.

Главной тенденцией видится перенос центра тяжести с утилитарно-функционального значения вещи к культурно-художественному, что совершенно не означает, что это развитие будет идти в ущерб функциональным качествам современной мебели. Речь идет лишь об изменении соотношения утилитарного и художественного в пользу художественного с дальнейшим развитием и совершенствованием функционального качества.



Рис. 39. Африканский стиль

Поиски арт-дизайна напрямую соприкасаются с одной из принципиальных и продуктивных тенденций — “высокой модой” в мебели, уже нашедших свое подтверждение в современной дизайнерской практике. Отечественный мебельный дизайн начинает вводить в свой арсенал понятие экспериментального и поискового дизайна, дизайна остро-авангардного, претендующего на известный постулат “искусства для искусства” и “дизайна для дизайна”.

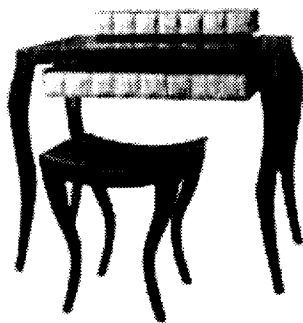


Рис. 40. Мебель стиля пуризм

и составлять из них различные композиции. Вскоре идеи пуризма коснулись и мебели (рис. 40).

В 1920-е гг. знаменитые архитекторы Людвиг Мис ван дер Роэ, Шарль Ле Корбюзье и дизайнер Марсель Брейер предложили на суд потребителей аскетичные стулья и кресла на тонких металлических трубчатых ножках. Первоначальной идеей Ле Корбюзье было создание мебели из стандартных деталей с целью снижения ее себестоимости. По определению Корбюзье, “дом — это машина для жилья”, так как человеческие потребности немногочисленны и идентичны для всех людей, поскольку люди скроены по одной мерке. Однако время показало, что все вышло с точностью до наоборот — то, что когда-то создавалось с мыслью о стандартном потребителе, сегодня превратилось в нечто эксклюзивное просто из-за имени своего создателя. Мис ван дер Роэ делал мебель для преуспевающих — для тех, чьи

Оформление *пуризма* как художественного течения произошло еще в начале XX в. Усталость от изощренных форм предыдущего искусства заставила художников и архитекторов вновь обратиться к простейшей геометрии. Пуризм (франц. — “стремление к совершенству”) как художественное течение возник в начале XX в. На смену изощренным формам пришли простейшие геометрические. Архитекторы, художники, дизайнеры стали всячески импровизировать с простыми формами

компании занимали выстроенные им призмы из стекла и стали. Многие годы эти самые призмы служат символом успешного бизнеса, а его субтильные и изысканные стулья, кресла, столы, состоящие почти из ничего, стали знаком респектабельности, преуспевания и особого продвинутого шика.

30-е годы прошлого столетия характеризуются формированием стиля арт-деко (рис. 41).

При строительстве сети шикарных отелей “Ритц” в период между двумя мировыми войнами, когда люди устали от ограничений и нуждались в роскоши, дизайнеры, уловив эту тенденцию, создали на базе натуральных материалов ощущение роскоши.

А в конце 90-х гг. началась вторая волна популярности. Потребители вновь оценили натуральные и экзотические материалы. Например, обеденный стол изготовлен из фикуса сикомор, прочной и ценной породы дерева, а шпонирован бамбуком. Получается, что внутренняя ценность стола выше, чем снаружи. Характерным для пуризма, таким образом, является использование самых дорогих материалов. Кроме того, дорогие вещи изготавливают с помощью высоких технологий, из наилучших материалов — словом, на века. Естественность присутствует и в цветовой гамме, передавая ощущение природности.

НИВОАО — вечный источник вдохновения. 1901 год. Известный художник Поль Гоген покидает Францию и переезжает в полинезийское селение НИВОАО. Это бегство от цивилизации, славы и общества способствовало созданию серии гениальных картин, поражающих цветовыми изысками, искренностью и правдивостью сюжетов и выраженных в них чувств.

Все это очень похоже на игру, однако юношеская фантазия, свободолюбие, желание доказать собственную независимость

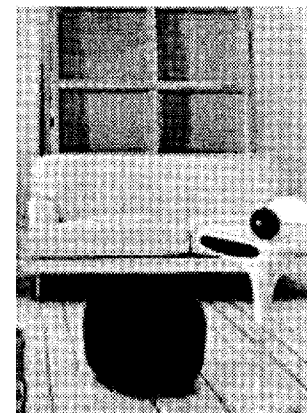


Рис. 41. Мебель стиля арт-деко

и максимализм принесли свои результаты, добиваясь которых авторы испытывают удовольствие (рис. 42).

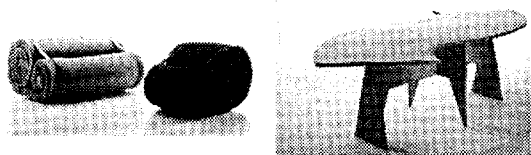


Рис. 42. Мебель NIVOAO: кресла-татами и стол без металлических креплений

До сих пор искусство этого художника остается востребованным и современным. Название поселения стало объединяющим началом для молодых итальянских дизайнеров, объединившихся под именем NIVOAO как символом возвращения к истокам, единению с чистотой природы, экспрессией, свободой и непосредственностью эмоций. Это отрицание диктата действительности, которая насаждает правила, планы и системы ценностей, а главное — это неисчерпаемый источник вдохновения и энтузиазма.

“Наша первая и единственная цель — дизайн ради дизайна, без коммерческих компромиссов”. Самоуглубление, созерцание, проникновение в истинную суть окружающих нас вещей — вот методы и принципы, провозглашаемые группой NIVOAO.

В стиле *техно*. Первыми геометрические украшения в виде отверстий и прорезей начали использовать классики современного дизайна: Чарльз Макинтош, Франк Ллойд Райт, Йозеф Хоффман, Геррит Ритвельд. Сегодня этим приемом пользуются Антонио Читтерио, мировой законодатель моды в стиле хай-тек, и Вико Маджистретти, чей дизайн гораздо менее стерилен и лаконичен. У Алессандро Мендини и Этторе Соттсасса геометрические прорези и отверстия имеют совсем другую функцию — эстетическую, т. е. узор или этнический орнамент лишь украшают изделие (рис. 43).

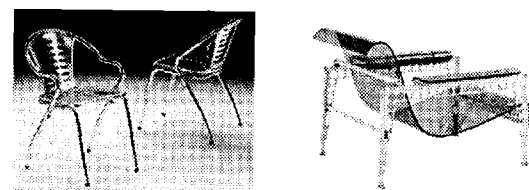


Рис. 43. Кресла в стиле техно

Перфорации, являющиеся отличием стиля техно, могут быть не только в виде круглых и квадратных отверстий, но и в виде узких прорезей. Как, например, в новой модели Citybox фирмы ЕММЕ VI. Сияющие, гладкие двери шкафа из нержавеющей стали украшены сверху и внизу тремя “вентиляционными” полосками. По мнению дизайнеров ЕММЕ VI, такой шкаф может стоять в спальне. Дизайнеры, работающие в этом стиле, используют и регулярные ряды рельефных “пупырышек”, какими обычно покрывают ровные металлические поверхности, чтобы избежать скольжения. Именно ими декорированы фронтальные панели мобильных контейнеров фирмы MAISA, позволяющие придать такой мебели серьезность и убедительность, причем в любом окружении.

2.4. Каноны красоты разных эпох

Фигура человека — это исходная точка отсчета при проектировании одежды. Каждая историческая формация развития человеческого общества определяла свои каноны красоты. Среди создателей модного типа фигуры были художники, модельеры, религиозные и политические деятели. Непременным условием “вечной и неземной” красоты были и остаются симметрия, взаимное соотношение всех черт и пропорций, гармония и целостность образа.

Каждое поколение определяло свой идеал красоты, и в первую очередь это касалось женщин, так как вопросам красоты мужчин всегда уделялось меньше внимания. Но во все времена

ценителями женской красоты были именно мужчины, и первыми из них (по греческой мифологии) был сын троянского царя Парис. Зевс поручил ему рассудить Афродиту, Геру и Афину, спорящих между собой о красоте. “Яблоко раздора” с надписью “Прекраснейшей” Парис передал Афродите, которую впоследствии уличили в применении пудры и губной помады.

Идеал красоты эпохи есть идеал особенно ценимых эпохой нравственных качеств. В Древнем Египте идеалом красоты была стройная и грациозная женщина. Контраст тяжелых причесок с изящной вытянутой фигурой вызывал представление об экзотическом растении на гибком колышущемся стебле. В Древней Греции сложилось своеобразное представление о человеческой красоте. По эстетическим понятиям тех времен считалось, что женский лоб должен быть невысоким: расстояние между бровями и началом роста волос равнялось ширине двух пальцев. Эта лоном красивого тела стала скульптура Афродиты (Венеры). Ее параметры: рост — 164 см, окружность груди — 86 см, талии — 69 см, бедер — 93 см. Великие скульпторы Древней Эллады первыми обратили внимание на то, что красота человеческого тела неразрывно связана с понятием о пропорциях. Знаменитый “Дискобол” Мирона поражает своей удивительной соразмерностью. В те времена были выведены некоторые закономерности пропорций человеческого тела. Одна из них — так называемой “квадрат древних”: длина распростертых рук равна росту человека. Характерным для древнегреческой одежды было ее членение у талии, при этом соотношение частей тела соответствовало пропорциям золотого сечения: отношение верхней части тела (от высшей точки головы до талии) к нижней части фигуры (от стопы до талии) должно быть равно отношению нижней части тела к росту человека.

С упадком Рима эпоха воспевания красоты сменилась культом аскетизма. Идеалом красоты стало длинное, худое тело с опущенными плечами, стянутой грудью. Появилась так называемая “длинноногая мода”, когда тело драпировали тяжелыми тканями, которые плотным мешком скрывали фигуру (ширина одежды к росту составляла 1 : 3). Идеал женщины олицетворяла

пресвятая Дева Мария — удлинённый овал лица, большие глаза и миниатюрный рот.

Поворотным моментом в восприятии красоты стал рубеж XII–XIII вв., когда идеалом являлся образ “прекрасной дамы”: тонкий стан, подобный виноградной лозе, светлые волосы, продолговатое лицо. Женщина как роза — она нежна, хрупка, изящна. В период готики в моде S-образная изогнутость силуэта фигуры. Для ее создания на живот накладывали подушечки. Одежды были узкие, сковывающие движения, волочащиеся по полу.

Высокое Возрождение приносит совсем иное понимание красоты. В противоположность Средним векам, воспевавшим женщин изящных, стройных, подвижных, с узкими бедрами, торжествуют пышные формы (широкие бедра, роскошная полнота шеи и плеч). Женщина должна быть одновременно и Юноной, и Венерой. Для придания фигуре дородности и импозантности в качестве подкладок использовалась вата.

Итальянским писателем А. Фиренцуолой (1493–1543) был составлен трактат о женской красоте. Он писал, что лоб должен быть в ширину больше в два раза, чем в высоту, со светлой гладкой кожей и ни слишком узкими висками. Брови темные, шелковистые, белок глаз синеватый. Как у мужчин, так и у женщин красивым считался открытый высокий лоб. Поэтому прибегали к выщипыванию бровей и даже ресниц.

В книге Дж. Б. Порта “Физиономия человека”, появившейся в XVI в. во Франции, физическая внешность мужчины описывалась следующим образом: “...мужчины от природы имеют крепкий стан, большие глаза, четырехугольный подбородок, толстые жилистые шеи, крепкие плечи и ребра, широкую грудь, впалый живот, костистые и выступающие бедра, жилистые крепкие руки, твердые колени, крепкие голени, выступающие икры, стройные ноги, крупные, хорошо сложенные жилистые кисти рук, крупные далеко друг от друга отстоящие лопатки, большие сильные спины, костистую и крепкую талию, медленную походку, сильный и грубый голос и т. д. По своему характеру они неустрашимы, честны, простодушны и великодушны”. Та-

ким образом, мужчина должен быть Аполлоном и Геркулесом в одном лице.

Для стиля барокко характерна декоративная пышность, вычурность, исчезновение конкретной формы. В костюме исчезли натуральные линии, на смену одежде, отражающей естественные пропорции человеческого тела, пришли многослойные, вычурные, тяжеловесные, нефункциональные костюмы.

Стиль, пришедший на смену барокко, был назван стилем рококо. Его часто называют "галантным стилем". Если раньше одежда была только декорацией, то отныне она стала существенным элементом. Пикантность — вот истинный признак красоты этой эпохи, и она заставляет закрывать глаза не только на явную дисгармонию, но даже и на несомненное безобразие. Мужской идеал, ценимый эпохой, обнаруживается только в костюме. Элегантный придворный — современный тип мужчины. Из его характера постепенно исчезают мужественные черты, он становится женоподобным, что проявляется в манерах и костюме, поведении и потребностях. Мужчины носят длинные завитые волосы, посыпанные пудрой и надушенные духами, румянят лицо, пряжки на башмаках заменяют шелковыми бантами, рукава украшают бантами.

Буржуазный идеал красоты диаметрально противоположен идеалу абсолютизма. Он находится в таком же резком противоречии с последним, в каком некогда идеал красоты Ренессанса находился со средневековым идеалом красоты. Снова перед человеком, этим живым орудием истории, стоят иные цели, и он должен сыграть в новой жизни роль лучшего, чем прежде. Данная эпоха провозгласила идеалом ясный, энергичный взгляд, прямую и напряженную осанку, жесты, исполненные силой воли, руки, способные не только хватать, но и удерживать захваченное, ноги, энергично ступающие и твердо стоящие на завоеванной позиции.

Другая существенная составляющая часть нового идеала красоты — душевная красота. Сочетание в одном лице физической и душевной красоты заметно отличало человека буржуазного века от господствующего в эпоху абсолютизма типа.

Теперь снова выше всего ценят мужчину и женщину в полном расцвете сил. Женщина предпочитает мужчину сильного, волевого. Для фигуры женщины, главным предназначением которой является деторождение, характерным является широкий таз, наличие полной и крепкой груди, способной вскармливать детей. Новый идеал красоты очень близок к идеалу эпохи Возрождения, но превосходит его по преобладанию духовности и душевности.

На протяжении XX в. модный тип фигуры имел различные характеристики и пропорции. Модными были невысокие фигуры с широкими бедрами и соотношением головы и тела 1 : 6, позднее это соотношение составило 1 : 7. В конце 60-х гг. XX столетия модной становится высокая и худая фигура. Идеальный рост составил 176 см. В 1980-е гг. оптимальным ростом являлись 180 см, что соответствует и сегодняшнему параметру при подборе манекенщиц. Для женских фигур разработаны нормативные показатели массы тела в зависимости от роста и окружности некоторых частей тела в зависимости от роста и массы тела (табл. 1).

Таблица 1

Окружность некоторых частей тела
в зависимости от роста и массы тела

Рост, см	Масса тела, кг	Окружность, см						
		шея	плечи	грудная клетка	талия	таз	бедра	икры
1	2	3	4	5	6	7	8	9
151	51-53	31,5	95,0	83,5	61,5	91,5	49,0	32,0
152	51-53	32,0	95,5	84,0	62,0	92,0	49,5	33,0
153	52-54	32,0	96,5	84,5	62,5	92,5	50,0	33,0
154	52-54	32,0	97,0	85,0	63,0	93,0	50,5	33,0
155	53-55	32,0	97,5	85,0	63,0	93,5	50,5	33,0
156	53-55	32,5	97,5	87,0	63,5	94,0	51,0	33,5
157	54-56	32,5	99,0	87,0	63,5	94,5	51,0	33,5
158	55-57	32,5	99,0	87,0	64,5	95,5	51,0	33,5
159	55-57	33,0	99,0	87,0	65,0	95,0	51,5	34,0
160	56-58	33,0	100,0	87,5	65,0	95,5	51,5	34,0

Окончание табл. 1

161	56-58	33,0	100,0	87,5	65,0	95,5	51,5	34,0
1	2	3	4	5	6	7	8	9
162	57-59	33,0	100,0	87,5	65,5	96,0	51,5	34,0
163	58-60	33,0	101,0	88,0	65,5	96,0	52,0	34,0
164	58-60	33,5	101,0	88,0	66,0	96,0	52,0	34,0
165	59,61	33,5	101,5	88,0	66,0	96,5	52,5	34,5
166	60,62	33,5	101,5	88,5	66,0	96,5	52,5	34,5
167	60-62	33,5	101,5	88,5	66,0	97,0	52,5	34,5
168	61-63	33,5	101,5	88,5	66,0	97,0	53,0	34,5
169	62-64	33,5	101,5	88,5	66,5	97,0	53,0	34,5

Несмотря на то что красоте и пропорциональности женской фигуры уделяется больше внимания, чем мужской, существуют и параметры пропорциональности мужской фигуры. Так, длина бедра четыре раза укладывается в высоте тела, ширина плеч равна длине бедра, окружность кулака равняется длине предплечья, а также длине стопы; удвоенная окружность запястья — окружности шеи; удвоенная окружность шеи — окружности талии. Для мужчины 25-35 лет при росте 167 см правильным считается соотношение 10 : 9; вес 68-70 кг; окружность грудной клетки в спокойном состоянии измеряется при опущенных руках под лопатками и на уровне сосков — 95-98 см; окружность талии в самом узком месте без втягивания живота — 75-78 см; окружность шеи под адамовым яблочком в самом узком месте — 34-39 см; окружность плеча выпрямленной руки в середине бицепса — 32-33 см; напряженного бицепса согнутой руки — 38-40 см; окружность бедра под ягодицей — 55-56 см, голени в самом широком месте — 37-38 см.

Академиком А. А. Покровским для современных мужчин 25-30 лет разработана таблица норм веса с учетом типа телосложения. В таблице 2 градация мужских фигур представлена типами телосложения: узкий, нормальный и широкий. Для определения типа телосложения необходимо знать свой рост и

вес. На пересечении этих двух показателей и определяется тип фигуры.

Таблица 2

Нормы веса для мужчины

№ п/п	Рост, см	Тип телосложения		
		Узкий	Нормальный	Широкий
1	155,0	49,3	56,0	62,2
2	157,5	51,7	58,0	64,0
3	160,0	53,5	60,0	66,0
4	162,5	55,3	61,7	68,0
5	165,0	57,1	62,5	69,5
6	167,5	59,3	65,8	71,8
7	170,0	60,5	67,8	73,8
8	172,0	63,3	69,7	76,8
9	175,0	65,3	71,7	77,8
10	177,5	67,3	73,8	79,8
11	180,0	68,9	75,2	81,2
12	182,5	70,9	77,2	83,6
13	185,0	72,8	79,2	85,2

Каждая эпоха, характеризующаяся определенными общественными отношениями, уровнем производительных сил, традициями, существующими и развивающимися видами искусств, создает и пропагандирует свои, присущие только ей каноны красоты.

3. ОСНОВЫ ЭРГНОМИКИ

3.1. Эргономика: сущность, цели и проблемы

По мере перехода к комплексной автоматизации производства возрастает роль человека как субъекта труда и управления. Технические объекты, разрабатываемые специалистами для осуществления разнообразных работ, своим конструктивным исполнением и основными параметрами должны соответствовать эргономическим возможностям человека и удачно “вписываться” в окружающую человека предметную среду. Кроме того, человек несет ответственность за эффективную работу всей технической системы и допущенная им ошибка может привести в некоторых случаях к очень тяжелым последствиям.

Исследование и проектирование таких систем создали необходимые предпосылки для объединения технических дисциплин и наук о человеке и его трудовой деятельности.

Термин “эргономика” в переводе с греческого (*ergon* — работа, *nomos* — закон) означает “закон работы”. Войтех Ястшембовский, впервые предложивший его в 1857 г., имел в виду науку о труде, основанную на закономерностях науки о природе. Такой же смысл В. Н. Мясищев вкладывал в понятие “эркология”, а В. М. Бехтерев — в содержание науки “эргонология”. Авторы проектов этих новых даже для 20-х гг. XX столетия научных дисциплин указывают на то, что трудовая деятельность не изучается ни одной из существующих наук, не умещается в их рамки, несмотря на свою крайнюю важность.

Официально термин “эргономика” был принят в Англии в 1949 г., когда группа английских ученых положили начало орга-

низации “Эргономического исследовательского общества”. В некоторых странах эта научная дисциплина имеет иные названия: в США — “исследование человеческих факторов”, в Германии — “антропотехника” и др.

Предпосылками возникновения и развития эргономики послужили проблемы, связанные с внедрением и эксплуатацией новой техники и технологий. Необходимо было согласовать принципы и рекомендации психологов, физиологов, дизайнеров и объединить их в общую систему требований к содержанию и характеру труда в системе “человек — техника — среда”.

Ее предметом является трудовая деятельность, а объектом исследования — система “человек — орудие труда — предмет труда — производственная среда”.

Таким образом, эргономика занимается комплексным изучением и проектированием трудовой деятельности с целью оптимизации орудий, условий и процесса труда, а также профессионального мастерства.

В процессе становления эргономики решались проблемы, обусловленные:

- ростом травматизма людей, взаимодействующих с техническими системами на производстве, транспорте, в быту;
- высокой текучестью кадров, возникающей вследствие неудовлетворенности работником своим трудом, тем, как спроектирован технологический процесс, как организовано его исполнение. Исследования показывают, что малоквалифицированный, неинтересный, физически тяжелый труд не стимулирует развитие личности работника, ограничивает его стремление к духовному росту и нередко сопряжен с асоциальными формами поведения;
- увеличением числа нервно-психических заболеваний, обусловленных так называемым индустриальным стрессом, вызванным внезапностью и новизной, заложенными в технологический процесс.

Целями эргономики являются:

- 1) повышение эффективности системы “человек — техника — среда”, позволяющей достигать поставленной цели в заданных

условиях с определенным качеством. Эффективность системы "человек — техника — среда" невозможна без высокой работоспособности и надежности человека-оператора за счет оптимизации деятельности человека, совершенствования средств труда и органов управления;

2) безопасность труда, так как деятельность человека-оператора стала настолько сложной, что во многих случаях это ведет к опасным ошибкам и, как неизбежное следствие, к травмам. С учетом все более усложняющегося процесса взаимодействия человека с техническими средствами эргономист при создании последних должен учитывать: возможности психологических процессов человека по приему, переработке информации и принятию правильного решения в конкретных условиях, его способности работать в состоянии утомления, эмоционального стресса, психической напряженности и т. д.;

3) обеспечение условий для развития личности работающего в процессе труда. Достижение этой цели возможно лишь в случае постепенного и органического соединения физического и умственного труда в процессе производственной деятельности.

Эргономика так или иначе связана со всеми науками, предметом исследования которых является человек как субъект труда, познания и общения. Ближайшей для нее отраслью психологии является инженерная психология, задачей которой является изучение и проектирование внешних средств и внутренних способов трудовой деятельности операторов. Эргономика не может абстрагироваться от проблем взаимосвязи личности с условиями, процессом и орудиями труда, которые являются предметом изучения психологии труда. Она тесно связана с физиологией труда, которая является специальным разделом физиологии, посвященным изучению изменений функционального состояния организма человека под влиянием его рабочей деятельности и физиологическому обоснованию научной организации его трудового процесса, способствующей длительному поддержанию работоспособности человека на высоком уровне.

В эргономике используют данные гигиены труда, которая является разделом гигиены, изучающей влияние производст-

венной среды и трудовой деятельности на организм человека и разрабатывающей санитарно-гигиенические мероприятия по созданию здоровых условий труда. По своей природе эргономика занимается профилактикой охраны труда, под которой подразумевается комплекс правовых, организационных, технических, экономических и санитарно-гигиенических мероприятий, направленных на обеспечение безопасности труда и сохранение здоровья работающих.

Кроме того, эргономика решает такие проблемы, как: оценка надежности, точности и стабильности работы оператора, исследование влияния психологической напряженности, утомления, эмоциональных факторов и особенностей нервно-психической организации оператора на эффективность его деятельности в системе "человек-машина", изучение приспособительных и творческих возможностей человека.

Эргономика тесно связана с промышленной социологией, социальной психологией и другими общественными науками. Вне этих связей эргономика не может ни полноценно развиваться, ни правильно прогнозировать социальный эффект от внедрения разрабатываемых ею рекомендаций. Данная группа наук в определенном отношении опосредствует взаимосвязь эргономики с экономикой.

Внедрение результатов эргономических исследований в практику дает ощутимый социально-экономический эффект. Как отечественный, так и зарубежный опыт внедрения эргономических требований свидетельствует о том, что это приводит к существенному повышению производительности труда. При этом грамотный учет человеческого фактора представляет собой не разовый источник повышения, а постоянный резерв увеличения эффективности общественного производства.

Комплексный подход, характерный для эргономики, позволяет получить всестороннее представление о трудовом процессе и тем самым открывает широкие возможности его совершенствования. Именно эта сторона эргономических исследований представляет особую ценность для научной организации труда, при которой практическому внедрению конкретных мероприятий

предшествует тщательный научный анализ трудовых процессов и условий их выполнения, а сами практические меры базируются на достижения современной науки и передовой практики.

3.2. Показатели эргономики

Эргономика характеризуется следующими показателями:

– **антропометрическими**, регламентирующими соответствие товаров форме и размерам фигуры человека. Производство товаров предполагает обязательное изучение и учет антропометрических особенностей мужских, женских и детских фигур. Так, для производства швейных товаров используют методики измерения фигур и размерно-ростовочно-полнотные данные, отраженные в ГОСТ 17521-72 “Типовые фигуры мужчин. Размерные признаки для проектирования одежды” и ГОСТ 17522-72 “Типовые фигуры женщин. Размерные признаки для проектирования одежды”. Для стандартных фигур вырабатываются товары массового производства, а для фигур с какими-либо особенностями в строении изготавливают товары по индивидуальным заказам;

– **анатомо-физиологическими**, учитывающими функциональные возможности мышц в зависимости от позы, распределение массы человеческого тела, анатомию и особенности функционирования человеческих органов;

– **гигиеническими**, нормирующими условия жизнедеятельности и работоспособности человека при его взаимодействии с товаром. Он предполагает создание на рабочем месте нормальных условий микроклимата и ограничение воздействия вредных факторов внешней среды. Превышение допустимых пределов может угрожать жизни и здоровью человека, снижать его работоспособность. Известно, что оптимальная для работы человека температура окружающей среды составляет 18 °С; при повышении температуры до 25 °С начинается физическое утомление и появляются раздражительность и напряженность; при 30 °С ухудшается умственная деятельность, замедляется реакция, возникают ошибки; температуру около 50 °С человек

оператор может переносить в течение одного часа. Эргономисты выделяют комфортную, относительно дискомфортную, экстремальную и сверхэкстремальную внешние среды на рабочем месте оператора.

Комфортная среда обеспечивает оптимальную динамику работоспособности оператора, хорошее самочувствие и сохранение его здоровья.

Оптимально дискомфортная среда, воздействуя в течение определенного интервала времени, обеспечивает заданную работоспособность и сохранение здоровья, но вызывают у человека-оператора неприятные субъективные ощущения и функциональные изменения, не выходящие за пределы нормы.

Экстремальная рабочая среда обуславливается снижением работоспособности человека и вызывает функциональные изменения, выходящие за пределы нормы, но не ведущие к патологическим нарушениям.

Сверхэкстремальная среда приводит к возникновению в организме человека патологических изменений и (или) к невозможности выполнения работы;

– **физиологическими** показателями, характеризующими те эргономические требования, которые определяют соответствие системы “человек — техника — среда” силовым, скоростным, энергетическим, зрительным, слуховым, осязательным, обонятельным возможностям и особенностям человека. В соответствии с ГОСТ 21829-76 “Кодирование зрительной информации” минимально допустимая яркость цветных знаков должна быть 10 кд/м², рекомендуемая 170 кд/м², оптимальная угловая величина цветового знака — 35–45 кд/м² и т. д. В процессе проектирования необходимо отчетливо представлять возрастные, половые, психологические и другие особенности работающего. Так, с возрастом резко падает чувствительность к свету: потребность у человека 30-летнего возраста в два раза, у 40-летнего в три, а у 50-летнего в шесть раз больше, чем у 10-летнего. Слуховой канал человека способен воспринять до 16–25 градаций тональных сигналов, различающихся по высоте или громкости;

— психологическими показателями, отражающими соответствие машины возможностям и особенностям восприятия, памяти, мышления, психомоторики, закрепленными и вновь формируемыми навыками работающего человека. Анализ множества ошибок операторов, приводящих к остановке или авариям, показывает, что 50% из них имеют в своей основе недоучет психологического группового показателя, 22% — психофизического, 6% — физиологического, 19% — гигиенического и 3% — антропометрического.

Ниже приводятся эргономические требования к рабочему месту человека-оператора. Так, характеристики кресла человека-оператора следующая: форма сиденья — квадратная; форма спинки — прямоугольная вогнутая, угол наклона сиденья назад — 5–6 градусов, угол наклона спинки — от 5 до 10 градусов; высота подлокотника — должен находиться на одном уровне с поверхностью стола.

На рисунке 44 приведены оптимальные размерные характеристики рабочего места.

В соответствии с особенностями моторики человека разработаны следующие закономерности и принципы движений человека в процессе взаимодействия со средствами труда:

- движения должны быть простыми и ритмичными;
- каждое предыдущее движение должно заканчиваться в положении, удобном для осуществления следующего движения;
- непрерывные, криволинейные движения рук совершаются быстрее одиночных движений с внезапными изменениями направления;
- предыдущие и последующие движения должны иметь плавный переход;
- поступательные движения осуществляются медленнее, чем вращательные;
- скорость движения рук по горизонтали больше, а движения точнее, чем по вертикали;
- динамическая работа рук характеризуется большей координированностью в положении стоя;
- точность движений в положении “сидя” выше, чем в других положениях.

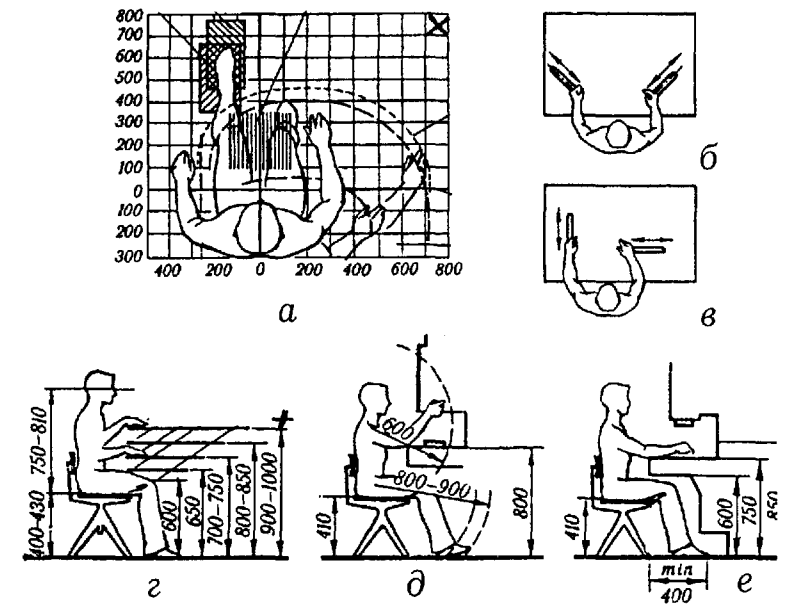


Рис. 44. Размерные соотношения на рабочем месте: а — рабочая зона в горизонтальной плоскости; б — правильное направление движения рукояток; в — неправильное направление движения рукояток; г — высота рабочей поверхности при работе сидя; д — пространство при работе у обрабатывающего станка; е — пространство для рук и ног при работе у пресса

3.3. Факторы, вызывающие утомление человека в процессе деятельности

Основным фактором, вызывающим утомление, является напряженность деятельности, т. е. нагрузка. Помимо абсолютной величины нагрузки на степень развития утомления оказывает влияние еще ряд факторов, среди которых необходимо выделить следующие:

- характер нагрузки: статический или динамический;
- интенсивность нагрузки, т. е. ее распределение во времени;
- постоянный и ритмический характер нагрузки.

Статическая физическая нагрузка при прочих равных условиях ведет к большему развитию утомления, чем динамическая, причем субъективное ощущение усталости в этом случае выражено особенно отчетливо.

Время наступления утомления и его выраженность зависят от степени интенсивности нагрузки следующим образом: при увеличении интенсивности нагрузки утомление наступает раньше, при уменьшении интенсивности нагрузки — время наступления утомления не изменяется (в последнем случае производительность труда значительно снижается, что невыгодно). Существует определенная оптимальная интенсивность нагрузки, при которой утомление развивается медленнее всего.

Помимо величины нагрузки существует ряд дополнительных или способствующих развитию утомления факторов. Сами по себе они не ведут к развитию утомления, однако, сочетаясь с действием основного фактора, способствуют более раннему и выраженному наступлению утомления. Эти факторы можно разбить на три большие группы:

- 1) микроклимат;
- 2) использование техники;
- 3) нарушение режима труда и отдыха.

К первой группе относятся: пониженное содержание кислорода во вдыхаемом воздухе, повышенное содержание углекислого газа, высокая температура среды, повышенная влажность, изменение барометрического давления и т. п.

Наибольшим разнообразием характеризуется вторая группа. Среди причин, входящих в эту группу, следует назвать изменение состава воздуха — загрязненность его различными газами (например, продуктами неполного сгорания топлива и др.); действие механических сил, ведущих к вибрации, тряске, ускорениям, воздействию электромагнитных колебаний, шумов и ультразвука, изменение освещенности, неудобство рабочей позы и многое другое.

Наконец, к третьей группе относятся факторы, связанные в основном с нарушением режима труда и отдыха: недостаточность времени для восстановления сил после утомления, неправиль-

ное использование перерывов между работой, непродуманное планирование работы и отдыха.

Управление эмоциональными состояниями — одна из задач эргономики, так как на развитие утомления сильно влияют эмоциональные факторы. Выраженность и время наступления утомления человека, его общего и специального физического развития и т. п.

В тех случаях, когда предъявляемые к организму требования находятся на пределе его физиологических возможностей или превышают их, наблюдается переход состояния адекватной мобилизации в состояние динамического рассогласования. Однако динамическое рассогласование может возникнуть при небольшой информационной нагрузке, когда имеются различного рода эмоциональные сдвиги, особенно связанные с малым навыком в работе.

Знание основ эргономики позволяет обеспечить безопасность, комфорт и эффективность системы “человек — техника — среда” путем создания дизайнерами товаров, максимально удобных для осуществления трудовой деятельности человека.

4. КОМПОЗИЦИЯ ТОВАРОВ

4.1. Общие понятия и принципы создания композиции

Создание нового изделия является сложным и ответственным процессом. Существуют определенные принципы, условия и практическим опытом установленные закономерности, пользуясь которыми можно создать гармоничные товары. Композиция является важнейшим элементом, позволяющим создать целостное произведение, все составляющие которого находятся во взаимном и гармоничном единстве и выражают образное содержание данного произведения или товара. Термин «композиция» (*compositio*) имеет латинское происхождение и означает составление, связывание, расположение, сложение частей в единое целое в определенном порядке.

Композиции бывают: закрытые, открытые, устойчивые и неустойчивые.

Закрытые — композиции, где линии взаимодействия составляющих элементов направляется к сюжетно-композиционному центру.

Открытые — композиции, где линии расходятся от сюжетно-композиционного центра, отражая связи элементов или объектов. Открытая композиция требует продолжения и завершения; так как не имеет самостоятельного и решающего значения. Открытые композиции драматически напряжены.

Устойчивые — композиции, где основные композиционные оси пересекаются под прямым углом в центре. Главные компоненты располагаются равномерно. Устойчивые композиции создают впечатление покоя и стабильности.

Неустойчивая композиция предполагает пересечение композиционных линий взаимодействия объектов или элементов под острыми углами. В ней используются в основном такие фигуры, как диагонали, круги, овалы.

Устойчивые и закрытые типы композиции преобладают, например, в искусстве Возрождения, динамические и открытые — в искусстве барокко. В истории искусства большую роль сыграли как сложение общепринятых композиционных канонов (например, в древневосточном, раннем средневековом искусстве, в искусстве Высокого Возрождения, классицизма), так и движение от традиционных жестких канонических схем к свободным композиционным приемам. Так, в искусстве XIX–XX вв. немало важным было стремление художников к свободной композиции, отвечающей их индивидуальным творческим особенностям.

Важным фактором формирования композиционного решения является процесс формообразования в природе. Природные объекты представляют дизайнерам широкие возможности для создания наиболее целесообразных форм изделий. Так, исследование динамики полета и структуры крыла птицы помогло известному русскому изобретателю Н. Е. Жуковскому открыть закон, определяющий подъемную силу крыла самолета, и установить наиболее выгодные профили крыльев и лопастей винта самолета. Благодаря природе было выявлено, что обтекаемость формы является объективным законом в формировании скорости автомобилей. При этом форма изделий должна соответствовать назначению, материалам, используемым для изготовления и конструктивной схеме.

Предметом композиции в сфере производства товаров является изделие и прилегающее к нему пространство. Будучи эстетической характеристикой, композиция отражает систему организации связей элементов формы и содержания изделия, диктует расположение частей, составляющих изделие, в определенной системе и последовательности.

Теория композиции вооружает дизайнера общими закономерностями строения изделия, средствами и приемами построения красивой формы. С помощью композиции решаются такие

проблемы, как: изучение закономерностей формообразования и компоновки изделий, а также исследование соответствия целостности гармонического образа изделия эстетическим, функциональным и технико-экономическим требованиям.

Творческий процесс создания композиции — сложное многоаспектное явление. Здесь тесно переплетаются и обуславливают друг друга два начала творческой деятельности человека: эмоционально-интуитивное и интеллектуально-логическое.

Художественная идея, первоначальный образ, хотя и основана на определенных функциональных предпосылках, это прежде всего результат эмоций, интуиции, фантазии и личных представлений дизайнера. В результате накопленного материала у дизайнера возникает та или иная идея. Постепенно, в силу особенностей его мышления, стремления к обобщению, она воплощается в художественный образ. Важным аспектом в процессе разработки композиционного решения является решение следующих вопросов: предполагаемая категория потребителей, виды используемых материалов, вариант формы и композиционного решения для раскрытия идеи. Так, наиболее конкурентоспособные модели сотовых телефонов вырабатываются из стандартных материалов. Однако уже существуют дизайнерские компании, создающие эксклюзивные модели телефонов из драгоценных металлов и камней.

При разработке формы и декоративного оформления модели дизайнер использует разные источники. Среди них:

- образы природы (сочетание цвета, форма, движение);
- образцы классического декоративного искусства;
- образцы народного творчества, тканей, керамики;
- явления и события действительности;
- образцы культуры и творчества народов зарубежных стран;
- новые материалы и технологии;
- личные переживания, ощущения художника;
- впечатления от личности и индивидуальности известных людей.

Однако любая первоначальная художественная идея требует обоснования, уточнения, проверки логикой, знанием, накопленным практическим опытом. Такой практический опыт можно охарактеризовать как эстетические законы, категории и принципы построения композиции.

Основным принципом построения композиции является **цельность**, под которой понимается неразрывность, непрерывность, единство, т. е. соединение всех элементов в единое целое. Несмотря на то что композиция состоит из многих разных частей, они должны быть так взаимосвязаны, чтобы композиция в целом производила гармоничное впечатление. Цель любого произведения узнается по таким характеристикам, как ясность и простота восприятия формы. Чем сложнее композиция, тем ценнее простота ее восприятия. В своей книге “Анализ красоты” (1987) У. Хогарт утверждает: “Простота без многообразия совершенно пресна и в лучшем случае разве что не вызывает неудовольствия”. Однако “...простота придает красоту даже многообразию, делая его более доступным восприятию. Ее следует всегда изучать в произведениях искусства, так как она предупреждает путаницу в изящных формах”.

Основными категориями композиции являются объемно-пространственная структура и тектоника.

Объемно-пространственная структура, наряду с тектоникой, играет значительную роль в достижении подлинной гармонии, поскольку предполагает взаимодействие всех элементов формы изделия между собой и с пространством. Создание конкурентоспособного и эстетически совершенного изделия невозможно без учета характера взаимодействия пространства с объектом. Различное расположение объектов в пространстве позволяет создавать впечатление устойчивости или напряженности, динамичности или статичности, простоты или сложности.

Важным принципом создания хорошо организованной объемно-пространственной структуры является органическое единство между отдельными элементами или частями структуры. Немалое значение при рассмотрении любой формы в пространстве имеет и точка нахождения человека, с которой он

воспринимает изделие. В зависимости от ракурсов восприятия объемно-пространственной структуры отношения объема и пространства имеют различное воздействие на человека. При определенных пропорциях объема изделия и пространства, последнее может оптически уменьшать отдельные элементы объема, т. е. создавать иллюзию меньших размеров изделия, чем в действительности. Следует также учитывать, что в организации объемно-пространственной структуры существует предел сложности, за которым даже закономерное может восприниматься как хаотическое.

Одним из важных методов развития пространственного воображения дизайнеров следует назвать свободные фантазии на тему “Форма изделия”. Свободное фантазирование позволяет раскрепостить творческий потенциал, уйти от сегодняшних канонов, увидеть перспективы и таким образом создать оригинальную объемно-пространственную структуру изделия. Ведущие японские фирмы, занимающиеся производством автомобилей, радио- и телеаппаратуры, постоянно проводят конкурсы на самую оригинальную модель изделия. В этих конкурсах принимают участие не только профессионалы, но и любители различных возрастов, свободно владеющие “азбукой” классических форм. Иногда это совершенно немислимые для сегодняшнего дня варианты, которые, как показывает опыт, находят свое отражение в создании перспективных и конкурентоспособных изделий.

Тектоникой называют зримое отражение в форме работы конструкции и организации материала. Форма любого изделия всегда так или иначе выражает особенности его строения. Понятие “тектоника” неразрывно связывает две важнейшие характеристики изделия — его конструктивную основу и форму во всех ее важных проявлениях. Если обратить внимание на природные образования, то они нам дают наглядные уроки того, как по-разному, но закономерно конструкция находит отражение в форме. Так, структурой живого организма является скелет. Однако он невидим сквозь мышцы и кожу. Но мы прекрасно осознаем как в целом, так и в любом “узле” связи конструкции с формой. Если при создании изделия дизайнер находит средства, позволяющие

с такой же ясностью выразить отношения между внутренней структурой и внешней формой, то такое изделие представляет собой образец полной тектоничности.

Тектоника опирается на закономерности конструктивной компоновки и проявляется во взаимном расположении частей изделия, его пропорциях, ритмическом чередовании элементов, контрасте и т. п. Тектоника — это правдивость формы изделия в отношении конструкции и материала. От того, насколько правильно использован материал, зависит тектоническая выразительность изделия. Закономерности тектоники, основываясь на законах механики, динамики, сопротивления материалов и др., отражают логику работы конструкции изделия, обеспечивающую не только чисто функционально-утилитарную, но и эстетическую выразительность изделия. Ложная, невыразительная конструкция не может характеризоваться высокими показателями эстетических свойств, т. е. быть красивой.

Таким образом, создание удачной композиции конкретного изделия возможно лишь с учетом как тектонических, так и объемно-пространственных связей и отношений.

4.2. Средства создания композиции

К средствам создания композиции относятся: пропорции, контраст и нюанс, ритм и метр, симметрия и асимметрия, масштаб. Создаваемая композиция может иметь как гармоничный, так и хаотичный характер. Пропорциональность, симметрия, ритмичность являются признаками гармоничных композиций. Диспропорция, асимметрия, аритмичность способствуют созданию хаотичных вариантов композиции.

Пропорции (лат. *proportio*) означают соразмерность, логичное соотношение размеров, частей и предметов между собой. Они занимают приоритетное положение среди вспомогательных средств композиции как с точки зрения их возможностей при создании формы, так и с точки зрения важности тех качеств, которые достигаются с их помощью. Пропорции позволяют более

целесообразно организовать форму, с их помощью легко установить взаимосвязь между другими средствами композиции.

Пропорциям, как средству гармонизации формы, придавали большое значение ученые, зодчие и художники различных эпох. Древние египтяне избрали своеобразным мерилom при строительстве треугольник с отношением сторон 3:4:5. В Древней Греции пропорции были своего рода философией архитектуры, нашедшей отражение в создании ордерных систем, применяемых в строительстве.

Самым известным примером гармоничной пропорции служит принцип золотого сечения, известный еще художникам и архитекторам античности. В отрезке, разделенном на две части, меньшая часть так относится к большей, как большая относится ко всему отрезку:

$$A : B = B : (A + B).$$

Пользуясь принципом золотого сечения, можно создавать в композиции наиболее совершенные пропорции и устанавливать органичную связь между целым и его частями. При создании костюма важным условием является учет особенностей человеческой фигуры, ее собственных пропорций. Между отдельными частями фигуры человека существуют определенные математические соотношения. Римский архитектор и инженер I в. до н. э. Витрувий в своем трактате «Десять книг об архитектуре» утверждает, что фигуру человека можно разделить на восемь одинаковых частей. При этом модулем измерения является высота головы (рис. 45).

Современные дизайнеры определяют пропорциональность фигуры по следующим методикам:

– от верхушечной части фигуры до талии укладывается три высоты головы, от талии до пола — пять или четыре с половиной высоты головы;

– пропорциональную фигуру можно разделить на четыре равные части: от макушки головы до подмышек, от подмышек (линии груди) до середины бедер, от бедер до середины колена, от колена до пола.

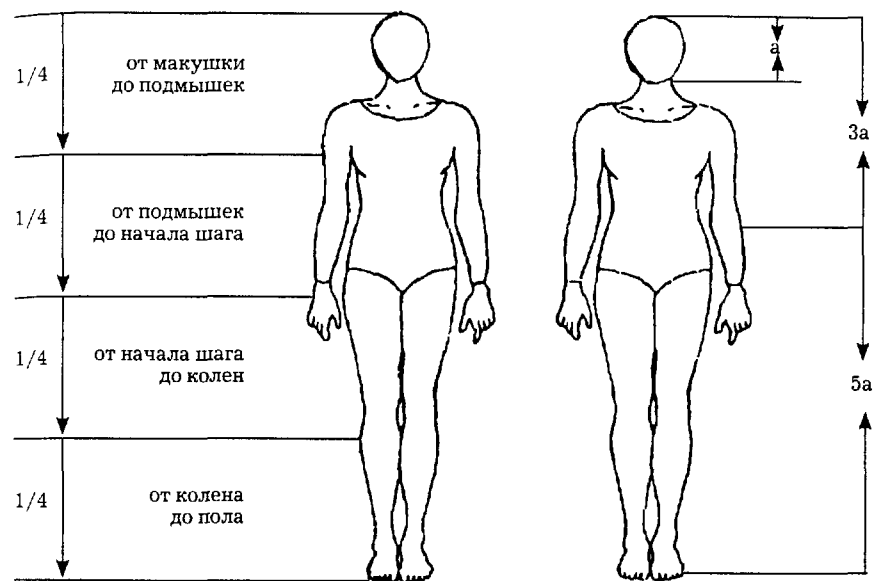


Рис. 45. Методики определения пропорциональности фигуры

С помощью пропорций можно придать форме статичность или динамичность, легкость или массивность, устойчивость и т. п. (рис. 46).

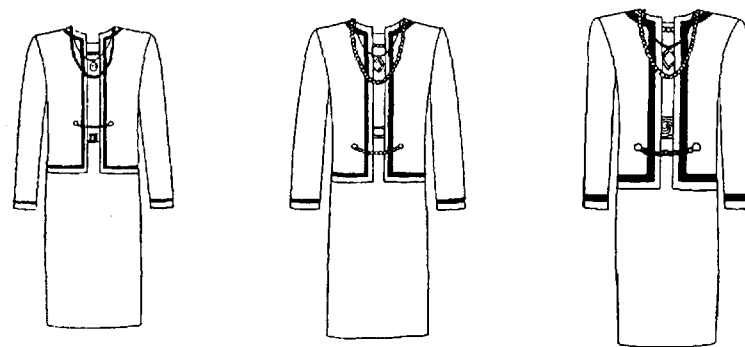


Рис. 46. Пропорции в отделке швейных товаров

При разработке композиции рисунка на ткани или тканом изделии дизайнер обязан учитывать пропорции размера рисунка по отношению:

- к фигуре человека, в случае если ткань предназначена для изготовления платьево-костюмного ассортимента;
- к параметрам интерьера и мебели для мебельно-декоративных тканей;
- к основному элементу, на котором базируется композиция рисунка, его содержание.

При конструировании различных изделий промышленного производства нельзя рассматривать пропорции лишь как средство, способствующее приданию им большей эстетичности. Созданные в соответствии с удачно разработанными пропорциями стиральная машина, холодильник, автомобиль, ювелирное изделие и т. п. характеризуются более высокими показателями удобства и надежности по сравнению с непропорциональными вариантами и пользуются большим спросом.

Масштаб (нем. *maßstab*) — соотношение параметров отношения длины линии на чертеже, плане или карте к длине соответствующей линии в натуре. Наглядным примером масштабности и соразмерности является животный и растительный мир. Например, размер и формы плавников у рыбы, ствол дерева или кустарника, колос пшеницы соответствуют своему конструктивному строению и обеспечивают прочность, функциональность и устойчивость. Понятие о реальной величине и масштабе предметов возникает в процессе сравнения их друг с другом и с размерами человека. "Человек есть мера всех вещей", — высечено на мраморе древнегреческого храма в г. Дельфы. Когда архитектор проектирует здание или дизайнер создает макет изделия, обязательной мерой масштабности является фигура человека.

Масштабные закономерности представляют собой различные формы масштабных связей:

- отношение элементов к целому и друг к другу;
- отношение элемента к материально-предметной или природной среде;
- отношение размеров и масштаба элемента к человеку.

Только полная взаимная согласованность всех масштабных связей, т. е. размерных величин, которые в станке, транспортном средстве, электротоварах и других изделиях как-то связаны с человеком и определяют удобство пользования ими, позволяет создать гармонический масштабный строй. Отступление от антропометрических требований может привести к созданию немасштабного изделия. В качестве примера можно привести создание малолитражек, копирующих стремительную форму мощного автомобиля; пошив детской одежды аналогичной фасонам взрослой и т. п.

Соразмерность между изделием и человеком достигается организацией рабочего места соответствующего человеческим возможностям. Чем теснее контакт человека с изделием, тем точнее должно быть это соответствие. Мерой, характеризующей масштабность изделия, являются элементы управления (кнопки, рукоятки, сенсорные переключатели) и другие видимые детали, размеры которых имеют относительно постоянные значения независимо от того, установлены они на большом или малом изделии.

Основой для изготовления масштабных и пропорциональных изделий служат эргономические требования, связанные с антропометрическими, физиологическими, психологическими и психофизиологическими особенностями человека. Создание масштабных изделий самым непосредственным образом связано с пропорционированием. Варьируя пропорциями, можно изменять масштабность изделия и придавать ему истинный или иллюзорный масштаб. В архитектуре этот прием позволяет создавать необходимый масштабный строй здания путем изменения отношений между основными объемами, размерами оконных проемов и т. п.

При изготовлении товаров легкой промышленности, т. е. изделий, непосредственно контактирующих с человеческим телом и фигурой, используются данные о пропорциях отдельных частей тела человека в зависимости от возрастного периода. Каждый из периодов в развитии человека имеет свои особенности, отражающиеся в изменении строения тела. Эти изменения

носят неравномерный характер. В таблице 3 приведены средние метрические показатели высоты головы и высоты тела, а также соотношение между этими показателями человеческой фигуры от новорожденного до взрослого человека. Эти показатели являются важными при проектировании одежды, которая для детей и взрослых имеет свои особенности. При росте новорожденного в 50 см высота его головы составляет около 12 см. Таким образом, высота головы составляет практически четвертую часть тела новорожденного. У двухлетнего ребенка это соотношение составляет 1 : 5, у четырехлетнего — 1 : 6, у двенадцатилетнего — 1 : 7 и в возрасте 22–35 лет — 1 : 8. Как было отмечено ранее, для взрослого человека высота головы является модулем определения пропорциональности фигуры.

Таблица 3

Основные размеры человеческой фигуры

Возраст человека	Высота фигуры, м	Высота головы, м	Отношение высоты головы к росту
Новорожденный	0,5	0,12	4,0
4 месяца	0,61	0,14	4,5
2 года	0,82	0,16	5,0
4 года	1,05	0,18	6,0
12 лет	1,38	0,20	7,0
22–35 лет	1,79	0,23	8,0

В процессе физического развития значительные изменения претерпевают пропорции тела ребенка, постепенно приближаясь к пропорциям, характерным для взрослого человека (рис. 47).

Контраст (франц. *contrast* — резко выраженная противоположность) — одно из главных средств композиции, придающее объекту визуальную активность и проявляющееся моментально и четко. Свойства предмета усиливаются рядом с его антиподом: толстый — тонкий, черный — белый (рис. 48), сложный и простой.

Контрастные отношения элементов формируются путем противопоставления различных структур, вариантов обработки или фактуры материалов (шероховатой и гладкой), зрительной

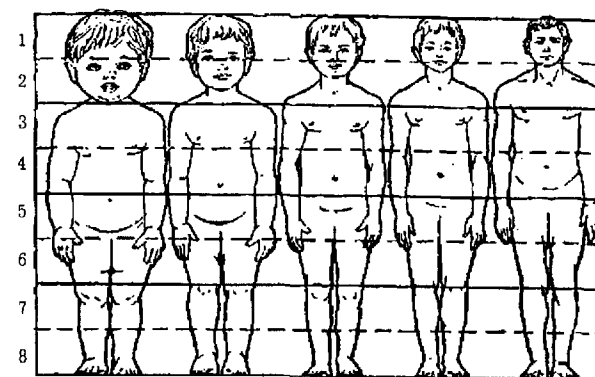


Рис. 47. Изменения строения тела человека

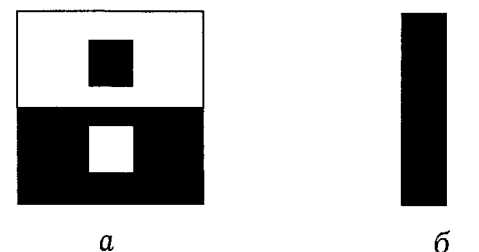


Рис. 48. Контраст: а — цветовой, б — структурный

массы (тяжелой и легкой), параметров, составляющих элементы (большие и малые), цветов, оттенков и т. п. Такое противопоставление позволяет создавать изделия заметной, выделяющейся на фоне других формы. Однако не всякое произвольное сопоставление можно назвать контрастным. Это определение относится лишь к сопоставлениям однородных свойств объектов.

Контраст как средство композиции имеет преимущества и недостатки. К преимуществам следует отнести выразительность формы, созданной на его основе, а также то, что такая форма надолго фиксируется в памяти. Недостаток заключается в том, что в чрезмерных количествах он разрушителен, как любое сильное действующее средство. Поэтому при создании композиции с

применением контраста необходимо соблюдение определенной меры. Степень контраста должна регулироваться эргономистами, так как чрезмерные контрасты быстро утомляют, а полное отсутствие контраста притупляет внимание.

Оптимальными считаются такие контрастные отношения между составляющими, при которых не нарушается целостность композиции изделия. Сложность нахождения "границы" заключается в том, что на сегодняшний день дизайнер располагает единственным средством измерения композиционных пределов контраста — интуицией. Именно она позволяет создавать конкурентоспособные и пользующиеся спросом товары.

Нюанс (франц. *nuance*), представляющий собой разнообразие тонких различий и едва заметных переходов, позволяет придать любому изделию особую привлекательность. В любой форме контраст проявляется активно, но достижение гармонии возможно при использовании таких отношений, без которых воздействие контраста может стать резким. Как композиционное средство, нюанс может проявляться в цвете, пропорциях, ритме, пластике и т. д. Без этого порой незаметного средства композиции невозможно довести любое произведение или изделие до такой степени отточенности, когда этот объект, привлекая к себе внимание, уже не "отпускает" нас.

Как контраст вызывает необходимость его дополнения нюансными отношениями, так и нюансировка не может развиваться сама по себе, независимо от контрастирующих проявлений. Отдавая должное значимости контраста в построении композиции, не стоит умалять значение нюансировки. К. Брюллов заметил: "Искусство начинается там, где начинается чуть-чуть". Эти слова вполне могут быть отнесены к нюансу, поскольку сегодня дизайнер создает столь тонкие, изящные и оригинальные изделия, которые способны волновать нас подобно произведениям искусства.

Возможности и области применения нюанса безграничны. Фото- и кинотовары, теле-, радио- и видеоаппаратура, охотничьи ружья, одежда, хозяйственные товары и т. п. — это изделия, эстетичность которых создается за счет нюансной обработки

формы. Нюансная обработка ювелирных изделий связана с пластикой: блики камней, изгибы форм, матовость и блеск, четкость тонких линий переходов. Все это создает изделия, которые могут быть отнесены к произведениям искусства. Нюанс — самое тонкое, едва уловимое и изящное средство композиции, позволяет придать изделию неповторимость и элегантность, особую прелесть и теплоту.

Симметрия (от греч. *symmetria* — соразмерность) — это гармония, соразмерное расположение элементов в пространстве, при котором одна половина является как бы зеркальным отражением другой и часто трактуется как основной закон природы. Она является той идеей, посредством которой человек на протяжении веков пытался постичь и создать порядок, красоту и совершенство (рис. 49).

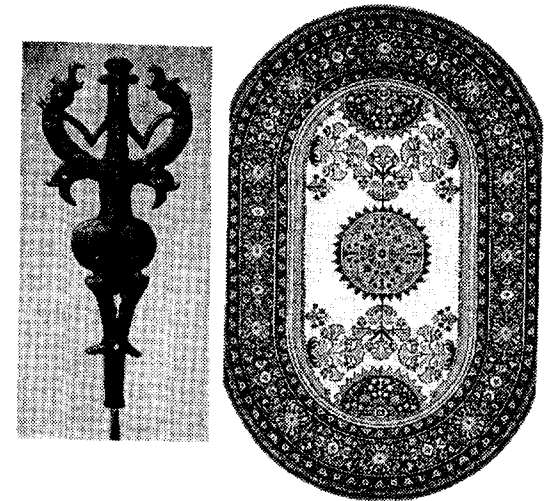


Рис. 49. Симметрия в изделиях

Известно два основных вида симметрии: зеркальная и осевая. Фигура человека — пример зеркальной симметрии. Осевая симметрия характерна равноудаленностью точек относительно оси, а не плоскости, как в первом случае. Раскрывая сущность симметрии в природных творениях, человек постепенно осознал ее как средство создания гармонии и целостности формы произведения искусства или предметной среды. В творческой практике оформления тканей уже второе столетие применяется "метод совершенных форм". В качестве орнаментального мотива используется идеализированная (совершенная) форма растения или его части, хотя в природе не существует идеальной

симметрии и каждое растение имеет массу индивидуальных отклонений. Поэтому, говоря о природной симметрии, мы имеем в виду понятие относительного равенства, приблизительного соответствия.

Обычно в искусствоведении симметрию связывают со спокойным равновесием, создающим ощущение покоя и удовольствия. Крупные, строго симметричные орнаменты своей строго организованной и легко читаемой структурой оказывают сильное воздействие на человека. Грамотно и талантливо спроектированные симметричные орнаменты представляют собой образец истинной красоты и воспринимаются легко и сразу. В текстильной промышленности при разработке вариантов рисунков для штучных тканых изделий широко используется зеркальная симметрия. При симметричном рисунке составляется эскизная разработка лишь одной половины, а для штучных изделий типа салфетки, скатерти, платка — одного угла. Симметричность в композиции наиболее удобна и приемлема при геометрическом характере рисунка. Растительный или цветочный орнамент создается, как правило, без использования симметричной закономерности. Симметрия также используется при оформлении интерьеров храмов, жилых и офисных помещений. Симметричные орнаменты, используемые для отделки ковров и мебельно-декоративных тканей, позволяют спроектировать типовую среду с определенной функциональной направленностью.

Отдавая должное симметрии как одному из наиболее ярко проявляющихся средств гармонической организации формы в архитектуре и дизайне не следует рассматривать ее как основной критерий прекрасного. Кроме того, строгое следование симметрии в некоторых случаях лишает изделие или произведение искусства выразительности и динамичности.

Асимметричные композиции с точки зрения эстетической ценности не уступают симметричным. И если симметрия издавна волновала воображение людей необычайной стройностью, порядком и покоем, то в асимметричных композициях принцип организации формы проявляется не столь наглядно, поскольку элементы не связаны осью симметрии (рис. 50). Тем не менее

асимметрия позволяет увязывать отдельные элементы в целостные, гармонично-функциональные композиции, гармония которых раскрывается постепенно. Поэтому создание изделия асимметричной формы требует от дизайнера более творческого подхода, обеспечивающего композиционное равновесие. Асимметрия не означает отсутствие порядка и закономерности, но этот порядок более сложен, чем в симметричных формах. В Японии создана эстетика асимметрии, прекрасно отражающаяся в искусстве икебана. Любая прекрасная природная форма, изделие или произведение искусства представляют собой диалектическое единство симметрии и асимметрии.

Если бы мир был абсолютно симметричным, то в нем господствовала бы скука. Асимметрия по своей природе имеет более тесные и гибкие связи с окружающим миром. Активное воздействие асимметричных форм на среду объясняется тем, что изделие с ярко выраженной асимметричной формой привлекает внимание и тем самым оживляет и разнообразит симметричное пространство. Поэтому она всегда вызывает повышенный интерес у модельеров и дизайнеров, работающих в авангардистских направлениях. Дизайн одежды все больше ощущает потребность в тканях с активной асимметрией в рисунках.

Метр и особенно **ритм** — сильнейшее средство воздействия на человеческое сознание. Строение формы любого изделия можно рассматривать как результат повтора одинаковых (метрическое строение формы) либо чередования одинаковых и отличных геометрических элементов (ритмическое строение формы). Именно ритмический и метрический строй всех частей и элементов посуды должен быть подчинен общему композиционному замыслу. Четкость восприятия композиции, ее запоминаемость напрямую зависят от ритма.

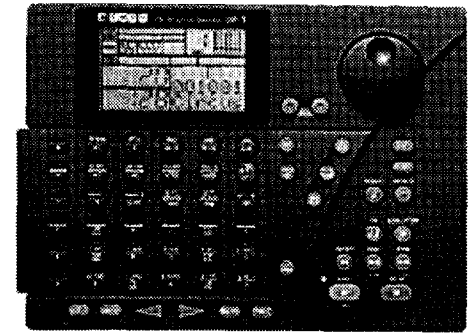


Рис. 50. Асимметричная композиция

Ритм (греч. *rhythmos* — происходящее с определенной последовательностью) — как средство композиции способствует приданию ясности, четкости и стройности любому эстетическому объекту, созданному природой или человеческими руками. В музыке, танце и поэзии ритм представляет собой закономерное чередование звуков, движений и слов в определенном порядке, в оформлении товаров — порядок размещения элементов в рисунке, а конкретно в тканях — размещение рисунка внутри раппорта. В архитектуре он создается чередованием материальных элементов в пространстве, в текстильном рисунке выражается повторяемостью элементов орнамента.

Ритм может проявляться как в закономерных изменениях размеров элементов, так и в изменениях интервалов, формы, цвета и т. п. При этом ритмические ряды образуются чередованием более выразительных элементов, называемых акцентами, и менее выразительных (пассивных), называемых интервалами. Выразительность ритмического ряда создается не только за счет характера и размещения используемых элементов, но и за счет их количества. Варьируя порядком нарастания или убывания ритмического ряда, объемом элементов, их размерами, выразительностью, тональностью и т. п., можно усилить или ослабить динамичность любой формы.

Образование простейшего ритмического ряда возможно при использовании не менее трех-четырех составляющих, увеличение количества которых усиливает выразительность, но до определенного предела. Ш. Монтескье писал: «Длительное однообразие делает все невыносимым; одинаковое построение периодов речи производит гнетущее впечатление, однообразие размера и рифм вносит скуку в длинную поэму». Чем монотоннее ритм — тем скучнее композиция.

Ритм может быть направлен по горизонтали и по вертикали. Горизонтальные членения зрительно уменьшают высоту, но увеличивают ширину и придают статичность изделию, а вертикальные — увеличивают высоту, но уменьшают ширину и создают иллюзию легкости. Изменения по вертикали сами по

себе способствуют формированию иллюзии зрительной завершенности.

В отличие от ритма **метрический повтор** представляет собой неоднократное, с одинаковым интервалом повторение элемента. Характерным для метрических композиций является создание чувства покоя и статичности. В большинстве случаев метрический порядок отражает функциональные особенности предмета и связан с его конструкцией (клавиши на клавиатуре, ячейки шкафов, сенсорные выключатели на пультах дистанционного управления, салоны самолетов и т. п.). Но иногда метрический повтор вводится искусственно в качестве дополнительного средства организации формы или с декоративной целью.

По сложности различают простой, сложный, весьма сложный и чрезвычайно сложный метрические ряды. Простой вид предполагает повтор всего лишь одного элемента; сложный — координацию рядов с другими элементами; чрезвычайно сложный — использование в композиции одновременно нескольких метрических рядов и элементов. Работа над созданием таких метрических рядов требует серьезного подхода. Только правильное координирование отдельных элементов и их сочетаний, а также нахождение оптимальных переходов от одного метрического ряда к другому позволяет сохранять композиционную ясность, организованность и цельность. При формировании метрического ряда возможны как перенасыщение, так и разреженность. Чрезмерно близкое расположение элементов или группы элементов затрудняет восприятие метрического ряда. При разреженности ряда его элементы теряются в пространстве, создаваемом на большом фоне.

Знание принципов и умение грамотно использовать средства создания композиции позволяет эстетически осваивать окружающую нас действительность, формируя как массовые, так и эксклюзивные, но отвечающие разнообразным вкусам товары предметного мира.

5. ЦВЕТ КАК СРЕДСТВО СОЗДАНИЯ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТИ ТОВАРОВ

5.1. Цвет: термины, свойства, классификация

Мир, окружающий нас, наполнен множеством ярких и едва уловимых красок, воздействующих на нас постоянно и повсеместно. Отдыхаем ли мы на природе или находимся в помещении, смотрим ли телевизор или читаем книгу, любуемся ли картиной или созерцаем (рассматриваем) фотографию, мы являемся объектом воздействия цвета и его сочетаний. Даже словесное обозначение цвета дает нам возможность не только получать информацию, но и наслаждаться игрой красок. Мы находим цвета прекрасными, отвратительными, согревающими, холодными, отталкивающими или вдохновляющими. Вокруг нас мир, представляющий собой богатейшее разнообразие цветов, для восприятия которых не требуются устные пояснения и знания языка.

Цвет — это органическая система, энергия которой распространяется как волны определенной длины и воспринимается нами через глаза и кожу, оказывая на нас сильнейшее воздействие, т. е. цвет можно охарактеризовать как свойство тел вызывать определенные зрительные ощущения в соответствии со спектральным составом и интенсивностью отражаемого или испускаемого видимого излучения. Цвет как свойство предмета есть категория объективно-субъективная.

Природа цвета интересовала человека с давних времен. Бурного развития научные исследования цвета достигли в XVII в., когда предлагались самые разнообразные теории этого явления.

Английскому ученому Исааку Ньютону (1643–1727) принадлежат первые опыты по разложению солнечного света на излучения с различными показателями преломления, по оптическому смешению и систематизации цветов. Он первым сумел получить из белого света спектр, составляющими которого являются семь цветов. В своем фундаментальном труде “Оптика” (1704) он предложил расположить их в виде круга (рис. 51). Он считал, что путем смешения хроматических цветов можно получить все существующие в природе цвета.

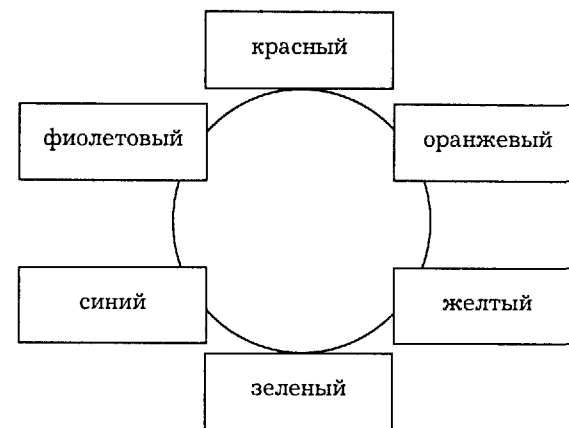


Рис. 51. Цветовой круг

Великий русский ученый М. В. Ломоносов (1711–1765) близко подошел к установлению трехцветной природы зрения. Наиболее точное объяснение цветового зрения человека было дано английским ученым Томасом Юнгом (1773–1829) в 1802 г. В структуре глаза заложены три вида светочувствительных окончаний нервных волокон. Раздражение каждого отдельного вида волокон вызывает ощущение красного, зеленого и фиолетового цветов, а при раздражении всех видов светочувствительных приемников глаза возникает ощущение всевозможных других цветов.

К настоящему времени принята международная колориметрическая система, созданы разнообразные колориметрические приборы для объективного измерения цвета, разработаны расчетные методы для решения задач воспроизведения цвета, использования метрики цвета при контроле качества продукции.

Многочисленные эксперименты показали, что цвет в зависимости от спектрального состава и уровня его интенсивности влияет не только на зрительный аппарат, но и на деятельность сердечно-сосудистой, эндокринной, центральной и периферийной нервных систем, на органы чувств. Так, красный цвет способствует повышению внутриглазного давления, зеленый же, наоборот, снижает его (в особенности у больных глаукомой). Синий цвет благотворно влияет на человека при некоторых невралгических заболеваниях. В Древнем Египте, Тибете, Греции, Китае уже знали о силе цвета и широко использовали эти знания. Стены храмов, где египетские жрецы лечили людей, были выкрашены в глубокие синие, фиолетовые и бледно-розовые тона, что оказывало благоприятное воздействие на больных и способствовало скорейшему выздоровлению.

Особенно велика роль цвета для достижения образности формы изделия. Удачное цветовое решение очень помогает раскрыть сущность вещи, обострить или, наоборот, сделать более нейтральным характер формы. Даже масштабность формы либо подчеркивается цветом, либо нивелируется при ошибках в выборе цвета и тона. Цвет и тон позволяют выявить статичность или динамичность, если это задумано и связано с образом точно так же, как тяжеловесность и легкость изделия.

Дизайнер с помощью цвета может подчеркнуть, выявить и характер формы, и нюансные отношения вплоть до мельчайших деталей. Цвет нельзя рассматривать вне условий эксплуатации и конкретной формы. Цвет, функция и форма любого изделия должны быть органически увязаны между собой.

В жизни человека многие виды деятельности требуют цветового зрения. Благодаря тому что мы видим цвета объектов, мы оказываемся в состоянии лучше различать предметы. Различие цветов является также источником эстетических переживаний.

“Люди, в общем, очень радуются цветам. Глаз чувствует потребность их видеть, так же как он чувствует потребность видеть свет”, — писал Гете.

Историками установлено, что древние люди видели мир не таким многокрасочным, каким его видим мы. Человек вначале различал желтый и красный цвета и лишь много позже зеленый и синий. Поэтому бесцветный алмаз ценился дешевле, чем окрашенные камни. Сегодняшние исследования возможностей цветового восприятия глаза указывают на то, что число цветов, которые может различать глаз человека, не является бесконечным (200–400 цветов и оттенков), хотя число возможных спектральных составов излучения, действующих на глаз и вызывающих ощущение цвета, бесконечно. Существующие атласы цветов содержат 3500 цветов. В большом атласе Манселла содержится сто цветовых тонов.

Все видимые нами цвета можно разделить на хроматические (цветные) и ахроматические (бесцветные). К хроматическим цветам относятся; красные, оранжевые, желтые, зеленые, голубые, синие и фиолетовые, которые составляют основной естественный ряд цветовых тонов и представляет собой спектр.

К ахроматическим цветам относятся: белый, черный и серый — цвета с “нулевой” чистотой и степенью выраженности цветового тона, равной нулю. Поэтому их называют ахроматическими цветами.

Основными характеристиками цвета являются: цветовой тон, насыщенность, яркость и светлота цвета.

Цветовым тоном называется свойства зрительного ощущения, обозначаемое словами “красный”, “желтый”, “зеленый” и т. д. и характеризующееся преобладающей длиной волны (приложение 1). Под цветовым тоном понимается то, что позволяет любой хроматический цвет отнести по сходству к тому или иному цвету спектра.

Насыщенностью цвета называется свойство зрительного восприятия, позволяющее оценивать пропорцию чистого хроматического цвета в полном цветовом ощущении. Под насыщенностью понимают степень разбавления данного цвета белым. Чем

меньше доля спектрального и больше доля белого в смеси, тем слабее будет выражен цветовой тон смеси. Чем меньше доля белого и больше доля спектрального в смеси, тем отчетливее будет выражен цветовой тон. Насыщенность цвета измеряется в процентах.

Яркость и светлота являются отличительными свойствами хроматических цветов. Свойство зрительного ощущения, благодаря которому предметы кажутся испускающими больше или меньше света, называется светлотой. Так, например, желтый и его оттенки значительно светлее синих и фиолетовых. Оранжевый цвет светлее красного, синий темнее голубого и т. д. Следовательно, хроматические цвета могут быть различной светлоты — у одних она большая, у других меньшая.

Известно, что на сетчатку глаза попадает только определенная доля всей световой энергии, испускаемой предметами в окружающее пространство, называемая яркостью. Яркость, являясь объективной величиной, может быть измерена прибором. Светлота — величина субъективная и оценивается словами “больше” или “меньше”. Между этими характеристиками существует прямая зависимость: чем больше яркость, тем больше светлота.

Светлота находится в обратной зависимости от насыщенности. Так, если к синей краске добавить белил, то цвет становится малонасыщенным — голубым; т. е. приобретает большую светлоту.

Ахроматические (бесцветные) цвета отличаются один от другого только по светлоте, т. е. они отражают разное количество падающего на них света. Светлые по яркости цвета имеют высокий коэффициент отражения. Например, белые поверхности и предметы отражают 70–90%, желтый — от 70% и выше падающего на них света; черный — 3–4%, темные цвета — 10–15%. Между самыми светлыми (белыми) поверхностями и самыми темными (черными) имеются различные оттенки серого цвета: светло-серые с коэффициентом отражения 50–60%, темно-серые с коэффициентом отражения 15–20%. Насыщенность и цветовой

тон в ахроматических цветах отсутствуют, иначе говоря, они равны нулю.

5.2. Психофизиологическая характеристика цветов

Для правильного понимания вариантов использования ахроматических и хроматических цветов необходимо знать возможности каждого из них (приложение 2, 3).

Белый цвет — это граница начала и согласия, олицетворяет цельность, чистоту, невинность и обычно рассматривается как священная краска. На языке цветов белый цвет означает невинность, поэтому платье невесты изготавливают из белого материала. Холодность и загадочность белого олицетворяют и такие загадочные существа, как альбиносы, которые у темнокожих народов почитаются как божества. На Востоке белый цвет является символом физической смерти, если ее считать началом нового воплощения или погружения в нирвану, и находит отражение в цвете погребальных саванов, траурной раскраске и одежде у китайцев и японцев. “Белый цвет — цвет предвечного безмолвия. Как белая стена или доска перед иконописцем, он таит в себе бесконечный потенциал любой реальности, любой цветовой палитры”, — заметил В. Быков. Воображение рисует на белом любые картины, давая простор фантазиям зрителя. Именно по этой причине белый цвет стен ценился во все времена. В древнерусской архитектуре белый цвет символизировал свободу. Неслучайно около 500 древнерусских городов в своем названии содержали этот корень.

В иллюзорном плане белый цвет увеличивает размеры, но уменьшает зрительную массу. Он превосходно сочетается со всеми цветами.

Черный цвет — это абсолютное поглощение всех цветов, символизирует ночь, скорбь, смерть, мрак физический и душевный. Отсюда и черный цвет панихид, знамен анархистских и нигилистических союзов. Индуизм связывает этот цвет с чувст-

венным движением “вниз”. Каббала считается с царской властью черного цвета и соотносит его с пониманием ощущений тела. У народа ндембу черный — это зло, дурные вещи, но вместе с тем он обещает счастье в любви.

В наше время с новой силой возродилось негативное понимание черного цвета. Он появляется в живописи как носитель идеи страдания, безумия, гибели мира, хаоса и содома, “смерти искусства”. Необыкновенно тонко чувствующий В. Кандинский видит в черном отзвук массового сознания, голос “духа времени”: “Черное есть нечто погасшее, как сожженный костер, — нечто бездвижное, как дух, лежащее за пределами восприятия всех событий мимо которых проходит жизнь”.

Черный цвет выражает застой, защиту от возбуждающих влияний и вытеснение их. Кто ставит его на первое место, тот из упрямого протеста восстает против своей судьбы.

Однако черный цвет достаточно красив и в небольшом количестве выгодно смотрится в контрасте с другими цветами. Характерным является то, что он уменьшает размеры, придает стройность, но увеличивает зрительную массу объекта.

Красный цвет — возбуждающий, эротический, горячий, самый активный и энергичный, экспансивный, мужественный, страстный, кричащий, цвет доблести, силы мощи и храбрости. На языке цветов означает любовь, огонь и кровь. Этот цвет очевидно, был первым цветом, замеченным и воспроизведенным людьми. Вид крови всегда волновал человека, вызывая в нем эмоциональное напряжение. С таковым воздействием красного цвета и связаны ритуальные жертвоприношения. Вершиной жертвенности и истинным ее воплощением стало распятие Христа. На иконах “красное” обозначает царственный чин или кровь, пролитую во спасение человечества. В. Кандинский в книге “О духовном в искусстве” очень точно охарактеризовал оптически чистый красный цвет: “...действует проникновенно, как очень живой, полный воодушевления, беспокойный цвет”. Одежания королей, кардиналов и отделка tog римских сенаторов, занавес и сиденья в театрах имеют красный цвет.

Возбуждающее действие красного цвета может проявляться как в любви, так и в ярости. Он символизирует безумную страсть и любовный угар. В африканских любовных посланиях, представляющих собой длинные нитки цветного бисера, красные шарики означают: “Я страстно люблю тебя и очень тоскую по тебе”. Современная психология заново открыла гармонизирующую роль красного между любовью и агрессией. Психологи предполагают, что человек только тогда способен по-настоящему любить, если признает в себе наличие некой агрессивности и умеет с ней обходиться без вреда для себя и окружающих.

В греческой мифологии красный цвет одновременно связан с разрушительным и созидательным началами. Бог войны Арес и богиня любви Афродита вступали в священный союз, что символизировало гармоническое единение в красном двух противоположностей.

Красный цвет символизирует праздничность и красоту. Так, в России вплоть до XIX в. во второй “веселой” части свадьбы красный цвет преобладал и в одежде, и в свадебной утвари. В народном творчестве красота человека определялась как “красная девица, красный молодец”.

Оранжевый цвет — это возбуждающий, жаркий, бодрый, веселый, пламенный, жизнерадостный, шумный, кричащий, не интимный. Состоит из красного и желтого и поэтому обладает их качествами. Чем более в сторону желтого сдвигается красный цвет, тем сильнее раздражение переходит в возбуждение. Оранжевый приятно согревает, веселит, создает ощущение бодрости и легкого возбуждения. Этот цвет, символизирующий восход солнца и стихийную непредсказуемость вулканической лавы.

В физиологическом отношении способствует улучшению пищеварения и ускорению тока крови.

Желтый цвет — теплый, оживленный, бодрый, суетливый, кокетливый, несколько дерзкий, цвет веселья и шутки. Символ солнечного света, тепла и счастья, но на языке цветов означает ревность. Он ассоциируется с золотым тельцом, ореолом Аполлона и нимбом Христа. Ясно-желтый, золотистый цвет согревает и радует. Ему приписывают блистательность, полноту и актив-

ность. Он выражает основную потребность человека — раскрыться и перешагнуть границы своей обособленности. Желтый цвет выбирают люди, которые ищут изменившихся, освобождающих отношений, чтобы разрядить ожидаемым способом возбужденное напряжение и иметь возможность раскрыться, достичь желаемого. Надеющийся предпочитает желтый, разочарованный отвергает его. При обследовании 200 хронических алкоголиков оказалось, что желтый отвергается ими наиболее решительно, в то время как фиолетовому отдается предпочтение.

Символизм желтого цвета включает в себе противопоставление “позитивных” золотистых оттенков (золото, плоды, золотистая пшеница) и “негативных” — резких, зеленовато-желтых. Темно-желтый обычно ассоциируется с изменой, скупостью и недоверчивостью; резко-желтый — с назойливостью, дерзостью, завистью и лживостью.

Желтый цвет может служить защитным цветом: желтые предупредительные лампы на стройках и в светофорах, желтые ромбы у моряков, плавающих на парусниках, желтоватый окрас животных, обитающих в пустыне.

Зеленый — спокойный, умеренный и освежающий; создает впечатление мягкого, приятного и благотворного покоя, символ весны, плодородия, юности и свежести, в христианстве — цвет бессмертия, надежды и торжества Святого Духа в человеке, в исламе — цвет знамени Магомета. Зеленый цвет действует успокаивающе на нервную систему, способствует снижению давления крови за счет расширения капилляров.

Кандинский отмечает: “Абсолютный зеленый — самый спокойный цвет из существующих. Он никуда не движется, ничего не требует, никуда не зовет”. Чистый, жесткий сине-зеленый цвет предпочитают люди, которые предъявляют к себе жесткие требования, возводят свои воззрения в принцип и добиваются его соблюдения с непримиримой последовательностью. Чисто зеленый цвет консервативен, и люди, предпочитающие его, стремятся благодаря своей твердости приобрести манеру уверенно держаться. Они уверены в признании окружающих, но в действительности выглядят обывателями. Зеленому присущи

и такие положительные консервативные качества, как настойчивость и выдержка.

Опыт теста по Люшеру показывает, что экстравагантные и эксцентричные люди, а также стремящиеся к оригинальности считают зеленый цвет несимпатичным. Светлый сине-зеленый, или бирюзовый, — самый холодный из всех цветов. Поэтому его целесообразно применять для создания оптического эффекта освежающей прохлады и стерильности.

Сегодня зеленый цвет стал символом защитников природы партии “зеленых”. В психотерапии и цветотерапии зеленый цвет способствует нейтрализации агрессии.

Голубой цвет — цвет мечты, романтики, нежности, невесомости, тишины, небесных высот и морских глубин; цвет, открывающий безбрежные просторы. Его психологическая характеристика — беззаботное веселье. Подаренный голубой цветок олицетворяет верность.

В христианской живописи Христос и Мария часто изображаются в голубых и синих одеждах. В канонах христианства голубой — цвет Бога Сына в Святой Троице. В Древнем Египте внутренние помещения пирамид окрашивались в голубые тона, чтобы души умерших могли приблизиться к богам.

Голубой цвет сообщает чувство покоя, удовлетворенности и безопасности. Не потому ли после кровавых войн спросом пользовались изумруды и хризолиты и цены на них поднимались в несколько раз? Выявлено, что с помощью голубого цвета за считанные секунды можно снять мышечную слабость.

Синий цвет легко понятен и так же, как голубой, сообщает чувство покоя. Во многих культурах голубой и синий имеют одно название, что свидетельствует об их символической и психологической близости. Любой синий передает сферу душевности, т. е. чувство самоотдачи. С точки зрения отношений между людьми это можно охарактеризовать как гордую манеру поведения. Иудаизм причисляет этот цвет к логике мироздания. Синим украшена крыша первого храма Яхве.

Малоизвестный автор прошлого века К. Кестлин в своей книге “Эстетика” писал: “Синий чрезвычайно мягкий и охлажда-

дающий контраст всему беспокоящемуся, яркому, давящему, утомляющему; это картина мирной нежности и улаждающей свежести". При рассмотрении темно-синего цвета наступает успокоение. Пульс, давление крови, частота дыхания и функция бодрствования снижаются. Организм настраивается на успокоение и отдых. При заболевании и переутомлении потребность в синем повышается. Но с синим также связывается холод, бесчувственность и сухость. Существует даже такое определение — синий чулок". Синий цвет тесно связан с уравниванием, нивелированием под униформой индивидуальных качеств.

Фиолетовый цвет — цвет гармонии противоречий, цвет мистики, может навевать печаль, меланхолию и ощущение подавленности. Его часто рассматривают как связующий цвет небес с землей, красного с синим, любви с мудростью. В сохранившемся до сегодняшних дней римско-католическом церковном культе фиолетовый является цветом искреннего раскаяния, смирения, кротости, святого уединения. Фиолетовый аметист в перстне кардинала означает воздержанность.

Фиолетовый цвет в целом определяется как "внушаемость". Этнологическое сопоставление народов, предпочитающих и отклоняющих фиолетовый цвет, данные социологических и статистических исследований конъюнктуры рынка позволяют сделать вывод: чем выше и рациональнее культура народа; тем чаще человек отклоняет фиолетовый цвет. Из 1000 иранцев 450 среди двух наиболее любимых цветов в тесте Люшера назвали фиолетовый. В Америке и Центральной Европе фиолетовый цвет отвергается как неприятный, особенно интеллектуалами и людьми искусства. Напротив, для населения Среднего и Дальнего Востока, индейцев центральной Бразилии и негров Африки фиолетовый цвет является самым предпочтительным.

Коричневый цвет в виде термина в европейских языках связан с обозначением жженого или сторевшего, а эскимосы вообще не знают коричневого цвета. Он включает широкий спектр оттенков: от теплых, чувственных золотисто-коричневых до остро-холодного коричневого. Это цвет земли, осени, ее листьев и травы, хлеба и оттенков человеческой кожи. Он символизирует

честность, комфортность, стабильность, надежность. Во времена, когда религиозные фанатики запрещали носить яркие одежды, как проявление похоти и гордыни, коричневый цвет стал наиболее приемлемым и выражал смирение, трудолюбие и покорность. В роскошных и уютных интерьерах всегда присутствует коричневый, как олицетворение благородства и элегантности.

В тесте Люшера коричневый отклоняется наиболее часто теми, кто стремится стать выше зависимых от тела инстинктов и утвердиться в качестве индивидуальности. Мрачному, тусклому коричневому цвету часто отдают предпочтение люди, которым кажется, что их жизненная ситуация неразрешима и которые ищут убежища в примитивных инстинктах. В этом смысле выбор коричневого означает регрессию к физическим, жизненным потребностям. И неудивительно, что обследованные в Иране 70 курильщики опиума в основном в тесте Люшера отдали предпочтение коричневому цвету. Насыщенные и светлые оттенки коричневого, как показывают статистические исследования, предпочитает сельское население.

5.3. Законы смешения цвета

Эстетическое оформление товаров предполагает широкое использование различных оттенков, получаемых путем смешения хроматических и ахроматических цветов и их оттенков в различных пропорциях в соответствии с законами смешения.

Первые опыты по оптическому смешению цветов принадлежат Исааку Ньютону. Все существующие в природе цвета и оттенки, считал Ньютон, можно получать путем смешения семи спектральных цветов. Сегодняшние исследования в этой области указывают на возможность получения многоцветовой палитры на базе трех цветов: красного, зеленого и синего.

Законы смешения цветов сформулированы в 1853 г. немецким физиком Германом Грассманом (1809–1877). Современная формулировка законов смешения имеет следующий вид:

I закон: для каждого хроматического цвета можно найти другой хроматический, при смешении с которым получается ах-

роматический. Такая пара цветов называется дополнительными, поскольку каждый из них содержит в своем составе часть спектра, недостающую в другом. В цветовом круге дополнительные цвета располагаются на концах одного диаметра: оранжевый — голубой, желтый — синий, красный — зеленый и т. п.

II закон: при смешении двух недополнительных хроматических цветов всегда получается новый цветовой тон, лежащий в цветовом круге между смешиваемыми цветами. Так, смешивая красный и желтый, получаем оранжевый; смешивая красный и синий — фиолетовый.

III закон: результат смешения зависит от смешиваемых цветов, но не от спектрального состава световых потоков, вызывающих эти цвета. Таким образом, всегда можно заменить спектральный оранжевый смесью красного и желтого. При этом цвет смеси не изменится. Из этого закона вытекает следствие: смешение трех и более цветов дает эффект, идентичный тому, как если бы по очереди смешали цвета парами и затем сложили результаты смешения этих пар.

На основании смешения цветов возникла наука колориметрия, основанная на смешении трех основных цветов: красного, зеленого и сине-фиолетового.

5.4. Цветовые сочетания

Создание цветового оформления товаров предполагает использование различных сочетаний, как цветовых оттенков, так и чистых хроматических и ахроматических цветов. Использование цветовых комбинаций строится на знании сущности и значения таких понятий, как цветовой и яркостный контрасты.

Цветовой контраст — это изменение цвета, происходящее в результате его соседства с другими цветами. Например, синий вблизи желтого приобретает фиолетовый оттенок, рядом с красным — зеленоватый. Серовато-белый рядом с оранжевым приобретает синеватый оттенок, возле зеленоватого — розовый, а рядом с фиолетовым — лимонно-желтый. Вблизи розового очень выгодно и ярко смотрится нежный зеленый тон.

Яркостным контрастом называется изменение яркости или светлоты цвета под действием соседних цветов. На светлом фоне всякий более темный цвет темнеет, а на темном — всякий светлый светлеет. Цвет, окруженный хроматическим фоном, изменяется в сторону дополнительного фону цвета. Всякий цвет, находясь на фоне своего дополнительного, выигрывает в насыщенности. Эффект хроматического контраста силен тогда, когда отсутствует яркостный контраст, т. е. когда фон и находящийся на нем цвет одинаковы по светлоте. Контрастное действие тем сильнее, чем меньше площадь объекта по сравнению с площадью фона.

Сочетания цветов, встречающихся в природе, — отправная точка при составлении цветовой схемы. Цветовые сочетания зависят от равновесия между цветами. Различные сочетания цветов воздействуют не только на наше настроение, но и на наше восприятие пространства, оптически изменяя пропорции объекта. В целом яркие, чистые цвета придают объекту живой, радостный вид, в то время как пастельные тона формируют более спокойную атмосферу.

Существуют следующие виды цветовых гармоний:

– гармония сходства, представляющая собой сочетание различных оттенков одного или близких по спектру цветов, рассматривается как спокойная цветовая схема;

– гармония контрастов получается при сочетании оттенков и цветов, далеко отстоящих друг от друга в спектральном круге (рис. 52). Такое сочетание является броским и создает впечатление динамичности и активности;

– гармония градации создается путем сочетания контрастных цветов в единую схему с помощью промежуточных по отношению к данным цветам оттенков.

Контрастные сочетания можно разделить на смягченные и резкие. В смягченных контрастах сопоставляются не чистые цвета, а их нюансы, получаемые путем легкого “поворота” цветового круга. Это позволяет сохранить контраст, но не столь резкий, как при прямом сопоставлении чистых спектральных цветов. Подобная гармония может быть также получена, если

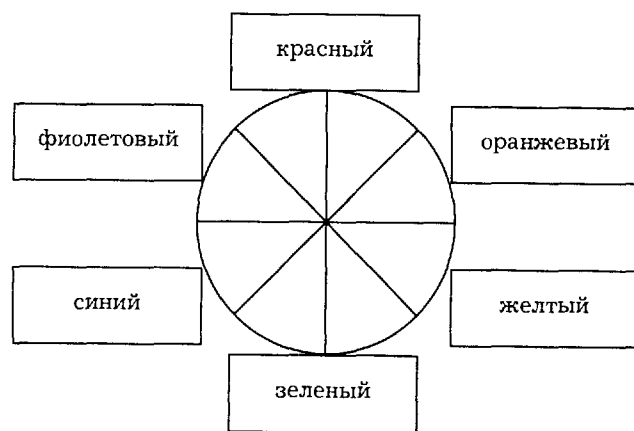


Рис. 52. Основные контрастные гармонии

добавлять в спектральные цвета либо белый, либо черный цвета в зависимости от желаемого эффекта. Смягченные размытые цветовые оттенки создают приглушенный колорит и олицетворяют спокойствие.

Резкие контрасты строятся на ярких дополнительных цветах и представляют собой энергичную цветовую гамму. Такое сочетание является броским и создает впечатление динамичности и активности. Первоочередное значение при работе с контрастными цветами имеет принцип соблюдения пропорциональности соотношения цветов.

При составлении цветовых схем оформления объекта необходимо учитывать следующие принципы:

- составлять цветовые схемы необходимо таким образом, чтобы в сочетании друг с другом цвета выглядели интереснее, чем при их использовании каждого в отдельности;
- сочетаются между собой цвета, близкие по светлоте и особенно по цветовому тону;
- объединять можно разнородные цвета, если они в равной мере отличаются друг от друга;

- выделяется всегда тот цвет, который имеет большие отличия от других по светлоте и насыщенности;

- среди насыщенных хроматических цветов выделяются ахроматические даже в тех случаях, когда их светлота близка к светлоте остальных цветов, а среди ахроматических цветов всегда выделяются хроматические;

- цвета в сочетании должны подчеркивать преимущества друг друга, а не умалять их;

- каждый цвет, участвующий в цветовой схеме, должен быть зрительно отличим.

Используя цветовые контрасты, необходимо учитывать, что наиболее контрастная цветовая схема получается при сочетании цветов и оттенков, характеризующихся небольшой разницей в яркости, но высокой интенсивностью.

Черный, серый и белый цвета не представлены на цветовом круге, но они играют важную роль при оформлении различных объектов. Черный и белый цвета по праву являются важными декоративными цветами. Они присутствуют в самых стильных и смелых цветовых схемах, а также являются неотъемлемыми составляющими классических цветовых сочетаний. Как показывает практика, нейтральные цвета требуют чрезвычайно осторожного сопоставления с другими цветами.

Синие тона гармонично сочетаются между собой и со многими другими цветами, особенно с белым, который придает эффектность сочетанию. А нюансы голубого цвета на ярко-белом фоне создают ощущение свежести и чистоты. Синие тона способствуют созданию приятного, радостного настроения, светло-синие оказывают успокаивающее воздействие, а темные, глубокие тона синего смотрятся элегантно, роскошно и притягивает взор. Не рекомендуется располагать рядом синий и зеленый без промежуточного тона.

Нюансы желтого цвета в любом цветовом наборе создают ощущение пространства, гармонии и солнечного цвета. Резкий оттенок лимонно-желтого выглядит пикантно на белом, сером или нейтральном фоне и оживляет даже затемненные уголки помещения. Бледно-желтый служит удачным фоном для всех

оттенков пурпурно-красного цвета: от бледно-фиолетового до розовато-малинового. Приглушить излишнюю броскость желтого цвета можно, сопоставив его с прохладными оттенками лавандового, нефритового или угольного. С яркими насыщенными нюансами желтого цвета следует обращаться осторожно, чтобы они не заглушали близлежащие цвета. Эти пышные оттенки идеальны для акцентов в общем красочном ансамбле, так как сразу притягивают внимание. Для создания интимной атмосферы в больших комнатах следует использовать золотисто-желтые тона, так как богатство этого цвета придает ощущение уюта и оптически уменьшает размеры объекта. Ярко-желтые элементы организуют цветовое решение и создают единую колористическую тему, привлекая к себе внимание.

Классическое сочетание желтого с синим позволяет создать определенный стиль: от пестрого и яркого молодежного, современного и средиземноморского стиля до стиля кантри. Насыщенный желтый в сочетании с оттенками розового придает объекту уютный облик. Оттенки абрикосового и синего хорошо оттеняют нюансы светло-желтого, взятого в качестве фонового цвета. На цветовом круге дополнительным цветом желтому является фиолетовый. Поэтому самые интересные декоративные эффекты, придающие изысканность и роскошь, достигаются сочетанием желтого цвета с лавандовым или розовато-лиловым.

5.5. Факторы, формирующие восприятие цвета изделия

Спектральный состав света освещения, характер поверхности предметов и сочетание соседства цветов — важные факторы, формирующие цвет изделия.

При попадании солнечных лучей на поверхность предмета происходят следующие явления: лучи поглощаются, отражаются или пропускаются через предмет. Каждое из этих явлений может быть полным или избирательным. *Полное (неизбирательное) отражение* предполагает, что весь световой поток

солнечных лучей полностью отражается от поверхности предмета, которую мы наблюдаем как белую. Полным поглощением лучей света характеризуются предметы черного цвета. При *избирательном отражении* часть лучей поглощается, а часть отражается от поверхности предмета и он видится цветным. Избирательное поглощение означает, что часть лучей светового потока поглощается предметом, а часть проходит через него. Такие предметы являются избирательно-прозрачными. Если же предмет пропускает лучи светового потока полностью, то такой предмет является прозрачным.

Световые сигналы, окрашенные предметы или поверхности воспринимаются нами в окружении других цветов и при разных условиях освещения. При искусственном освещении (будь то люминесцентные, галогенные лампы или лампы накаливания) спектральный состав светового излучения иной, чем при естественном освещении, а потому меняется и состав света, который отражается от поверхностей предметов.

Естественное освещение в течение дня изменяется. Утром преобладают голубые ультрафиолетовые лучи, достигая к полудню максимальной интенсивности. К вечеру перевес приходится на красные лучи. При натуральном освещении необходимо учитывать следующие моменты:

- в комнатах, с утра до полудня пронизанных солнцем, краски кажутся очень интенсивными;
- комната с вечерним солнцем показывает свои краски в мягких, нежных вариациях, особенно оживают при этом красноватые и желтоватые нюансы;
- в комнатах, обращенных на север, прямые солнечные лучи не попадают никогда, поэтому изменение цветов там минимальное.

Вечером, формируя искусственное освещение, надо стараться подражать естественному свету, тогда выбранный стиль определенного времени будет подчеркиваться наиболее выгодно.

Наибольшие изменения в восприятии цветового оформления предметов вносят лампы накаливания и люминесцентные лампы. При этом первые из них придают теплый оттенок цвету; а

последние — холодный. Галогенные лампы, испускающие белый нейтральный свет, менее всего искажают цвет предмета. В таблице 6 приведены варианты изменения спектральных составов цветов в зависимости от типа освещения.

Создание комфортного освещения предполагает соблюдение следующих правил:

- не следует планировать равномерное освещение всего пространства комнаты, поскольку помещение теряет свои контуры, производит впечатление скуки и быстро утомляет из-за недостатка напряжения и контраста. Правильнее всего создавать островки освещения за счет использования разных источников света. Соседство света и темноты будит ассоциации с природой. Островки света целесообразно организовывать на рабочем месте, в уголке для чтения и в других местах, требующих хорошего освещения, а все остальное пространство тонет в приглушенных тонах;

- учитывая, что в природе не существует отвесно падающего света, правильным решением будет дополнение верхнего света с потолка боковым освещением.

Общая композиция света является удачной, если светильники располагаются на разных уровнях, имеют разную интенсивность света и позволяют варьировать освещение в зависимости от ситуации, различаются следующие типы освещения:

- фоновое (общее), получившее широкое распространение в виде модульных систем света на шинном проводе низкого напряжения, создает комфортную и легко регулируемую фоновую световую среду;

- рабочее освещение представляет собой сконцентрированный в нужном направлении поток света, комфортный для глаз. Помимо настольных ламп удобным решением являются точечные светильники;

- акцентирующее или декоративное подчеркивает удачные и маскирует неудачные пропорции помещения, акцентирует композиционные центры и детали интерьера. При создании световых акцентов очень важно не терять чувство меры. Слишком сильное, несбалансированное декоративное освещение способно нарушить общую композицию интерьера.

В таблице 4 приведены возможные варианты изменения цвета, возникающие при искусственном освещении. С учетом этих изменений производится корректирование цветовой гармонии жилых помещений, офисов, ресторанов, баров и т. п.

Таблица 4

Изменение цвета при искусственном освещении

Цвет при дневном свете	Насыщенность цвета	Цвет при теплом свете становится	Цвет при холодном свете становится
Красный	Пастельный	Теплее, кажется лососево-розовым	Голубоватым, голубовато-розовым
	Интенсивный	Теплее, кажется желто-красным	Холоднее, склоняется к сине-красному
Оранжевый	Пастельный	Более желтым	Сероватым
	Интенсивный	Очень светящимся	Приглушенным
Желтый	Пастельный	Теплым и бледным	Очень слабым
	Интенсивный	Теплее, нежнее	Светлее и серее
Зеленый	Пастельный	Нежным желто-зеленым	Голубее, слабее
	Интенсивный	Теплее и слабее	Голубовато-зеленым
Голубой	Пастельный	Серее, легко склоняется к зеленому	Интенсивнее
	Интенсивный	Серее, теряет цвет	Лучистым, холодным
Синий	Пастельный	Очень слабым	Интенсивнее
	Интенсивный	Теряет силу цвета	Интенсивнее
Фиолетовый	Пастельный	Приобретает коричневатый оттенок	Голубее, интенсивнее
	Интенсивный	Теплее, от красноватого до коричневого	Синее, лучистее

Теплое освещение делает любой цвет, его оттенки и сочетания более теплыми. Холодное освещение, наоборот, придает колористическому оформлению любого предмета интенсивность и холодность.

При выборе окраски изделия дизайнер должен учитывать такое явление, как цветовой мираж. Подобное явление характеризуется изменением воспринимаемого цвета предмета, окраска

которого резко отличается от фона, после того как сосредоточенный взгляд человека смещается на белую поверхность. Если красное пятно наблюдать на белом фоне около двух минут, то после смещения взгляд на белую поверхность человеку видится зелено-голубое пятно. Длительность миража в большей степени зависит от интенсивности освещения, степени контраста и времени наблюдения за предметом. В таблице 5 приведены варианты цветовых сочетаний, вызывающих мираж.

Таблица 5

**Цветовые эффекты, получаемые
в результате последовательного цветового контраста**

Цвет поверхности, на которую смотрел глаз	Цвет поверхности, на которую смотрит глаз					
	Красный	Желтый	Зеленый	Синий	Фиолетовый	Белый
Красный	Грязно-красный	Зеленовато-желтый	Насыщенный зеленый	Голубой	Синий	Изумрудно-зеленый
Желтый	Пурпурный	Серовато-желтый	Голубовато-зеленый	Насыщенный синий	Насыщенный синевато-фиолетовый	Фиолетовый
Зеленый	Насыщенный красный	Оранжевый	Серовато-зеленый	Фиолетовый	Пурпурный	Пурпурно-красный
Синий	Оранжевый	Насыщенный золотисто-желтый	Желтовато-зеленый	Серовато-синий	Пурпурный	Оранжевый
Фиолетовый	Оранжевый	Насыщенный лимонно-желтый	Зеленовато-синий	Голубовато-синий	Серовато-фиолетовый	Зеленовато-желтый

При постоянном спектральном составе света, падающего на поверхность, ее цвет может изменяться в зависимости от направления освещения и гладкости поверхности. Отражение в зависимости от условий освещения и свойств поверхности может быть направленным, рассеянным, смешанным.

Если освещение рассеянное, а поверхность шероховатая, поверхностно отраженный свет равномерно распределяется по всем направлениям. Если свет направлен и поверхность гладкая, поверхностно отраженный свет имеет вполне определенное направление. Цвет поверхности в этом случае будет определяться в основном избирательно измененным светом, и его насыщенность будет больше, чем в предыдущем случае.

Важным при восприятии цветового оформления элементов предметного мира является не только профессиональное использование цветов, оттенков и их сочетаний, но и характер освещения и фактура материала. Поэтому обязательным при разработке колористического оформления товаров является учет этих факторов.

5.6. Цветовая гармония в домашнем интерьере и автомобилестроении

Дом — это наша крепость и источник энергии, покоя, радости, любви, воодушевления и т. п. Здесь мы отдыхаем, работаем, растим и воспитываем детей, веселимся, грустим и радуемся. Выбор цветовой схемы оформления интерьера жилых помещений — важная, интересная, но и сложная работа. Ведь при этом необходимо учесть особенности свойств цветов и их сочетаний, наш вкус и привязанности, архитектурные и световые особенности комнат и т. д. Сегодня промышленные и торговые предприятия предлагают широкую палитру отделочных материалов, позволяющих оформить домашний интерьер в виде разнообразных, порой необычных цветовых схем.

Выбор цветового оформления необходимо начинать с осознания того, какие цвета являются для вас наиболее комфорт-

ными в различных аспектах — зрительном, психологическом и физиологическом. Не следует забывать и таком “дирижере” наших вкусов, интересов и предпочтений, как мода. Однако она не должна вступать в диссонанс с нашими пристрастиями и знаниями свойствах цвета, ведь с помощью цвета можно создать в доме как беспокойную, побуждающую к действиям, так и умиротворяющую атмосферу. Важным принципом разработки удачного оформления интерьера является определение единой тональности помещения, позволяющей определить главенствующие и дополнительные цвета.

Многоцветную палитру можно разделить на две группы; теплые (красный, желтый, оранжевый и их оттенки) и холодные (зеленый, голубой, синий, фиолетовый и их оттенки). Такое уточнение объясняется общностью свойств цветов, входящих в каждую из этих групп. Выявлено, что холодные цвета создают иллюзию удаленности, позволяют оптически увеличить размеры помещения, располагают к отдыху и расслаблению и создают ощущение прохлады. Теплые цвета позволяют акцентировать отдельные составляющие интерьера, способствуют созданию теплого колорита и интимной обстановки, при этом зрительно уменьшают размеры помещения и иллюзорно приближают к нам предметы.

При цветовом решении дизайнеры сталкиваются и с такой субъективной характеристикой цвета, как весомость. Темные цвета зрительно делают предметы более тяжеловесными, а светлые, наоборот, — более легкими.

К нейтральным тонам относятся белый, черный и серый всех оттенков. Кроме перечисленных к данной группе следует отнести нюансы кремового, бежевого и коричневого. Использование нейтральных тонов позволяет сформировать спокойную цветовую схему интерьера (от сдержанного и мягкого до роскошного); удачно и выразительно подчеркнуть достоинства мебели, ковров и настенных украшений, фактуру материалов и яркость красочных узоров.

Белый цвет как символ чистоты, применяемый для оформления жилых помещений, предъявляет повышенные требова-

ния к соблюдению порядка, поскольку малейшее загрязнение сразу же проявляется и вызывает неприятные ощущения. В соответствии с принципами китайского искусства композиции фэн-шуй, создающего гармонию между человеком и окружающим его миром, белый — не самый удачный цвет для жилых помещений. Известный мастер фэн-шуй Линь Юнь рекомендует “расколдовывать” белое пространство, символизирующее у китайцев падение, болезнь и даже смерть, дополнениями ярких цветов; многоцветными коврами, яркой окраской дверей и окон, зелеными растениями.

Сочетание **белого и черного** благодаря их контрастности выглядит театрально. Контрастность проявляется не только в спектральном составе, но и в иллюзорном плане. Черный цвет зрительно удаляет предмет, а белый приближает, что обеспечивает также широкие возможности при создании стильного интерьера. Белый и черный — важные декоративные цвета, позволяющие нам видеть мир ярким и насыщенным.

Серый цвет в больших количествах отнимает силы, придает тоскливость интерьеру. Но его приглушенные спокойные тона формируют ощущение покоя. Он обостряет рассудительность, критичность. Хорошо смотрится в качестве контрастирующего во всех вариациях с черным и белым, а также при смешивании с нежными и мягкими оттенками спектральных цветов.

Коричневый цвет дает ощущение надежности, уверенности, безопасности. Если в предметах обстановки широкое применение находит дерево с его коричневыми тонами, то тем самым формируется уют, отличающий жилые помещения. Чрезмерное количество коричневого блокирует творческий процесс, способствует проявлению покорности и конформизма. Необходимо соблюдать равновесие между цветом земли (коричневым) и цветом неба (голубым) таким образом, чтобы они были гармоничны, и дополнять данную цветовую схему интерьера декоративными растениями.

Кремовые цвета, представляющие собой желтовато-молочные разновидности белого, придают комнатам элегантный

и стильный облик. Бежевый является наиболее популярным фоновым цветом по причине своей универсальности, поскольку сочетается почти со всеми тонами.

При использовании **красного** в оформлении интерьера следует знать, что этот цвет побуждает к общению и повышает аппетит. Теплые цвета с отчетливым присутствием красного как бы придвигаются к нам, а в сильных нюансах надвигаются почти угрожающе. Ему нет равных в активизации деятельности организма, но назойливое и интенсивное воздействие красного оказывает подавляющее воздействие и может спровоцировать агрессивность и насилие. “Покраснеть от злости”, — говорят о человеке, находящемся в состоянии ярости. Пребывание в условиях красного освещения снижает слуховую чувствительность и работоспособность человека. Поскольку это цвет активности, напора, страсти и любви, красный цвет традиционно используют для оформления спален с целью усиления чувственности.

Оранжевый, являясь промежуточным между красным — носителем силы и сексуальности, и желтым — “владыкой” интеллекта, поднимает настроение, выводит из состояния депрессии, вызывает аппетит, делает жизнь более радостной, а интерьер теплым и светлым. Использование оранжевого при оформлении кухни является необходимым для лиц, страдающих отсутствием аппетита, а также для лиц с излишним весом. В цветотерапии с помощью оранжевого цвета через 3–4 сеанса лечения полнота пациентов заметно убывает. Оранжевый плакат на стене, стакан оранжевого сока подбодрят, разбудят и создадут хорошее настроение.

Желтый цвет, как и оранжевый, является превосходным лекарством от грусти, апатии, поскольку ассоциируется с солнечным светом и создает комфортное ощущение тепла и света. Этот цвет наиболее благоприятен в оформлении кабинета для взрослых и учебных комнат для детей, поскольку способствует пониманию, поддерживает умственную активность, повышает работоспособность и ясность мысли. Мягкие светлые нюансы желтого создают иллюзию легкости и приятны для глаз. В сол-

нечный день бледно-желтые стены смотрятся ярко и свежо, но этот же цвет при облачной погоде выглядит размыто и блекло.

Резкие лимонно-желтые оттенки несут в себе некоторое беспокойство и тревогу. Приглушить такую броскость можно путем сопоставления его с прохладными или холодными оттенками. Золотистые, яркие, звонкие желтые тона более пригодны для создания роскошного, стильного и уютного декора комнат. Но следует использовать для оформления интерьера осторожно, поскольку они могут заглушить близлежащие цвета и оптически уменьшить размеры комнаты.

Наиболее удачными и беспроблемными при оформлении жилых интерьеров считается сочетание схожих тонов желтого и синего цветов. Эта цветовая схема приоритетна для семейной гостиной.

Зеленый, как свежий, бодрящий, просторный, успокаивающий, вобрал в себя все богатство природных красок. Без него не обойтись при создании уютного интерьера. Он всегда приятен для глаза, оказывает целебное воздействие на нервную систему и усиливает ощущение близости с природой.

Адаптация глаз к зеленому цвету повышает слуховую чувствительность и работоспособность человека.

Мягкие успокаивающие зеленые оттенки создают ощущение света в затемненных помещениях и идеальны для оформления спальных и гостиных комнат. Серо-зеленый тон стен делает резкие формы мебели более мягкими и сдерживает сильные ярко-розовый, красный и оранжевый цвета тканей.

Насыщенные зеленые цвета превосходно смотрятся в помещениях с ярким типом освещения и представляют собой хороший фон для контрастных цветов. С их помощью можно подчеркнуть отдельные цветовые акценты в интерьере. Превосходно смотрятся в любом помещении цветочные оазисы, вносящие ощущение покоя, умиротворенности и простора.

Голубой цвет поднимает настроение, способствует расслаблению мышц, быстрому и спокойному засыпанию. Это цвет мечты, свободного полета фантазии, поэтому его очень любят дети. Эти особенности цвета определяют его использование

при оформлении спальных и детских комнат. Светло-голубая гамма производит впечатление больших размеров и прохлады. Увеличение доли белого цвета в голубом придает интерьеру нежность, и теплые тона становятся прохладнее.

Все оттенки **синего** позволяют создать в доме наполненную свежестью и прохладой атмосферу. Различные нюансы этого цвета применительны для разнообразия тональности интерьера: от замысловатой в кухне до прохладной и убаюкивающей в спальне и освежающей в ванной. Гармоничное сочетание синего с желтым, зеленым, белым и красным предоставляют широкие возможности для составления цветовых схем оформления интерьера различной тональности.

При обозначении цвета или набора цветов мы иногда употребляем такое определение, как **“пастельные тона”**. В их основе лежит процесс смешения спектрального цвета с нейтральным белым или смешения нескольких спектральных цветов и смягчения насыщенности. Варьируя долей белого, можно создавать богатейшую палитру пастельных тонов. Несмотря на бледность, их нельзя назвать бесцветными. Пастельные нюансы любого цвета придают помещению элегантность, спокойствие и создают иллюзию простора. Преимуществом пастельных тонов является то, что они превосходно дополняют друг друга, предоставляя, таким образом, широчайшие возможности для разработки бесчисленного количества цветовых схем.

Зарубежные специалисты разработали колористические программы для интерьеров, называемые волнами колористических решений.

В “Скандинавской волне” основу составляет композиционная цветовая палитра приглушенных цветов в сочетании с натуральным цветом древесины, кирпича, металла. Эта программа распространилась в Европе повсеместно, так как отвечает эстетическим потребностям человека. Применяется шкала белых, бежевых и кремовых оттенков, охры, песочных, оранжевых, карминно-красных, оливково-зеленых цветов, а в качестве акцентов — зелено-травяных и фиалковых.

Цветовая палитра “Природная волна” наилучшим образом отвечает психике современного городского жителя, создавая ощущение спокойствия, отдыха и безопасности. Появились текстильные купоны, предназначенные исключительно для бытового интерьера; разные материалы по функции, но выполненные в одном цвете и рисунке (для фасадов корпусной мебели, обивки мебели и т. д.).

Французские специалисты утверждают, например, что зеленый цвет, идеально отвечая как любому цветовому решению, так и эстетическим потребностям человека, был и всегда будет оставаться модным. Белый и бежевый цвета являются синонимом чистоты и спокойствия; они всегда были признаком хорошего вкуса. Эти же цвета рекомендуются для отделки поверхностей различных видов корпусной мебели.

Следует отметить, что цветом ковра, как и цветом пола, можно лучше выявить или подчеркнуть формы и силуэт мебели, расставив, например, светлую мебель на темном ковре или наоборот.

Неотъемлемой составляющей дизайна современных автомобилей являются не только композиционное построение, но и цветовое решение. Последнее порой является решающим для покупателя при выборе. Наибольшую щепетильность в этом вопросе проявляют женщины-водители. Но иногда название цвета, указанного в характеристике автомобиля, остается загадкой, поскольку имеет совершенно произвольное, а не официальное происхождение.

В приложении 4 приведены названия, номера и характеристики цветов эмалей, используемые для окрашивания автомобилей и отражаемые в колерной книжке. Номер цвета и торговое название — понятия весьма условные. Краска одного номера может быть различных оттенков в зависимости от фирмы-изготовителя, партии исходного материала и многих других факторов. Например, оттенков “Рубина” как минимум существует три. А количество оттенков “белого” (любого номера) зависит от индивидуальной способности конкретного человека различать цвета.

6. ЗРИТЕЛЬНЫЕ ИЛЛЮЗИИ И ОПТИЧЕСКАЯ КОРРЕКЦИЯ ФОРМЫ

6.1. Зрительные иллюзии: сущность, значение и средства создания

Термин “иллюзии” имеет латинское происхождение (*Illusion*) и означает “обман”. При формировании эстетических свойств товаров массового потребления особое значение имеют оптические (зрительные) иллюзии. Зрительные иллюзии (оптические иллюзии, обманы зрения и восприятия) рассматриваются как искаженное восприятие действительности, систематические ошибки зрительного восприятия, а также различные искусственно создаваемые зрительные эффекты и виртуальные образы, основанные на использовании особенностей зрительных механизмов. Ошибки возникают при сравнении между собой длин отрезков, величин углов, расстояний между предметами, в восприятии формы предметов.

Оптические иллюзии возникают вследствие различных причин. Результатом оптических иллюзий является создание необходимого эффекта в зрительном восприятии и оценке формы того или иного объекта.

Средства создания оптических иллюзий представляют широкий спектр возможностей при формировании и корректировании формы объекта. Разработка оптических иллюзий актуальна в любой сфере человеческой деятельности: архитектуре, искусстве, дизайне товаров и т. п., поскольку позволяет на базе одного и того же объекта добиваться совершенно различных результатов восприятия его формы. Дизайнеры, архитекторы,

визажисты, художники широко используют средства создания иллюзий для придания объектам художественной выразительности, композиционной завершенности и красоты.

К средствам создания оптических иллюзий относятся: геометрические фигуры (линии, дуги, овалы и т. д.), используемые цвета и их сочетания, а также приемы их использования.

6.2. Оптическая коррекция формы изделий

Одним из главных средств создания иллюзий являются линии, которые подразделяют на следующие группы: прямые линии, дуги (линии с постоянным радиусом кривизны), параболы, гиперболы и спирали (линии с переменным радиусом кривизны).

Важным при разработке дизайнерами товаров и объектов различного назначения является учет варианта расположения прямых вертикальных и горизонтальных линий.

Особенностью зрительного восприятия человека является то, что расстояние ясного видения вертикальных предметов меньше, чем горизонтальных. Это частично связано со зрительным дефектом глаза, так называемой переоценкой вертикальных линий. Поэтому объект, форма или отделка которого имеют больше вертикальных линий, иллюзорно воспринимаются как более высокие, легкие, тонкие, стройные, и величественные. Применение горизонтальных линий позволяет иллюзорно увеличить ширину объекта, придать ему солидность и устойчивость, создать ощущение постоянства и непоколебимости. Как показывают исследования, человеческий глаз более точно оценивает размеры объекта по ширине, чем по высоте и глубине. Этим объясняется то, что равные по размерам объекты могут казаться выше или шире в зависимости от использования корректирующих средств.

Этот принцип широко используется модельерами и дизайнерами при оформлении интерьера, при моделировании и конструировании одежды, обуви, автомобилей и других товаров предметного мира для устранения нежелательных нюансов и создания оптимальных вариантов восприятия фигуры, помещения и т. п. На рисунке 53 представлены два одинаковые

модели стула, при создании спинок которых были применены горизонтальные и вертикальные детали. В первом случае спинка иллюзорно воспринимается как более высокая, а во втором — как более широкая.

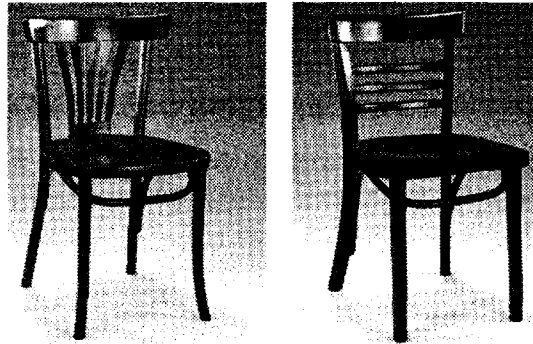


Рис. 53. Иллюзии, создаваемые с помощью вертикальных и горизонтальных линий в спинке стула

Грамотное использование в покрое, отделке и оформлении одежды вертикальных и горизонтальных линий позволяет иллюзорно откорректировать фигуру, имеющую нежелательные нюансы и создать гармоничный образ. Так, при проектировании одежды для высоких и худощавых клиентов необходимо отдавать предпочтение горизонтальным линиям. Полные фигуры можно иллюзорно уменьшить по ширине с помощью использования вертикальных линий в покрое и отделке. При оформлении интерьеров и создании архитектурных сооружений с использованием вертикальных элементов создается иллюзия большей высоты, а в горизонтальном направлении — большей ширины.

Использование клетки и других вариантов членения используемого материала или конструкции предмета также имеет свои особенности восприятия: крупные фрагменты рисунка и членений зрительно уменьшают объект, а мелкие — увеличивают. Поэтому для высоких и крупных предметов и объектов с целью уменьшения их параметров желательно применять крупные членения соответственно горизонтального и вертикального

характера, а для невысоких и тонких с целью увеличения их параметров — мелкие членения в конструкции, оформлении и отделке. Этот принцип успешно используется при разработке моделей одежды для людей с неординарными фигурами, а также при создании архитектурных сооружений и оформлении интерьеров с целью придания определенного характера или корректировки параметров.

Кроме того, известно, что горизонтальная и вертикальная линии могут производить впечатление равных по размеру, если горизонтальная длиннее вертикальной примерно на 25%.

Хаотично расположенные диагональные линии придают объекту ощущение активности, движения, напряженности, хорошо запоминаются и позволяют создавать эксклюзивные и оригинальные товары. С их помощью можно иллюзорно изменить как ширину, так и высоту объекта. Поскольку они являются “посредниками” между горизонтальными и вертикальными линиями, то, умело использовав угол наклона и направление их расположения, можно иллюзорно корректировать параметры объекта в сторону их увеличения или уменьшения.

Впечатление спокойствия и размеренности создают линии прямые и с постоянным радиусом кривизны, поскольку в их природе заложено постоянство. Для придания динамичности и напряженности при создании формы изделия и его отделке используют линии с переменным радиусом кривизны.

Использование плавных кривых линий в оформлении угловатых объектов позволяет создать ощущение мягкости при восприятии и завуалировать тяжеловесность объекта.

Угол пересечения линий между собой также играет немаловажную роль. Перекрещивание линий между собой под острыми углами способствует созданию напряженности, резкости и динамичности при восприятии. Использование прямых углов при пересечении линий, наоборот, умиротворяет, успокаивает, делает объект более уравновешенным и устойчивым.

Эффектом иррадиации объясняется и различное впечатление от поверхностей, покрытых поперечными или продольными полосками. Поле с поперечными полосками кажется более низким, чем поле с продольными, так как белый цвет, окружающий

поля, проникает наверху и внизу между полосками и визуально уменьшает высоту поля.

Оптическая коррекция возможна благодаря особенностям зрительного восприятия. Варианты оптических иллюзий представлены на рисунке 54.

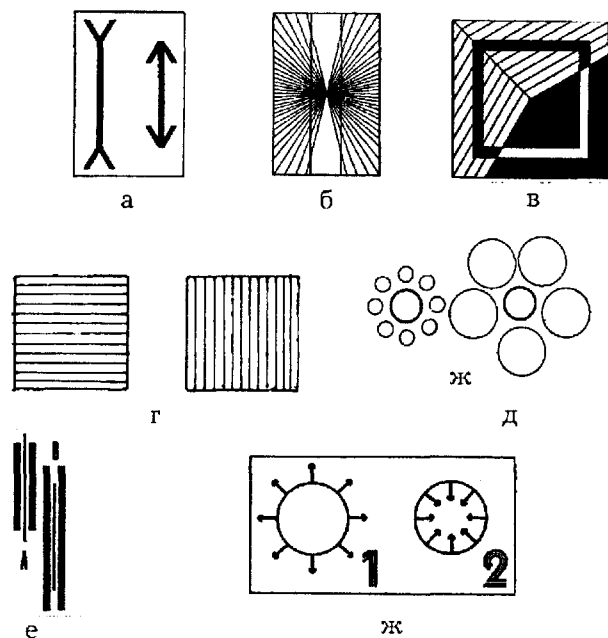


Рис. 54. Варианты оптических иллюзий:

а — иллюзии Мюллера—Лиера, б — линии Целльнера, в — зрительное неравенство углов, г — иллюзия оформления плоскости вертикальными и горизонтальными линиями, д — иллюзия изменения размера внутренней окружности в зависимости от окружающих объектов, е — изменения длины линии в зависимости от соседства; ж — оптическое изменение площади круга с помощью расположения аналогичных деталей внутри и вне круга

В 1889 г. впервые была описана иллюзия стрелок Мюллера—Лиера (рис. 54, а): из двух равных частей прямой линии отрезок, ограниченный острыми углами (или расходящимися линиями),

кажется примерно на 33% меньшим, чем отрезок, ограниченный тупыми углами (или сходящимися линиями). На законе оптического преувеличения размера острых углов основывается с 1860 г. классическая иллюзия сходящихся и расходящихся линий Целльнера (рис. 54, б): горизонтальные параллельные линии кажутся сходящимися и расходящимися. На законе оптического преувеличения размера острых углов основывается кажущееся искажение угла квадрата, который пересечен штрихами, образующими тупые углы, а также сильное искажение формы круга. В этом случае штриховка под тупым углом вытягивает верхнюю половину круга, а под острым — сжимает нижнюю (рис. 54, в, г, д, е, ж).

Важным фактором формирования восприятия объекта и его корректировки является использование цвета и его сочетаний. Цвет, как известно, имеет сильное психофизиологическое воздействие на человека, которое было подробно рассмотрено ранее.

Оптическое воздействие цвета позволяет создавать иллюзии или оптические явления. Кроме того, с помощью цвета возможно создание иллюзий, способствующих улучшению эстетических свойств объекта и созданию гармоничного образа. Цветовое оформление может способствовать изменению внешнего вида предметов, размеров и места расположения объекта, созданию необходимой ауры в помещении, приданию обстановке спокойного, активного, веселого и иного характера.

Создание оптических иллюзий с помощью цвета основывается на явлении иррадиации, представляющем собой физическое явление, происходящее в тканях глаза и имеющем различные проявления. Так, явление иррадиации вызывает иллюзию того, что светлые предметы на темном фоне кажутся больше, чем есть на самом деле. Это явление известно с очень давних времен. Архитектор и инженер Древнего Рима Витрувий, живший в I в. до н. э., в своих трудах отмечал, что при сочетании темного и светлого «свет пожирает мрак». Кроме того, изображенные на черном фоне белые фигуры кажутся больше черных фигур той же формы и размера, но размещенных на белом фоне (рис. 55).

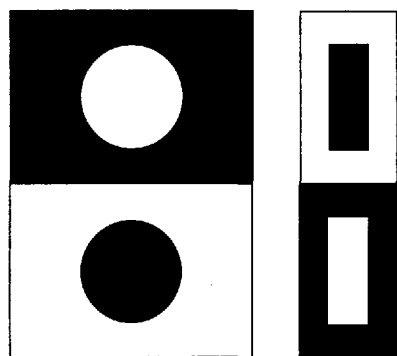


Рис. 55. Неравенство объектов вследствие использования иррадиации

Эта же закономерность проявляется и по отношению к хроматическим цветам: желтый квадрат на синем фоне кажется большим, чем равный ему синий на желтом фоне.

Создание оптических иллюзий возможно путем грамотного использования фона, позволяющего оптически изменять восприятие предмета. Иногда наши заключения о насыщенности цвета объекта могут быть ошибочными вследствие влияния цвета фона и цвета окружающих его предметов. В этом случае проявляются закономерности контраста яркостей: цвет светлее на темном фоне и темнее на светлом. Великий художник и ученый Леонардо да Винчи писал: “Из цветов равной белизны тот кажется более светлым, который будет находится на более темном фоне, а черное будет казаться более мрачным на фоне большей белизны. И красное покажется более огненным на более темном фоне, а также все цвета, окруженные своими прямыми противоположностями”. Таким образом, как ахроматические, так и хроматические цвета в окружении более темных цветов кажутся более светлыми, а в окружении более светлых темнеют. Кроме того, ахроматические цвета в окружении хроматических изменяют свой цвет и приобретают хроматический оттенок. Так, на желтом фоне серый цвет становится синеватым, на зеленом — розовеет, на красном — зеленеет. Эта иллюзия вызвана иррадиацией света от ярких участков поверхности на темные.

Зрительно увеличить стройность объекта и уменьшить его размеры можно путем использования черного цвета и темных вариантов хроматических цветов. Но при этом увеличивается зрительно воспринимаемая масса объекта. Окрашенные в белый цвет и светлые варианты хроматических цветов объекты, наоборот, кажутся более объемными, но зрительно воспринимаются как более легкие. Теплые тона с большой длиной волны позволяют увеличивать зрительное восприятие параметров объекта, а холодные — уменьшать.

В таблице 6 приведены ассоциации, возникающие в результате восприятия основных цветов. Общим для красного, оранжевого и желтого цвета является то, что они создают иллюзию теплоты и окрашенные в эти цвета объекты кажутся выступающими, и более приближенными к наблюдателю, зрительно приподнимают и увеличивают поверхность.

Таблица 6

Характер ассоциаций, возникающих при восприятии основных цветов

Цвета	Характеристика цветов по ассоциациям					
	теплые	холодные	легкие	тяжелые	отступающие	выступающие
Хроматические цвета						
Красный	X			X		X
Оранжевый	X			X		X
Желтый	X		X			X
Зеленый		X			X	
Голубой		X	X		X	
Синий		X		X	X	
Фиолетовый		X		X	X	
Ахроматические цвета						
Белый			X			
Светло-серый			X			
Темно-серый				X		
Черный				X		

Цвета зеленый, голубой, синий и фиолетовый воспринимаются, как холодные и отступающие. Плоскости, окрашенные в темно-синий, фиолетовый и черный цвета, зрительно уменьшаются и устремляются книзу.

Так же нужно отметить центробежное движение желтого цвета и центростремительное синего. Первый цвет колет глаза, во втором глаз утопает. Это воздействие увеличивается, если к нему добавить различие в светлоте и темноте, т. е. воздействие желтого увеличится при добавлении к нему белого цвета, а синего — при снижении его светлоты.

Среди ахроматических цветов белый и светло-серый создают иллюзию легкости, а темно-серый и черный придают объекту тяжеловесность.

Восприятие цвета всегда зависит от окружения. Предметы представляют собой разнообразие угловатых и изогнутых, выпуклых и вогнутых форм. Кроме того, поверхности объектов также обладают рядом характеристик, влияющих на наше восприятие цвета: предметы могут быть гладкими, шероховатыми, матовыми, блестящими и т. д. Статуя, отлитая из бронзы, выглядит меньше, чем изготовленная из гипса или белого мрамора.

Знание и профессиональное применение законов, принципов и средств создания оптических иллюзий позволяет специалистам разрабатывать конкурентоспособную продукцию, эстетически преобразовывать окружающую действительность или корректировать восприятие уже созданных составляющих предметного мира. Целостность композиции предмета и ансамбля достигается лишь при взаимосвязанном использовании всех средств гармонизации. Чувство гармонии, воспитанное на знании ее закономерностей, умение представить себе товар в окружении других изделий, которые будут с ним взаимодействовать в той или иной предметной среде, — необходимое качество современного специалиста.

7. ДИЗАЙН ТОВАРОВ

7.1. Дизайн товаров: цели, сущность и виды

Термин “дизайн” появился в нашей стране недавно. До этого проектирование вещей назвалось художественным конструированием, а теория создания вещей — технической эстетикой. Слово “дизайн” (от англ. *design*) означает “рисование”. Это слово породило и производные понятия: дизайнер — художник-конструктор, дизайн-форма — внешняя форма предмета и др.

Ценность каждой вещи в двух началах — пользе и красоте. Самый надежный критерий в оценке дизайна — его соответствие своему назначению, но и этот критерий меняется в зависимости от обстоятельств и времени.

В 1960-х гг. дизайнеры видели свою задачу в удалении всего лишнего. Со зданий и вещей исчезли украшения, профессионально спроектированный ландшафт отличался строгостью. Но со временем утвердились противоположные тенденции: на смену модернизму, который был сочтен монотонным и даже стерильным, пришел постмодернизм, стремящийся оживить здания декоративными элементами прежних стилей. Сейчас в условиях главенствующей роли техники в нашей жизни, как никогда раньше, становится важным иметь товары, функция которых легко читаема.

Задача дизайнера — уловить новые веяния и запросы потребителей, а также возможности промышленности и достижения науки и техники. В результате согласования этих составляющих дизайнеры разрабатывают либо новые формы традиционных изделий, либо товары с новыми функциями.

Однако только польза и удобство товара, покоряющие потребителя, не позволяют охарактеризовать товар как конкурентоспособный. Весомым дополнением, которое в большинстве случаев привлекает наше внимание и определяет выбор, тем самым выявляя уровень конкурентоспособности товара, является красота, т. е. эстетические свойства.

В общих чертах процесс дизайна включает постановку задачи, определение ситуации или проблемы, на которую эта задача ориентируется, выявление ограничений, использование изобразительных средств для создания наглядных форм, которые можно моделировать. Виды дизайна отражают разнообразные цели, потребности, обстоятельства и творческие подходы. Но есть дизайны, которые вводят в заблуждение: товар только кажется новым. Иные дизайны выполнены на низком уровне.

Дизайн не только помогает идти в ногу со временем, но и позволяет выразить себя, свое настоящее, свои идеалы и в какой-то степени характеризует и самих людей. При этом дизайн позволяет судить не только об индивидуальных потребителях, но и о целых корпорациях, которые выражают себя в нем гораздо ярственнее, чем потребители.

Так как характер дизайна все больше зависит от "контекста", в котором изделия изготавливаются и используются, а сложность проектных работ возрастает, дизайнеры-одиночки почти исчезли со сцены. Сейчас дизайнеры работают в тесном сотрудничестве с группами людей, которые, не имея специальной подготовки в области проектирования, должны об этом что-то знать. Руководители компаний, добившиеся успеха в выпуске высококачественной продукции, понимают, как работают дизайнеры, и создают для них благоприятную рабочую обстановку.

Дизайн призван улучшить качество жизни людей, обеспечив более безопасную и удобную окружающую среду. В зданиях сооружаются, помимо лестниц, пандусы для инвалидов кресел-каталок, то же самое делается на тротуарах, в местах пересечения с улицами. Различные указатели и надписи увеличивают, чтобы их могли прочесть люди со слабым зрением. Для лиц с пониженными физическими способностями и специфическими

потребностями разрабатываются самые разнообразные новые специализированные товары.

По-настоящему удачный дизайн почти всегда пригоден и для тех, кому он напрямую и не предназначался. Это особенно хорошо заметно во время перестройки зданий. Школы отлично подходят для переоборудования в многоквартирные дома для престарелых. Старые вокзалы легко превращаются в рестораны. Заброшенные амбары становятся жилыми домами и студиями. На верхних этажах фабричных зданий несложно спроектировать мастерские для художников и квартиры.

Дизайн может носить узкоспециализированный характер. Но у дизайнеров обычно достаточно широкий кругозор. Понятно, что промышленный дизайнер должен хорошо разбираться в материалах и технологии производства. Но еще более важно для него понимать потребности, желания и склонности потребителей. Ясно, что один и тот же дизайнер не может хорошо знать технологию производства компьютеров, трансформаторов, печатных машин, медицинского инструментария и стереофонических установок. Но все эти виды продукции, как бы они ни были прекрасно сконструированы, идеально выполнены и искусно разрекламированы, объединяет одно: ими будут пользоваться люди. Об этом и должен прежде всего думать любой дизайнер.

7.2. История становления дизайна

Корни промышленного дизайна уходят к началу XIX в., в эпоху появления массового машинного производства и разделения труда. Практика раннего дизайна была весьма примитивной. До промышленной революции в труде ремесленника дизайн непосредственно сочетался с изготовлением изделия. Функциональностью и экономичностью производимой продукции занимались инженеры, а дизайнеры отвечали лишь за ее эстетический вид. С приходом века индустриализации дизайнер стал создавать прототипы изделий, которые с помощью машин производили другие люди.

Переломным этапом в видении роли дизайнера в создании привлекательной для потребителя продукции стало основание в Германии в 1907 г. производственного союза “Веркбунд”, который объединил крупнейших представителей творческой интеллигенции Германии. Основными задачами союза были: реорганизация ремесленного производства на промышленной основе; создание идеальных образцов для промышленного производства; борьба с украшениями и орнаментацией.

В 1919 г. в небольшом германском городе Веймаре был создан “Баухауз” — первое учебное заведение, призванное готовить художников для работы в промышленности. Начало деятельности проходило под влиянием утопических идей о возможности переустройства общества путем создания гармонической предметной среды. Обучение разделялось на техническую и художественную подготовку. Занятие ремеслом считалось необходимым для будущего дизайнера. Изделия отличались чистым геометризмом предметов из дерева и металла. Техническая подготовка подкреплялась изучением станков, технологии обработки металла и других материалов. Студенты овладевали всеми тонкостями восприятия, формообразования и цветосочетания.

С приближением кризиса 1930-х гг. производители сталкивались с растущими трудностями при продаже своих товаров. Бизнесмены стали нанимать художников, графиков и театральных декораторов для придания товарам внешнего вида, который привлекал бы покупателей. Наиболее очевидный сдвиг в этом направлении произошел в 1927 г., когда Генри Форд прекратил выпуск автомобилей своей знаменитой модели “Т”. Столкнувшись с насыщением рынка и конкуренцией со стороны компании “Дженерал моторс”, Форд истратил 18 млн долл. на переоснащение своих предприятий для выпуска нового автомобиля модели “А”, имевшей гораздо более изящную, обтекаемую форму. Опыт Форда продемонстрировал деловому миру важную роль дизайна для успешного сбыта любого вида потребительских товаров.

В период кризиса изготовители стали все больше внимания уделять дизайну продукции: сначала как средству борьбы со

своими прямыми конкурентами, а позднее как способу восстановления здоровой экономики в стране.

Некоторые дизайнеры выполняли для заказчиков только эскизы, но большинство шло гораздо дальше, изучая производственные процессы и материалы, так как назначению изделий и простоте обращения с ними придавали столь же важное значение, как и их внешнему виду. В скором времени дизайнерские фирмы стали набирать в штат чертежников, модельщиков, инженеров, архитекторов и специалистов по изучению рынка. Часто они занимались дизайном не только самих товаров, но и упаковки, прилавков и витрин, торговых выставок, а также коммерческой архитектурой.

К концу 1930-х гг. большинство компаний заключали контракты с независимыми консультантами на разработку определенного продукта, некоторые же создавали у себя постоянные дизайнерские бюро, причем эта практика постепенно расширялась.

В послевоенной истории дизайна оформились две тенденции:

- культивирование элитарности,
- стремление дать потребителям то, что определялось коммерческим успехом.

В эпоху экономического бума 1950–60-х гг. эстетическая сторона в производстве товаров стала играть важную роль даже в таких отраслях промышленности, как медицинское оборудование и тяжелое машиностроение, хотя раньше их производителей редко беспокоил внешний вид изделий. На мировом рынке, где технология, стоимость производства и обслуживания примерно одинаковы, дизайн способен выделять изделия среди других подобного рода. Он также способен отразить не только количественные характеристики — размеры, скорость, мощность, стоимость, но и более тонкие, качественные черты — удобство в эксплуатации, комфортность, стиль.

Долгое время в дизайне все основывалось на интуиции и здравом смысле, однако по мере усложнения изделий и роста требовательности покупателей процесс все более формали-

зовался. Во многих дизайнерских отделах сегодня работают специалисты по “человеческим факторам” — промышленные психологи, пристально изучающие взаимоотношения между товаром и потребителем.

Дизайн становится важным средством воплощения технологии в формы, понятные рядовому потребителю. С появлением компьютеров, по сути, родилась новая отрасль дизайна. Речь идет не о самих компьютерах, а о программном обеспечении, которое открыло перед дизайнерами необъятное поле деятельности.

Помимо конструирования изделий, дизайнеры оказывают ценную помощь компаниям, упрощая и ускоряя производственный процесс. Промышленные дизайнеры хорошо знают материалы и технику, поэтому часто оказываются в состоянии упростить конструкцию изделия или уменьшить его вес, что сокращает транспортные расходы.

Сегодня дизайн — элемент системы мировой экономики. Это понятие стало гораздо шире, чем привычные нам формообразование или сочетание утилитарного и эстетического. Дизайн — стратегический инструмент конкурентной борьбы в современном постиндустриальном обществе. Именно такое понимание дизайна побуждает государство его поддерживать.

На примере двух динамично развивающихся стран можно проследить основные аспекты этой поддержки. Анализ состояния дизайна в Финляндии и КНР, особенностей продвижения дизайна тем более интересен, что оба государства являются непосредственными соседями России и тесно взаимодействуют с российскими государственными и бизнес-структурами.

В Финляндии была разработана и реализуется государственная программа “Design 2005”. Повышение конкурентоспособности осуществляется путем развития: дизайнерского образования; междисциплинарных исследований (как в образовании, так и уровне практики); инфраструктуры дизайн-сервиса, стимулирование его постоянного использования финскими компаниями, а также интеграцией дизайна в национальную систему инноваций. Одним из ключевых моментов программы “Design 2005” является широкое внедрение междисциплинарных исследовательских

программ, в которых должны принимать участие представители промышленных предприятий, эксперты из смежных областей дизайна, преподаватели и студенты дизайнерских школ. Учитывая возрастающую важность работы на международных рынках, правительство Финляндии способствует продвижению отечественных разработчиков.

Другой пример — дизайн в КНР. Последние годы стали временем активного развития дизайнерской системы в Китае. Правительством принята программа по поддержке промышленного дизайна, которая включает в себя исследовательские проекты, развитие образования, взаимодействие с торговыми организациями, международные контакты, использование медиа для продвижения дизайна. Ключевыми моментами в сфере китайского дизайна являются:

- модернизация крупного промышленного производства;
- активное развитие дизайнерского образования;
- тесная связь обучения с практикой,
- усиление исследований в сфере дизайна с точки зрения китайской культуры;
- государственная система поддержки и продвижения дизайна путем финансирования поддерживаемых правительством структур как на местном уровне, так и на общенациональном.

Поддержка промышленного дизайна на государственном уровне не является чем-то исключительным. Так, в Дании правительственный дизайн-центр координирует работу четырех министерств: бизнеса, культуры, образования и исследований на основе единой государственной политики. В Швеции Совет по промышленному дизайну управляется Министерством промышленности и торговли. В Германии работают 16 дизайн-центров, поддерживаемых земельными и федеральными правительствами. В Великобритании Совет по дизайну, субсидируемый правительством, продвигает британский дизайн. В Японии более 200 дизайн-центров действуют по всей стране. Южно-корейский институт продвижения дизайна финансируется правительством. Даже те страны, которые прежде не отличались промышленным развитием и вниманием к дизайну, сегодня учитывают его

потенциал. Во Вьетнаме и Таиланде использование дизайна на малых и средних предприятиях поддерживается государством. В Малайзии при Министерстве науки и технологии действует Совет по дизайну.

Безусловно, что дизайн и сам будет развиваться в обществе, ориентированном на экономические ценности. Но только целенаправленная система государственных мер может достаточно быстро и эффективно сформировать дееспособную дизайнерскую систему.

7.3. Развитие дизайна в России

Первое десятилетие существования нашего государства оставило творческое наследие, отразившее поиски нового современного и оставшееся в истории нашей социальной культуры. Уже в 1918 г. в государственном масштабе был поставлен вопрос о создании предметной среды, отвечающей новым идеалам, и внедрении художественного творчества в производство. При отделе изобразительных искусств Наркомпроса был организован подотдел художественной промышленности.

Постановлением Совнаркома в 1920 г. были созданы Московские государственные высшие художественно-технические мастерские (ВХУТЕМАС) путем слияния бывшего Строгановского училища и бывшего Училища живописи, ваяния и зодчества.

В конце тридцатых годов дизайн стал проникать и в область культурно-бытовых изделий: художники участвовали в проектировании первого советского дискового телефона, радиоприемника, осветительной аппаратуры, мебели. Дальнейшему продвижению этих работ помешало приближение Второй мировой войны. Однако велись теоретические разработки и в области новой науки эргономики и дизайнерского проектирования в судостроении и автомобильном кузовостроении.

Современный отечественный дизайн воплощает в себе как международные наработки в этой области, так и национальные акценты. Для проверки новых предложений, новых типов и форм изделий, их качественного уровня служат конкурсы на лучшие

образцы товаров, разработанных как в нашей стране, так и за рубежом. Такие конкурсы также позволяют определить перспективные направления развития производства товаров.

Всероссийский научно-исследовательский институт технической эстетики (ВНИИТЭ), координирующий деятельность дизайнеров, был образован в 1962 г. под эгидой Государственного комитета СССР по науке и технике. Одновременно в стране были созданы 7 специализированных художественно-конструкторских бюро (СХКБ) — в Москве, Ленинграде, Киеве, Свердловске, Риге, Баку и Тбилиси. ВНИИТЭ выполнял функции межотраслевого научно-методического, координационного и информационного центра по развитию дизайна и эргономики в стране. Практическая деятельность института технической эстетики была связана с самыми многообразными научными изысканиями в области теории и практики художественного конструирования.

Социальные реформы 1990-х гг., структурная перестройка промышленности, перевод экономики на рельсы рыночных отношений существенно скорректировали роль и место отечественного дизайна в социально-экономической стратегии новой России. В 2002 г. исполнилось 40 лет со дня образования ВНИИТЭ.

В настоящее время деятельность Всероссийского научно-исследовательского института технической эстетики, функционирующего в рамках Министерства образования и науки Российской Федерации, сосредоточена на следующих приоритетных направлениях:

- исследование качества жизни как критерия социально-экономического развития Российской Федерации. Цель: разработка показателей качества жизни и методов их оценки, выявление социальных последствий внедрения достижений научно-технического прогресса и принятия эффективных правительственных решений по устойчивому развитию экономики, техники и социальной сферы с учетом критериев качества жизни;

- методическое обеспечение и практическое участие в создании конкурентоспособной промышленной продукции с

потенциал. Во Вьетнаме и Таиланде использование дизайна на малых и средних предприятиях поддерживается государством. В Малайзии при Министерстве науки и технологии действует Совет по дизайну.

Безусловно, что дизайн и сам будет развиваться в обществе, ориентированном на экономические ценности. Но только целенаправленная система государственных мер может достаточно быстро и эффективно сформировать дееспособную дизайнерскую систему.

7.3. Развитие дизайна в России

Первое десятилетие существования нашего государства оставило творческое наследие, отразившее поиски нового современного и оставшееся в истории нашей социальной культуры. Уже в 1918 г. в государственном масштабе был поставлен вопрос о создании предметной среды, отвечающей новым идеалам, и внедрении художественного творчества в производство. При отделе изобразительных искусств Наркомпроса был организован подотдел художественной промышленности.

Постановлением Совнаркома в 1920 г. были созданы Московские государственные высшие художественно-технические мастерские (ВХУТЕМАС) путем слияния бывшего Строгановского училища и бывшего Училища живописи, ваяния и зодчества.

В конце тридцатых годов дизайн стал проникать и в область культурно-бытовых изделий: художники участвовали в проектировании первого советского дискового телефона, радиоприемника, осветительной аппаратуры, мебели. Дальнейшему продвижению этих работ помешало приближение Второй мировой войны. Однако велись теоретические разработки и в области новой науки эргономики и дизайнерского проектирования в судостроении и автомобильном кузовостроении.

Современный отечественный дизайн воплощает в себе как международные наработки в этой области, так и национальные акценты. Для проверки новых предложений, новых типов и форм изделий, их качественного уровня служат конкурсы на лучшие

образцы товаров, разработанных как в нашей стране, так и за рубежом. Такие конкурсы также позволяют определить перспективные направления развития производства товаров.

Всероссийский научно-исследовательский институт технической эстетики (ВНИИТЭ), координирующий деятельность дизайнеров, был образован в 1962 г. под эгидой Государственного комитета СССР по науке и технике. Одновременно в стране были созданы 7 специализированных художественно-конструкторских бюро (СХКБ) — в Москве, Ленинграде, Киеве, Свердловске, Риге, Баку и Тбилиси. ВНИИТЭ выполнял функции межотраслевого научно-методического, координационного и информационного центра по развитию дизайна и эргономики в стране. Практическая деятельность института технической эстетики была связана с самыми многообразными научными изысканиями в области теории и практики художественного конструирования.

Социальные реформы 1990-х гг., структурная перестройка промышленности, перевод экономики на рельсы рыночных отношений существенно скорректировали роль и место отечественного дизайна в социально-экономической стратегии новой России. В 2002 г. исполнилось 40 лет со дня образования ВНИИТЭ.

В настоящее время деятельность Всероссийского научно-исследовательского института технической эстетики, функционирующего в рамках Министерства образования и науки Российской Федерации, сосредоточена на следующих приоритетных направлениях:

- исследование качества жизни как критерия социально-экономического развития Российской Федерации. Цель: разработка показателей качества жизни и методов их оценки, выявление социальных последствий внедрения достижений научно-технического прогресса и принятия эффективных правительственных решений по устойчивому развитию экономики, техники и социальной сферы с учетом критериев качества жизни;

- методическое обеспечение и практическое участие в создании конкурентоспособной промышленной продукции с

использованием средств и методов дизайна и эргономики. Цель: использование возможностей дизайна как неотъемлемого элемента рыночной экономики для реализации государственной стратегии в области качества, использования научно-технических достижений и новых технологий при создании наукоемкой продукции, разработки нормативно-технических документов и информационных баз данных, учитывающих требования дизайна и эргономики к качеству товаров народного потребления;

– формирование предметно-пространственной среды жизнедеятельности детей-инвалидов, обеспечивающей их социальную адаптацию и реабилитацию. Цель: создание ассортимента оборудования для детей-инвалидов, не уступающего по функциональным возможностям и качеству импортному;

– участие в разработке и осуществлении мер по сохранению и развитию научно-технического и кадрового потенциала России, адаптации научно-профессионального уровня дизайнеров и эргономистов к условиям рыночной экономики. Цель: подготовка специалистов новой формации, отвечающих требованиям современной профессиональной эргодизайнерской деятельности, разработка концепции и модели второго (дополнительного) высшего дизайн-образования на базе ВНИИТЭ.

7.4. Дизайнерское образование

Интересен опыт становления системы дизайнерского образования в США. Гарвардская школа делового администрирования является одним из самых престижных заведений Америки по подготовке менеджеров. В сотрудничестве с Институтом дизайна, координирующим связь между дизайном и бизнесом, школой была разработана программа “Триада” по сравнительному изучению дизайна в США, Европе и Японии. В Мичиганском университете студенты отделений бизнеса и дизайна, изучая механизм конкуренции, совместно и на реальном материале решают проблемы, связанные с выпуском новых изделий. Основы дизайна сейчас преподают в школах бизнеса Дартмутского колледжа и Стэнфордского университета. Другие учебные за-

ведения пытаются ввести курс дизайна в учебные программы, и без того плотно загруженные.

Как учебная дисциплина дизайн сравнительно молод. Несколько десятков лет назад еще не существовало программ для подготовки профессиональных дизайнеров. Первые промышленные дизайнеры создавали свою профессию, обращаясь к опыту работы в таких разных областях, как театральные декорации, моделирование одежды, архитектура, инженерное искусство, реклама.

В настоящее время в сотнях учебных заведений можно получить диплом по промышленному и графическому дизайну, а также по таким дисциплинам, как теория дизайна, дизайн окружающей среды.

Весной 1990 г. в Иллинойском технологическом институте была введена первая в Соединенных Штатах программа подготовки докторов наук по дизайну, что приведет к более интенсивным исследованиям в области дизайна, что будет способствовать его дальнейшему развитию.

Однако в отличие от профессиональной подготовки юристов, врачей и архитекторов обучение графическому или промышленному дизайну не имеет единой методики. Школы отличаются друг от друга не только общими концепциями и целевыми установками. Присуждаемые выпускникам степени тоже различны.

Интересно, что “Центр искусств” в Пасадене — одна из дизайнерских школ в Соединенных Штатах, которые делают акцент на подготовке студентов к практической деятельности и меньше всего занимаются абстрактным теоретизированием. Студенты постоянно сталкиваются с реальными ситуациями, например, когда такие корпорации, как “Истмен кодак” или “Форд моторс”, заказывают гипотетические проекты отдельным учебным группам. Преимущества такого сотрудничества явны: студенты устанавливают контакты с потенциальными работодателями, а компании выигрывают от творческого энтузиазма студентов.

Некоторые учебные заведения заинтересованы в том, чтобы их студенты получали заслуженное признание специалистов за пределами университета. Чикагский институт дизайна разработал "Смежную программу для промышленности". Участвующие в программе корпорации могут покупать составляемые студентами компьютерные программы. В результате Институт дизайна получает деньги, студенты видят практические результаты своей работы, а компании имеют возможность принимать новаторские решения, которые могут дать им преимущества по сравнению с конкурентами.

Хотя учебные программы, а следовательно, и студенческие проекты в разных школах различны, большинство программ обучения дизайну преследуют общую цель — подготовить студентов к тем сложным задачам, которые встанут перед дизайнерами в XXI в.

Задача дизайнера — дать материальное воплощение новым идеям и замыслам. Школы дизайна стараются сделать свои программы содержательными и глубокими, чтобы передать эстафету следующему поколению дизайнеров.

В России подготовкой специалистов в области дизайна занимаются следующие высшие учебные заведения:

- Высшая академическая школа графического дизайна Московского художественного училища прикладного искусства;
- Высшая школа изящных искусств;
- Институт дизайна и рекламы;
- Институт индустрии моды;
- Институт современного искусства;
- Институт современных бизнес-технологий и систем управления;
- Международный славянский университет им. Г. Р. Державина;
- Московская государственная академия автомобильного и транспортного машиностроения;
- Московская государственная текстильная академия;
- Московский государственный институт электронной техники;

- Московский государственный университет дизайна и технологий;
- Московский государственный художественно-промышленный университет им. С. Г. Строганова (МГХПУ);
- Московский государственный университет печати;
- Московский государственный университет сервиса;
- Московский открытый социальный университет (МОСУ);
- Национальный институт дизайна Союза дизайнеров России;
- Российский государственный гуманитарный университет (РГГУ);
- Британская высшая школа дизайна Университет Хертфордшира (Великобритания) и Международный институт рекламы (Россия) представляют совместный проект — создание в Москве Британской высшей Школы дизайна;
- Университет бизнеса и искусства.

Российские высшие учебные заведения обучают на своих отделениях следующим специальностям: индустрия моды и дизайна; дизайн интерьера, универсальный дизайн; дизайн городской и предметной среды, компьютерная графика, дизайн одежды, рекламы, экстерьера, текстильных изделий, художественно-графическое оформление печатной продукции, дизайн оборудования, компьютерный дизайн, ландшафтный дизайн.

7.5. Стадии и принципы разработки дизайна товара

При проектировании изделий дизайнер работает в тесном контакте с эргономистами, технологами, психологами, конструкторами и экономистами с целью создания конкурентоспособной продукции, в наибольшей степени соответствующей требованиям потребителей.

Основным аспектом при разработке дизайна является назначение товара, определяющее его полезность и обществен-

ную ценность. Только полезная вещь одновременно выполняет функцию культурной, социальной, целесообразной, эстетически выразительной, т. е. обладает многообразием общественно полезных свойств и функций, отвечающих потребностям человека. Этим объясняется то, что при проектировании дизайнер с особым вниманием должен учитывать функцию, которую в дальнейшем будет выполнять объект разработки.

Основными стадиями разработки дизайна изделий являются:

- составление технического задания;
- анализ информации о конъюнктуре товарного рынка по данной группе товаров;
- исследование изделий-аналогов для нахождения нового решения;
- разработка технического проекта;
- определение конкретных характеристик композиции, цветовых вариантов, среды применения разрабатываемого изделия;
- согласование всех составляющих нового изделия со специалистами, участвующими в создании объекта;
- изучение мнений потребителей о новом варианте изделия;
- определение технологических параметров производства нового изделия;
- контроль за соответствием серийного производства опытному образцу.

Известны три основных принципа разработки дизайна изделий промышленного производства:

1) комплексное одновременное решение утилитарно-функциональных, конструктивно-технологических, экономических и эстетических вопросов. Определяющими и подчиняющими себе все остальные являются утилитарно-функциональные. При решении вопросов, связанных с созданием формы изделия в целом и отдельных его частей необходимо в первую очередь стремиться к тому, чтобы эта форма в максимальной степени соответствовала его утилитарно-функциональному назначению.

Поэтому проектирование и конструирование следует начинать с изучения ее функции и утилитарного назначения. Сущность этого принципа можно кратко выразить следующей формулой: польза + удобство + красота или технико-экономические показатели + эргономические показатели + эстетические показатели. Наглядным примером учета первого принципа разработки дизайна могут служить современные автомобили;

2) изделия должны соответствовать окружающей среде и конкретным условиям. Так, планировка и конструкция автобусов, предназначенных для внутригородских и междугородных рейсов, различна. Таким образом, ни одно явление, ни одну вещь нельзя брать изолированно, в отрыве от конкретных условий, так как все явления взаимосвязаны и взаимообусловлены. Поэтому, не зная окружения, нельзя проектировать предмет;

3) единство формы и содержания. Этот принцип с художественно-эстетической, социальной и идеологической точки зрения является наиболее сложным и ответственным в дизайне. На протяжении веков архитектура различных зданий и сооружений формируется, сообразуясь с их содержанием. Изменение форм складывалось главным образом при появлении новых материалов и конструкций, новых социально-экономических и бытовых условий, при развитии производительных сил.

8. ПРОМЫШЛЕННАЯ ГРАФИКА

8.1. Значение, виды и области применения промышленной графики

Промышленная графика в виде надписей, иллюстраций, условных знаков, этикеток имеет широкую сферу распространения. К ней относятся все виды визуальной информации — на промышленных предприятиях, транспорте, в торговле, медицине, спорте и других сферах человеческой деятельности.

На предприятиях промышленная графика охватывает широкий круг вопросов: безопасности труда, технологические, коммунальные и т. п.

К промышленной графике относятся также таблички с наименованием населенных пунктов, наименования улиц, номера домов, надписи на транспортных средствах и др.

Современные изделия имеют многочисленную сопроводительную документацию в виде паспортов, инструкций, каталогов. Эту документацию промышленная графика обеспечивает наглядными визуальными изображениями, поясняя строение изделий и их отдельных частей, правила пользования, обслуживания и ремонта.

Другая разновидность промышленной графики — условные знаки, которые образно и быстро благодаря различным символам с обобщенными и характерными чертами содержания передают визуальную информацию.

Несмотря на то что формы, размеры и цвет рисунков этих знаков устанавливаются национальными стандартами, все же заметна тенденция к обобщению их в международном масштабе

(рис. 56). Такое направление создает удобства в процессе эксплуатации изделий, экспортно-импортных грузовых операций, сотрудничества, туристических поездок и т. п.



Рис. 56. Символы, обозначающие:
а — ковры и ковровые изделия для использования во влажных условиях, б — ручную стирку

В общественных местах с интенсивным движением большого количества людей (гостиницы, аэропорты, вокзалы, зрелищные комплексы) все чаще появляются пиктограммы — графические символы, содержащие самую разнообразную информацию (справочное бюро, туалет, место отдыха). Преимущество пиктограмм по сравнению с текстовыми надписями заключается в том, что она лаконична, образна и понимаема всеми вне зависимости от языка. Пиктограмма унифицируется не только в узконациональных, но и в международных масштабах. Примером может также служить обозначение видов спорта, являющихся олимпийскими.

Многообразие представленных на отечественном рынке товаров выдвигает новые требования к потребителю. Сегодня покупатель должен знать требования к качеству и маркировке товаров, правила осмотра изделий, а также законы и постановления, защищающие его права и здоровье. Одним из ориентиров на пути познания качества товара является маркировка, предполагающая содержание сведений о:

- нормативных документах, в соответствии с которыми произведен товар;
- изготовителе (поставщике);

- результатах сертификации;
- основных потребительских свойствах товара;
- сроке годности;
- гарантиях производителя и т. п.;
- сырьевом составе товара;
- правилах эксплуатации и т. п.

Законом РФ “О защите прав потребителей” (ст. 6, 7, 8 и 10) узаконено право потребителям на получение достоверной информации о товаре, которая в наглядной и доступной форме должна доводиться до потребителя при реализации товаров, оказании услуг, выполнении работ.

По отдельным видам товаров (работ и услуг) перечень и способы доведения информации до потребителя устанавливаются Правительством Российской Федерации. Информация о товарах (работах и услугах) в обязательном порядке должна указываться в технической документации, прилагаемой к товарам, на этикетке и упаковке. Если предоставленная информация является недостоверной или недостаточно полной и тем самым наносит вред жизни, здоровью и имуществу потребителя, то к изготовителю предъявляются административные и уголовные взыскания, оговоренные в статьях 11–16 Закона РФ “О защите прав потребителя”.

К специальным обозначениям, наносимым на изделия и упаковку, относятся товарный знак и знаки сопровождения.

Энциклопедический словарь толкует **товарный знак** как особое сочетание символов в виде цифр, букв, слов и изображений. Это своеобразный паспорт изделия, выданный изготовителем и гарантирующий его качество. Они являются индивидуальными опознавательными символами предприятий и организаций, отраслей производства. Товарный знак используется производителем или продавцом для идентификации своих товаров и отличия их от других производителей.

Все современные товарные знаки можно разделить на четыре категории: символические, аббревиатурные, текстовые и комбинированные.

В *символическом* товарном знаке общеизвестные символы (без дополнительных текстовых пояснений) раскрывают ассортимент фирмы, особенности ее производства и направления деятельности. Такие товарные знаки могут быть в виде орнаментально-декоративного рисунка, где предметы, характерные для определенной отрасли или предприятия, изображаются стилизованно либо в образно-тематическом стиле с нанесением упрощенных характерных объектов местности, где расположено предприятие. *Аббревиатурные* товарные знаки передают сокращенное название фирмы, представляющее собой сочетаний первых букв названия предприятия, организации или учреждения (БУПК — Белгородский университет потребительской кооперации). *Текстовые* товарные знаки могут состоять не более чем из четырех слов, отражающих суть деятельности фирмы. Иногда это может быть имя или фамилия владельца. *Комбинированные* товарные знаки представляют собой сочетание символических, аббревиатурных и текстовых категорий (рис. 57).



Рис. 57. Товарные знаки:

а — Билайн, б — Читинской овчинно- меховой фабрики, в — Костромского ювелирного завода

Разработка фирменных знаков базируется на традициях и наследии геральдики — смежной исторической дисциплины, изучающей гербы государств, стран, городов.

В процессе разработки товарного знака необходимо учитывать следующие закономерности:

- название фирмы в виде слова или аббревиатуры может быть бессмысленным, но обязательно благозвучным (Avon);
- аббревиатура не должна быть длинной;

– фирменные знаки должны быть лаконичны и выразительны в художественном отношении, но их не следует перегружать изобразительными средствами;

– в них не допускается повторяемость отдельных элементов существующих и зарегистрированных знаков.

Товарный знак — официально регистрируемый символический документ. В Уголовном кодексе РФ за незаконное использование товарного знака предусматривается штраф в размере 200–400 минимальных окладов; штраф в размере зарплаты нарушителя; исправительные работы на два года.

Законодательством в РФ товарный знак рассматривается как один из субъектов интеллектуальной собственности, подлежит регистрации в государственных органах, ведающих делами авторских прав, изобретений и открытий. Государственная регистрация и правовая охрана промышленных фирменных знаков введена в нашей стране после ее присоединения к Парижской конвенции в 1965 г.

Порядок регистрации, охраны и применения товарного знака регламентируется Законом РФ от 23 сентября 1992 г. “О товарных знаках, знаках обслуживания и наименования мест происхождения товара”. Решение о регистрации товарного знака принимаются после экспертизы, заявок, поступающих от предприятий различных форм собственности, отделом товарных знаков Государственной патентной экспертизы Всероссийского научно-исследовательского института.

Защита фирменных знаков за рубежом осуществляется в соответствии со статьями Парижской конвенции по охране промышленной собственности, первый вариант которой был опубликован 20 марта 1883 г. В дальнейшем конвенция была пересмотрена в Брюсселе 14 декабря 1900 г., в Вашингтоне 2 июня 1911 г., в Гааге 6 ноября 1925 г., в Лондоне 2 июня 1934 г., в Лиссабоне 31 октября 1958 г. и в Стокгольме 14 июля 1967 г. и изменена 2 октября 1979 г. В статье 9 указывается, что на любой продукт, незаконно снабженный товарным знаком или фирменным наименованием, налагается арест при ввозе в те страны Союза, в которых этот знак или фирменное наименование име-

ют право на законную охрану. В статье 10 отмечается: “Страны Союза обязаны обеспечить гражданам стран, участвующих в Союзе, эффективную защиту от недобросовестной конкуренции. В частности, подлежат запрету:

1) все действия, способные каким бы то ни было способом вызвать смещение в отношении предприятия, продуктов или промышленной или торговой деятельности конкурента;

2) ложные утверждения при осуществлении коммерческой деятельности, способные дискредитировать предприятие, продукты или промышленную или торговую деятельность конкурента;

3) указания или утверждения, использование которых при осуществлении коммерческой деятельности может ввести общественность в заблуждение относительно характера, способа изготовления, свойств, пригодности к применению или количества товаров”.

Кроме того: “Страны Союза обязуются обеспечить гражданам других стран Союза законные средства для эффективного пресечения всех действий, указанных в статьях 9 и 10, а также они обязуются предусмотреть меры, позволяющие союзам и объединениям, существование которых не противоречит законам их стран и которые представляют заинтересованных промышленников, изготовителей или торговцев, действовать через суд или административные органы с целью пресечения действий, предусмотренных в статьях 9 и 10, в той мере, в какой это допускает закон страны, где испрашивается охрана, для союзов и объединений данной страны”.

8.2. Геральдика — основа создания знаков промышленной графики

Геральдика — одна из старейших коммуникативно-презентационных систем, дошедшая до нашего времени и востребованная во всем мире. Нашу страну, несмотря на социальные эксперименты и отсутствие сословного деления общества, также

захлестывали волны интереса к геральдике и герботворчеству. В настоящее время в России восстановлены в правах как сама наука геральдика, так и практика регистрации территориальных и корпоративных гербов.

Геральдика (лат. (*ars*) *heraldica*, от *heraldus* — глашатай, герольд) — представляет собой историческую дисциплину, изучающую происхождение и социальные функции символов, эмблем и гербов, закономерности их графического изображения и особенности композиции их отдельных элементов, значение последних как своеобразных научных источников. Геральдика исследует памятники материальной культуры и письменные источники с гербами и эмблемами, помогает изучать национальные традиции, социальные черты, экономические и культурные связи между странами и др.

Французское название геральдики — *blazon* — происходит от немецкого *blasé* — “трубить в рог” и объясняется тем, что, когда рыцарь подъезжал к барьеру, ограждавшему место проведения турнира, он трубил в рог, чтобы возвестить о своем прибытии. Тогда выходил герольд и по требованию судей турнира описывал вслух герб рыцаря в доказательство его права принять участие в турнире. От слова *blasen* происходит и французское *blasonne*, немецкое *blasonieren*, английское *blazo*, испанское *blasona* и русское слово “блазонировать” — т. е. описывать герб.

Изобретение и использование всякого рода знаков и символов свойственны человеку издавна. Обычай избрания для себя или для своего рода и племени особого отличительного знака имеет очень глубокие корни и распространен повсюду в мире. Он происходит из родового строя и особого мирозерцания, свойственного всем народам в первобытный период их истории. В эпоху поголовной неграмотности использование гербового знака для подписи и для обозначения собственности было для многих единственным способом заверить документ своим именем. Такой опознавательный знак был понятен и неграмотному человеку.

Гербы делятся на различные виды и категории:

– гербы **государственные**, территориально-земельные, городов, областей, губерний и других территорий, входящих в состав государства;

– **корпоративные** современные (собственно корпоративные и в качестве торговых марок) и исторические (средневековых цехов, гильдий, братств);

– **родовые** гербы отличаются цветом, фигурами, рисунками, создаются по специальным правилам и описываются специальными терминами.

Отдельно следует выделить символику **футбольных клубов** (рис. 58). Ввиду того что родоначальником современного футбола является Англия с ее сильными геральдическими традициями, многие футбольные клубы Старого Света старались построить свою символику на традиционной геральдической основе.



а



б

Рис. 58. Гербы футбольных клубов:

а — Барселона (Испания), б — Бавария (Германия)

Считается, что гербы появились в X в., но выяснить точную дату сложно. Первые гербы, изображенные на печатях, приложенных к документам, относятся к XI в.

Яркое и красочное искусство геральдики развилось в мрачные времена упадка культуры и экономики, наступившего в Европе с гибелью Римской империи и утверждением христианской религии, когда возник феодализм и сложилась система наследственной аристократии.

Многое в геральдике указывает на то, что она сложилась во время завоевания Востока крестоносцами, так как несомненные

свидетельства существования геральдики появляются только после Крестовых походов.

Во время Крестовых походов европейские феодалы, которые были хорошо всем известны у себя на родине, влились в огромное интернациональное войско и на общем фоне потеряли обычно ярко выраженную внешнюю индивидуальность, из-за чего и возымели потребность как-то выделять себя из массы таких же рыцарей, демонстрировать свою национальную, родовую и военную принадлежность. Завоевания крестоносцев всегда сопровождались ужасным разбоем и грабежом, поэтому было установлено правило, согласно которому рыцарь, первым ворвавшийся в любой дом взятого города, объявлялся собственником всего, что в нем находилось. Рыцари должны были как-то отмечать награбленное, чтобы оградить его от посягательств соратников. С появлением гербов эта проблема решалась прибавлением к двери дома щита с гербом его нового владельца. Такую потребность имели не только отдельные крестоносцы, но и крупные военачальники: жители взятых их отрядами домов и кварталов вывешивали у себя знамена этих войск, чтобы не подвергнуться грабежу со стороны других феодалов.

Следствием Крестовых походов было угасание многих дворянских родов Европы, все мужские представители которых гибли во время кампаний. Знатные фамилии, чьи корни уходили в эпоху завоевания Рима варварскими племенами, просто исчезали. Вследствие этого европейские монархи впервые вынуждены были жаловать дворянство, создавая новую аристократию. Гербы играли при этом важнейшую роль, так как часто единственным основанием претендовать на дворянство и документальным доказательством благородного происхождения был гербовый щит.

Не в меньшей степени, чем крестовым походам, герб обязан рыцарским турнирам, которые появились до крестовых походов. Так же, как и щиты рыцарей, попоны лошадей имели геральдическую раскраску. Палатки или шатры, в которых рыцари готовились к состязаниям, хранили оружие и отдыхали в пере-

рывах между боями, в дальнейшем также найдут отражение в искусстве геральдики (рис. 59).



Рис. 59. Рыцарские гербы

Герб был отличительным знаком, доказывающим высокое происхождение владельца и его положение в родовой иерархии, а также главным пропуском на турнир. Для знатоков, каковыми были герольды, предъявленный герб содержал всю необходимую информацию. Вот почему важнейшей частью турнирного этикета были гербы, которых стало так много, что пришла пора навести порядок в этой области. Это и стало основным делом герольдов, которые систематизировали знания о гербах, выработали общие принципы и правила их составления и распознавания и в конечном счете создали науку “гербоведение”, или “геральдику”.

Гербы приобретают все большее значение в странах Западной Европы. Первым английским королем, имевшим личный герб, был Ричард I Львиное Сердце (1157–1199). Его три золотых леопарда использовались с тех пор всеми королевскими династиями Англии.

Во Франции Людовик VII (1120–1180) установил обязанности герольдов и повелел украсить геральдическими лилиями все королевские регалии.

Со временем гербы начали изображаться на знаменах, денежных знаках, печатях, бумаге и иных атрибутах власти. Каждое государство делилось на несколько геральдических марок, бывших под наблюдением одного “оружейного короля” и нескольких герольдов. Например, Франция в 1396 г. делилась на восемнадцать таких марок. В Германии в XIV в. отдельные

провинции также имели своих герольдов. Правда, с XVIII в. герольды теряют свое средневековое значение, но не исчезают бесследно, и до сих пор принимают участие в торжественных церемониях — коронациях, бракосочетаниях и т. п.

Спустя столетия после возникновения гербов начинают появляться первые научные работы по геральдике и собственно гербовники. Самым ранним из них, по-видимому, является “Züricher Wappenrolle”, составленный в Цюрихе в 1320 г.

Интересно, что большинство старинных гербов, появившихся до 1500 г., было присвоено владельцами самовольно, а не пожаловано королем. Изобрести простой герб не составляло труда. Ситуация, в которой три не имеющих родственных связей между собою дворянина имели одинаковые гербы, не была редкостью, а лишь доказывала, что эти гербы приняты ими произвольно. Когда на этой почве между владельцами одинаковых гербов возникал спор, каждый апеллировал к королю как к последней инстанции. Примечательно, что когда спор разрешался, дворянин, вынужденный в результате отказаться от своего герба, утешался тем, что самостоятельно изобретал себе новый. Материалы, собранные во время “геральдических визитов”, легли в основу английской генеалогии и геральдики. Эдуард III (1312–1377) учредил геральдическую коллегию, функционирующую по сей день. Сегодня “The College of Arm” располагается в Лондоне на Queen Victoria Street.

В Японии только к XII в. разработали аналогичную геральдическую систему, называемую “топ”. В некоторых европейских языках это ошибочно переводится как “герб”, хотя и не является гербом в европейском понимании этого слова. В качестве примера “топа” можно рассматривать эмблему императорской семьи — 16-лепестковую хризантему. Подобные знаки также помещались на шлемы, щиты и нагрудники доспехов, но в отличие от гербов они никогда не изображались настолько крупно, чтобы их можно было распознать на расстоянии. Если такая идентификация требовалась, “топ” изображался на флагах. Так же, как и европейский герб, “топ” используется в искусстве — для оформления одежды, мебели, интерьера. Так

же, как и в европейских королевских семействах, младшие члены японской императорской фамилии имели модифицированное по определенным правилам изображение хризантемы. Так же, как и в Европе, в Японии требовалось юридически оформить “топ”. Обе наследственные геральдические системы возникли независимо друг от друга, но сходство их неудивительно, так как феодальные общества развивались по одной схеме. Как и европейская, японская геральдика пережила эпоху рыцарства и широко используется в наше время.

В Российской империи геральдика как научная дисциплина начала развиваться с XVII в. Среди обобщающих исследований по отечественной геральдике — труды А. Б. Лакиера, П. П. Винклера, Ю. В. Арсеньева, а также В. К. Лукумского, который вместе с В. Л. Модзалевским выпустил в 1914 г. “Малороссийский гербовник”, переизданный в Киеве в 1993 г.

В соответствии с историческими данными в России гербы фактически появились только во второй половине XVII в. благодаря увеличению контактов с Польшей и Западной Европой, в результате чего была практически полностью перенята польская система геральдики. Именно польские геральдические традиции активно использовались при создании российских дворянских гербов. В XVIII в. в России создается герольдия, на которую в том числе были возложены обязанности создания гербов для всех городов России. Одним из первых городских гербов стал герб Санкт-Петербурга. Предполагают, что придуман он был самим Петром I, который принимал активное участие и в создании знамен российских полков, послуживших основой для гербов некоторых городов, к которым эти полки были приписаны. Основой для гербов губерний большей частью послужили гербы их административных центров.

Особенно большой размах жалования отдельным городам и местностям собственных гербов приняло при Екатерине II, когда основная масса всех городов получила собственный герб на основе каких-либо особенностей города, чаще всего природных или хозяйственных. Тогда по городам из герольдии рассылался вопросник, в котором просили сообщить, имеет ли город свой

исторический герб, а если нет, то сообщить для составления герба какие-нибудь сведения, в наибольшей степени характеризующие особенности данного города. Чиновники в Петербурге не всегда адекватно воспринимали информацию из регионов. Время от времени это выливалось в то, что случилось, например, с гербом Иркутска. На нем изначально был изображен бабр (так называли в Прибайкалье тигра), несущий с пасти соболя, но в Петербурге решили, что бабр — это бобр и пририсовали тигру лапы — так и живет до сих пор это мифическое животное на гербе Иркутска.

Двуглавый орел — главный элемент герба России — пришел в Россию из Византии только в XV в. Поначалу и двуглавый орел, и всадник, поражающий змия, изображались на разных сторонах государственной печати московских царей, но затем были совмещены путем расположения герба Москвы на груди орла. В течение пяти столетий своего существования в России двуглавый орел неоднократно изменялся: по мере усиления Российского государства орел постепенно приподнимал крылья, пока не расправил их полностью, получал в свои лапы то скипетр и державу, то громовые стрелы, факел и лавровый венок (1825), то лишался имперских атрибутов вовсе (1917). При последних Романовых герб России существовал уже в трех видах — в различных ситуациях использовались Большой, Средний и Малый государственные гербы Российской империи. К XX в. российская геральдика была одной из наиболее развитых геральдических систем в мире с жесткими правилами. С начала XIX в. издавался специальный Гербовник, труды русских классиков — геральдистов того времени П. П. Винклера и А. Б. Лакиера являются основой и для современной геральдики России. До революции каждая губерния, каждый город, каждый род имели собственный герб.

После революции 1917 г. вся дореволюционная имперская символика практически прекратила свое существование. Постепенно двуглавого орла сменили звезда, серп и молот, бело-сине-красный флаг — красное знамя, а “Боже, царя храни...” — сначала неофициально “Интернационал”, а затем — “Союз нерушимый республик свободных”. Фактически в советское время

собственную символику имели только союзные республики и АССР, хотя время от времени предпринимались попытки создания городских гербов, в композиции которых преобладали колосья, шестеренки и колбы с нефтью — в зависимости от хозяйственной специализации города. Одним из первых таких новых “пролетарских” гербов еще в 1924 г. стал герб Москвы, который в итоге не прижился.

После распада СССР по России прокатилась настоящая волна геральдического бума, когда восстанавливались старые дореволюционные гербы и создавались совершенно новые — в результате этого теперь можно наблюдать причудливое сочетание советской, дореволюционной и различной национальной символики как в отношении государственной символики России, так и особенно в отношении символики субъектов Российской Федерации, практически каждый из которых обзавелся собственным гербом, флагом и гимном. Это своеобразный “геральдический зверинец” — кого здесь только нет! Орлы, тигры, медведи (бурые, белые и черные белогрудые), львы, барсы (в том числе акбарс), лисицы, куницы, соболя, волки, козлы, лошади, олени, стерляди, куропатки, лебеди, райские птицы, красные казарки, различные мифические птицы (с лосиными головами, Кат ухуп вой), а также грифон и сямаргл — летящий лев с головой собаки... Но даже такое положение не идет ни в какое сравнение с США, где каждый штат имеет кроме флага и герба еще и официальное животное, растение, птицу, в отдельных случаях даже и насекомое и др.

В новое тысячелетие Россия вступила с обновленной государственной символикой (рис. 60).

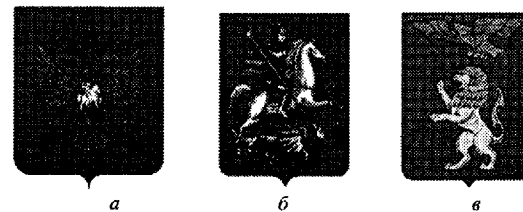


Рис. 60. Гербы:
а — государственный герб России, б — Москвы, в — Белгорода

Музыка советского гимна, императорский флаг, двуглавый орел московских царей — все это символы, несущие в себе мощный импульс исторических образов и ассоциаций. Самым древним из нынешних символов является гербовый двуглавый орел. Русское общество еще на заре XIX столетия с легкостью усвоило поверхностное заключение исследователей той эпохи о заимствовании орла в символике русского государства из родовой эмблемы Палеологов — родственников Ивана III.

8.3. Этикетка: значение, история развития и средства создания

Эстетическая ценность товара определяется как его потребительскими свойствами, так и маркировкой и упаковкой. Промышленная графика находит свое отражение в таком средстве маркировки товаров, как этикетка. Это односторонний малоформатный многокрасочный плакат или информационный листок, содержащий совокупность данных о товаре и формирующий имидж товара.

Современные этикетки являются неотъемлемой частью упаковки товара. Они позволяют производителю завоевать доверие покупателей, а иногда своей яркостью и оригинальностью привлечь внимание покупателя к внешне не очень выразительному товару. Благодаря этикетке потребители знакомятся с характеристиками товара, его качеством и могут провести идентификацию товара, поскольку низкопробные изделия, как правило, не отличаются элегантно и изящно упаковкой. Кроме того, наличие этикетки способствует узнаванию товара отдельных производителей и более быстрому принятию решения о покупке.

В начале своего развития этикетка представляла собой простую наклейку, отражающую название товара, а иногда и его состав. Первые печатные этикетки создавались в виде оттиска гравировки, производимой с помощью деревянных и металлических форм. Столь дорогостоящий и сложный технологический

процесс получения этикеток был заменен в конце XVIII в. более дешевым и простым литографическим способом.

Первыми этикетки стали делать аптекари. Затем к ним присоединились продавцы, прикреплявшие надписи и изображения на керамических и стеклянных сосудах для хранения и продажи продуктов. Внедрение промышленного производства товаров и рост объемов выпуска товаров повлекли за собой и увеличение объемов изготовления этикеток. Наряду с этим разнообразились и усложнялись способы их изготовления.

В первые годы после революции 1917 г. в России при оформлении товаров продолжают использовать этикетки, содержащие рисунки дореволюционного царского времени. Однако вскоре было взято направление на пропаганду текущих общеполитических задач. Этикетка становится агитационным листком, выполняющим больше политические, чем эстетические функции. Оформление этикеток советского периода было достаточно однообразным и выполнялось в духе социалистического реализма. Признаками мещанства и “идеологического вредительства”, за которое соответствующе наказывали, стали изображения орнамента и цветка.

Характерными элементами оформления этикеток эпохи модерна, олицетворяющими нежность и женственность, стали привлекательные женские лица, растительный орнамент и т. п. Наряду с модерном в прикладной графике в это же время получило развитие и новое направление — так называемый русский, или ропетовский (от псевдонима архитектора И. Петрова — Ропет), стиль. “Визитными карточками”, признаками товаров “а-ля рус” стали этикетки с превосходно выполненными изображениями персонажей русских сказок, памятников архитектуры, сцен из жизни советского народа, исторических персонажей и героев. В начале XX в. этикетка не только становится отличием товара от других ему подобных, но и несет в себе познавательную информацию в виде портретов известных людей: А. С. Пушкина, А. Суворова, русских борцов Поддубного и Луриха и т. д.

Современная этикетка — это сплав расчета и стиля, маркетинга и творчества. Именно поэтому дизайн этикетки — особый

процесс, направленный на то, чтобы потребитель с первого взгляда мог определить назначение в вид продукции. В связи с этим все элементы композиционного построения этикетки должны нести в себе информацию, позволяющую быстро идентифицировать товар. Важное значение имеет и цветовое оформление, которое по палитре применяемых цветов можно условно разделить на мужские (интенсивные и насыщенные) и женские (более нежные). Для оформления дорогих и эксклюзивных товаров используют изысканные сочетания оттенков одного цвета: глянцево-черный с матово-черным, глянцево-белый с матово-белым или глянцево-серый с матово-серым.

Вид этикеток должен соответствовать фирменному стилю продукта или компании и эффективно выполнять свою функциональную задачу. Когда происходит создание этикеток, дизайнер постоянно помнит о том, что в этикетке все должно привлекать внимание и рассказывать о товаре. Учитывая значимость этикетки как своеобразной “приманки” для осуществления покупки, известные фирмы-изготовители привлекают к созданию оригинал-макетов именитых художников, известных архитекторов и модельеров.

Помимо термина “этикетка”, в современном русском лексиконе используется и термин “лейбл”. В переводе с английского языка означает “оригинальный ярлык”. Лейбл представляет собой фирменный знак, зачастую украшенный интересным рисунком, тиснением, голограммой.

Обязательным атрибутом любого товара вне зависимости от его функционального назначения, параметров, комплектности, применения и т. д. являются этикетки. Несмотря на многообразие товаров, разработка этикеток производится с учетом требований законодательных и нормативных документов, в которых указаны обязательные атрибуты и возможные параметры этикеток. По назначению этикетки делят на идентифицирующие, сортоуказывающие, описательные и пропагандистские.

Этикетка — это давно уже не прямоугольный кусочек бумаги с картинкой. Хорошим подарком может стать любой товар с эксклюзивными этикетками, на которых будут изображены

фирменные логотипы виновника торжества и поздравления в его честь. Офсетная и трафаретная технологии печати, отделки: вырубка, каширование, сверление, ламинация, фольгирование графических элементов и контура этикеток, металлические самоклеящиеся этикетки, магнитные и электронные устройства, специальные материалы, краски, покрытия и другие технические достижения XX в. представляют широкий спектр возможностей фирм и предприятий для создания этикеток, достойных конкурентоспособного товара.

Современная этикетка — это лицо товара, своеобразный компас, помогающий потребителю распознать, оценить и выбрать необходимый товар, а также правильно его эксплуатировать.

Таким образом, маркировка товара, предполагающая словесное или знаковое оформление в виде этикетки, представляет собой один из важных факторов формирования и сохранения качества конкурентоспособных товаров.

9. МОДА

9.1. Значение моды в эстетическом освоении действительности

Эстетическое освоение — деятельность человека, направленная на преобразование действительности в эстетическую, которую люди вновь и вновь воспринимают, познают, оценивают и преобразовывают.

Воспринимая и познавая окружающий мир, человек одновременно выражает свое отношение к нему в эстетической оценке, которая зависит от его эстетического вкуса и сформировавшихся идеалов.

Специфическим и наиболее ярким примером проявления уровня эстетического вкуса является наша одежда. Возникнув как чисто утилитарный предмет, одежда постепенно стала играть не только практическую роль. Временами она как бы подменяет самого человека, повествует от его имени, информирует окружающих о том, что человек хотел бы дать знать о себе. Одежда является нашей неотъемлемой частью настолько, что внешность не считается полной и завершенной, если тело не одето. Слитность человека с одеждой придает нашему отношению к ней особое значение, иное, чем к другим предметам быта, которыми мы пользуемся, — посуде, мебели и т. п.

Эстетические нормы в области одежды рождаются в результате сложного и многообразного творческого процесса. Специалисты изучают пропорции человеческого тела и особенности фигуры, значение силуэта и линии, целесообразность формы и отдельных деталей костюма, контраст, цветовые сочетания и

взаимодействие цветов, осмысливают законы зрительных иллюзий, исследуют ансамбли в целом.

Люди постоянно находятся в процессе поиска новых элементов одежды, новых вариантов формы и в соответствии с этими новшествами они ведут себя, общаются и действуют.

Естественное стремление человека изменить вещественную среду, сделать более удобными и красивыми ее элементы явилось причиной рождения такого понятия как “мода”.

Исторический путь развития моды указывает на то, что впервые данное понятие нашло свое отражение в латинском языке и в переводе “modus” означает “мера, способ, правило”. В начале своего становления мода была родственна такому эстетическому понятию, как “стиль эпохи”! Менялась сравнительно редко, соответствуя неторопливому развитию общественных отношений и ритму жизни. Основной причиной появления новой моды является стремление к обновлению, путем использования новых цветовых композиционных сочетаний, материалов и технологий. Вместе с тем модные веяния отражают политические взгляды, общественные интересы, а также основные идеи эпохи, в которой они развиваются.

Довольно часто причиной возникновения моды являлись почтительность к отдельным лицам или группе привилегированных в обществе людей, а иногда просто желание быть похожими на них.

Стоило французскому королю Людовику XIV завязать широким шарфом шею, чтобы скрыть следы шрамов после операции, как вскоре и придворные, и даже люди низших сословий последовали этому примеру. Однажды этот же король взял с собой на охоту возлюбленную. Ветер растрепал фаворитке волосы. Не имея возможности как следует расчесаться, она связала их лентой, концы которой весьма изящно падали на ее красивый лоб. Король при взгляде на эту неожиданно образовавшуюся прическу пришел в восторг. Придворные дамы не замедлили его разделить. Прическа с лентой быстро вошла в моду и приняла самые причудливые формы. Так же возникли туфли на высоком

каблуке. Их ввела одна из королев Франции, желая скрыть свой низкий рост.

В начале 90-х гг. XIX столетия на скачки в Лондон прибыл наследник английского престола — будущий король Эдуард VII. В этот день моросил дождь. Когда принц выходил из коляски, то, чтобы не запачкать брюки, загнул их. Это случайное обстоятельство показалось тогдашним модникам весьма интересным и заслуживающим подражания. Манжеты на брюках немедленно распространились по всей Англии. В Россию они проникли в начале 1910-х гг.

Конец 60-х гг. XX столетия ознаменован стремительным изменением длины платьев и юбок. Не всегда популярность какого-либо нововведения в моду объясняется открытием новой эстетики, удобством и практичностью. “Мини” не являлось таковым “открытием”. Кроме того, немногие женщины могли носить одежду такой длины, поскольку новая длина требовала и хорошей фигуры.

Сегодняшняя мода меняется ежедневно! Но при этом она ничего не меняет в том, что мы хотим о себе сказать своим поведением, одеждой и прочими проявлениями, но меняет значение отдельных слов того языка, который мы используем, а также способ нашего самовыражения.

Мода сегодня — это не просто изменение форм платья и обуви. Она посягает на признание ее в качестве создателя человеческого образа и морали. И хотя каждый раз она претендует на приоритет своих достижений, но далеко не всегда эти открытия заслуживают внимания.

Свои очередные средства воздействия на человека мода находит как в новых технических, моральных и культурных достижениях общества, так и в старых “сундуках”. Найденное она видоизменяет, стряхивает с него “пыль веков” и преподносит как модное и заслуживающее внимания. Мода выбирает только то, что ей кажется приемлемым и соответствует духу эпохи.

Как часто мы сетуем на то, что нам совершенно нечего надеть. Столь неожиданное явление вовсе не означает отсутствие одежды в шкафу или ее истребление молью. Нет, шкаф полон

одежды, но ничего из имеющегося гардероба уже не представляет сегодня интереса, так как не соответствует направлениям современной моды.

В моде одновременно возникает несколько течений, но обретают жизнь лишь наиболее устойчивые из них, соответствующие требованиям наступившего дня. Особенностью при характеристике направлений моды является то, что на первый план выдвигаются атрибуты молодежной моды. Молодежь, как пионеры, первой подхватывает “острую моду” и первой, иногда с риском для собственной репутации, выносит ее на обозрение, отстаивая таким образом свою самостоятельность и независимость. Заканчивающаяся высоко над коленями юбка, фигурно выбритые волосы на голове, множество сережек в ухе и т. п. заявляют о молодости хозяина этих атрибутов. Но со временем люди привыкают к этим проявлениям моды, и уже самые смелые бабушки надевают мини-юбки, дедушки прокалывают уши и вставляют серьги. Такая ситуация подталкивает молодежь к поиску новых проявлений моды. Все круто меняется: юбки удлиняются до самой земли, и теперь уже девушки, подметающие ими улицы, подтверждают свою принадлежность к молодому поколению.

Многие молодые люди, увлекаясь модой, нередко забывают, что мода меньше всего заботится о том, чтобы сделать привлекательным какого-то конкретного человека. Она предлагает общий стандарт, который обычно стирает индивидуальность. Парадоксальным последствием отдельных модных волн является однообразие, когда вокруг себя мы лицезреем одни и те же цвета, формы, фасоны. Модная одежда превращается в своеобразную униформу.

Сегодняшняя мода ищет новые пути развития. Экспериментируя, модельеры сочетают в одежде и аксессуарах аскетическую сдержанность и романтизм, высокую технологию и народные мотивы, классику и современность.

В последние годы модные течения создавались под влиянием этнических мотивов Востока, в частности Китая и Японии. Если на начальной стадии художники прибегали к прямым заимст-

вованьям, то сегодняшнее обращение к азиатским традициям носит опосредованный характер, соединяется с другими национальными культурами и историческими школами, проявляется ненавязчиво и деликатно.

Наряду с национальными мотивами заметно влияние европейского средневекового стиля одежды, отличающегося многослойностью, простотой форм и свободными объемами. Стремление к внешней пристойности находит отражение в современной моде. Если в прошлые сезоны мода обнажала и оголяла тело, как бы диссонировав с общественными устоями, то сегодня она постепенно вновь окружает себя моральными установками.

Большое влияние на моду оказывает и спорт, особенно экстремальные виды, где удобство, сверхлегкость и непроницаемость одежды являются основными критериями. Сегодня не мода диктует спорту свои законы, а спорт влияет на моду. Культ эстетизма постепенно сменяется культом атлетизма. Новая концепция одежды спортивного стиля выражается в том, что конструкции моделей включают многофункциональные, мобильные, трансформирующиеся элементы. "Одежда-трансформер", "одежда-аксессуар" — эта новинка становится неотъемлемой частью модных ансамблей данного направления.

Стилем будущего называют направление "унисекс", предполагающее одинаковую одежду для женщин и мужчин. Сегодня подобные модели представлены в коллекциях многих известных мастеров. Начало этому стилю было положено в Средние века, когда одежда для мальчиков и девочек до 10 лет была унисексуальной. Сегодня психологи характеризуют стиль "унисекс" как проявление инфантилизма, когда человек стремится вернуться в состояние детства, в котором он еще не ощущал в полной мере своей принадлежности к тому или иному полу.

К актуальным направлениям в современной моде следует отнести стиль "пуризм", впервые заявивший о себе в начале 70-х гг. XX столетия. Его основателем считается художник-модельер Хэлстон из Нью-Йорка. Характерным для "пуризма" являются минималистические без украшающих деталей модели превос-

ходного покроя, пошиваемые из высококачественных материалов и подчеркивающие индивидуальность человека.

Во многом модные образцы определяются сегодня не только формой одежды, но и цветом и характером материалов, из которых она выполняется. Кожа, трикотаж грубоватого внешнего вида и плотная шерсть придают одежде ощущение древней простоты. Эту картину дополняют и аксессуары, например подвесные карманы или сумки-кошельки, существующие автономно или изначально выполненные вместе с поясом, а также различные магические символы и другие украшения этнографического порядка.

Во всех последних тенденциях моды четко прослеживается стремление к большей функциональности, удобству и свободе в одежде. На стыке тысячелетий мода утверждает новую эстетику, в основе которой лежит культ здоровья физического и духовного.

Мода существует у каждой возрастной группы, правда, разная, соответствующая изменяющимся с возрастом вкусам, потребностям и возможностям. Взрослые люди больше, чем молодые, чтят традиции.

Еще совсем недавно девочки-подростки и юноши мечтали поскорее вырасти, чтобы одеваться, как мама и папа. А нынче у них появился свой, независимый вкус. И порой мы видим обратное явление, когда папы и мамы — солидные отцы семейств — берут пример со своих детей.

В современных условиях существует различный уровень общей культуры людей, их развития, знаний, возможностей для сопоставления, выяснения относительной, сравнимой ценности тех или иных явлений, предметов, произведений искусства. А это подчас рождает моду на что-то низкопробное, малозначимое, неэстетичное. Невысокое нравственно-эстетическое развитие личности обнаруживается в предпочтении сомнительных норм поведения, в выборе безвкусных вещей, в увлечении бессмысленными, а иногда и порочными занятиями. Нередко это ошибочно воспринимается окружающими как очередная мода и осуждается не как конкретное явление, а мода вообще.

Как и все нововведения, мода постоянно подвергается критике. Более двухсот лет назад французский философ Шарль Монтескье писал: «Общество женщин портит нравы и формирует вкус. Желание нравиться более, чем другие, порождает наряды, а желание нравиться более, чем можешь сам по себе, порождает моду». Не упустил случая отозваться о моде и русский поэт А. С. Пушкин: «Слепа мода — наш тиран».

В отличие от «острой» существует «высокая мода» — это эксперимент, открытие. Ее отличает высокий художественный вкус, соблюдение ритма, гармонии, пропорций. Ежегодные показы коллекций одежды, созданной по эскизам известного российского модельера Валентина Юдашкина, являются примером «высокой моды». Интеллигентность, привлекательность, умелое композиционное сочетание традиционно противоположных по содержанию материалов и элементов, выразительность и утонченность, эксклюзивность цветовых сочетаний являются признаками изделий, созданных по канонам «высокой моды».

Да, мода предлагает нам образец, отражающий современные направления в одежде. Но не следует его копировать и бездумно ему подражать. Каждый из нас, вне зависимости от возрастной категории, может и должен найти свой стиль, свою манеру. Модные варианты одежды должны нас вдохновлять и помогать нам разумно изменять не сам образ жизни, а его формы. «Одеваться со вкусом вам помогут не столько деньги, сколько ваше чутье, ваша психология, ваша интеллигентность». Замечательные слова, и принадлежат они человеку, собственноручно создающему сегодняшнюю моду, — известному модельеру Кристиану Диору.

Из множества советов, рекомендаций и даже капризов моды каждый человек в соответствии со своим чувством меры выбирает рациональное зерно.

Чувство меры — это не просто середина, не оставляющая никакого впечатления, никакого воспоминания. Это точное попадание в цель. Развитый вкус и есть прежде всего чувство меры, позволяющее умело с учетом ситуации и назначения определять необходимую для определенной обстановки ту или иную меру. Важность развития чувства меры обуславливается еще и тем,

что предметы окружающей среды могут, кроме того, проявляться как фетиш и как кич.

Фетиш — предмет, которому человек (фетишист) придает сверхъестественную магическую силу. Поэтому чтит его, поклоняется как божеству и считает неприкасаемым. Фетиш тем самым заменяет действительные ценности.

Кич (китч) по энциклопедическому определению представляет собой безвкусную массовую продукцию, дешевку, рассчитанную на внешний эффект. Кич может быть популярен, даже весьма. Видимо, поэтому в нашем лексиконе имеется однокоренное слово «кичиться», Такое определение применяют к людям, не имеющим вкуса, но претендующим на это.

Мода XX в. из *ars mineurs* («малые искусства», «ремесла») переросла в *ars grande* («высокие искусства»). Будучи привилегией избранных вчера, сегодня она стала достоянием масс и превратилась в колоссальную индустрию благодаря телевидению и периодической печати.

Каждому новому поколению предстоит в свое время и в определенных исторических условиях создавать и осваивать новые нормы, элементы предметной среды, направления моды и традиции.

Все эти новшества должны проводиться в жизнь с целью преобразования окружающей действительности в эстетическую. Это позволяет человеку духовно обогащаться и совершенствоваться в избранном направлении.

9.2. Имена и судьбы «королей» моды

Создатели моды — это художники, создающие имидж человека и окружающего его предметного мира. Научные и технические достижения XX и XXI вв. открыли широкие возможности для создания новых модных течений. Создатели современной моды теперь не просто портные или художники. Они формируют наш образ жизни, традиции, поведение и эталоны привлекательности и становятся в один ряд со звездами кино, спорта, политики.

Родоначальником “от кутюр” (“высокое шитье”), наиболее яркой личностью эпохи кринолинов и турнюров считается англичанин **Чарльз Фредерик Ворт**, покоривший своими фантазиями в области одежды Париж и даже супругу Наполеона III Евгению Монтихо. Гардероб Евгении состоял из большого количества умопомрачительных нарядов, благодаря которым она оставила след в истории моды. “Детища” фантазии Ворта и его коллег пользовались популярностью не столько за дорогие материалы и великолепные отделку и пошив, сколько за имя создателя, делавшее платье произведением искусства. Авторитет Парижа был непререкаем для модников многих стран.

Первым модельером XX в. стал парижанин **Поль Пуаре**, отказавшийся от амплуа портного и ловкого торговца ради карьеры модельера. Это было время симбиоза моды и искусства, вызвавшее взрыв в мире одежды. Талант, трудолюбие, энергичность и честолюбие позволили Полю Пуаре стремительно подняться на вершину среди таких имен, как Жан и Гастон Ворты, Шеруи, Дусе, Пакен, Редферн, и стать Пуаре Великолепным. Своими новаторскими по тем временам моделями и проектами он наметил все самые основные пути и способы существования моды. Кроме работы в модельном бизнесе Пуаре оставил значительный след в развитие многих видов прикладного искусства. В 1903 г. Пуаре открывает собственное дело. Первой его успешной работой была коллекция туалетов для ведущей парижской актрисы Режан. “Я перешел рубикон на плечах Режан”, — написал в своей автобиографии Пуаре. Только Режан, с ее естественной грацией и своенравием примадонны, могла позволить себе экстравагантную новизну, впервые показавшись в обществе в манто кроя кимоно.

Пуаре вступил на путь самостоятельного творчества в годы безраздельного царствования корсета, когда ежегодно только в Париже изготовлялось около 55 миллионов корсетов. Туалеты от Пуаре, отменяющие ношение корсета, вызвали в обществе разнообразную реакцию — от мелких колкостей до откровенной враждебности. Дерзкие модницы появлялись в публичных местах без корсета, в “античных” свободных платьях, которые

подчеркивали пластику тела, гибкость и быстроту движений, тем не менее вызывали саркастические насмешки.

Поль Пуаре всей своей деятельностью закладывал основы “от кутюр”, где каждый отдельный кутюрье, ощущая себя творцом собственного фирменного стиля, стремился отличиться от конкурентов.

В начале XX в. особый успех выпал на долю костюмов, созданных **Леоном Бакстом**. Театральный сезон 1908 г. открылся в Париже гастролями оперной группы Русских императорских театров под руководством Сергея Дягилева. За 1909–1914 гг. Бакст оформил 12 спектаклей дягилевской антрепризы. Тогда же началась совместная работа Бакста с тогдашним диктатором мод Полем Пуаре. Сам Бакст весьма серьезно подходил к созданию моделей. По словам, Бакста костюм — это “утонченная и одухотворенная форма целого периода цивилизации” и “разве артист-художник не призван к тому, чтобы выразить в костюме идеи своей эпохи?”.

В России в это же время единственным профессиональным художником костюма была **Надежда Ламанова**, которая была очень дружна с Полем Пуаре, оценившим ее необычное дарование и не раз предлагавшим ей переехать в Париж для совместной работы. Сама Надежда Петровна никогда не шила, а делала так называемую “наколку” в материале на фигуре заказчика, намечая булавками основы кроя и декора. Это была “скульптура в ткани”. В начале XX в. на вывеске ее ателье значилось “поставщик императорского двора”. Сегодня уникальные туалеты Ламановой хранятся в Государственном Эрмитаже.

В 20-е гг. XX в. на сцене появилась легендарная мадам **Коко Шанель**, умевшая творить, изобретать и шокировать. Она первой ввела моду на короткую женскую стрижку, загар и сумела атрибуты мужского гардероба перевести на “язык” женского костюма. Родилась Габриэль Шанель в 1883 г. в достаточно бедной семье. Отец торговал одеждой на рынке, мать работала то кухаркой, то прислугой. После смерти матери, когда Габриэль исполнилось 12 лет, ее отдали в сиротский дом к монахиням, где она и научилась шить. В 20 лет Габриэль становится певицей: она

работает именно в таких кабачках, какие любил изображать на своих полотнах Тулуз Лотрек. Любимой песенкой Габриэль была “Кто видел Коко в Трокаредо?”. Она так часто ее исполняла, что и сама получила прозвище Коко. Незадолго до Первой мировой войны Коко открывает свой первый магазин. Поскольку купить хорошую ткань в Довиле было сложно, Коко изобретает новый предмет туалета — свитер. Стиль Шанель предполагает отказ от излишеств, ненужных украшений и воплотился в прямые юбки до колен, широкие брюки и неизменный черный цвет. Шанель впервые создала двухцветные туфли, украсила сумки цепочками, ввела в женский обиход мужские смокинги с атласными лацканами и, наконец, придумала то самое “маленькое черное платье”, без которого не обходится гардероб ни одной уважающей себя дамы. В это же время Коко создает самые известные свои духи “Шанель № 5”, которые и сегодня остаются одними из самых популярных в мире. Невероятную популярность приобретают украшения Коко: несколько рядов длинных жемчужных ожерелий в сочетании с простым свитером или широкие золотые браслеты в сочетании с мужским пиджаком. Начинается Вторая мировая война, и Коко закрывает свой Дом моделей. Вновь он открывается только в 1954 г., когда Коко уже 70 лет. И снова успех. Габриэль Шанель умерла в 1971 г., но Дом моделей, основанный ею, до сих пор является воплощением французской элегантности и шарма. Шанель — это не только одежда, но и стиль жизни.

Кристиан Диор родился в семье богатого промышленника. Любимой его темой всю жизнь было воплощение сочетаний розового и серого цвета в память о своем старом доме в Гранвилле. Теперь тонкий вкус аристократов во многом складывается из того, что с детства любил Кристиану Диор. Во-первых, он любил свою мать, а она любила ландыши. “Я вспоминаю, как моя мать наклонялась, чтобы сорвать самый вечный из цветов”, — говорит Диор. Он придумывает форму юбки, напоминающую головку поникшего цветка, он берет цветочные линии, формы и наполняет ими свои коллекции. Женщина — как цветок. Он делает эту метафору буквальной, осязаемой. “Женщины всегда будут к вам благосклонны. Похоже, вы преуспееете...” — нагадала в

юности Кристиану Диору цыганка. Так и вышло. Смерть матери и разорение отца в 1931 г. вынуждают его начать самостоятельно зарабатывать деньги. Продав за один день шесть эскизов, тридцатилетний Кристиан Диор получил свой первый гонорар. Успех моделей Диора был результатом того, что он обратил внимание на самые красивые линии женского тела: покатые плечи и мягкий изгиб талии, то, что за годы войны было основательно забыто. Он вернул женщинам “осиные талии”, нейлоновые чулки со стрелками, шляпки и перчатки, подарил им каблуки на шпильке, сделал из них нежных бабочек, трепетных стрекоз, игривых пастушек. Пожалуй, ни один мужчина-модельер не сделал для женщин столько хорошего, сколько Кристиан Диор. Маэстро умер в 1957-м, но даже сегодня имя Диора не сходит с уст. Он стал учителем для Ив Сен-Лорана и Пьера Кардена.

В середине 1950-х гг. к Диору на практику пришел молодой человек, который стал великим создателем моды XX века. Его звали **Матье Сен-Лоран**, позже взявший псевдоним **Ив Сен-Лоран**. Сначала он был простым рисовальщиком, прислал несколько эскизов в редакцию “Vogue” по почте, так гласит легенда. В редакции, посмотрев рисунки, приняли его единогласно за гения и вызвали в Париж для работы к Диору. Если в линии есть “диористость”, то в отделке (огромный бант, огромный пояс, контраст двух цветов, вставка из вышитой тюли с цветами) — типичный Сен Лоран. В 1960–70-е гг. большим успехом пользуются идеи **Сен-Лорана**. На его коллекции оказали влияние абстрактное искусство, ностальгические настроения, цыганская романтика, военная форма, пустыня Сахара и степи Киргизии. Наряду с неумемной фантазией он предлагает и классику — блейзер, тренкот, кардиган. В 1975 г. Сен-Лоран посвятил свою коллекцию “Русским сезонам” Сергея Дягилева. Всю жизнь в своем творчестве он очень много места уделял созданию костюмов и декораций для балета, эстрады, кино и театра. Но фундамент империи Ив Сен-Лорана — это парфюмерия. Созданные им в эти годы духи “Опиум” и сейчас являются самыми популярными в мире.

Одним из знаменитых модельеров является **Андре Курреж**. Он связан с кринолиновыми тканями, особенно в двойном сочетании белого с другим цветом: красное с белым, желтым, синим. В 1960-е гг. мини-мода Куррежа вызвала шумиху на целых 10 лет и диктовала моду на всех континентах. Он пропагандировал брючные костюмы, длинные сапоги, большие оправы очков. Модели Куррежа были адресованы в основном очень молодой женщине космической эры.

В 1965 году к мини-моду присоединился **Пьер Карден**. В 16 лет он хочет стать танцовщиком и артистом. Но война круто изменила его жизнь — он начал трудиться в городе Виши счетоводом в местном обществе Красного Креста. В 1945 г. он перевелся рабочим в цех по пошиву одежды для театра и кино. И с тех пор профессия красиво одевать не только артистов стала делом всей его жизни. Первый бутик Карден открыл в Париже в 1954 г. и назвал его “Ева”. “Адам” появился в 1960 г.

Много шума наделала в магазине “Весна” первая самостоятельная выставка одежды молодого модельера, организованная в 1959 г. Острой критике подверглись и Пьер Карден, и хозяин магазина, давший возможность выставить коллекции платьев и костюмов “необычных, непрактичных, непригодных для ношения каждый день”. В течение 7–8 лет он находился в труднейшем финансовом положении. Благодаря коммуникабельности он выходит с меньшими потерями из кризисных ситуаций. С этих пор популярны его черные женские чулки и высокие сапоги. В 1959 г. он начал выпускать готовое платье, а в 1960-м его авангардный стиль произвел подлинный переворот в моде и длинные узкие пиджаки без воротника с удовольствием носили “Битлз”. В 1965 г. Пьер Карден совершил революцию тем, что изобрел мини, сарафаны, которые хорошо сочетаются с новыми женскими аксессуарами: “водолазкой” и “лапшой”. Коллекция Пьера Кардена 1968 г. напоминала о космосе: обувь — низкий каблук, блестящие поверхности, сумка, аксессуары. От Пьера Кардена пришли стоячие воротники, приталенные пиджаки, очень обтягивающие брюки. Мужские прически с длинной челкой на косой пробор были подражанием “Битлз”. Длина мини 1968 г. замени-

лась миди. Появились новые ткани — нейлон, капрон, кримплен. Семидесятые годы ознаменовались сексуальной революцией, когда женщины начали одеваться, как мужчины. Мода 1920-х — эротична, мода 1970-х — сексуальна.

В начале 1970-х гг. Пьер Карден знакомится с Маей Плисецкой, которую увидел в балете “Кармен” и в которую влюбился с первого взгляда. С тех пор по его эскизам шьют костюмы ко всем ее постановкам. Карден считал, что, “если художник заимствует идеи в национальном искусстве — он “адаптер”, а не творец, творчество — созидание нового. Одежда определяет облик эпохи, так как от нее зависит манера поведения, походка, стиль общения, чувство собственного достоинства и отношение окружающих. В далеком будущем одежда потеряет утилитарное значение, когда в больших городах создадут микроклимат “вечного лета”. У платья останутся лишь эстетические и “сексуальные функции”.

Устои моды “от кутюр” поколебала “молодежная антимода”. С тех пор как джинсы и пуловеры стали носить звезды кино и миллионеры, высокой моде пришлось спуститься с заоблачных высот. Уличные настроения, фольклор, экзотика, военная тематика и спортивная одежда нашли свое место во многих коллекциях “большой моды”. История помнит “джинсовые запреты”, “джинсовые аресты”, когда джинсы признавались главной опасностью и пугалом идеологического разложения советской молодежи. Для 1970-х годов характерным стало “джинсовое помешательство”, когда ведущие модельеры мира шили из джинсовой ткани не только брюки, юбки, обувь и сумки, но и вечерние платья, украшая их вышивкой и драгоценностями. По принципу “лучше поздно, чем никогда” влился в эту славную компанию дизайнеров джинсов и отечественный кутюрье **Валентин Юдашкин**. Родился Валентин 14 октября 1963 г. в поселке Баковка Одинцовского района Московской области.

В 1986 г. закончил с отличием Московский индустриальный техникум, защитив сразу два диплома: “История костюма” и “Макияж и декоративная косметика”. Через год на сцене Дома культуры издательства “Правда” показал свою первую коллекцию одежды. В 1988 г. создал фирму “Vali — Мода”. В 1991 г. в пер-

вый раз вывез собственную коллекцию “от кутюр” за границу — на Неделю высокой моды в Париже. Она называлась “Фаберже” и имела огромный успех. Следующая коллекция Валентина Юдашкина была посвящена московской архитектуре стиля “модерн”. В “Русском модерне” широко использовалась вышивка, декор растительными орнаментами, цветами, птицами и бабочками. Эта коллекция оставила ощущение весны и бьющей ключом жизни. В 1993-м создал форму для олимпийской команды России на зимней Олимпиаде в Лиллехаммере, через два года — для летних Олимпийских игр в США. В 1997 г. получил звание Мастера. В 1999-м — стал Заслуженным деятелем искусств РФ. За время существования Дома моды “Валентин Юдашкин” создал больше 20 коллекций “от кутюр”. Его модели хранятся в Лувре, Государственном историческом музее Москвы, Калифорнийском музее моды и др. Валентин Юдашкин — первый и пока единственный за всю историю российской моды дизайнер, удостоенный чести быть принятым в 1996 г. в статусе члена-корреспондента в самую престижную организацию моды — Синдикат высокой моды Парижа. Это дает право его Дому называться Домом высокой моды (Haute Couture). Премьерный показ каждой своей новой коллекции Валентин Юдашкин устраивает в Париже, во время Недели высокой моды. Более 10 лет Дом моды “Валентин Юдашкин” занят созданием коллекций класса Haute Couture (“от кутюр”). За это время были созданы коллекции “Русь изначальная” (1987), “Петровский бал” (1988), “Фаберже” (1991), “Музыка” (1992), “Натюрморт” (1993), “Фрески” (1994), “Екатерина Великая” (1994), “Балет” (1995), “Райские птицы” (весна—лето 1996 г.), “Рождественский сон” (осень—зима 1996/97 гг.), “Врубель” (весна—лето 1997 г.), “Немое кино” (осень—зима 1997/98 г.), “Русский модерн” (весна—лето 1998 г.), “Анна Каренина” (осень—зима 1998/99 гг.), “Конец века” (весна—лето 1999 г.), “Show me love” (осень—зима 1999/2000 гг.), “Импрессионисты” (весна—лето 2000 г.). Уникальные платья, выполненные по эскизам кутюрье вручную из эксклюзивных тканей, мехов, декорированные вышивкой, пользуются огром-

ным успехом у клиентов Дома. Многие из них бывают распроданы еще до премьерного показа.

Центром “от кутюр” является Париж, где находится Палата, или Синдикат, высокой моды — *Chambre Syndicale des couturiers*. Она определяет статус модельеров, занимается организацией показов коллекций Домов высокой моды, поддерживает связи с прессой и магазинами по всему миру.

В январе и июле в Париже проходят демонстрации мод “от кутюр”. Искусство моды с его историей и традициями всегда очень увлекательное и захватывающее зрелище. В наше время судьба новой моды уже не зависит от умения портного скопировать новинки. мода стала демократичной. Сегодня женщина, одетая в самые модные туалеты, но безвкусно и без собственного стиля, будет смотреться неинтересно. Сейчас в моде не просто модное платье от известного кутюрье, а определенный образ, созданный для определенной женщины: платье, стиль, косметика, прическа, украшения.

9.3. Эстетический и художественный вкус: сущность, значение и формирование

Эстетический и художественный вкус вместе с такими понятиями, как законы красоты, эстетическое освоение, искусство, дизайн, эстетическая ориентация, идеал, относятся к категориям эстетической деятельности, которые используются для анализа эстетического освоения мира.

Эстетический и художественный вкус являются индивидуальным достоинством личности и отражаются в способности человека по принципу “нравится — не нравится” воспринимать, познавать и оценивать окружающую действительность во всех ее проявлениях. В эстетической литературе хороший художественный и эстетический вкус трактуется как способность получать наслаждение от подлинно прекрасного и эмоционально отвергать безобразное, а также потребность видеть, понимать и создавать красоту вокруг себя в труде, поведении, быту, искусст-

ве. Это служит основой при поисках подлинно художественного и эстетичного и всегда подскажет, что и в одежде, и в манере поведения, и во всей нашей деятельности, искусстве нельзя бездумно принимать все то, что кажется нам на первый взгляд красивым и заслуживает внимания.

Эстетический вкус как индивидуальная эстетическая способность человека уникально, поскольку определяется своеобразием вкуса и отражает ценностные ориентации человека. Эта эстетическая норма имеет скорее эмоциональное, чем рациональное проявление. Эстетические эмоции, переживания и чувства несут в себе потенциальные возможности воспитания вкуса и обеспечивают каждому человеку достижение внутренней гармонии.

Когда человека инстинктивно влечет к красивому, то говорят, что у него хороший вкус. Плохой вкус трактуется как равнодушное, отрицательное отношение к красоте, получение удовольствия от уродливого, порой даже жестокого. Безвкусным считается скорее не то, что просто некрасиво, а то, что не соответствует данной цели и свидетельствует о недостатках вкуса. "Не мог сделать красиво, поэтому сделал богато", — говорили древние греки.

Своеобразной разновидностью и в известном смысле доминантой эстетической культуры личности является ее художественная культура, уровень которой зависит от степени художественной образованности, широты интересов в сфере искусства, глубины его понимания и развитой способности адекватно оценивать художественные достоинства произведений искусства. Все эти характеристики концентрированно обобщены в понятии "художественный вкус", представляющем собой эстетически значимую характеристику личности, формируемую и развиваемую в процессе общения с искусством. Художественный вкус реализуется в эмоционально-чувственном переживании воспринимаемого художественного объекта. Благодаря такому состоянию происходит включение духовного богатства от восприятия и познания истинных произведений искусства во внутреннюю духовную структуру личности. Это значительно

обогащает личность, расширяет границы ощущения и понимания явлений окружающей действительности, способствует более глубокому осознанию смысла своего существования и неповторимости жизни. Таким образом, художественный вкус — это эстетический вкус по отношению к оценке произведений искусства.

Те или иные вкусовые предпочтения зависят от наследственной предрасположенности, эстетической и художественной интуиции, воспитания, характера, круга общения. Этим объясняется многообразие и изменчивость эстетического и художественного вкуса. Эстетические потребности, чувства, взгляды, идеалы людей почти всегда можно выразить словесно. Эти оценки определяются социальным положением и жизненным опытом каждого, с одной стороны, и уровнем эстетической подготовки — с другой. Различают первичные и вторичные суждения вкуса. В первичном эстетическом суждении, высказываемом сразу, непосредственно при встрече с предметом, явлением, доля эмоций превосходит определенную долю разума. Позднее, в ходе процесса переработки полученной информации, наши оценки становятся логически более обоснованными.

Основы эстетического и художественного вкуса закладываются в процессе воспитания, которое происходит с первых шагов маленького человека, с первых его слов, поступков. Ничто более, чем окружающая среда, не откладывает в душе его отпечаток на всю последующую жизнь. Общение с родителями, сверстниками и взрослыми, традиции, поведение окружающих, взгляды, жесты и т. п. — все это впитывается, откладывается и фиксируется в сознании.

В широком смысле под эстетическим воспитанием понимают целенаправленное формирование в человеке его эстетического отношения к действительности с целью выработки у последнего системы ориентации в мире эстетических и художественных ценностей в соответствии со сложившимися в данном конкретном обществе представлениями об их характере и назначении.

На этой основе формируется и развивается способность человека к эстетическому восприятию и переживанию, его эсте-

тический вкус и представление об идеале. Воспитание красотой и через красоту не только формирует эстетико-ценностную ориентацию личности, но и развивает способность к творчеству, к созданию эстетических ценностей в сфере трудовой деятельности, в быту, в поступках и поведении и, конечно, в искусстве.

Эстетическое воспитание гармонизирует и развивает все духовные способности человека, необходимые в различных областях творчества. Оно тесно связано с нравственным воспитанием, так как красота выступает своеобразным регулятором человеческих взаимоотношений. Благодаря красоте человек часто интуитивно тянется и к добру.

Структурными компонентами эстетического воспитания являются:

– эстетическое образование, закладывающее теоретические и ценностные основы эстетической культуры личности;

– художественное воспитание в его образовательно-теоретическом и художественно-практическом выражении, формирующее художественную культуру личности в единстве навыков, знаний, ценностных ориентаций, вкусов; эстетическое самообразование и самовоспитание, ориентированные на самосовершенствование личности;

– воспитание творческих потребностей и способностей. Среди последних особую значимость имеют так называемые конструктивные способности: индивидуальная экспрессия, интуитивное мышление, творческое воображение, видение проблем, преодоление стереотипов и др.

Эстетическое образование, приобщение людей к сокровищнице мировой культуры и искусства оказывают положительное влияние на развитие творческого потенциала личности и являются необходимым условием для достижения главной цели эстетического воспитания — формирования творчески развитой личности, существующей и действующей по законам красоты.

Эстетическая и художественная культура — важнейшие составляющие духовного облика личности. От их наличия и степени развития в человеке зависит его интеллигентность, творческая направленность устремлений и деятельности, особая

одухотворенность отношений к миру и другим людям. Духовное и предметно-практическое освоение системы культурных ценностей, непосредственное участие в их создании продолжается на всех возрастных этапах. Специалисты отмечают, что между быстротой овладения специальностью, мастерством и культурно-эстетическим уровнем молодых специалистов различных профилей существует прямая зависимость.

С уровнем эстетического развития личности и общества, со способностью человека откликаться на красоту и творить по законам красоты закономерно связывают прогресс человечества во всех сферах жизнедеятельности. Самые результативные проявления творческой энергии и инициативы людей наглядно представлены в разнообразных достижениях мировой культуры и науки.

Эстетические чувства пробуждают нравственные и интеллектуальные стремления в человеке. Известно, например, какую роль играет эстетическая мотивация в творческой деятельности выдающихся представителей самых разных профессий — ученых, инженеров, конструкторов и др. Альберт Эйнштейн, в частности, признавался, что эстетическое начало в его научном творчестве имело ничуть не меньшую значимость, чем логическое. Совершенно оправданным в этой связи выглядит утверждение, что открытие теории относительности явилось результатом работы не только интеллекта ученого, но и его эстетических чувств. Не случайно с древнейших времен человеческой истории формируется понимание особой значимости творчества по законам красоты.

Кроме того, эстетическая культура личности в не меньшей степени проявляется в сфере быта, общественно-политической, досуговой и других формах жизнедеятельности. Она выступает существенным моментом общественной и индивидуальной жизни людей.

С уровнем эстетической культуры связываются возможности адекватной ориентации человека в многообразной системе окружающих человека эстетических и художественных ценностей. Эстетическая позиция человека зависит от таких

характеристик, как развитость образного мышления, наличие навыков анализа эстетических и художественных явлений. Мера выражения этих навыков, способностей, потребностей в деятельности и поведении личности как раз и характеризует уровень эстетической культуры.

Однако было бы ошибкой ограничивать реальные проявления художественной культуры личности лишь сферой искусства. Художественное начало помимо искусства широко представлено в материальном производстве, в быту, реализуясь в форме красоты и образной выразительности создаваемых человеком товаров утилитарного назначения. Художественная культура личности выступает, таким образом, важным фактором организации процесса и получения результатов трудовой практики. Благодаря использованию творческого потенциала народных умельцев в прошлые века были созданы подлинные шедевры, не уступающие по своим художественным достоинствам прекрасным произведениям высокого искусства. Данная закономерность с учетом современных тенденций и особенностей развития производства проявляется и сегодня. Талант, эрудированность, подготовленность, мастерство, художественное чутье, сноровка и вдохновение позволяют современным специалистам эстетически преобразовывать окружающую действительность по законам красоты и с учетом разнообразия вкусов потребителей. Хороший эстетический и художественный вкус, таким образом, является залогом создания конкурентоспособных современных товаров, отображающих эпоху и позволяющих судить о традициях, политическом строе и особенностях формирования эстетических идеалов и канонов красоты.

10. ЭСТЕТИЧЕСКИЕ СВОЙСТВА ТОВАРОВ

10.1. Эстетические свойства: сущность и значение

Социально-экономический, культурный и эстетический уровни развития общества формируют эстетические вкусы, идеалы, традиции, потребности и оказывают огромное влияние на эстетику предметного мира. Эстетические потребности очень многообразны. Среди основных факторов, под влиянием которых они формируются и развиваются, следует назвать общественный статус человека, его материальное положение, выбранный стиль жизни, эстетический идеал и вкус, а также традиции и привычки. Такое многообразие эстетических потребностей требует и широкого ассортимента товаров, обладающих эстетической ценностью и способных удовлетворять запросы потребителей различных категорий. Все в жизни переменчиво, в том числе эстетические ценности и потребности. То, что считалось каноном красоты вчера, сегодня может стать неконкурентоспособным и устаревшим. Однако в любую эпоху существовали понятия “классика” и “антиквариат”. Классическими называют те элементы предметного мира, которые сохраняют свою эстетическую ценность и востребованность на протяжении многих десятков, а иногда и сотен лет. В современной одежде классическим является костюм, состоящий из пиджака и брюк, а для женщин — из жакета и юбки (брюк) определенного цвета и рисунка, пришедший к нам в гардероб в конце XIX в. В категорию “антиквариат” включают изделия, возраст которых насчитывает не менее 120 лет, но при этом их ценность растет из года в год.

Эстетическая ценность товаров формируется в процессе проектирования, изготовления, отделки товаров и характеризу-

ется эстетическими свойствами. Термин “эстетика” в переводе с древнегреческого означает “чувствующий, чувственный”, что предполагает восприятие человеком эстетических свойств предметов окружающего мира с помощью таких органов чувств, как зрение, слух, осязание и обоняние. Таким образом, эстетические свойства характеризуют степень чувственного удовлетворения человека от потребления эстетически и художественно выразительных предметов и вызывают чувство радости и эмоционального подъема. Эстетические категории “красивое”, “прекрасное”, “художественное”, “гармоничное” и т. п. отражают эстетическую оценку товара и в большинстве случаев определяют выбор покупки.

Значимость эстетических свойств товаров различных по функциональному назначению является неодинаковой. Для изделий декоративно-художественного назначения (ювелирные изделия, предметы украшения интерьера и т. п.) эстетическая функция является ведущей при выборе товара. В других изделиях (инструменты, электротовары и т. п.) в первую очередь оцениваются утилитарные и технические функции, а эстетические характеристики либо не играют существенной роли, либо вовсе отсутствуют.

Одним из важных критериев оценки эстетичности изделия является его форма. В ней, как в призме, должны находить отражение содержание, полезность и актуальность товара. Замечено, что конкурентоспособные по функциональности и удобству пользования изделия обладают и красивой формой. Однако некоторые производители идут по ложному пути: пытаются за привлекательной формой скрыть низкие показатели потребительских свойств товара. Основопологающим принципом деятельности дизайнеров является следующая формула: красота + + удобство + полезность. Оптимальным вариантом при выборе товаров современный потребитель считает разумное сочетание их практического назначения с эстетической функцией. “Покупатель должен платить деньги не за красивый товар, а за красивую работу с помощью этого товара” — таков девиз дизайнеров, стремящихся создавать конкурентоспособные товары.

Относительно эстетических свойств изделий технического назначения и их комплектующих (гвозди, гайки, болты, уголки, резисторы и т. д.), являющихся “бойцами невидимого фронта”, следует заметить, что красота проявляется в их актуальности, высоких показателях функциональности, эргономичности и надежности.

Важность эстетических свойств изделий объясняется следующими причинами:

- они являются для потребителя своеобразной характеристикой уровня качества продукции в целом, поскольку позволяют с помощью органов чувств выявить преимущества и недостатки товара;
- наряду с другими группами потребительских свойств они рассматриваются при комплексной оценке качества товара;
- в перечне показателей, выбираемых для оценки конкурентоспособности, эстетические характеристики являются для большинства товаров постоянными, а иногда и приоритетными.

10.2. Показатели эстетических свойств товаров

Эстетические свойства готовых изделий являются комплексными и включают следующие четыре подгруппы свойств: информационную выразительность, рациональность формы, целостность композиции и совершенство производственного исполнения (рис. 61).

Информационная выразительность изделия проявляется в его способности отражать своим внешним видом сложившиеся в обществе культурные нормы и эстетические представления. Она определяется по таким показателям, как стилевое соответствие, оригинальность и соответствие моде.

О **стилевом соответствии** изделия судят по тому, насколько товар по внешнему виду отвечает требованиям и особенностям соответствующего стиля. Напомним, что стиль — это устойчивая в течение продолжительного времени система дизайнерских принципов, приемов и средств, отражающих содержание предметного мира соответствующей эпохи.



Рис. 61. Классификация эстетических свойств

Различают стили эпохи (готика, барокко, Ренессанс, модерн и т. д.), национальные стили (европейский, африканский и т. д.), фирменные, а также конкретного функционального потребительского комплекса предметов.

Большой интерес для современных дизайнеров представляет возрождение отдельных особенностей художественных мировых стилей прошлых эпох. Такое направление обознача-

ется термином “ретро”. Характерными для современного стиля предметного мира являются лаконичность, ясность, относительная простота и трансформируемость изделий, позволяющая из одного изделия путем небольших преобразований получать другое аналогичной функции. Так, из куртки можно получить жилет, из кресла — кровать и т. п. В современном ассортименте одежды, кроме того, различают классический, спортивный и фантазийный стили.

Классический стиль в одежде представлен пальто, костюмами юбочными и брючными. Для пальто характерны прямой или приталенный силуэт, воротник с лацканами, небольшие карманы. Силуэты юбок строгие и прямые. Допускается небольшой клеш и покрой — с запахом, в складку, слегка трапециевидный. Вместо юбок и брюк в женском гардеробе возможно строгое закрытое платье чуть ниже колена, дополненное жакетом. Под пиджак или жакет надевают сорочку, блузу, легкий свитер или однотонный топ. Не допускаются глубокие декольте, вырезы и разрезы. Дополнением к костюму может стать шейный платок в тон костюму или платок в нагрудном кармане. В качестве дополнения к костюму или платью возможны головные уборы в виде шляпы, небольшой шляпки, берета или косынки строгого оформления. Обувная классика у мужчин — туфли, у женщин — туфли “лодочка” на устойчивом каблуке. Обязательной составляющей женского классического костюма являются чулки или колготки. Цветовая гамма представлена темными (черный, темно-синий, темно-серый) и светлыми оттенками (беж, карамель, светло-серый). Характерными рисунками являются клетка, полоска и “елочка”.

Спортивный стиль появился в 20-х гг. XX в. К одежде спортивного стиля относятся: джинсы, брюки, юбки, сарафаны, комбинезоны, жилеты, свитеры, джемперы, шорты, спортивные костюмы, брюки-юбки, майки, фуфайки (футболки), сорочки, куртки. Обувь представлена кроссовками, открытыми туфлями на низком каблуке, ботинками на платформе. Фасоны брюк разнообразны. Одежда спортивного стиля по форме может быть

свободной, квадратной, овальной, что обеспечивает удобство в движении и подчеркивает спортивность, стройность и подтянутость человеческой фигуры. Современная одежда спортивного стиля часто представляет собой трансформер, т. е. имеет отстегивающиеся рукава, карманы и капюшоны, износостойкие отстегивающиеся накладки, огромное количество функциональных деталей. Важным в оформлении одежды спортивного стиля являются карманы, разнообразные по размерам, формам, отделке. Отличительным признаком одежды данного стиля являются накладные детали, застегивающиеся клапаны, пояса, хлястики, строчки (двойные, декоративные, зигзаг, цветные и контрастные), кокетки, рельефы, манжеты, погоны, различные складки, шлицы, декоративные членения. Цветовое оформление безгранично.

Романтический стиль берет свое начало в романтизме, представляющем собой направление моды XIX в. Одежда этого стиля подчеркивает женственность, сентиментальность, мягкость. Основным силуэтом романтического стиля является прилегающий и полуприлегающий, подчеркивающие женственность фигуры. Используемые линии силуэта легкие, мягкие, плавные. Рукава втачные, с присборкой по окату, гладкие по окату, но с присборкой внизу, рукав "колокол", цельнокроеный с рельефной линией. Широко применяются драпировки, рюши, воланы, кружева, жабо, отделочная тесьма, банты, манжеты. Романтический стиль в одежде представлен в основном платьями и блузками, реже — жакетами, плащами и пальто; в обуви — туфлями из кожи, парчи и лакированной кожи на среднем и высоком каблуке с различными украшениями. Цветовое оформление костюма романтического стиля решено в нежных, мягких, изысканных тонах и полутонах. Дополнением к одежде романтического стиля могут быть шляпы с большими, средними, маленькими полями и без них, с вуалью, драпировками, лентами и бантами, искусственными цветами.

Принадлежность изделия к тому или иному национальному стилю определяют по традиционным особенностям форм и отделок, являющихся характерными для культурного наследия

наций и народностей. Так, украинские ковры килимы узнают по отсутствию ворса и характерному рисунку, отличительным признаком мужского национального костюма шотландцев является наличие юбки вместо стандартных брюк, для жителей Средней Азии обязательной составляющей костюма является головной убор тибетейка и т. д.

Фирменный стиль отражается в ассортименте вырабатываемых или реализуемых товаров, оформлении продукции, предоставляемых услугах, что позволяет узнавать данную фирму и идентифицировать производимые ею товары и услуги.

Оригинальность позволяет отразить новизну, индивидуальность и эксклюзивность товара и, таким образом, отличать его от других товаров, аналогичных по выполняемым функциям.

Мода в недавнем прошлом соответствовала определению "стиль". Более подробно основные аспекты моды были рассмотрены в главе VII. Современная трактовка моды указывает на то, что в отличие от стиля она представляет собой временное господство определенных вкусов, идеалов, приемов и средств выражения сущности предметов. Основной причиной изменения моды, как правило, становится стремление людей к обновлению. Наибольшее влияние мода оказывает на такие товары массового потребления, как одежда, обувь, предметы туалета.

Подгруппа эстетических свойств "**Рациональность формы**" включает следующие показатели: функционально-конструктивная рациональность, целесообразность, правдивость выражения. **Функционально-конструктивная рациональность** выявляет соответствие формы изделия выполняемой функции, конструктивному решению, особенностям технологии изготовления и применяемым материалам. **Целесообразность формы** отражает соответствие формы изделия требованиям удобства пользования. **Правдивость выражения** предполагает простоту и ясность понимания потребителем эстетического замысла дизайнера. Даже самая совершенная с точки зрения красоты форма не сможет компенсировать неудобство использования товара, невыполнение им основных функций и введение в заблуждение потребителя. Внешняя привлекательность формы

товара должна правдиво отражать его технические возможности и предназначение.

Целостность композиции рассматривается как согласованность всех составляющих, объединенных общим замыслом и оформлением. Ранее в главе IV было отмечено, что термин “композиция” в переводе с латинского языка означает “связывание, составление, расположение, сложение частей в единое целое в определенном порядке”. Основными характеристиками, позволяющими оценить целостность композиции являются тектоничность, организованность объемно-пространственной структуры, пластичность, цветовой колорит.

Тектоничность проявляется в зримом эстетическом отражении в форме товара закономерностей конструктивного решения и организации материала. Образцом полной тектоничности можно назвать изделие, в котором ясно и понятно выражены отношения между внутренней структурой и внешней формой товара. **Организованность объемно-пространственной структуры** находит отражение во взаимодействии всех элементов формы изделия между собой, соподчиненности второстепенных элементов главному, взаимосвязи изделия с пространством. Профессиональное моделирование этих отношений позволяет создавать впечатление устойчивости или напряженности, динамичности или статичности, простоты или сложности, спокойствия и веселья. **Пластичность** характеризует мягкость взаимных переходов и связей элементов, объемов, плоскостей и очертаний формы в изделии. Основными средствами создания пластичности формы изделия являются нюанс, плавные линии, свет и тень. **Цветовое оформление** — важный эстетический показатель формирования конкурентоспособности товара. С учетом психофизиологического воздействия цвета на человека и ассоциаций, вызываемых различными цветами, дизайнер применяет в оформлении товаров те цвета и сочетания, которые соответствуют назначению товара, делают его узнаваемым, удобным в применении и эстетически приятным при зрительном восприятии. Кроме того, цвет используется дизайнерами для корректирования формы: светлые цвета и оттенки зрительно

увеличивают параметры объекта, но уменьшают визуальную массу, а темные цвета и оттенки, наоборот, уменьшают зрительно воспринимаемые параметры объекта, но увеличивают визуальную массу.

Совершенство производственного исполнения изделий определяется по следующим показателям: качество используемых сырьевых материалов, технология изготовления и отделки товара, четкость и правильность нанесения маркировочных данных и оформления сопроводительной документации, качество применяемой упаковки. Указанные показатели регламентируются соответствующими нормативными документами (ГОСТ, ОСТ, ТУ и т. д.) и являются важными факторами формирования эстетической ценности товара. Качественное сырье, отсутствие дефектов на применяемых материалах, тщательность изготовления и соединения деталей, высокое качество используемых отделочных материалов и технологии отделки, наличие, достоверность и тщательность выполнения маркировки, состоятельность упаковки — показатели высокого производственного исполнения любого товара.

Практическая часть

Занятие № 1. Изучение основ эстетики

Цель: Изучить предмет и этапы развития эстетики, сущность и структуру эстетического освоения действительности; виды, сущность и области применения эстетических категорий.

Материальное обеспечение

1. Образцы товаров.
2. Иллюстрации произведений искусства.

Вопросы для подготовки

1. Предмет, метод и значение науки “Эстетика” и научной дисциплины “Эстетика и дизайн товаров” в формировании конкурентоспособности товаров.
3. Этапы становления эстетики как науки.
4. Эстетическое освоение действительности: сущность и значение.
5. Характеристика этапов эстетического освоения действительности.
6. Сущность термина “категория”.
7. Виды эстетических категорий.
8. Характеристика эстетических категорий.

Работа 1. Изучение эстетических категорий

На основании изучения сущности категории эстетики привести примеры “художественного” и “эстетического”, “гармонического” и “хаотического”, “возвышенного” и “низменного”, “прекрасного” и “безобразного” в виде обозначения явлений, предметов и т. п.

Результаты работы оформить в виде таблицы 1, указав наименование категории, ее характеристику и приведя примеры.

Таблица 1

№ п/п	Название категории	Сущность категории	Примеры
-------	--------------------	--------------------	---------

Работа 2. Изучение этапов эстетического освоения действительности

Студенты заполняют таблицу 2, в которой указывают примеры, раскрывающие сущность этапов эстетического освоения действительности.

Таблица 2

Процесс эстетического освоения действительности	Эстетическое			
	восприятие	познание	оценивание	преобразование

Тестовые задания

1. Категория “прекрасное” означает:
 - а) некрасивое;
 - б) без образа;
 - в) высшую степень красоты;
 - г) наличие порядка.
2. Категория “хаотическое” означает:
 - а) нарушение порядка;
 - б) “ничто”;
 - в) некрасивое;
 - г) пропорциональность.
3. Категория, всегда выступающая в форме прекрасного:
 - а) эстетическое;
 - б) хаотическое;
 - в) прекрасное;
 - г) художественное.
4. Термин “эстетика” в переводе с древнегреческого означает:
 - а) чувствующий;
 - б) прекрасный;
 - в) правильный;
 - г) оптимальный.
5. Показателями категории “хаотическое” является:
 - а) пропорциональность, симметрия;
 - б) ритмичность, беспорядок;

- в) соответствие природным объектам;
 - г) разнообразие и многогранность.
6. Наука об исторически обусловленной сущности общечеловеческих ценностей, их восприятии, оценке, освоении:
- а) философия;
 - б) эстетика;
 - в) психология;
 - г) эргономика.
7. Эстетическое освоение действительности состоит из:
- а) 2 этапов;
 - б) 5 этапов;
 - в) 4 этапов;
 - г) 7 этапов.
8. Признаком “хаотического” является:
- а) симметрия;
 - б) упорядоченность;
 - в) асимметрия;
 - г) сосредоточенность.
9. Научная дисциплина, изучающая закономерности формирования и оценки эстетической ценности товаров народного потребления:
- а) колориметрия;
 - б) материаловедение;
 - в) эстетика и дизайн товаров;
 - г) конкурентоспособность.
10. Категория “гармоническое” означает:
- а) высокий уровень упорядоченности многообразия;
 - б) диспропорцию;
 - в) уровень совершенства;
 - г) порядок расположения элементов.

Занятие № 2. Изучение особенностей художественных стилей мировой культуры

Цель: Изучить факторы формирования, отличительные признаки и значение стилей мировой культуры в эстетическом преобразовании предметного мира.

Материальное обеспечение

1. Иллюстрации “История развития костюма”.
2. Иллюстрации “История развития мебели”.
3. Иллюстрации “Архитектура различных стилей”.
4. Иллюстрации “История развития причесок”.
5. Видеоматериалы.

Вопросы для подготовки

1. Происхождение и сущность термина “стиль”.
2. Назвать художественные стили мировой культуры.
3. Назвать основные факторы формирования художественных стилей мировой культуры.
4. Период существования, факторы формирования и отличительные признаки художественных стилей античных государств.
5. Период существования, факторы формирования и отличительные признаки художественных стилей Средневековья.
6. Современные стили: названия, сущность и отличительные признаки.
7. Стилевое единство: сущность и значение.

Работа 1. Изучение стилевых особенностей архитектуры и мебели различных эпох

После изучения иллюстраций “История развития мебели” и “Архитектура различных стилей” отразить в таблице 3 основные отличительные признаки архитектуры и мебели наиболее ярких художественных стилей.

Таблица 3

№ п/п	Наименование стиля	Период существования	Характерные отличия	
			архитектуры	мебели

Работа 2. Изучение истории развития костюма и причесок

На основании изучения иллюстраций “История развития костюма” и “История развития причесок” выявить особенности комплектования костюма и принципы создания причесок различных эпох.

Результаты наблюдений оформить в виде таблицы 4.

Таблица 4

№ п/п	Наименование стиля	Название видов одежды	Характеристика конструктивных особенностей одежды	Особенности причесок
-------	--------------------	-----------------------	---	----------------------

Работа 3. Определение стилевой принадлежности объектов

По контрольным иллюстрациям с изображением фрагментов зданий, мебели, одежды и причесок определить названия художественного стиля, в период которого они существовали.

Тестовые задания

1. Первоначально понятие "стиль" произошло от:

- а) фамилии;
- б) названия письменного инструмента;
- в) названия города;
- г) названия формации.

2. "Дирижером" художественного стиля является:

- а) цвет;
- б) архитектура;
- в) уклад жизни;
- г) идеология.

3. Стиль, названный в честь императора Наполеона I:

- а) Ренессанс;
- б) ампир;
- в) готика;
- г) барокко.

4. Основной идеей стиля Древней Греции является:

- а) прославление человека-героя;
- б) аскетизм;
- в) прославление фараона;
- г) вычурность, декоративность.

5. Термин "стиль" означает:

- а) вид движений;
- б) совокупность отличительных признаков эпохи, традиции;

в) направления моды;

г) тип внешности.

6. Начало мебельному производству было положено:

- а) в Древнем Египте;
- б) в Древней Греции;
- в) в Древнем Риме;
- г) в эпоху феодализма.

7. Высшим достижением греческих зодчих является:

- а) триумфальная арка;
- б) ордер;
- в) пирамиды;
- г) инсулы.

8. Отличительными чертами готического стиля являются:

- а) грандиозность архитектуры;
- б) витражные окна и острые крыши;
- в) подражание античным стилям;
- г) расположение замков и церквей на возвышенностях.

9. Эпоха, характеризующаяся бурным расцветом литературы, наук, изобразительного искусства:

- а) барокко;
- б) Возрождение;
- в) античность;
- г) Средневековье.

10. Для стиля барокко характерны:

- а) изобилие украшений, колоссальность масштабов зданий;
- б) асимметричность, аффектация;
- в) парадное великолепие;
- г) простота и лаконичность.

Занятие № 3. Изучение основ эргономики

Цель: Изучение сущности, целей и проблем эргономики, а также показателей эргономических свойств.

Материальное обеспечение

- 1. Мягкие метры.
- 2. Образцы непродовольственных товаров.

3. ГОСТ 17521-72 “Типовые фигуры мужчин. Размерные признаки для проектирования одежды”.

4. ГОСТ 17522-72 “Типовые фигуры женщин. Размерные признаки для проектирования одежды”.

Вопросы для подготовки

1. Сущность понятия “эргономика”.
2. Значение эргономики в разработке дизайна товаров.
3. Показатели эргономических свойств.
4. Характеристика антропометрических показателей.
5. Характеристика психофизиологических показателей.
6. Закономерности и принципы движений человека при взаимодействии со средствами труда.

Работа 1. Изучение антропометрических показателей человеческой фигуры, используемых в производстве одежды

В соответствии с ГОСТ 17521-72 “Типовые фигуры мужчин. Размерные признаки для проектирования одежды” и ГОСТ 17522-72 “Типовые фигуры женщин. Размерные признаки для проектирования одежды” студентам необходимо с помощью мягкой сантиметровой ленты провести измерения следующих антропометрических показателей своей фигуры: рост, размер, полнота. Результаты отразить в виде рисунка человеческой фигуры с указанием метрических значений соответствующих показателей.

Затем студентам необходимо провести идентификацию предоставленным преподавателем образцов одежды по антропометрическим показателям и сделать заключение. Результаты оформить в виде таблицы 5.

Таблица 5

№ п/п	Наименование изделия	Размерные признаки в маркировке	Размерные признаки после измерений	Заключение

Работа 2. Эргономический анализ непродовольственных товаров

На примере образцов непродовольственных товаров провести сравнительный анализ эргономических показателей:

антропометрических, гигиенических, психофизиологических, физиологических. Результаты исследований отразить в таблице 6.

Таблица 6

№ п/п	Наименование изделия	Характеристика эргономических показателей изделия	Заключение

Тестовые задания

1. Термин “эргономика” означает:
 - а) закон работы;
 - б) закон отдыха;
 - в) физиология;
 - г) психология.
2. Предпосылками возникновения эргономики стали:
 - а) увеличение численности населения;
 - б) снижение производительности труда;
 - в) проблемы, связанные с внедрением серийного производства товаров;
 - г) рост потребностей.
3. Эргономические свойства характеризуются показателями:
 - а) эстетическими и психологическими;
 - б) гигиеническими, эстетическими и психологическими;
 - в) антропометрическими, эстетическими и психологическими;
 - г) антропометрическими, гигиеническими, физиологическими, психологическими.
4. Антропометрические показатели характеризуют соответствие:
 - а) товаров размерам и форме человеческой фигуры;
 - б) товаров силовым, скоростным, слуховым, зрительным возможностям человека;
 - в) возможностям восприятия, памяти, мышления, психомоторики человека;
 - г) условий окружающей среды возможностям человека при его взаимодействии с товаром.

5. Психологические показатели характеризуют соответствие:

- а) товаров размерам и форме человеческой фигуры;
- б) товаров силовым, скоростным, слуховым, зрительным возможностям человека;
- в) возможностям восприятия, памяти, мышления, психомоторики человека;
- г) условий окружающей среды возможностям человека при его взаимодействии с товаром.

6. Гигиенические показатели характеризуют соответствие:

- а) товаров размерам и форме человеческой фигуры;
- б) товаров силовым, скоростным, слуховым, зрительным возможностям человека;
- в) возможностям восприятия, памяти, мышления, психомоторики человека;
- г) условий окружающей среды возможностям человека при его взаимодействии с товаром.

7. Физиологические показатели характеризуют соответствие:

- а) товаров размерам и форме человеческой фигуры;
- б) товаров силовым, скоростным, слуховым, зрительным возможностям человека;
- в) возможностям восприятия, памяти, мышления, психомоторики человека;
- г) условий окружающей среды возможностям человека при его взаимодействии с товаром.

8. Важным направлением развития эргономики является:

- а) создание безопасных условий работы человека;
- б) демографический рост;
- в) снижение трудозатрат на производстве;
- г) повышение эстетических свойств товара.

9. Предметом эргономики как науки является:

- а) трудовая деятельность человека;
- б) зона отдыха человека;
- в) промышленное оборудование;
- г) стрессовые состояния человека.

10. Закономерностями движений человека в процессе труда являются:

- а) поступательные движения осуществляются быстрее, чем вращательные; скорость движения рук по горизонтали меньше, чем по вертикали;
- б) поступательные движения осуществляются медленнее, чем вращательные; скорость движения рук по горизонтали больше, чем по вертикали;
- в) вращательные движения осуществляются медленнее, чем поступательные; скорость движения рук по вертикали меньше, чем по горизонтали;
- г) не выявлены.

Занятие № 4. Изучение принципов и средств создания композиции товаров

Цель: Изучить принципы и средства создания композиций, приобрести навыки в составлении композиций единичных и комплексных изделий.

Материальное обеспечение

1. Наборы пластилина.
2. Образцы товаров.
3. Каталоги непродовольственных товаров.

Вопросы для подготовки

1. Сущность понятия "композиция" и его применение.
2. Назвать средства создания композиции.
3. Дать характеристику средствам создания композиции.
4. Назвать и охарактеризовать виды композиций.
5. Принципы создания композиции.

Работа 1. Разработка композиционных решений товаров

На основании изучения принципов создания композиции изделий студентам необходимо разработать и отобразить в тетради объемный эскизный проект нового композиционного решения выбранного товара. Затем по данным эскиза с помо-

цью пластилина изготовить разработанный вариант изделия. Результаты оформить в виде рисунка и поделки.

Работа 2. Разработка раппорта отделки для художественного оформления непродовольственных товаров

Разработать графические элементы и составить раппорт художественного оформления ткани, обоев, линолеума с учетом назначения. Результаты работы оформить в виде таблицы 7.

Таблица 7

№ п/п	Наименование и назначение изделия	Раппорт отделки (рисунок)	Цветовые варианты оформления
-------	-----------------------------------	---------------------------	------------------------------

Тестовые задания

1. Термин “композиция” означает:
 - а) связывание, соединение;
 - б) хаотичное построение;
 - в) цветовое сочетание;
 - г) зеркальное отображение.
2. Основным принципом построения композиции является:
 - а) цельность;
 - б) зримое отражение в форме изделия конструкции и организации материала;
 - в) взаимодействие всех элементов композиции между собой и с пространством;
 - г) соразмерность.
3. Тектоника представляет собой:
 - а) цельность;
 - б) зримое отражение в форме изделия конструкции и организации материала;
 - в) взаимодействие всех элементов композиции между собой и с пространством;
 - г) соразмерность.
4. Объемно-пространственная структура представляет собой:
 - а) цельность;

б) зримое отражение в форме изделия конструкции и организации материала;

в) взаимодействие всех элементов композиции между собой и с пространством;

г) соразмерность.

5. В закрытой композиции:

а) линии взаимодействия составляемых объектов направляются к сюжетно-композиционному центру;

б) линии взаимодействия составляемых объектов расходятся от сюжетно-композиционного центра;

в) основные композиционные линии пересекаются в центре под прямым углом;

г) основные композиционные линии пересекаются в центре под острыми углами.

6. В устойчивой композиции:

а) линии взаимодействия составляемых объектов направляются к сюжетно-композиционному центру;

б) линии взаимодействия составляемых объектов расходятся от сюжетно-композиционного центра;

в) основные композиционные линии пересекаются в центре под прямым углом;

г) основные композиционные линии пересекаются в центре под острыми углами.

7. Асимметричные композиции:

а) привлекают внимание и оживляют пространство;

б) создают ощущение покоя и порядка;

в) позволяют соотнести размеры изделия с параметрами человеческой фигуры;

г) придают форме массивность.

8. Пропорции означают:

а) резко выраженную противоположность;

б) соразмерность, логичное соотношение размеров и частей между собой;

в) разнообразие тонких отношений;

г) повтор одинаковых элементов.

9. Нюанс означает:

- а) пропорциональность;
- б) резко выраженную противоположность;
- в) разнообразие тонких различий;
- г) отношение элементов к целому.

10. Вертикальные линии:

- а) зрительно увеличивают высоту объекта;
- б) уменьшают высоту объекта;
- в) не влияют на восприятие;
- г) утяжеляют объект.

Занятие № 5. Изучение принципов цветового оформления товаров

Цель: Изучить классификацию и свойства цвета, его воздействие на человека, принципы создания цветowych композиций.

Материальное обеспечение

- 1. Атласы цветов.
- 2. Каталоги непродовольственных товаров.
- 3. Иллюстрации "Колориты внешности человека".

Вопросы для подготовки

- 1. Цвет: определение и основные характеристики.
- 2. Значение цвета в формировании товаров.
- 3. Классификация цветов.
- 4. Характеристика психофизиологического воздействия цветов на человека.
- 5. Законы смешения цвета.
- 6. Цветовые сочетания: группы, их характеристика и применение.

Работа 1. Изучение психофизиологического воздействия цвета на человека

В соответствии с приложениями 1, 2, 3 изучить свойства и варианты психофизиологического воздействия цвета на человека.

Результаты отразить в таблице 8.

Таблица 8

№ п/п	Цвет	Границы участка спектра, нм	Результат воздействия	Характеристика цветов по ассоциациям
-------	------	-----------------------------	-----------------------	--------------------------------------

Работа 2. Изучение закономерностей цветового оформления изделий

По товарным каталогам рассмотреть и выявить особенности цветового оформления групп непродовольственных товаров. Результаты изучения оформить в таблице 9.

Таблица 9

№ п/п	Вид изделия	Назначение	Цветовое оформление
-------	-------------	------------	---------------------

Работа 3. Изучение колоритов внешности человека

Важной составляющей при разработке современного костюма и подборе аксессуаров к нему является учет колорита внешности предполагаемого потребителя. В соответствии с иллюстрациями "Колориты внешности человека" студентам необходимо ознакомиться с характеристикой летних, осенних, зимних и весенних колоритов внешности человека и определить свой колорит. Затем определить рекомендации по подбору цветowych сочетаний для выбранного колорита. Результаты оформить в виде таблицы 10.

Таблица 10

№ п/п	Тип колорита	Характеристика колорита	Рекомендации
-------	--------------	-------------------------	--------------

Работа 4. Разработка цветowych композиций, интерьера и костюма

На основании приобретенных знаний о свойствах цвета, колоритах внешности, особенностях колористического оформления изделий решить следующие ситуации:

- 1. Необходимо оборудовать комнату психологической разгрузки для работников фирмы. Для оформления предложен следующий ассортимент:

а) обоев:

- фотообои "Осень",
- фотообои "Весна";
- фотообои "Морская гладь";

б) тканей для портьер:

- светлых оттенков,
- бордовые,
- зеленоватых оттенков,
- сине-голубые,
- коричневые,
- белые;

в) мебели:

- черного цвета,
- белого цвета,
- бежевых оттенков,
- ярких цветов,
- пастельных оттенков.

2. Подобрать девушке с зеленовато-кариими глазами, бронзовым оттенком кожи и рыжевато-черными волосами в тон классическому костюму соответствующие блузу, туфли, галстук:

а) цвет костюма:

- черный,
- темно-серый,
- коричневый;

б) цвет блузы:

- белая,
- розовая,
- бежевая,
- голубая,
- кремовая,
- красная;

в) галстук:

- в красных тонах;
- в серых тонах;
- серебристый;
- в голубовато-синих тонах;
- табачный;

г) обувь:

- черная;
- коричневая;
- бордовая;
- белая.

Тестовые задания

1. Цвет — это:

а) свойство тел вызывать определенные зрительные ощущения;

б) способ привлечения внимания;

в) яркость;

г) радуга.

2. Характеристиками цвета являются:

а) длина волны;

б) цветовой тон и светлота;

в) насыщенность, цветовой тон, светлота и яркость;

г) спектральность состава.

3. Насыщенность — это:

а) свойство тел вызывать зрительные ощущения;

б) цветовой тон;

в) степень близости к спектральному цвету;

г) степень яркости цвета.

4. Спектром называется:

а) ряд ахроматических цветов;

б) естественный ряд цветовых тонов;

в) светлота;

г) ряд композиционных средств.

5. Два хроматических цвета, при смешивании которых получается ахроматический цвет, называются:

а) родственными;

б) сочетаемыми;

в) дополнительными;

г) контрастными.

6. К цветам холодной части спектра относятся:

а) красный, оранжевый, желтый;

б) синий, голубой, зеленый;

- в) белый;
- г) черный.

7. К цветам теплой части спектра относятся:

- а) красный, оранжевый, желтый;
- б) синий, голубой, зеленый;
- в) белый;
- г) черный.

8. Светлые цвета и оттенки:

- а) уменьшают размеры;
- б) увеличивают размеры;
- в) не влияют на восприятие формы;
- г) увеличивают зрительную массу.

9. Холодные цвета и оттенки:

- а) согревают, создают ощущение тепла;
- б) освежают, создают ощущение прохлады;
- в) не влияют;
- г) увеличивают размеры.

10. Цветовой тон характеризуется:

- а) длиной волны;
- б) процентным содержанием белого цвета;
- в) степенью воздействия на человека;
- г) контрастностью.

Занятие № 6. Изучение оптических иллюзий

Цель: Изучить сущность, средства создания оптических иллюзий и их значение в формообразовании товаров.

Материальное обеспечение

1. Иллюстрации “Средства создания оптических иллюзий”.
2. Каталоги непродовольственных товаров.

Вопросы для подготовки

1. Сущность понятия “иллюзии”.
2. Назвать средства создания оптических иллюзий.
3. Значение оптических иллюзий в формообразовании товаров.

4. Виды линий и их значение в создании оптических иллюзий.

5. Значение цвета и его сочетаний в формировании оптических иллюзий.

Работа № 1. Изучение принципов и средств создания оптических иллюзий

С помощью иллюстраций “Средства создания оптических иллюзий” изучить принципы, виды и создания возможности оптических иллюзий. Результаты работы оформить в виде рисунков.

Работа № 2. Использование оптических иллюзий в формообразовании товаров

С целью формирования навыков использования принципов и средств создания оптических иллюзий в формообразовании и корректировании параметров товаров создать возможные оптические иллюзии на примере одного и того же изделия. Результаты отразить в виде рисунков.

Тестовые задания

1. Светлые цвета:

- а) уменьшают размеры;
- б) увеличивают размеры;
- в) не влияют на восприятие формы;
- г) увеличивают зрительную массу.

2. Резкий цветовой контраст создает впечатление:

- а) динамичности и напряженности;
- б) покоя и уравновешенности;
- в) хаотичности;
- г) никакого.

3. Для увеличения зрительного восприятия ширины объекта используют:

- а) горизонтальные линии;
- б) вертикальные линии;
- в) параболы;
- г) дуги.

4. Вертикальные линии:

- а) зрительно увеличивают высоту объекта;
- б) уменьшают высоту объекта;
- в) не влияют на восприятие;
- г) утяжеляют объект.

5. Для придания объекту стройности и увеличения его высоты необходимо:

- а) применять контрастные цветовые сочетания;
- б) использовать в оформлении текстильных материалов крупную клетку;
- в) применять горизонтальные линии, рисунки и детали;
- г) применять вертикальные рисунки, линии и детали.

6. Для придания объекту полноты и уменьшения его высоты необходимо:

- а) применять контрастные цветовые сочетания;
- б) использовать в оформлении текстильных материалов крупную клетку;
- в) применять горизонтальные линии, рисунки и детали;
- г) применять вертикальные рисунки, линии и детали.

7. Для корректировки пропорциональности фигуры необходимо:

- а) умело использовать пропорции в одежде;
- б) использовать в оформлении текстильных материалов крупную клетку;
- в) применять горизонтальные линии, рисунки и детали;
- г) применять вертикальные рисунки, линии и детали.

8. Темные цвета:

- а) уменьшают размеры;
- б) увеличивают размеры;
- в) не влияют на восприятие формы;
- г) уменьшают зрительную массу.

9. Термин "иллюзия" в переводе с латинского языка означает:

- а) цирковое представление;
- б) обман;
- в) состояние психики;
- г) несбыточность надежд.

10. К средствам создания оптических иллюзий относятся:

- а) линии;
- б) цветовое оформление;
- в) характер рисунка;
- г) все вышеперечисленное.

Занятие № 7. Изучение основ дизайна товаров

Цель: Изучить сущность понятия "дизайн", направления, последовательность, факторы формирования и принципы разработки дизайна товаров.

Материальное обеспечение

1. Пластилин.
2. Каталоги, проспекты, образцы непродовольственных товаров.
3. Альбомы тканей.

Вопросы для подготовки

1. Сущность термина "дизайн".
2. Направление развития дизайна.
3. Раскрыть сущность принципов дизайна.
4. Этапы разработки дизайна: назвать и охарактеризовать.
5. Охарактеризовать факторы, формирующие дизайн конкурентоспособных товаров.
6. Пути формирования дизайна предметной сферы окружающей действительности.
7. Связь дизайна с другими науками и дисциплинами.
8. Организационная структура.

Работа 1. Выбор объекта и направления разработки дизайна

С целью определения объекта для проведения дизайнерских преобразований студентами предоставляются образцы, каталоги и проспекты непродовольственных товаров. По результатам изучения предоставляемых источников информации студенты определяют объект для разработки дизайна и выявляют тенденции его совершенствования за последние годы.

Результаты работы оформить в виде таблицы 11.

Таблица 11

№ п/п	Наименование изделия	Тенденции развития дизайна
-------	----------------------	----------------------------

Работа 2. Создание перспективных дизайнерских разработок

На основании изучения образцов и каталогов непродовольственных товаров студентам необходимо разработать отличающийся от базового образца макет нового изделия. Его новизна может проявляться в полном или частичном изменении формы, конструкции, элементов и т. п.

Результаты работы оформляются в таблице 12 и в виде пластилиновой поделки нового варианта изделия. В качества основных характеристик изделия необходимо указать назначение, способы применения (использования), виды и фактуру используемых материалов, цветовые варианты оформления, особенности эксплуатации и ухода, возможности комбинирования с другими предметами быта, основные параметры изделия и т. п.

Таблица 12

Наименование изделия	Графическое изображение новой модели	Техническое описание
----------------------	--------------------------------------	----------------------

Работа 3. Разработка раппортов отделки непродовольственных товаров

На основании изучения структуры и цветового оформления отделки непродовольственных товаров разработать раппорты тканей, обоев, линолеума и т. п. Результаты работы оформить в виде таблицы 13.

Таблица 13

№ п/п	Наименование изделия	Назначение изделия	Раппорт отделки
-------	----------------------	--------------------	-----------------

Тестовые задания

1. Термин "дизайн" в переводе с английского языка означает:
 - а) различные виды проектировочной деятельности;
 - б) эмоциональное чувство;
 - в) направления моды;
 - г) проект.
2. Дизайн появился в эпоху:
 - а) ремесленников-одиночек;
 - б) появления машинного производства;
 - в) рабовладельческих отношений;
 - г) первобытнообщинного строя.
3. Основная цель дизайна:
 - а) создать красивое и удобное изделие;
 - б) сформировать эстетические свойства товара;
 - в) сформировать эргономические свойства товара;
 - г) привлечь внимание.
4. Сущность одного из принципов разработки дизайна товара:
 - а) отражение внешней красоты товара;
 - б) многообразие форм предметов окружающего мира;
 - в) изобилие украшений;
 - г) красота + польза + удобство.
5. Сущность одного из принципов разработки дизайна товара:
 - а) отражение назначения товара;
 - б) многообразие форм предметов окружающего мира;
 - в) изобилие украшений;
 - г) отражение внешней красоты товара.
6. Сущность одного из принципов разработки дизайна товара:
 - а) отражение внешней красоты товара;
 - б) единство форм предметов окружающего мира;
 - в) изобилие украшений;
 - г) многообразие форм предметов окружающего мира.

7. Дизайн призван улучшить качество жизни людей путем:

а) увеличения количества дизайнеров;
б) создания безопасной, удобной и красивой окружающей среды;

в) повышения эстетических свойств товаров;
г) повышения эргономических свойств товаров.

8. Разработка дизайна товара осуществляется с учетом:

а) принципов построения композиции;

б) основ цветоведения;

в) эргономических показателей;

г) всего вышеперечисленного.

9. Службы технической эстетики в России возглавляет:

а) Всероссийский научно-исследовательский институт безопасности;

б) Всероссийский научно-исследовательский институт эргономики;

в) Всероссийский научно-исследовательский институт технической эстетики;

г) Всероссийский научно-исследовательский институт дизайна.

10. Приоритетными направлениями деятельности ВНИИТЭ являются:

а) исследование качества жизни населения;

б) методическое обеспечение и практическое участие в создании конкурентоспособных товаров;

в) формирование предметно-пространственной среды жизнедеятельности инвалидов;

г) все вышеперечисленное.

Занятие № 8. Изучение видов, законов и средств создания геральдики

Цель: Изучить историю становления и значение геральдики в создании промышленной графики, принципы создания геральдических знаков, разновидности и сущность гербов, символов и эмблем.

Материальное обеспечение

1. Иллюстрации “Гербы государственные, корпоративные, церковные, родовые”.

2. Иллюстрации “Символы и эмблемы”.

Вопросы для подготовки

1. Сущность термина “геральдика”.

2. История становления геральдики, как науки.

3. Проблемы геральдики на современном этапе.

4. Разновидности геральдических знаков.

5. Государственные гербы: история и принципы создания.

6. Характеристика корпоративных гербов.

7. Характеристика церковных гербов.

8. Символы: сущность, отличительные признаки, средства создания и области применения.

9. Эмблемы: сущность, отличительные признаки, средства создания и области применения.

Работа № 1. Изучение геральдических знаков

По иллюстрациям “Гербы государственные, корпоративные, церковные” и “Символы и эмблемы” изучить закономерности составления гербов, символов и эмблем, выявить общие тенденции и направления разработки современных геральдических знаков. Результаты оформить в виде таблицы 14.

Таблица 14

№ п/п	Территориальный субъект	Форма геральдического знака	Основные цвета	Символы и фигуры
-------	-------------------------	-----------------------------	----------------	------------------

Тестовые задания

1. Термин “геральдика” в переводе с латинского языка означает:

а) знак;

б) эмблема;

в) глашатай;

г) трубить в рог.

2. Гербовый знак использовался для:
- отражения материального положения его владельца;
 - указания географического расположения владений;
 - заверения документов именем владельца;
 - придания красоты.
3. Необходимость появления первых гербовых знаков была обусловлена:
- поголовной безграмотностью населения;
 - формированием капиталистических отношений;
 - желанием придать владельцу авторитет;
 - ростом благосостояния населения.
4. Геральдика — это наука о:
- монетах;
 - марках;
 - гербах;
 - живописи.
5. Блазонирование представляет собой:
- процедуру информирования в сопровождении музыки о предстоящем рыцарском турнире;
 - составление гербов;
 - музыкальное представление;
 - составление правил.
6. Двуглавый орел как элемент национального герба пришел в Россию:
- из Византии;
 - из Египта;
 - с Украины;
 - из Палестины.
7. Эмблема — это:
- конкретное изображение фигур в широком тематическом диапазоне;
 - абстрактный знак;
 - линии и штрихи;
 - геометрические фигуры.
8. Символы — это:
- конкретное изображение фигур в широком тематическом диапазоне;

- абстрактный знак;
 - линии и штрихи;
 - геометрические фигуры.
9. Основными цветами геральдики являются:
- ахроматические;
 - хроматические;
 - красный, голубой, зеленый, пурпурный, черный;
 - без ограничений.
10. После экспертизы геральдический знак:
- вносится в Государственный реестр;
 - печатается в периодической печати;
 - торжественно вручается владельцу;
 - вывешивается на доску почета.

Занятие № 9. Изучение принципов создания промышленной графики

Цель: Изучить принципы создания различных вариантов промышленной графики и сформировать навыки создания вариантов отделки изделий, фирменных знаков и маркировки.

Материальное обеспечение

- “Положение о товарных знаках”.
- ГОСТ 16958-71 “Изделия текстильные. Символы по уходу”.
- ГОСТ Р 51793-2001 “Покрытия и изделия ковровые машинного производства. Информация для потребителя”.
- Образцы товарных знаков и символов промышленной графики.

Вопросы для подготовки

- Значение промышленной графики.
- Характеристика видов промышленной графики.
- Принципы создания промышленной графики.
- Требования, предъявляемые к созданию различных видов промышленной графики.
- Товарный знак: требования, порядок регистрации, правовая охрана.

Работа 1. Изучение "Положения о товарных знаках"

В соответствии с "Положением о товарных знаках" изучить и отразить в тетради виды, основные требования к товарным знакам, принципы регистрации, охраны и защиты.

Результаты работы оформить в произвольной форме.

Работа 2. Изучение символов маркировки непродовольственных товаров

В соответствии с данными ГОСТа 16958-71 "Изделия текстильные. Символы по уходу" и ГОСТ Р 51793-2001 "Покрытия и изделия ковровые машинного производства. Информация для потребителя" изучить символы маркировки, характеризующие основные правила по уходу за швейными товарами, коврами и ковровыми изделиями. Результаты изучения оформить в виде таблицы 15.

Таблица 15

№ п/п	Наименование изделия	Графическое изображение символа	Сущность символа
-------	----------------------	---------------------------------	------------------

Работа 3. Разработка товарных знаков и символов маркировки

На основании знаний о принципах и видах промышленной графики, результатов работы № 1 и 2 разработать фирменный знак предприятия (по выбору) и два варианта экологической маркировки.

Результаты работы оформить в виде таблицы 16, в которой отразить рисунки и кратко описать предложенные варианты с указанием профиля предприятия, цветового решения и содержания.

Таблица 16

№ п/п	Название предприятия и вид деятельности	Графическое изображение товарного знака, символа
-------	---	--

Тестовые задания

1. Основами создания промышленной графики являются:

- а) законы смешения цвета;
- б) законы геральдики;

- в) экономическая формация;
- г) политический строй.

2. Основная тенденция в развитии промышленной графики —

это:

- а) акцентирование национальных особенностей;
- б) обобщение в международном масштабе;
- в) усложнение знаков;
- г) увеличение цветности.

3. Целью разработки знаков промышленной графики является:

- а) усложнение маркировки товаров;
- б) создание удобств и обеспечение безопасности;
- в) разработка удобных изделий;
- г) увеличение стоимости изделий.

4. Преимуществами пиктограмм являются:

- а) оригинальность;
- б) новизна;
- в) размеры;
- г) лаконичность и понимаемость всеми пользователями.

5. Принципами построения товарного знака являются:

- а) благозвучность и краткость;
- б) красота и бессмысленность;
- в) объемность и запоминаемость;
- г) яркость и цветность.

6. Производитель использует товарный знак:

- а) для повышения эстетических свойств товара;
- б) для увеличения стоимости товара;
- в) для идентификации товара и отличия от других производителей;
- г) просто так.

7. Государственная регистрация и правовая охрана фирменных знаков была введена в нашей стране после:

- а) Октябрьской революции;
- б) Великой Отечественной войны;
- в) распада СССР;
- г) присоединения России к Парижской Конвенции.

8. Законодательством РФ товарный знак рассматривается как:

- а) произведение искусства;
- б) правовое нарушение;
- в) субъект интеллектуальной собственности;
- г) не рассматривается.

9. Порядок регистрации, охраны и применения товарного знака регламентируется законом:

- а) "О защите прав потребителей";
- б) "О товарных знаках, знаках обслуживания и наименования мест происхождения товара";
- в) "О техническом регулировании";
- г) не регламентируется.

10. После экспертизы товарного знака разработчику выдается:

- а) справка;
- б) разрешение на использование;
- в) патент;
- г) ничего не выдается.

Занятие № 10. Изучение факторов формирования и перспектив развития моды

Цель: Изучить сущность термина "мода", отличительные признаки моды от стиля, факторы формирования, основные направления развития и парадоксы моды, особенности современных стилей в одежде.

Материальное обеспечение

- 1. Журналы мод.
- 2. Каталоги непродовольственных товаров.
- 3. Видеофильм "Направления современной моды".

Вопросы для подготовки

- 1. Сущность и значение моды в современном обществе.
- 2. Сходство и различие понятий "стиль" и "мода".
- 3. Факторы формирования модных тенденций.

4. Функции моды.

5. Информационные средства отражения направлений моды.

6. Особенности проявления современной моды в товарах.

7. Парадоксы моды.

Работа 1. Изучение основных проявлений современной моды в товарах массового производства

С помощью каталогов, журналов мод и видеофильмов, отражающих тенденции развития моды за 2–3 года, изучить и провести анализ основных проявлений моды в различных группах товаров массового производства.

Результаты оформить в виде таблицы 17.

Таблица 17

№ п/п	Группа товаров	Период	Характерные черты модных направлений
-------	----------------	--------	--------------------------------------

Работа 2. Анализ соответствия товарных образцов современным направлениям моды

В соответствии с выявленными тенденциями развития моды отдельных групп непродовольственных товаров провести анализ предложенных преподавателем образцов на их соответствие современным тенденциям моды. По результатам изучения оформить таблицу 18.

Таблица 18

№ п/п	Наименование изделия	Характеристика изделия				Заключение о соответствии товара направлениям моды
		форма	цветовое оформление	исходные материалы	другие особенности	

Тестовые задания

- 1. Термин "мода" означает:
 - а) мера, способ, правило;
 - б) самое красивое;
 - в) самое пестрое;
 - г) повседневное.

2. В начале своего становления мода была родственна эстетическому понятию:

- а) освоение;
- б) преобразование;
- в) стиль;
- г) красота.

3. Парадоксальным последствием модных течений является:

- а) однообразии;
- б) многообразии;
- в) постоянство;
- г) отсутствие изменений.

4. Направление “унисекс” предполагает:

- а) подчеркивание различий в одежде;
- б) однотипность одежды для мужчин и женщин;
- в) элементы детского костюма отражаются во взрослом;
- г) пропорции взрослой одежды применяются для детской.

5. Пуризм — направление в современной моде, отличающееся:

- а) обилием украшений на одежде;
- б) использованием высококачественных материалов и технологий изготовления;
- в) отсутствием украшений на одежде;
- г) использованием высококачественных материалов и технологий изготовления одежды без украшений.

6. “Высокая мода” является проявлением:

- а) новых технологий;
- б) высокого художественного вкуса, гармонии;
- в) новых материалов;
- г) потенциала швей.

7. “Прет-а-порте” означает:

- а) высокая мода;
- б) шикарный образец;
- в) индустрия готового платья;
- г) повседневная одежда.

8. Фетишизм — это:

- а) не настоящее произведение искусства в высоком смысле, а искусная подделка под него;
- б) культ неодушевленных предметов;
- в) стиль эпохи;
- г) традиция.

9. Кич — это:

- а) не настоящее произведение искусства в высоком смысле, а искусная подделка под него;
- б) культ неодушевленных предметов;
- в) стиль эпохи;
- г) традиция.

10. К факторам формирования модных течений относятся:

- а) новые материалы;
- б) новые технологии;
- в) хорошо забытое старое;
- г) все вышеперечисленное.

Занятие № 11. Изучение сущности и факторов формирования художественного и эстетического вкуса

Цель: Изучить сущность, значение, факторы формирования, сходство и различие понятий “художественный” и “эстетический вкус”.

Материальное обеспечение

1. Иллюстрации произведений искусства.
2. Каталоги непродовольственных товаров.
3. Образцы непродовольственных товаров.

Вопросы для подготовки

1. Сущность и значение понятий “художественный” и “эстетический вкус”.
2. Сходство и различие понятий “художественный” и “эстетический вкус”.
3. Факторы формирования художественного и “эстетического вкуса”.

4. Значение воспитания в формировании художественного и “эстетического вкуса”.

5. Роль среды окружения в воспитании художественного и “эстетического вкуса”.

Работа 1. Изучение принципов формирования эстетического идеала

На основании изучения стереотипов, принципов и факторов формирования эстетического и художественного вкуса выявить, сформулировать и отразить в тетради общественные, а также личные художественные и эстетические идеалы современного общества.

Результаты оформить в виде таблицы 19.

Таблица 19

№ п/п	Эстетический идеал		Художественный идеал		Заключение
	общественный	личный	общественный	личный	

Тестовые задания

1. Художественный вкус — это:

а) способность человека воспринимать и оценивать эстетические объекты;

б) эстетический вкус только по отношению к оценке произведений искусства;

в) умение хорошо одеваться;

г) способность покупать дорогие товары.

2. Эстетический вкус — это:

а) способность человека воспринимать и оценивать эстетические объекты;

б) эстетический вкус по отношению к оценке произведений искусства;

в) умение хорошо одеваться;

г) способность покупать дорогие товары.

3. Эстетический вкус является:

а) национальным достоинством;

б) индивидуальной особенностью человека;

в) особенностью взрослого населения;

г) продуктом производства.

4. Плохой вкус трактуется как:

а) невоспитанность;

б) генетическая ошибка;

в) равнодушное, отрицательное отношение к красоте;

г) умение получать удовольствие от прекрасного.

5. Основы эстетического вкуса закладываются:

а) в процессе эстетического воспитания;

б) в ходе всей жизни человека;

в) во время просмотра фильмов ужасов;

г) путем жесткого воспитания детей.

6. Безвкусным считается то, что:

а) является просто некрасивым;

б) не соответствует назначению;

в) дешево стоит;

г) портит настроение.

7. Эстетические вкусовые предпочтения зависят от:

а) эстетической интуиции;

б) наследственной предрасположенности;

в) воспитания, характера и круга общения;

г) всего вышеперечисленного.

8. Показатели эстетического и художественного вкуса:

а) жестко регламентированы;

б) многообразны и изменчивы;

в) многообразны и постоянны;

г) однообразны и изменчивы.

9. К факторам формирования эстетического и художественного вкуса относятся:

а) воспитание и окружение;

б) уровень образования и воспитание;

в) наследственность, воспитание, образование, окружение;

г) нет четких определений.

10. Художественный и эстетический вкус являются показателями:

а) уровня духовного развития человека;

- б) художественных способностей человека;
- в) вокальных способностей человека;
- г) кулинарных способностей человека.

Занятие № 12. Изучение методики и показателей оценки эстетических свойств товаров

Цель: Изучить сущность, значимость, факторы формирования и показатели эстетических свойств. Освоить методику экспертной оценки эстетических свойств непродовольственных товаров.

Материальное обеспечение

1. Схема классификации эстетических свойств.
2. Образцы непродовольственных товаров.
3. Каталоги непродовольственных товаров.
4. Калькуляторы.

Вопросы для подготовки

1. Сущность и значение эстетических свойств в формировании конкурентоспособных товаров.
2. Факторы формирования эстетических свойств товаров.
3. Сущность и значение показателей подгруппы эстетических свойств "Информационная выразительность".
4. Сущность и значение показателей подгруппы эстетических свойств "Рациональности формы".
5. Сущность и значение показателей подгруппы эстетических свойств "Целостность композиции".
6. Сущность и значение показателей подгруппы эстетических свойств "Совершенства производственного исполнения".
7. Сущность экспертного метода оценки эстетических свойств.

Работа № 1. Изучение значимости показателей эстетических свойств товаров различного назначения

По предложенным преподавателем образцам непродовольственных товаров, различных по функциональному назначению, студентам необходимо в соответствии со знанием показателей

эстетических свойств раскрыть сущность и обозначить в виде десятичной дроби весомость каждого из них. Результаты оформить в виде таблицы 20.

Таблица 20

№ п/п	Наименование товара	Показатель эстетических свойств	Сущность показателя эстетических свойств	Весомость показателя
-------	---------------------	---------------------------------	--	----------------------

Работа № 2. Оценка эстетических свойств непродовольственных товаров экспертного метода

Проведение оценки эстетических свойств непродовольственных товаров экспертным методом осуществляется в следующей последовательности:

1 этап: для проведения оценки эстетических свойств изделия студентам необходимо разделиться на экспертные группы, состоящие не менее чем из пяти человек. С учетом назначения товара эксперты определяют номенклатуру показателей эстетических свойств, по которым и будут производить оценку, и обозначают их символами: X_1, X_2, X_3 и т. д. Результаты работы необходимо отразить в таблице 21.

Таблица 21

№ п/п	Показатели эстетических свойств	Обозначение показателя
-------	---------------------------------	------------------------

II этап: с учетом номенклатуры показателей эстетических свойств каждый эксперт проставляет ранги в зависимости от значимости этих показателей. Наиболее значимому свойству присваивается наивысший ранг, соответствующий количеству выбранных показателей, остальным свойствам — в порядке их относительной значимости. Результаты ранжирования отразить в таблице 22.

После проведения ранжирования студентам необходимо произвести расчеты показателей, отраженных в итоговых стро-

ках таблицы: $\sum_{j=1}^r S_{ij}, \Delta i, \Delta i^2, m_i, \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^r S_{ij}$.

Таблица 22

№ п/п	ФИО экспертов	Свойства					$\sum_{i=1}^n S_{ij}$
		X ₁	X ₂	X ₃	...	X _n	
	$\sum_{j=1}^r S_{ij}$ Δi Δi^2						$\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^r S_{ij}$
	m _i						

Для этого:

– по каждому свойству подсчитывается сумма рангов, представленных каждым экспертом этому свойству, где S_{ij} — ранг, который проставлен i -му свойству j -м экспертом; r — количество экспертов;

– подсчитывается общая сумма рангов по всем свойствам каждым экспертом и общая сумма сумм рангов.

III этап: расчет коэффициента конкордации и определение согласованности мнений экспертов. Для этого рассчитывается средний ранг (T) путем деления суммы сумм рангов на количество свойств:

$$T = \frac{\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^r S_{ij}}{n} \quad (1)$$

Далее рассчитываются отклонения (Δi), выставленные всеми экспертами по каждому свойству:

$$\Delta i = \sum_{j=1}^r S_{ij} - T, \quad (2)$$

их квадраты $(\Delta i)^2$ и сумма квадратов отклонений (S).

Проверяется согласованность мнений экспертов с помощью коэффициента конкордации (W) по формуле

$$W = \frac{12S \sum \Delta i^2}{r^2(n^3 - n)} \quad (3)$$

По результатам расчетов определяется согласованность мнений экспертов. Полная согласованность мнений экспертов наблюдается при $W = 1$, хорошая согласованность — при $W \geq 0,75$.

При коэффициенте конкордации $W \leq 0,5$ необходимо пересмотреть состав группы экспертов. Нулевое значение коэффициента конкордации ($W = 0$) указывает на то, что согласованности мнений экспертов в данной группе нет.

IV этап: проведение оценки показателей эстетических свойств непродовольственных товаров в соответствии с оценочной шкалой, представленной в таблице 23.

Таблица 23

“Отлично”	1,0 балл
“Хорошо”	0,75 балла
“Удовлетворительно”	0,5 балла
“Неудовлетворительно”	0,25 балла

Результаты оценки отражают в таблице 24.

Таблица 24

№ п/п	Эксперты	Свойства			
		X ₁	X ₂	...	X _n
	Σ				
	q _i				

Далее для каждого свойства рассчитывают сумму баллов, средний балл свойства (q_i) и на основании таблицы 4 — коэффициент весомости (m_i) по формуле

$$m_i = \frac{\sum_{j=1}^r S_{ij}}{\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^r S_{ij}}, \quad (4)$$

где m_i — коэффициент весомости i -го свойства.

Сумма коэффициентов весомости должна равняться 1.

Затем определяют комплексный показатель эстетической ценности непродовольственных товаров по формуле

$$Q = \sum_{i=1}^n m_i \cdot q_i \quad (5)$$

По результатам расчетов эксперты должны сделать заключение об эстетической ценности каждого из предложенных образцов непродовольственных товаров.

Тестовые задания

1. Эстетические свойства характеризуют:

- а) надежность товара;
- б) гигиеничность товара;
- в) способность изделия выражать свою общественную ценность;

г) удобство пользования товара.

2. Эстетические свойства товара оцениваются исходя из:

- а) антропометрических особенностей потребителя;
- б) цены изделия;
- в) эстетических потребностей;
- г) параметров изделия.

3. Эстетические потребности являются следствием:

- а) социально-культурного уровня развития человека и общества;
- б) развития экономических отношений в обществе;
- в) увеличения производительности труда;
- г) роста населения страны.

4. Показателями информационной выразительности товара являются:

а) функционально-конструктивная рациональность, целесообразность;

б) знаковость, оригинальность, соответствие моде и стилевое соответствие;

в) цветовой колорит, тектоничность, объемно-пространственная структура и пластичность;

г) чистота производства, тщательность отделки, четкость маркировки.

5. Показателями рациональности формы товара являются:

а) функционально-конструктивная рациональность, целесообразность формы;

б) знаковость, оригинальность, соответствие моде и стилевое соответствие;

в) цветовой колорит, тектоничность, объемно-пространственная структура и пластичность;

г) чистота производства, тщательность отделки, четкость маркировки.

6. Показателями целостности композиции товара являются:

а) функционально-конструктивная рациональность, целесообразность;

б) знаковость, оригинальность, соответствие моде и стилевое соответствие;

в) цветовой колорит, тектоничность, объемно-пространственная структура и пластичность;

г) чистота производства, тщательность отделки, четкость маркировки.

7. Показателями совершенства производственного исполнения товара являются:

а) функционально-конструктивная рациональность, целесообразность;

б) знаковость, оригинальность, соответствие моде и стилевое соответствие;

в) цветовой колорит, тектоничность, объемно-пространственная структура и пластичность;

г) чистота производства, тщательность отделки, четкость маркировки.

8. Эстетические свойства являются олицетворением:

- а) производственного совершенства товара;
- б) красоты товара;
- в) полезности товара;
- г) удобства товара.

9. Показатели эстетических свойств:

- а) измеряются инструментальными методами;
- б) оцениваются органолептически;
- в) не оцениваются;
- г) как получится.

10. Разработкой эстетических характеристик товара занимается:

- а) дизайнер;
- б) эргономист;
- в) экономист;
- г) руководитель предприятия.

Литература

1. Амиров Ю. Д. Основы конструирования. Творчество — стандартизация — экономика: Справочное пособие. — М.: Издательство стандартов, 1991.
2. Аркин Д. Е. Образы архитектуры и образы скульптуры. — М.: Искусство, 1990.
3. Балдано И. Ц. Мода XX века: энциклопедия. — М.: Олма-Пресс, 2002.
4. Бирюкова Н. Западноевропейские набивные ткани XVI–XVIII века. — М.: Искусство, 1972.
5. Боров Ю. Б. Эстетика, 4-е изд., допол. — М.: Политиздат, 1988.
6. Борисовская Н. Лев Бакст. — М.: Искусство, 1979.
7. Борисовский Г. Б. Эстетика и стандарт. — М.: Издательство стандартов, 1989.
8. Буровик К. А. Родословная вещей. 2-е изд., перераб. — М.: Знание, 1991.
9. Варламов Р. Товарный знак — символ чего? // Спрос. — 1998. — № 9.
10. Воробьев Н. Н. Числа Фибоначчи. — М.: Наука, 1992.
11. Вуд Д. Декор вашего дома: Практическая энциклопедия / Пер. с англ. А. И. Жигалова. — М.: ООО Изд-во "Росмэн-Пресс", 2003.
12. Гардероб современной женщины / Под ред. Дж. Корнелл. — М.: Ниола-Пресс, 1996.
13. Геральдика. Малые сочинения: Цикл прозаических и стихотворных миниатюр. — Харьков: ХГЦКНО "Похищение Европы", 1996.
14. Горненко А. О красоте вещей. — М.: Легкая индустрия, 1966.
15. Гуссейнова Т. С., Жильцова Г. В. Товароведение швейных и текстильных товаров: Учебник для товароведных факультетов торговых вузов. — М.: Экономика, 1979.
16. Дворецкий И. В., Васильева Т. М. Покупателю об одежде. — М.: Экономика, 1981.

17. Дженсен В. Гардероб современной женщины. — М.: Ниола-Пресс, 1996.
18. Дивненко О. В. Эстетика. — М.: Изд. центр "Аз", 1995.
19. Ерзенкова Н. В. Искусство красиво одеваться. — Рига: Фирма "Импакт": МПП "Лат.-Интро", 1992.
20. Зайцев В. М. Этот многоликий мир моды. — М.: Советская Россия, 1982.
21. Закон о товарных знаках, знаках обслуживания наименованиях мест происхождения товаров (с изм., внесенными Федеральными законами от 27.12.2000 № 150-ФЗ, от 30.12.2001 № 194-ФЗ).
22. Закон о защите прав потребителей (в ред. Федеральных законов от 09.01.1996 № 2-ФЗ, от 17.12.1999 № 212-ФЗ, от 30.12.2001 № 196-ФЗ).
23. Зборовский Е. М. По законам красоты. — М.: Советская Россия, 1988.
24. Казаринова В. И. Красота, вкус, экономика. — М.: Экономика, 1985.
25. Каменцева Е. И., Устюгов Н. В. Русская сфрагистика и геральдика. — М.: Прогресс, 1974.
26. Камминг Р. Художники. — М.: Слово / Slovo, 2001. — 112 с., ил.
27. Каталог товарных знаков / Под ред. Н. Ю. Орловской. — М.: ЦНИИТЭИлегпром, 1988.
28. Кей К. Зрительные обманы. — Смоленск: Русич, 1999.
29. Крутоус В. П. Путь к прекрасному. — М.: Просвещение.
30. Кащенко О. Д., Козлова Т. В. Покупателю об одежде и моде. — М.: Легпромбытиздат, 1996.
31. Кибалова Л., Гербенцова О., Ламарова М. Иллюстрированная энциклопедия моды. — М.: Артга, 1996.
32. Киреева Е. В. История костюма. — М.: Просвещение, 1976.
33. Лефевр В. А. Формула человека. Контуры фундаментальной психологии. — М.: Прогресс, 1991.
34. Лид Б. И. Твой стиль. — М.: Изд. дом "Ниола-Пресс", 1997.
35. Лакир А. Б. Русская геральдика. — М.: Прогресс, 1990.
36. Любимов Л. Искусство древнего мира. — М.: Просвещение, 1971.
37. Маймин Е. А. Эстетика — наука о прекрасном. — М.: Просвещение, 1982.

38. Малахова С. А., Журавлева Т. А. и др. Художественное оформление текстильных изделий. — М.: Легпромбытиздат, 1988.
39. Маливанова И. По направлению к Пуаре // Модели сезона. — 1989. — № 1.
40. Овсянников М. Ф. История эстетической мысли: Учеб. пособие. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Высшая школа, 1984.
41. Орлова Л. В. Азбука моды. — М.: Просвещение, 1989.
42. Пармон Ф. М. Композиция костюма: Учебник для вузов. — М.: Легпромбытиздат, 1985.
43. Склянный В. П. Потребительские свойства текстильных товаров. — М.: Экономика, 1982.
44. Современный словарь иностранных слов: Около 20 000 слов. — М.: Дуэт, 1994.
45. Советский энциклопедический словарь / Гл. ред. В. П. Прохоров. — М.: Сов. энциклопедия, 1988.
46. Современная энциклопедия Аванта. Мода и стиль / Гл. ред. В. А. Володин. — М.: Аванта, 2002.
47. Соловьев Э. Я. Современный этикет и деловой протокол. — М.: ТОО "Интел Тех", 1993.
48. Спенсер Кэррол. Выбери свой стиль — для мужчин. — М.: Изд-во "Эксмо-Пресс", 2000.
49. Стамеров К. К. Очерки истории костюмов. В 2 ч. Ч. I. — Киев: Мистецтво, 1978.
50. Стамеров К. К. Очерки истории костюмов. В 2 ч. Ч. II. — Киев: Мистецтво, 1978.
51. Столовая. Советы профессионалов / Пер. с англ. — М.: Издательский дом "Ниола 21 век", 2000.
52. Сыромятникова И. С. Искусство грима и прически: Учеб. пособие. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Высшая школа, 1999.
53. Физическая энциклопедия / Под ред. А. М. Прохорова. В 5 т. Т. 2. — М.: Советская энциклопедия, 1990.
54. Художественное оформление текстильных изделий / С. А. Малахова, Т. А. Журавлева, В. Н. Козлов и др. — М.: Легпромбытиздат, 1988.
55. Художники мира / Под ред. Д. Мур. — М.: Слово / Slovo, 2001.
56. Художественное конструирование мебели / А. А. Белов, В. В. Янов. — М.: Лесная промышленность, 1985.

57. Цветовая гармония интерьера / Советы профессионалов / Пер. с англ. — М.: Изд. дом "Ниола-Пресс", 1998.

58. Черепихина А. Н. История художественной обработки изделий из древесины. — М.: Высшая школа, 1993.

59. Черепихина А. Н. Эстетика современной мебели. — М.: Лесная промышленность, 1988.

60. Шевелев И. Ш., Марутаев М. А., Шмелев И. П. Золотое сечение. — М.: Стройиздат, 1990.

61. Шенкман С. Мы — мужчины. — М.: Физкультура и спорт, 1987.

62. Шершнева Л. П. Конструирование женской одежды на типовые и нетиповые фигуры. — М.: Легкая индустрия, 1980.

63. Шпара П. Е. Техническая эстетика и основы художественного конструирования. — Киев: Вища школа, 1984.

64. Экспертиза качества товаров / М. В. Федоров, Е. Е. Задесенец, Е. И. Шипилов, В. М. Царенский. — М.: Экономика, 1984.

65. Экспертиза потребительских свойств новых товаров / С. П. Валицкий, Е. Е. Задесенец, И. А. Зотова и др. — М.: Экономика, 1981.

66. Эргономика: Учебник / Под ред. А. А. Крылова, Г. В. Суходольского. — Л.: Изд-во Ленинградского университета, 1988.

Деление спектра на цветовые участки

№ п/п	Цветовой тон	Границы участка спектра, нм*
1	Красный	760–620
2	Оранжевый	600–590
3	Желтый	570–550
4	Зеленый	550–520
5	Голубой	500–485
6	Синий	485–470
7	Фиолетовый	440–380

* 1 нм (нанометр) = 10^{-9} м

Психофизиологическое влияние цвета на человека

Цвет	Результат воздействия	
	1	2
Красный		Возбуждающий, горячий, энергичный и жизнерадостный, стимулирует влияние на мозг и вызывает эмоциональные реакции, способствует увеличению мускульного напряжения, повышению давления крови и ритма дыхания, сильно влияет на настроение людей
Оранжевый		Яркий, вызывает радость, в различных случаях успокаивает или раздражает, в физиологическом отношении способствует улучшению пищеварения и ускорению тока крови
Желтый		Стимулирует зрение, мозг, нервы, успокаивает некоторые нервные состояния, создает веселость, способствует общительности
Зеленый		Цвет природы, покоя и свежести, успокаивающе действует на нервную систему, способствует снижению давления крови за счет расширения капилляров

1	2
Голубой	Светлый, свежий и прозрачный, воздействует примерно так же, как и зеленый — успокаивающе, создает впечатление небесной дали, в физиологическом отношении он относится к лечебным цветам, облегчая болезненное состояние в большей степени, чем зеленый
Фиолетовый	Пышный и благородный, положительно действует на сердце и легкие, увеличивая их выносливость, цвет утомленности и печали
Коричневый	Теплый, создает спокойное настроение, выражает крепость и устойчивость предметов; коричневый с серым оттенком подавляюще действует на психику
Серый	Холодный, деловой, унылый, вызывает апатию и скуку
Белый	Легкий, холодный и благородный, символ чистоты, хорошо сочетается с другими цветами
Черный	Мрачный, тяжелый, резко снижает настроение, красив, в небольшом количестве применяется для контраста

Приложение 3

Характер ассоциаций, возникающих при восприятии основных цветов

Цвета	Характеристика цветов по ассоциациям									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	Теплые	холодные	Легкие	Тяжелые	Отступающие	Выступающие	Возбуждающие	Угнетающие	Успокаивающие	
Спектральные цвета										
Красный	•			•			•	•		
Оранжевый	•						•	•		
Желтый	•		•				•	•		
Зеленый		•				•				•
Голубой		•	•			•				•
Синий		•			•	•				•
Фиолетовый		•			•	•		•		
Ахроматические цвета										
Белый			•							

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Светло-серый			•						
Темно-серый				•				•	
Черный				•				•	

Приложение 4

Названия, номера и характеристики автомобильных эмалей

№ п/п	Номер цвета	Название цвета эмали	Характеристика цвета эмали
1	2	3	4
1	602	Авантюрин	Черный металллик
2	425	Адриатика	Голубой неметаллик
3	460	Аквамарин	Металлик цвета морской волны (зелено-голубой) с преобладающим голубым оттенком
4	205	Альпийский	Белый металллик
5	145	Аметист	Сиреневый металллик
6	277	Антилопа	Золотисто-бежевый металллик
7	421	Афалина	Светло-зеленый металллик бирюзового оттенка
8	107	Баклажан	Цвет спелого баклажана, темно-фиолетовый неметаллик
9	420	Балтика	Синий неметаллик
10	235	Бежевый	Бежевый неметаллик
11	236	Бежевый	Серо-бежевый неметаллик
12	201	Белый	Чисто белый неметаллик
13	480	Бриз	Светло-зеленый неметаллик бирюзового оттенка
14	117	Бургундия	Красный металллик
15	388	Вавилон	Металлик серо-бежевый
16	464	Валентина	Серо-фиолетовый неметаллик
17	310	Валюта	Светло-серый металллик, имеющий слабо выраженный зеленый оттенок ("долларовый" металллик)
18	129	Виктория	Ярко-красный металллик

1	2	3	4
19	127	Вишня	Темно-красный неметаллик
20	481	Голубой	Голубого цвета
21	180	Гранат	Темно-красный неметаллик с легким фиолетовым оттенком
22	321	Дюшес	Желто-зеленый металллик
23	203	Жасмин	Белый неметаллик с легким желто-зеленым оттенком
24	963	Зеленый	Просто зеленый неметаллик
25	307	Зеленый сад	Темно-зеленый неметаллик, близкий по цвету еловой хвое
26	245	Золотая нива	Прозрачный золотисто-лимонный металллик
27	311	Игуана	Зеленый металллик цвета бутылочного стекла
28	385	Изумруд	Темно-зеленый металллик
29	406	Ирис	Блекло-фиолетовый неметаллик
30	128	Искра	Красно-вишневый металллик
31	118	Кармен	В зависимости от освещения красно-вишневый или красно-малиновый неметаллик
32	116	Коралл	Яркий красно-сиреневый металллик
33	790	Кориандр	Золотисто-коричневый металллик
34	798	Корица	Коричневый металллик
35	370	Корсика	Серо-зеленый металллик
36	281	Кристалл	Желтый металллик
37	487	Лагуна	Сине-голубой металллик
38	445	Лазурит	Сине-фиолетовый металллик
39	498	Лазурно-синий	Сине-черный металллик
40	489	Лазурь	Синий неметаллик
41	560	Ламинария	Зеленый неметаллик
42	133	Магия	Темно-фиолетовый металллик
43	120	Майя	Розово-сиреневый металллик
44	121	Мальборо	Красный металллик, аналогичен цвету пачки одноименных сигарет
45	428	Медео	Голубой неметаллик
46	217	Миндаль	Бежево-розовый металллик

1	2	3	4
47	280	Мираж	Серебристый металллик с легким бледно-желтым или голубым оттенком в зависимости от освещения
48	626	Мокрый асфальт	Серый металллик
49	403	Монте-Карло	Ярко-синий неметаллик
50	458	Мулен-Руж	Ярко-фиолетовый неметаллик
51	377	Мурена	Темный сине-зеленый неметаллик
52	223	Нарцисс	Яркий, насыщенный желтый неметаллик
53	628	Нептун	Темно-серый металллик синего оттенка
54	449	Океан	Сине-фиолетовый неметаллик
55	345	Оливин (Оливия)	Оливковый неметаллик
56	340	Оливковый	Оливковый неметаллик
57	286	Опатия	Металлик цвета охры
58	419	Опал	Серебристый металллик слабого голубого оттенка
59	387	Папирус	Серый металллик с легким желтым оттенком
60	795	Пирано	Красно-коричневый металллик
61	417	Пицунда	Зелено-голубой неметаллик
62	276	Приз	Металлик цвета платины
63	210	Примула	Блекло-желтый неметаллик
64	448	Рапсодия	Сине-фиолетовый металллик
65	110	Рубин	Красный неметаллик
66	670	Сандаловый	Розовый металллик
67	446	Сапфир	Синий металллик
68	215	Сафари	Светло-бежевый неметаллик
69	671	Светло-серый	Светло-серый неметаллик
70	427	Серо-голубой	Серо-голубой неметаллик
71	373	Серо-зеленый	Серо-зеленый неметаллик
72	405	Синий	Синий неметаллик
73	447	Синяя полночь	Сине-фиолетовый неметаллик
74	422	Сирень	Светло-фиолетовый неметаллик
75	295	Сливочно-белый	Бежево-белый неметаллик

Окончание прил. 4

1	2	3	4
76	207	Слоновая кость	Бежево-желтый неметаллик
77	690	Снежная королева	Серебристый металлик без оттенка
78	399	Табачный	Зелено-коричневый металлик
79	206	Талая вода	Бело-зеленый металлик
80	509	Темно-бежевый	Темно-бежевый неметаллик
81	793	Темно-коричневый	Темно-коричневый неметаллик
82	625	Темно-серый	Темно-серый неметаллик
83	456 466	Темно-синий	Темно-синий неметаллик
84	170	Торнадо	Красный неметаллик
85	100	Триумф	Вишневый металлик
86	416	Фея	Голубой металлик с легким сиреневым оттенком
87	228	Чайная роза	Светлый бежево-розовый неметаллик
88	408	Чароит	Темный серо-фиолетовый металлик
89	601 603	Черный	Черный неметаллик
90	415	Электрон	Темно-серый металлик

Главный редактор — А. Е. Илларионова
Художник — В. А. Антипов
Верстка — А. А. Толли
Корректор — О. А. Ильинская

Ответственный за выпуск — С. А. Булатова

Наталья Исметовна Волошко

Эстетика и дизайн товаров

Учебно-практическое пособие

Санитарно-эпидемиологическое заключение
№ 77.99.02.953.Д.004609.07.04 от 13.07.2004 г.

Подписано в печать 20.10.2007. Формат 60×84 1/16.
Печать офсетная. Бумага офсетная № 1. Печ. л. 16,0.
Тираж 2000 экз. (2-й завод 301–2000 экз.).
Заказ № 5769.

Издательско-торговая корпорация «Дашков и К»
129347, Москва, Ярославское шоссе, д. 142, к. 732.
Для писем: 129347, Москва, п/о И-347
Тел./факс: (495) 182-01-58, 182-11-79, 183-93-01
E-mail: sales@dashkov.ru — отдел продаж
office@dashkov.ru — офис;
<http://www.dashkov.ru>

Отпечатано в соответствии с качеством предоставленных диапозитивов
в ФГУП «Производственно-издательский комбинат ВИНТИ»,
140010, г. Люберцы Московской обл., Октябрьский пр-т, 403. Тел.: 554-21-86

ИЗДАТЕЛЬСКО-ТОРГОВАЯ КОРПОРАЦИЯ «Дашков и К°»

специализируется на издании и распространении учебной методической и справочной литературы для системы высшего и среднего профессионального образования, а также специальной литературы для практических работников.

Предоставляет комплекс услуг:

- Комплектование библиотек учебной литературой, в том числе книгами других издательств по издательским ценам
- Издание любых книг и брошюр по заказу

Приглашает к взаимовыгодному сотрудничеству:

- Авторы с целью заключения договоров на издание деловой литературы для предпринимателей и учебной литературы для высшего и среднего специального образования
- Торговых представителей в областных центрах Российской Федерации

С предложениями и вопросами просим обращаться по тел.:
(495) 182-01-58, 183-93-01, 182-11-79
или письменно по адресу: 129347, Москва,
почтовое отделение И-347, ИТК «Дашков и К°»,
e-mail: sales@dashkov.ru