

745/748

с 53

Профессиональное образование

Н. М. Сокольникова  
Е. В. Сокольникова

# ИСТОРИЯ ДИЗАЙНА

Учебник



ДИЗАЙН

  
ACADEMIA

**Н. М. СОКОЛЬНИКОВА,  
Е. В. СОКОЛЬНИКОВА**

# **ИСТОРИЯ ДИЗАЙНА**

**Учебник**

*Рекомендовано*

*Федеральным государственным автономным учреждением  
«Федеральный институт развития образования» (ФГАУ «ФИРО»)*

*в качестве учебника для использования  
в учебном процессе образовательных учреждений,  
реализующих программы среднего профессионального  
образования по специальности «Дизайн (по отраслям)».*

*Регистрационный номер рецензии 391  
от 23 июля 2015 г. ФГАУ «ФИРО»*



Москва  
Издательский центр «Академия»  
2016

УДК 687.01(075.32)  
ББК 30.80.я723  
С597

Рецензенты:

заслуженный художник РФ, профессор Международного университета природы, общества и человека «Дубна» Московской области, преподаватель отделения «Дизайн» Московского издательско-полиграфического колледжа имени Ивана Федорова *Л. А. Федорович*, искусствовед, член АИС, член-корреспондент РАНИ, преподаватель специдисциплин Колледжа декоративно-прикладного искусства, имени Карла Фаберже № 36 *Н. В. Громыхалина*

**Сокольников Н. М.**

С597 История дизайна : учебник для студ. учреждений сред. проф. образования / Н. М. Сокольников, Е. В. Сокольников. — М. : Издательский центр «Академия», 2016. — 240 с., [32] с. цв. вкл. : ил. ISBN 978-5-4468-1565-4

Учебник создан в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности «Дизайн (по отраслям)», ОП.05 «История дизайна».

История дизайна исследуется с искусствоведческих позиций, во взаимосвязи с основными стилевыми течениями и направлениями искусства XX в. Последовательно рассматривается формирование дизайна как нового вида проектной деятельности. Прослеживается взаимовлияние уровня технического прогресса общества, главенствующих в нем мировоззренческих концепций и идеологических установок на развитие и изменение подходов к дизайн-проектированию. Особое внимание уделяется процессам становления и развития промышленного и графического дизайна в странах Западной Европы, США, Японии и в России в XX в. Также продемонстрированы новые тенденции развития дизайна на современном этапе.

Для студентов учреждений среднего профессионального образования.

УДК 687.01(075.32)

ББК 30.80.я723

*Оригинал-макет данного издания является собственностью  
Издательского центра «Академия», и его воспроизведение любым способом  
без согласия правообладателя запрещается*

© Сокольников Н. М., Сокольников Е. В., 2016  
© Образовательно-издательский центр «Академия», 2016  
© Оформление. Издательский центр «Академия», 2016

ISBN 978-5-4468-1565-4

## Уважаемый читатель!

Данный учебник является частью учебно-методического комплекта по специальности «Дизайн (по отраслям)». Предназначен для изучения общепрофессиональной дисциплины «История дизайна».

Учебно-методические комплекты нового поколения включают традиционные и инновационные учебные материалы, позволяющие обеспечить изучение общеобразовательных и общепрофессиональных дисциплин и профессиональных модулей: Каждый комплект содержит в себе учебники и учебные пособия, средства обучения и контроля, необходимые для освоения общих и профессиональных компетенций, в том числе и с учетом требований работодателя.

Учебные издания дополняются электронными образовательными ресурсами: Электронные ресурсы содержат теоретические и практические модули с интерактивными упражнениями и тренажерами, мультимедийные объекты, ссылки на дополнительные материалы и ресурсы и Интернете. В них включены терминологический словарь и электронный журнал, в котором фиксируются основные параметры учебного процесса: время работы, результат выполнения контрольных и практических заданий. Электронные ресурсы легко встраиваются в учебный процесс и могут быть адаптированы к различным учебным программам.

История дизайна охватывает сравнительно небольшой период — всего лишь чуть больше одного столетия начиная с конца XIX в. — и подразумевает последовательное изложение основных фактов и событий *дизайнерского проектирования* в различных странах. Кроме того, для нас важен эволюционный подход при описании достижений науки и техники, технологий производства новых материалов. Эволюция дизайна выявляет наиболее характерные тенденции, демонстрирующие переход технологий на качественно новый уровень. Эволюционный подход позволяет перескочить какие-то периоды и годы — в этом отличие от исторического подхода, где все периоды обязательны для изучения.

Конечно, появление в начале XX в. такого направления деятельности человека, как дизайн, было обусловлено объективными социально-идеологическими и экономическими причинами. В качестве предыстории дизайна принято рассматривать развитие декоративно-прикладного искусства. До середины XIX в. почти все предметы и вещи, окружающие человека, делали ремесленники ручным способом. Появление машин привело к тому, что мануфактурное производство сменилось развитой машинной индустрией, из-за чего потребительский рынок стал относительно быстро насыщаться товарами. На смену прежним формам производства пришли новые — индустриальные, возникшие в результате бурного роста промышленности. Обострение конкуренции товаров усилило внимание к потребительским качествам и эстетическим достоинствам предметной среды, что привело к развитию дизайнерского направления в производстве товаров, называвшегося тогда «промышленным искусством». Главным становится художник-конструктор, который занимается поиском средств выразительности, материалов и форм, отвечающих массовому индустриальному способу создания материальных и художественных ценностей. Он заботится о гармоничной интеграции эстетических, эргономических, технических, экологических и других параметров продукции. Дизайн начал и продолжает поиск таких характеристик предметно-пространственного окружения, которые бы обеспечили гармонич-

ное вхождение форм промышленных изделий в сферу человеческой культуры. Таким образом, дизайн возник в условиях, когда на смену ремесленному типу производства, создающему вещи, предназначенные определенным лицам и для конкретных помещений, пришел массовый выпуск стандартных изделий.

Дизайн сегодня активно ориентируется на применение современных технологий и достижений науки — биметаллов, нанотехнологий, лазерной резки, 3D-моделирования и многого другого, что открывает новые возможности для формообразования в дизайне. Важно помнить, что природа — неиссякаемый источник вдохновения для дизайнера, поскольку она обладает бесконечным количеством постоянно эволюционирующих форм.

Итак, дизайн как профессиональная деятельность, возникшая в конце XIX — начале XX в., подразумевает процесс художественного проектирования, направленный на создание объектов, отличающихся пользой, прочностью и красотой.

Дизайн не только проектирование и создание технически совершенных функциональных, красивых автомобилей, мебели, телевизоров, компьютеров, но и радикальное средство социально-культурной ориентации, инструмент диалога производителя с потребителем. В повседневной реальности вещь является необходимым человеку спутником жизни, выполняющим различные функции. Придание вещи, комплексу вещей, акции определенного образа, имиджа, позволяет людям видеть их сходство, устанавливать коммуникацию.

Поскольку дизайн делают дизайнеры, очень важно изучить творчество выдающихся мастеров, внесших большой вклад в историю дизайна. Благодаря им формируются задачи и принципы дизайна как новой формы творческой деятельности, охватывающей разнообразные проектные сферы. Проектирование принципиально новых промышленных изделий, создание фирменного стиля, оформление экспозиций — все это сегодня называется дизайном. Мэтры дизайна сумели понять потребности и пути общественного развития, найти новые формы для улучшения предметного мира и жилищной среды.

Дизайн — образ мысли человека, живущего в современном мире, вынужденного непрерывно прогнозировать, проектировать свои действия, активно осваивать новые технологии, устройства и процессы, происходящие в обществе. Дизайнеры помогают людям быстрее адаптироваться в изменяющихся условиях.

# ДИЗАЙН КАК ВИД ПРОЕКТНО-ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

## 1.1. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ДИЗАЙНА КАК ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В настоящее время у специалистов существуют разные взгляды на понятие «дизайн». Различные направления профессиональной деятельности в области дизайна вносят свои коррективы в определение дизайна, подчеркивая свою специфику.

Смысловые корни термина «дизайн» восходят к англоязычному понятию, которое имеет несколько значений. Оно понимается как рисунок, эскиз, орнамент, проект, чертеж, т.е. как имя существительное. Другой ряд определений связан с допроектным этапом: план, замысел, намерение. Словом «дизайн» можно обозначить и сам процесс проектирования, т.е. оно может существовать как глагол.

Дизайн (от англ. *design* — букв. чертеж, проект, замысел) — метод художественного проектирования, при котором объекту, кроме его основного предназначения, придаются качества красоты, экономичности, удобства.

Широкий спектр значений в сочетании с острой социальной направленностью традиционного дизайна повлиял на определение разновидностей проектной деятельности в конце XX в.

Одни считают, что дизайн — это любое проектирование, т.е. процесс создания новых предметов, инструментов, оборудования; формирования предметной среды. Другие к дизайну относят новый вид профессиональной художественно-конструкторской деятельности, возникшей в XX в. А третьи понимают под художественным проектированием организацию эстетической среды жизни человека как целостности, которая складывается из продуманной системы образов.

В сентябре 1969 г. на конгрессе Международного совета организаций по дизайну (ИКСИД) было принято следующее определение: «Под термином "дизайн" понимается творческая деятельность, цель которой — определение формальных качеств предметов, произво-

димых промышленностью. Эти качества формы относятся не только к внешнему виду, но главным образом к структурным и функциональным связям, которые превращают систему в целостное единство, с точки зрения как изготовителя, так и потребителя.

« В середине XX в. в профессиональном лексиконе для обозначения формообразования в условиях промышленного производства употреблялось понятие «индустриальный дизайн». Затем в конце XX в. проектно-художественную деятельность в области индустриального формообразования стали называть более кратко — «дизайн».

Современное представление о дизайне охватывает очень различные виды деятельности — от дизайна интерьеров, создания фирменного стиля до дизайна еды и проектирования межличностных отношений.

На наш взгляд, все эти подходы верны, однако художественное проектирование предметно-пространственной среды — не только создание материальных ценностей. Придавая определенные функциональные и эстетические свойства вещам и интерьерам, художник формирует или, можно сказать, «проектирует» человека, который будет пользоваться этими вещами и жить в этой среде. Отсюда следует важная воспитательная функция дизайна, его социально-культурная и социально-политическая роль в жизни общества. Кроме того, в настоящее время проектирование понимается так широко, что даже говорят уже о проектировании жизненных ситуаций с целью придания результатам заданных свойств:

**Дизайн** — это проектирование объектов (предметно-пространственной среды в целом и отдельных ее компонентов), в которых форма соответствует их назначению, соразмерна фигуре человека, экономична, удобна и при этом еще и красива.

Дизайн — это художественное проектирование и конструирование эстетических свойств окружающего нас предметного мира, органическое единство пользы и красоты, функции и формы. Научная основа дизайна — *техническая эстетика*.

Особенность современного дизайна заключается в том, что каждая вещь рассматривается не только с точки зрения пользы, надежности и красоты, но и во всем многообразии ее связей в процессе производства и функционирования. Необходимо обеспечить простоту изготовления, серийность, учитывать то, как предмет будет транспортировать, упаковывать, где и какое место он будет занимать в квартире, какого требовать ухода, как включаться и т.д. Таким образом, дизайн понимается как комплексное системное проектирование каждой вещи.

Следует обратить внимание на то, что в XX в. между дизайном и прикладным искусством границы практически стерлись. Оба эти искусства направлены на создание эстетической предметной среды, их можно назвать даже двумя сторонами одной медали. Для произведений как дизайна, так и декоративно-прикладного искусства характерны польза, прочность и красота. Как же различать эти произведения? Иногда массовость изделий считают верным признаком объектов дизайна, а уникальное творение художника относят только к декоративно-прикладному искусству. На самом деле все гораздо сложнее.

Любой предмет прикладного искусства, например расписная шкатулка, также может выпускаться на фабрике в тиражах, близких к массовым. В свою очередь, произведение дизайна тоже может быть уникальным, например в моделировании одежды. Поэтому массовость можно считать существенным, но недостаточным и необязательным признаком дизайна. Важнее все-таки то, что предмет прикладного искусства есть прежде всего по существу объект искусства. Шкатулка даже с изъяном или неиспользуемая по назначению остается предметом искусства, в то время как неработающий станок — вещь ненужная, поскольку в красоте и пользе станка главенствует польза, а в шкатулке — красота ее формы и декора. Однако современную хрустальную вазу, стул, ковер или светильник, обладающие определенными эстетическими свойствами, скорее можно отнести к дизайну, так как он давно уже захватил такие сферы, как художественная обработка стекла, металла, дерева, текстиля и др. Дизайнер при разработке формы обязательно учитывает свойства материалов, из которых будет создаваться объект. Наряду с определенными традициями в художественной обработке кожи, стекла, дерева, металла, пластмассы и других материалов дизайнеры постоянно изобретают все новые способы обработки и новые сочетания материалов.

Важно отметить, что общеевропейский принцип украшения предмета — «прикладывания искусства» к полезной вещи — претерпел существенные изменения: декор и объект в дизайне рассматриваются в неразрывном единстве.

Утилитарная направленность объектов дизайна еще один важный его признак. Следует лишь иметь в виду, что понятия «удобство», «польза» трактуются исключительно широко, не только как физическое удобство, например для руки, но и способность создать психологический комфорт, повлиять на настроение и даже обеспечить определенные коммерческие преимущества. Мы живем среди вещей — они должны быть удобны, полезны, доступны и обяза-

тельно красивы. Над созданием станков, транспорта, предметов быта, одежды трудятся дизайнеры. Интересно отметить, что объекты дизайна, так же как и все произведения искусства, отражают время, уровень технического прогресса и социально-политическое устройство общества. Освоить язык дизайна можно через его виды. Надо учиться понимать язык вещей давно ушедших поколений и современных мастеров.

Следует отметить, что многие изобразительно-выразительные средства дизайна являются общими для пластических искусств: точка, линия, фактура, текстура, цвет, форма, объем, пропорции, масса и пространство. Элементы комбинируются на основе принципов композиции: симметрии, асимметрии, равновесия, ритма и др. В различных видах дизайна перечисленные средства приобретают свою специфику. В дизайне имеет широкое применение пропорция золотого сечения. Гармония и контраст как универсальные средства искусства являются системообразующими и в дизайне. Как в музыке инструментовка, полифония и законы композиции неразрывно связаны с мелодией, так и в дизайне функция невозможна вне формы, рациональность без пластики, красота без пользы, техника без искусства.

Каждый дизайнер должен найти собственный путь решения поставленной перед ним проблемы на основании своего художественного видения, таланта и накопленного опыта. В силу этого обстоятельства, даже при одинаковых исходных задачах и материалах, два дизайнера по-разному подойдут к решению одного и того же проекта. Уровень общей культуры проектировщика обязательно проявится в создаваемом образе вещи.

В основе хорошего дизайна обязательно лежит оригинальная идея, новая концепция, возможно, новый взгляд на привычные вещи и явления. Дизайнеры ищут перспективные идеи в природе, новых технологиях и материалах, технике, искусстве. Именно разнообразие источников визуальной информации помогает созданию новых образов. Дизайнеры играют важную роль в формировании окружающей нас предметно-пространственной среды, тем самым несут ответственность за ее создание. Плохо сверстанная газета будет портить наше зрение, а неудобное кресло может вызвать проблемы со спиной.

Дизайнеры в настоящее время осознают важность стиля для создания хорошего дизайна. В современном дизайне активно используются известные исторические стили, различные течения и направления искусства конца XX в., индивидуальные стили выдающихся мастеров, национально-этнические стили. Употребляют-

ся также стили, обозначаемые по видам и жанрам графики (журнальный стиль, плакатный стиль, комиксный стиль). В последнее время на основе процессов глобализации развивается интернациональный стиль, вбирающий в себя лучшие достижения дизайна.

С конца XIX в. дизайнеры стремятся сделать нашу жизнь красивой и комфортной. Но помимо создания бытовых удобств и следования за технологическим прогрессом, жизнь непрерывно ставит перед дизайнером новые задачи.

## ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

---

1. Критически оцените высказывания:
  - А. «Дизайн можно назвать художественным проектированием, поскольку:
    - дизайн «вырастает» исключительно из художественной деятельности;
    - дизайн использует художественные методы проектирования;
    - дизайнер придает объекту художественную выразительность и образность;
    - дизайнер придает объекту эстетическую завершенность, гармонизирует его;
    - дизайн является частью искусства:
  - Б. Дизайн нельзя определять как художественное проектирование, поскольку:
    - дизайн — самостоятельный вид проектной деятельности;
    - дизайн не сводится только к проектности, он включает в себя реализацию замысла;
    - для дизайна художественность не является существенным качеством;
    - дизайн не является частью искусства.
2. Выберите характеристики, которые, с вашей точки зрения, обязательно должны входить в определение дизайна: мышление, деятельность, проектирование, искусство, эстетика, предметность, творчество, функциональность, культура, общество, промышленность, форма, технология.
3. Критически оцените определение дизайна, данное З.Г. Бегенау в 1960 г.: «Дизайн — это: 1) закономерный результат конструктивной рациональности и функциональности изделия, а потому он не может рассматриваться как самостоятельная дисциплина; 2) наука; 3) вид искусства; 4) координирующая дисциплина, согласовывающая между собой различные свойства промышленного изделия, чтобы оно эстетически положи-

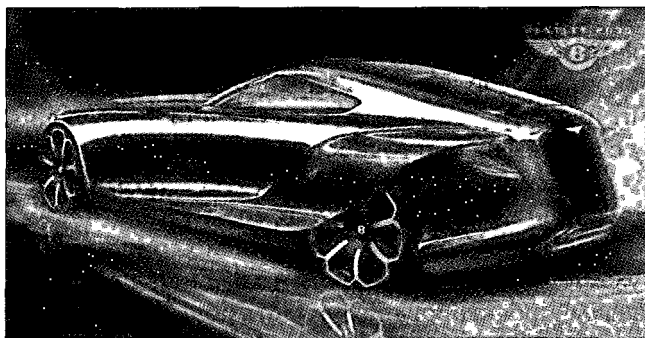
тельно воздействовало на человека; 5) особый аспект качества изделий, изготавливаемых промышленным способом».

4. Что сегодня необходимо и возможно добавить в определение Международного совета организаций по дизайну (ИКСИД) (1964) и почему? «Дизайн — формотворческая деятельность; целью которой является определение формальных качеств промышленных изделий. Эти качества включают и внешние черты изделий, но главным образом — структурные и функциональные связи, которые превращают изделия в единое целое как с точки зрения потребителя, так и с точки зрения изготовителя».
- 5: Дайте определение дизайну как проектной деятельности.

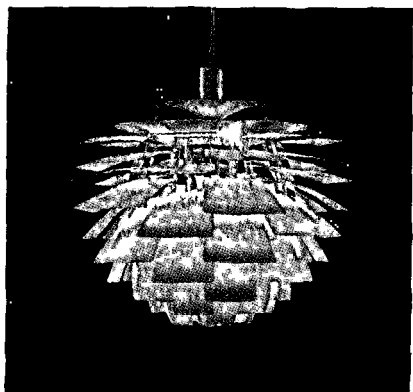
## 1.2. КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ВИДОВ ДИЗАЙНА

Для правильного понимания исторических процессов в развитии дизайна следует познакомиться со спецификой и художественными достоинствами отдельных его видов. Дизайн сегодня представляет собой многопрофильную структуру. Традиционные виды профессиональной деятельности дизайнеров: *промышленный дизайн, графический дизайн, дизайн упаковки, дизайн среды, фитодизайн, экологический дизайн, арт-дизайн, дизайн одежды, визаж и др.*

**Промышленный дизайн** — это конструирование станков, транспортных средств, бытовых приборов, посуды, мебели, инвентаря и многого другого. Дизайнеру необходимо позаботиться о том, чтобы форма всех этих изделий была удобной, соразмерной человеку



Промышленный дизайн. Дэвид Шнайдер. Bentley 2030



Промышленный дизайн.  
Светильник Артишок



Промышленный дизайн.  
Кресло

и красивой. Польза, прочность и красота обуславливают друг друга в промышленном дизайне. Кроме этого очень важно учитывать свойства и эстетические качества различных материалов.

Создание новой вещи — сложный творческий производственный процесс, в котором участвуют различные специалисты: ученые, инженеры и дизайнеры. Роль дизайнера в этом процессе очень велика. Он задумывает вещь, причем не только ее форму, но и характер пользования, специфику и место среди других вещей, а отсюда ее потребительские и товарные свойства. Дизайнер должен иметь широкий кругозор, большую культуру, ему необходимо острое чувство истории, владение опытом предыдущих поколений. Он должен разбираться в сложных технических задачах промышленного производства, в современных технологиях.

Дизайнер в творческой работе над вещью исходит из целого, которое он материализует зрительно в эскизах, набросках. Именно это и является его художественной спецификой — он мыслит свободно, фиксируя свой замысел карандашом в рисунке. Инженер же исходит из частного — из точного расчета, построения. Он может сразу с максимальной точностью разработать на чертеже прежде всего детали, чтобы затем собрать из них то целое, которое и составит общую конструкцию вещи, ее механизм. Таким образом, разная по своему существу, но обязательно совместная, на одном уровне культуры, работа инженера и дизайнера позволит им уже в самом начале проектирования увидеть общее конечное решение, принять его или отказаться. Определение конструкции и технологии производства вещи подсказывает выбор материала.

Дизайнер выражает себя в своих произведениях. Он может это осуществлять в промышленных масштабах. Казалось бы, о чем может рассказать тарелка или чашка? Оказывается может, если дизайнер сделал ее талантливо, красиво, эстетично, включив ее тем самым в систему культурных ценностей. Объектом творчества дизайнера может стать буквально все в предметном мире — от посуды до станков, от детских игрушек до грузовых машин. Дизайнер, работая над созданием новых форм, учитывает функциональное назначение вещи, предъявляемые к ней эргономические и эстетические требования, условия хранения и эксплуатации, а также материалы и технологию производства.

**Графический дизайн** — это построение гармоничных и эффективных визуальных коммуникаций с помощью шрифта и изображений.

При этом следует понимать, что визуальная (зрительная) коммуникация — это наглядное представление информации, предназначенной для массового распространения посредством полиграфии, кино, телевидения. Графическому дизайнеру необходимо найти средства выразительности, чтобы перевести смысл того или иного высказывания в художественно-образную или знаковую форму.

Любая коммуникация, в том числе и визуальная, осуществляется посредством языка. Так возникают две практические задачи графического дизайна: проектирование визуальных коммуникаций и проектирование самого визуального языка: Одному и тому же содержанию могут соответствовать несколько воплощений, поэтому искусство дизайнера состоит в значительной мере в том, чтобы найти наилучший вариант, всеми понимаемый однозначно. Профессиональный дизайнер-график в каждом конкретном случае должен найти необходимое изобразительное, орнаментальное, шрифтовое или абстрактно-знаковое решение поставленной задачи, т.е. трансформировать исходный смысл (идею, информацию) в визуальное послание. Хороший графический дизайн побуждает зрителя к размышлению. Графическое послание должно быть адресовано конкретной аудитории. Качественный графический дизайн способен активизировать эмоциональное освоение информации для установления смысловых связей.

Графический дизайнер использует все основные этапы проектирования от изучения аналогов; разработки концепции, выполнения эскизов до воплощения проекта в материале. При этом одинаково успешно используется как ручная, так и компьютерная (машинная) графика. Эволюция графического дизайна обусловлена развитием художественных техник и инструментов, посредством

которых он создается. Широко применяются фотография, коллаж, аппликация и виды графики (рисунок, гравюра, монотипия, офорт и др.). С помощью современных компьютерных средств можно рисунок, выполненный, например, карандашом, перевести в другой материал (уголь, сангину, пастель, акварель и даже масляную краску). Компьютерная графика позволила заменить карандаш и кисть на пиксели, значительно обогатила и расширила выразительные возможности дизайна.

Носителем графики не всегда является лист бумаги. Это может быть выставочный стенд, указатель улиц, театральная тумба для афиш, световая реклама и т. п.

Развитие графического дизайна неразрывно связано с техническим прогрессом, передовыми технологиями. В начале XX в. понятия «графический дизайн» не существовало. Этот термин ввел в обиход Вильям Диггинс в 1922 г. Он назвал себя «графическим дизайнером», обобщив всю свою профессиональную работу по созданию книг, шрифта, каллиграфических росчерков и рекламных объявлений. Диггинс указал на непосредственную связь печатной графической продукции и рекламы: «Напечатанное для того, чтобы продать что-либо, понимается каждым как реклама»<sup>1</sup>. Первоначально термин «графический дизайн» означал художественное расположение и монтаж на печатном листе текста с изображением.

Объектами графического дизайна являются: промышленная графика, дизайн упаковки, орнамент, книжная и газетно-журнальная графика, типографика и шрифтовые работы, плакат, фирменный стиль учреждения (айдентика), инфографика, знаки визуальных коммуникаций, суперграфика, телевизионная графика, компьютерный интерфейс, графика для Интернета (сайтов, игр, программ), рекламная графика и др.

Такой вид графического дизайна, как **промышленная графика** (сокращенно промграфика), тесно связан с промышленным производством и его продукцией. Главными объектами разработки являются открытки, марки, конверты, товарные знаки, этикетки и пр.

**Плакат** как вид графического дизайна делится на следующие виды: экологический, кинорекламный, театральный, спортивный и др. Театральный плакат обычно называют *афишей*. Плакаты выполняются в агитационных, политических, рекламных, учебных целях. Многие плакаты выполняются в единственном экземпляре для выставки или для вывешивания на улице, в общественном месте. Лаконичное, броское изображение, рассчитанное на всеобщее

<sup>1</sup> William Addison Dwiggins. Layout in Advertising. — Harper Brothers, 1928.

внимание, как правило, сопровождается коротким и призывным текстом. Современный плакат является обычно полиграфическим воспроизведением созданного художником оригинала. Специфика художественного языка плаката определяется тем, что он должен восприниматься на большом расстоянии, выделяясь среди разнообразных средств информации. Плакат воздействует ярким, условным, лаконичным графическим и цветовым строем, броской декоративной выразительностью. Цветовое решение плаката имеет принципиальное значение. Как правило, используется ограниченное количество цветов. Художник создает особый колорит, уравнивает цвета не только изображения, но и шрифта. В плакатном искусстве огромная роль принадлежит символике цвета, силе его эмоционального воздействия. Специфические средства плаката — плоскостное изображение, общепонятные символы, образительные метафоры, эффектные сопоставления образов, масштабов, точек зрения, степеней условности, обобщенные, а подчас и сатирические образы. Плакат широко использует силуэты, экспрессивные формы, контуры и фотографический материал. Плакаты выполняются как графическими, так и живописными средствами в разнообразной технике.

Особую роль графический дизайн играет в создании *фирменного стиля*, основная цель которого — появление запоминающегося зрительного образа всего, что связано с предприятием, его деятельностью и продукцией. Сегодня это также называют *корпоративной идентичностью*. Фирменный стиль с точки зрения графического дизайна включает создание логотипа, знаков, шрифтов и прочего оформления деловой документации, для буклетов, бланков, этикеток, визиток, сувенирной продукции, дизайн упаковки и другие компоненты. Кроме этого, обычно создается графическая реклама продукции, выпускаемой фирмой. Реклама также может размещаться на транспорте или фирменной одежде.

**Типографика и шрифтовые работы** подразумевают проектирование словесного текста средствами типографского набора. Важным моментом здесь является размещение готовых форм (заголовков, слов, частей текста, заставок и пр.) как относительно друг друга, так и по отношению к носителю информации (газетная полоса, поле афиши и т. д.).

Одной из очень востребованных сегодня является **инфографика**, помогающая изображать даже понятия, не имеющие прямого зрительного воплощения. Как, например, показать рост успеваемости учащихся от начала до конца обучения? Или сравнить количество выпускаемой продукции в течение ряда лет? Как кратко передать



Графический дизайн. М. Мур, Типографика

---

сущность научного открытия? Этому помогут разнообразные схемы, графики, диаграммы и т.д. Например, схема линий метро помогает нам добраться до места назначения:

Для того чтобы лучше ориентироваться в городской среде или внутри какого-нибудь учреждения, разрабатывают **знаки визуальной коммуникации** — специальные таблички, которые с помощью условных (знаковых) изображений или шрифтовых надписей указывают на то, где находится какой-либо объект, как туда лучше проехать или пройти. Цветовое решение подобных знаков обычно бывает лаконичным (в две или три краски). Например, таблички с названиями улиц и дорожные знаки относятся именно к таким знакам. Найти школьный буфет или спортивный зал, не перепутать кабинет химии с кабинетом литературы помогают таблички с пиктограммами на дверях. Как правило, для проведения Олимпийских игр специально создаются четкие и запоминающиеся знаки визуальных коммуникаций, чтобы люди разных национальностей могли по ним легко ориентироваться.

По своему складу, облику и принципам творчества **газетно-журнальная графика** очень близка к **книжной графике**. Однако специфика периодических изданий ставит перед журнальной и газетной графикой свои особые задачи. Газеты содержат самый разнообразный материал, отражающий задачи дня, освещающий самые различные области деятельности человека, поэтому здесь не

обходима четкая, простая, красивая и удобная для быстрого восприятия графика. Лучше всего в газетах воспринимаются штриховые рисунки. Журнал, как правило, помещает материал обзорного, обобщающего характера. Нередко журнал адресуется определенной целевой аудитории, для журнала также характерны разнообразие материала и краткий срок службы. Форматы газет и журналов, верстка текста в них значительно отличаются от книжных. Журнальный рисунок должен быть выразительным и броским, немедленно откликаться на волнующие события дня и хорошо гармонировать с заголовками и наборным текстом.

**Дизайн книги**, или ее художественное конструирование, предполагает создание книжного оформления и конструкции книги в целом. Книжную графику можно рассматривать как часть графического дизайна, но в целом дизайн книги имеет самостоятельное художественное значение, является частью культуры. Книга, выполненная на высоком художественном уровне, — памятник культуры, как и любое произведение искусства. Удачная иллюстрация не просто добавление к тексту, а художественное произведение своего времени.

Книжный дизайн возник в XX в. Если до этого иллюстрации соединялись с книжным блоком, который имел традиционную форму кодекса и мыслился неизменным, то дизайнеры смогли предложить новые разнообразные конструкции книги, провели эксперименты с техниками набора, печати, брошюровки. Готовые типографские знаки и шрифты они использовали как средства художественной выразительности. Например, такие книги создал художник-конструктивист Э. Лисицкий.

Бывают книги, в которых художник от руки не провел ни одной линии, но занимался всеми остальными вопросами ее оформления: определял размеры (формат) книги, особенности шрифта, размещение набора (текста), фотографий и другого иллюстративного материала (карты, планы, схемы и т. п.), чтобы в результате получилось художественное целое.

Велика роль дизайнера, когда он выполняет внешние элементы оформления книги (суперобложку, переплет или обложку), форзац и различные элементы оформления внутри книги (авантитул, титульный лист, шмуцтитулы, иллюстрации). Все элементы книжного оформления — и внешние, и расположенные внутри книги — создают целостное произведение искусства.

Книжным иллюстрациям приходится считаться со специфическими особенностями книги: с двухмерностью книжной полосы, форматом, с характером шрифта, с ее объемом, с качеством

печатной бумаги, цветом печатной краски и т. п. В лучших изданиях всегда чувствуется союз художника и писателя. В одних случаях над художественным обликом книги работают сразу два человека: дизайнер продумывает ее конструкцию, внешнее и внутреннее оформление, а иллюстрации рисует художник. В других — обе функции выполняет один человек.

Очень емкое понятие **компьютерный интерфейс** включает также средства отображения информации, обеспечивающие достоверное и надежное взаимодействие человека с ЭВМ для решения определенных задач. **Компьютерная графика** используется для пакетов графических программ, видеороликов, мультфильмов, компьютерных игр, видеоуроков, видеопрезентаций, интернет-сайтов, телевизионной графики и др.

Весьма востребована **рекламная графика**, которую размещают на листовках, плакатах, брошюрах, каталогах, баннерах, вывесках. В рекламных целях используют видеоролики и такую новую форму, как 3D-графика.

Ценности культуры, передаваемые визуально с помощью графического дизайна, лучше воспринимаются. Новое визуальное мышление существенно влияет на многие виды искусства. Кроме того, дизайнер, с одной стороны, выступает ретранслятором культурных ценностей общества, а с другой — является человеком, способным эти ценности создавать, внося ощутимый вклад в культурное наследие страны.

Поскольку в современном обществе формированию визуальной культуры придают большое значение, весьма востребованным становится именно графический дизайн. Он выходит на лидирующие позиции. Будущее графического дизайна направлено на выработку стратегических дизайнерских решений.

В настоящее время **дизайн упаковки** выделился в самостоятельный вид дизайна, поскольку он сочетает в себе не только графическое оформление, но и объемно-пластическое решение формы. В дизайне упаковки очень важна взаимосвязь шрифта и изображения, цветовое решение, разнообразие фактур. С одной стороны, упаковка должна быть функциональной и удобной в использовании, с другой — технологичной в производстве, с третьей — не усугублять существующую экологическую ситуацию. Упаковка также может быть рассмотрена как элемент бренда, который играет важную маркетинговую роль: выступает носителем символики бренда и его идеологии, способствует выделению продукции из конкурентного ряда и выступает в роли информационного носителя, способного «рассказать» о продукте и самостоятельно «продать» товар.



Графический дизайн. Фирменный стиль. Упаковка

При этом не стоит забывать, что упаковка — это еще и культурное явление, поэтому она зависит от особенностей менталитета жителей конкретной страны. Так, например, в Соединенных Штатах и Японии отношение к упаковке значительно различается. В Японии упаковка традиционно выступает частью ритуала подношения и, согласно вековым традициям, выражает чувство уважения. Этим объясняется большое внимание, уделяемое в современной японской культуре разработке дизайна упаковки, тщательный выбор фактур и материалов, призванный доставить покупателю эстетическое удовольствие. В США была создана культура фаст-фуда с множеством ярких и броских упаковок-однодневок, главная задача которых заставить покупателя заметить товар на полке супермаркета.

Перспективные дизайнерские разработки направлены на создание интеллектуальной упаковки, которая сверкает огнями, поет, расхваливая свой товар, а дополнительно сообщает состав продукта, количество калорий, последние новости и погоду. Уже существует съедобная упаковка из крахмала и других органических веществ, реализующая идею создания безотходной упаковки.

Большую роль в графическом дизайне играет **орнамент**. Им украшают обложки книг, страницы журналов, плакаты и афиши,

упаковку, заставки передач и многое другое. Орнамент может быть частью буквицы в книге, и вся шрифтовая гарнитура может носить орнаментально-декоративный характер. Дизайнеры используют для этого как традиционные национальные орнаменты, так и фантазийные мотивы.

**Дизайн среды** включает проектирование интерьеров и экстерьеров, ландшафтный дизайн. Также различаются: среда производственная, общественных зданий, жилая и т. д. (цв. вкл., рис. 1).

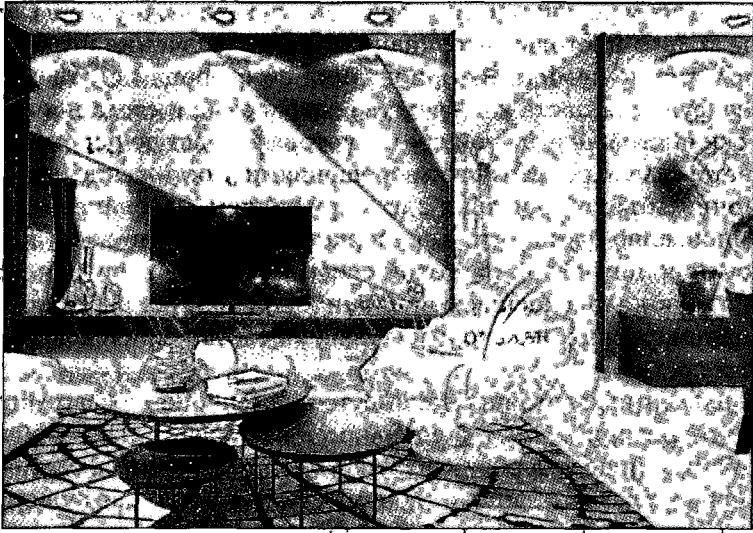
Рубеж XIX—XX вв. был посвящен комплексному формированию стиля общественных и жилых интерьеров (квартир, кафе, магазинов, контор), обусловленному становлением в обществе среднего класса как массового заказчика. Сформировался стиль «Ар Нуво», отличительной чертой которого является абсолютное стилевое единство архитектурной основы и предметного наполнения среды серийной мебелью, посудой и др. Ч. Макинтош в Англии создаёт серию знаменитых кафе для народа («чайных комнат»); в Австрии работают О. Вагнер и другие мастера «Старой венской школы», в России — строит и украшает многочисленные особняки и офисы Ф. Шехтель.

Кроме того, заслуживают внимания с точки зрения дизайна интерьеры созданные на рубеже XIX—XX вв. выполненные по одному образцу, полностью унифицированные купе пароходов и поездов, салоны автомобилей. Они делались настолько качественно, что вызывали невольное уважение к возможностям художественного конструирования.

Следующим шагом в распространении средового искусства стало творчество архитекторов 1920—1940-х гг.; сохранивших единство пространства и предметного мира, но сильно изменивших стилистику своих произведений. В. Гропиус, Ле Корбюзье, М. ван дер Роз, Эль Лисицкий, В. Татлин возвели лаконизм новых конструкций и материалов в эстетический принцип, появилось новое чувство масштаба в среде, другим стал внешний вид зданий и интерьеров. Интерьеры новых зданий заполнялись качественными вещами массового изготовления.

В современном интерьере одинаково успешно используются как исторические стили (барокко, классицизм, ампи́р, модерн и др.), так и модернистские течения — хай-тек, оп-арт, минимализм и др. Популярно оформление интерьеров в национальном стиле: японском, китайском, марокканском, египетском и др.

Пространственные и цветовые решения интерьера должны составлять гармоническое единство с его предметным наполнением. Практикуется комплексное многофункциональное исполь-



Дизайн среды. Дизайн интерьера

зование единых «перетекающих» пространств, разделенных «перегородками» из мебели, оборудования, ландшафтных компонентов, применение специальных устройств, приспособляющих данное пространство к разным нуждам (вариантное освещение и пр.).

В интерьерном дизайне сегодня наблюдаются следующие тенденции: стремление максимально насытить пространство техническими устройствами, специальным оборудованием, компьютерная техника и т.п.); включение в интерьер естественно-природных компонентов (зелень, бассейны, фрагменты рельефа, панорамные окна, открывающие интерьер в природное окружение и т.п.). Одинаково успешно применяется в интерьере как «маскировка» систем жизнеобеспечения интерьерного пространства (скрытое освещение, встроенная мебель) и инженерно-технических устройств (вентиляции, водопровода), так и нарочитое выставление их напоказ. Все это многообразие приемов творчески используется в дизайнерской практике средового проектирования.

В композиции интерьера дизайнеры опираются на законы цветовой гармонии, особенности цветового видения. Знания по цветоведению помогают создавать архитектурный облик интерьера; здания, среды. Если умело учитывать воздействие различных цветов, то можно изменить пропорции помещения.

В цветовом решении интерьера и экстерьера важную роль играют не только цветовые ассоциации, но и назначение интерьера, расположение комнат, их ориентация по сторонам света. Очень важна функция цвета как средства сохранения и создания экологически чистой визуальной среды, которая зачастую перенасыщена цветом или ахроматическими решениями. Достижение цветовой гармонии объектов дизайна с их окружением, целенаправленное формирование цвета интерьера и экстерьера зданий ведут к формированию целостной цветовой среды поселков и городов и гармонизации человеческих отношений. Дизайнеры работают над созданием функционально и эстетически совершенной колористической среды:

Ландшафтный дизайнер занимается озеленением и благоустройством территорий. Опыт специалистов-ландшафтников обобщает рекомендации по устройству парков, садов, усадеб, их оформлению различными декоративными элементами, скульптурами, фонарями, оградами, дорожками, беседками, мостами и другими архитектурными деталями. Ландшафтная архитектура — особый вид творческой деятельности, сфера которой простирается от организации огромных пространств, даже целых регионов, промышленных и культурных зон до реставрации старинных парков и усадеб, а также проектирования сооружений для небольших частных садов. Иногда понятия «ландшафтный дизайн» и «ландшафтная архитектура» отождествляют, так как дизайнер обязательно учитывает взаимосвязь зеленых насаждений и архитектурных построек, а архитектор обязательно продумывает сочетание экстерьеров и интерьеров с природной средой (цв. вкл., рис. 2).

С архитектурным решением ландшафта связывают форму декоративных композиций, которые создают из одного или нескольких видов растений. При этом учитывают форму кроны, цвет зелени, высоту деревьев и кустарников. Конечным результатом разумного проектирования должна быть совершенная взаимосвязь человека и продуктов его труда с природным окружением.

**Фитодизайн** представляет собой как составление отдельных объемных или плоских композиций из живых или засушенных цветов и растений, так и целостное оформление интерьеров цветами, травами, деревьями, корягами и т. п. Правильно подобранные и размещенные с хорошим вкусом растения создают психологический комфорт в помещении, улучшают его микроклимат (цв. вкл., рис. 3, 4).

Иногда составление плоских композиций (картин, открыток и т. п.) из засушенных растений выделяют в особую область — **фло-**

**ристiku**, порой понятия «флористика» и «фитодизайн» отождествляют.

Дизайнер заботится о том, чтобы подобрать растения по форме и цвету, составить букет, венок, гирлянду, корзину на основе композиционных закономерностей, в соответствии со стилями и школами аранжировки цветов.

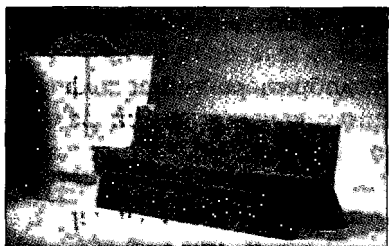
Богатство форм и красок природы подсказывает дизайнеру необходимое решение для создания образа, выражения чувств и мыслей с помощью цветов, листьев, ветвей и др. Кроме растительного материала в композицию могут быть включены другие природные материалы (камни), а также искусственные цветы и растения, в совершенстве имитирующие живые.

Дошедшие до нас рисунки и картины свидетельствуют о том, что искусство украшать растениями интерьер имеет многовековую историю. Одно из первых изображений букета можно увидеть в росписях древнеегипетской гробницы. Цветы лотоса подобраны в декоративную композицию. Удивительная красота, изящество и пышность букетов привлекают в полотнах русских художников Ф. П. Толстого, И. Т. Хруцкого и др. Особые традиции в аранжировке цветов возникли на Востоке. Японское искусство составления композиций из растений (икебана) оказало огромное влияние на развитие европейских и американских стилей фитодизайна.

Дизайнеру, осуществляющему озеленение интерьера, необходимо учитывать форму и размеры помещения, его назначение, основные требования растений к влажности, освещению, температуре и многое другое. В зависимости от задач композиции и специфики интерьера растения могут размещаться по периметру остекления, декорировать стены, подвешиваться к потолку, разделять пространство интерьера цветочницами или решетками, находиться свободными группами на полу, быть ограждением лестниц и др.

Эффектно смотрятся в интерьере небольшие деревца, шарообразная крона которых составлена из засушенных или искусственных цветов, трав, шишек, листьев и др. Такие шары можно подвесить к потолку, интересно их скомпоновать. Фитодизайн вносит в нашу жизнь праздничное настроение, радость и красоту.

В настоящее время появилась необходимость выделить в отдельную область **экологический дизайн**, который решает проблему благотворного влияния на человека проектируемой и создаваемой окружающей среды. Он направлен на формирование экологического сознания, бережное сохранение достижений культуры, применение экологических материалов, энергосберегающих технологий, вторичную переработку отслужившего изделия и т. п. Повы-



Экологический дизайн. Ю. Бей.  
Скамейка из компоста

шенное внимание уделяется экологическим аспектам производства и функционирования изделий, их безопасности при эксплуатации для здоровья человека.

Остроумное решение переработки природных отходов предложил голландский дизайнер Ю. Бей. Он придумал устройство, позволяющее прессовать скамейки для сада, из упавших веток и скошенной травы. Такая скамейка из натуральных материалов прекрасно

впишется в природную среду, и сидеть на ней чрезвычайно удобно. Можно отпилить себе кусок необходимой длины и даже нарезать стульчиков. Таким образом, нет необходимости вывозить мусор, а отслужившие скамейки можно подвергнуть вторичной переработке.

В дизайне интерьеров используют такие экологически чистые материалы, как бревна, спилы деревьев, прутья, природный камень, гальку, шерсть и др. (цв. вкл., рис. 5). Особенно это характерно для скандинавского дизайна. Приветствуется много зеленых растений в помещениях, популярно вертикальное озеленение. Дизайнеры придумали даже засаживать стены внутри или снаружи зданий зеленой травой.

В экологическом средовом проектировании учитываются и региональные особенности городской и сельской среды, образные характеристики, отражающие в себе национальные ценности. Например, ученые доказали, что однообразие линий фасадов, расположения окон в современных серийных жилых домах плохо влияет на восприятие человека. Известно, что большое число одинаковых вертикальных линий, кружочков, колец или других элементов оказывает отрицательное воздействие: на них невозможно смотреть, потому что в глазах рябит.

Увеличение количества прямых углов и линий, обеднение цветовой среды города приводят к созданию агрессивной визуальной среды. Этому способствуют также большие плоскости из стекла, асфальта — глазу не на чем отдохнуть. Вид некоторых современных зданий портит историческую часть города. Например, здание Дворца съездов не вписывается в Московский Кремль.

Все это приводит к тому, что агрессивная визуальная среда провоцирует агрессивные действия человека. Поэтому особенно важ-

но, чтобы формирование благоприятной визуальной среды осуществлялось дизайнерами и архитекторами на основе принципов видеоэкологии, учитывающей особенности нашего зрения.

Особое место занимают в экологическом дизайне концептуальные, прогностические разработки. Причем в понятие «экологически чистый объект» вкладывается не только отсутствие отрицательного воздействия на среду, но и психологический комфорт пользования им. Это свидетельствует о том, что роль экологического дизайна в формировании и сохранении природы и определенной культурной общности сложна и многообразна.

Несомненно, роль экологического подхода к дизайну, основанного не только на использовании «чистых» материалов и технологий, но и на поиске новых форм организации бытовых и производственных процессов, будет все возрастать. Дизайн может выйти за пределы коммерческих интересов крупных корпораций и действительно улучшить экологическую и социальную ситуацию в мире.

В настоящее время сфера деятельности дизайнеров-графиков постоянно расширяется вплоть до пространственно-конструктивных инсталляций, светодизайна и других экспериментов.

Активно идет процесс слияния графического и средового дизайна. *Граффити (стрит-арт)* все больше украшают стены домов, заборы, тротуары и дороги. Все больше используется *суперграфика* как украшение графическими средствами объектов дизайна и архитектуры, а также для выявления или разрушения этими средствами плоскости и объема ради создания нового художественного целого. Она применяется в интерьере в виде настенной или потолочной росписи, узора на полу, наклеек вокруг выключателей, люстр, дверей. Современную мебель, посуду, осветительную аппаратуру и другую бытовую технику также украшают суперграфическими рисунками. Суперграфика наносится на различные виды транспорта: самолеты, поезда, автобусы, трамваи, автомобили и т.д. Все это делает нашу жизнь ярче и интереснее.

Художники используют форму здания для создания оптических иллюзий, интересных эффектов. Дерево или небо, нарисованные на стене дома, символически восполняют их нехватку в реальном пространстве архитектурного окружения. При создании суперграфики художник учитывает с каких ракурсов зритель будет рассматривать результат его работы. В эпоху массового индустриального строительства суперграфика способна решать задачи создания целостной цветовой среды новых районов.

Использование суперграфики в жилом интерьере предусматривает воздействие на плоскость, на предмет, трансформацию про-

странства. Поиск цветопространственной композиции интерьера, решенный средствами суперграфики — взаимодействия цвета с формой предмета, с пространством в целом, может стать средством самовыражения дизайнера.

Создавая суперграфическую композицию с помощью цвета, элементы оборудования или мебель вычлняются из окружения, сливаются с примыкающими плоскостями, в единое целое увязываются стены и потолок, стены и пол, стены, потолок и пол. Все это не только изменяет геометрию пространства, но и придает ему новое смысловое содержание.

Орнаментальная композиция, геометрически правильная или из растительных элементов, может выполнять подчиненную роль в интерьере, если она занимает небольшую часть одной стены, выступая как фон для стеллажных полок. Однако может быть и другое суперграфическое решение. Роспись может быть вполне самостоятельной, активно заполнять пространство стены и быть независимой от геометрии элементов интерьера или мебели. Прием, когда настенная роспись, начатая на одной стене, через угол помещения переходит на другую стену или даже на потолок, помогает их объединить. Композиция на стене может быть продолжена в рисунке драпировочной ткани.

Графический дизайн активно вторгается в городскую среду уже не только в виде отдельных вывесок магазинов, рекламных плакатов и информационных знаков, но и в виде целостных объемно-пространственных композиций (арт-объектов), выполняющих все эти функции или просто оформляющих пространство.

**Арт-дизайн** можно понимать как искусство проектирования в самом широком значении этого слова. Это может быть проектирование таких объектов, которые не имеют прямого функционального назначения, но, будучи созданными по всем законам формообразования, колористики и гармонии, эти объекты будут отвечать высоким требованиям, предъявляемым к произведениям искусства, поэтому их могут демонстрировать в выставочных залах. Объекты, кажущиеся совершенно бесполезными, порой могут приобретать практическую значимость как скульптура, памятник, архитектурная деталь или сувенир. В последнее время проектирование выставочных дизайнерских арт-объектов завоевывает все большую популярность. Здесь в первую очередь осуществляются разнообразные эксперименты с различными материалами, идет постоянный поиск новых форм, конструкций и взаимодействий объекта и среды.

Например, известный дизайнер В. Ф. Колейчук, давно и плодотворно работающий в области арт-дизайна, создал такие интерес-

ные произведения, как вертикально стоящая нить, разнообразные композиции из натянутых нитей и сеток, возникающие благодаря особой гравировке голографические изображения объемных объектов и др.

Современные выставочные экспозиции в раздел «Арт-дизайн» включают изделия из стекла, металла, дерева, пластмассы и текстиля (цв. вкл., рис. 6, 7). Это могут быть предметы быта, выставленные на подиуме или подвешенные к потолку. Например, на 6-м биеннале «Модуль» в г. С.-Петербурге был выставлен на высоком подиуме стул Тонета, накрытый кружевной скатертью и превращенный в светильник.

В ближайшем будущем следует ожидать существенного расширения арт-дизайна, который будет захватывать многие промышленные образцы и разнообразные художественные акции.

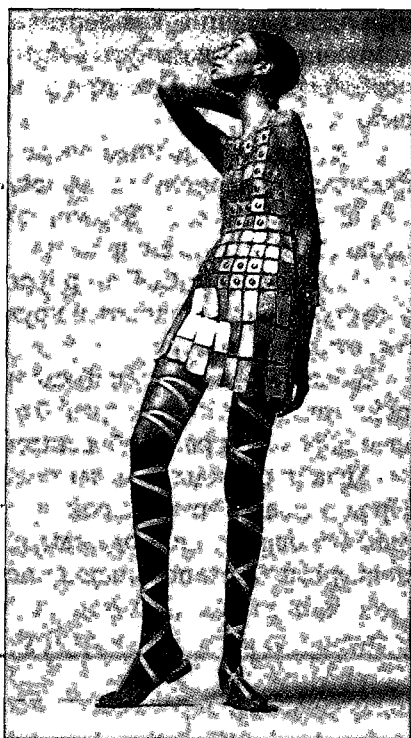
Дизайн одежды включает ее моделирование и конструирование. Продумывая форму и крой, цветовое решение, подбирая материалы для современной одежды, дизайнер в то же время создает неповторимый и запоминающийся образ.



Дизайн одежды. К. Шанель



Дизайн одежды. К.Диор



Дизайн одежды. П.Рабан

При проектировании одежды мода стала доминирующим фактором смены форм и выработки вкусов общества. Важная особенность моды — ее периодичность. При этом в дизайне одежды не только сохраняются консервативные тенденции, но и постоянно ведутся экспериментальные поиски. Мода — явление переменчивое, капризное, она — отражение нашего мировоззрения, образа жизни, культурного уровня, социальных условий и многих других слагаемых жизни общества. Поэтому, проследивая историю развития моды, мы можем отметить, что когда-то определенные стилевые направления господствовали веками, десятилетиями, годами, и наконец, в современное время мы говорим о сезонных изменениях моды. Мода изменяется так же стремительно, как наша жизнь. При этом развитие моды происходит по спирали, на каждом новом витке возрождается что-то из забытого старого, но уже в совершенно новом качестве, с новым содержанием, небывалыми элементами, оригинальными дополнениями.

Среди зарубежных дизайнеров, являющихся «иконами стиля», внесших значительный вклад в мировую историю дизайна, всем хорошо известны Коко Шанель, Кристиан Диор, Пьер Карден, Ив Сен-Лоран, Пако Рабан, Нина Риччи, Карл Лагерфельд, Джон Гальяно и др. Общепризнанный лидер мировой моды — Франция! Здесь расположены ведущие модные дома.

**Коко Шанель** (Габриэль) (1883 — 1971) изменила общественное мнение о работе дизайнера. Она сняла с женщин корсет, подарила им маленькое черное платье, известнейший костюм (юбка + жакет) и революционные духи Шанель № 5. Костюм «от Шанель» стал демонстрацией статуса нового поколения: созданный из твида, с обтягивающей юбкой, жакетом без воротника, обработанным тесьмой по краю борта, золотистыми пуговицами и накладными карманами. Пользовались популярностью ее блейзеры, юбки, длинные свитера из джерси, матроски и др. Шанель предложила носить женщинам брюки. Законодательница моды, она была вхожа в самые аристократические круги.

В 1954 г. состоялось открытие дома моды «Шанель» в Париже. Кроме новых моделей одежды она показала общественности женские сумочки, ювелирные украшения и обувь, имевшие потрясающий успех. Шанель считала, что мода — это прежде всего стиль: мода выходит из моды, а стиль — никогда. С 1983 г. Карл Лагерфельд управляет домом моды «Шанель» и является его главным дизайнером.

**Кристиан Диор** (Christian Dior) (1905 — 1957) — легенда мировой моды. В 1947 г. в Париже была представлена первая коллекция Кристиана Диора и основана фирма Parfums Christian Dior. Обществу фактически предлагалась новая модная концепция, которую Кристиан Диор воплотил в собственной коллекции «Новый взгляд» (New Look) (коллекцию приняли не сразу). С этого момента начался бурный взлет звезды парижского кутюрье. За десять лет оставшейся жизни ему удалось стать легендой мирового масштаба, а свое имя превратить в лидирующий бренд в мире моды, под которым выпускаются духи и модные аксессуары. Кристиан Диор считается одним из первых, кто применил метод лицензирования деятельности в области моделирования и регистрацию собственных фирменных знаков. Также мастеру-модельеру принадлежит идея внедрения высокой моды в кинематографе.

В 1966 г. Parfums Christian Dior выпускает первый мужской парфюм, а в 1985 г. создает духи Poison, которые ожидает большой успех во всем мире. В 1999 г. появляется популярная до сих пор торговая марка «Я обожаю» (J'adore). В 2005 г. в Париже дизайнер-

ский дом Christian Dior с большим успехом представляет коллекцию в исполнении Джона Гальяно.

**Пьер Карден** (род. 1922) с 1947 г. работал у Кристиана Диора, в 1950 г. основал собственный дом моды. Предпочитал абстрактный, геометризованный дизайн, не предназначенный для повседневной носки, разрабатывал стиль унисекс (коллекция 1958 г.), считался авангардистом от моды. Он одним из первых занялся джинсовым направлением, одеждой для молодежи и детей. В 1960 г. П. Карден впервые создал коллекцию мужской одежды. Им запатентовано более 500 изобретений, например: цветные чулки и высокие сапоги, мини-сарафаны, галстуки «в цветочек», длинные пиджаки без воротника и узкие брюки на пуговицах, первоначально созданные для «Битлз» и т. д.

**Ив Сен-Лоран** (1936—2008) — французский модельер, который царил в мире высокой моды в 1960—1980-е гг. Считается основателем стиля унисекс. После смерти Кристиана Диора, у которого Ив начинал ассистентом, в 1957 г. он встал во главе его модельного дома, когда ему было всего 21 год. Дом моды «Ив Сен-Лоран» (Yves Saint Laurent) стал ведущим домом «от кутюр», символом французской моды и сохранял это положение в течение почти четверти века. Он ввел в женскую моду элементы мужского гардероба — кожаные пиджаки, сапоги по бедро и даже смокинги (1966). Сен-Лоран объединил противоположные тенденции в моде — чувство современности и любовь к искусству, артистизм и реализм, эксперименты с новыми стилями и стремление к классике. Как и Шанель, он стремился делать комфортную одежду. Женщина, для которой создавал свои модели И. Сен-Лоран, — современная и независимая, всегда женственная и стремящаяся быть столь же многоликой, какой является сама жизнь.

Творчество известного французского кутюрье **Пако Рабана** (род. 1934), испанца по происхождению, отличается своей эстетикой, своим мировоззрением, оригинальным, ни на кого не похожим взглядом на смысл искусства. С самого начала Пако Рабан отказывается от классических традиционных материалов для одежды и стремится создавать что-то совершенно невероятное. Он использует для своих моделей металл, пластик, кожу и создает из них жесткие конструкции и чрезвычайно пластичные, мягкие кольчуги, легкие и воздушные кружева. Кутюрье с легкостью соединяет металл и пластик, используя вместо иголки и ножниц плоскогубцы и паяльник. Наконец, он создает безумную коллекцию из бумаги. Вечерняя и дневная бумажная одежда умещается в маленькой сумочке. Одежда для одноразового использования — грандиозная идея!

Структура и форма одежды, по словам Пако Рабана, не могут оставаться неизменными, когда происходят столь значительные изменения в искусстве: устойчивый мир взрывается «оптическим искусством», «кинетическим искусством», публика взбудораживается ломкой привычных представлений и свержением традиционного. Архитектура отказывается от камня и обращается к металлу, скульптура берется за железо, живопись овладевает неоном, мебель вместо дерева предпочитает пластмассу.

Разве может одежда оставаться такой, какой она была вчера? В 1968 г. Пако Рабан изобретает «вязанный мех», алюминиевый трикотаж и ошеломляет использованием лазерных дисков в своей очередной коллекции. В 1990-х гг. Рабан начинает использовать кристаллические материалы, способные преломлять и отражать свет. Как всякий истинный творец, Пако Рабан необычайно деятелен и разносторонен. В 1969 г. он производит сенсацию своими первыми духами Galandre, что в переводе означает «Решетка радиатора». Эти духи Рабан адресует энергичным и деятельным дамам. Автомобильный мотив отражен и в дизайне флакона, который перехвачен металлическим кругом.

Имя **Нина Риччи** (1883—1970) напоминает журчание прозрачного родника, ассоциируется с чистотой и свежестью раннего утра. Всемирно известная фирма «Нина Риччи» — один из самых популярных домов моды (открыт в Париже в 1932 г.). В 1948 г. происходит событие, которое навсегда вносит имя Риччи в список мировых лидеров парфюмерии: рождаются знаменитые духи *L' Air du Temps* — «Воздух времени». Описывать словами аромат духов — задача неблагоприятная, подобна попытке соткать полотно из дождевых нитей или удержать в руках причудливые лунные блики. «Воздух времени» — есть что-то невероятно изысканное и тонкое, неуловимо прелестное и головокружительное в этом нежном, чуть горьковатом и чудесном аромате. Над флаконом для этих духов работал Марк Лалик. Он создал флакон с голубками из хрусталя, который и сегодня радует изысканной красотой.

Производство готовой одежды и всевозможных аксессуаров — часов, очков, изделий из кожи, ювелирных украшений и бижутерии — способствовало открытию по всему миру сети фирменных магазинов «бутик», отличающихся безукоризненным качеством, утонченной элегантностью товара.

Ведущие российские дизайнеры одежды — В. Зайцев, В. Юдашкин, И. Крутикова, А. Шаров, И. Чапурин и др.

**Визаж**, или искусство макияжа, участвует в создании прекрасного облика человека. Визажист (от франц. *visage* — лицо) — дизай-

нер и архитектор лица. Понятие «макияж» имеет два значения: в одном случае подразумевают косметические препараты, служащие рабочим материалом для визажиста; в другом — искусство оформления лица.

С древнейших времен женщины использовали декоративную косметику, чтобы сделать свой облик ярким и привлекательным. Дизайнер может кардинально изменить внешность, создать художественный образ как произведение искусства, а не традиционный макияж. Он может расписать лицо орнаментом, нарисовать на нем пейзаж, птиц, бабочек и т. д. (цв. вкл., рис. 8, 9).

Первые триумфы кино вызвали у многочисленных поклонниц огромное желание подражать кинозвездам. Это стало возможным благодаря появлению в 1920-х гг. в США первых косметических концернов, выпускающих помаду, пудру и кремы по уходу за кожей лица.

В настоящее время производится огромное количество косметики, позволяющей создавать тысячи вариантов оформления лица: дневной макияж, вечерний макияж, фантазийный макияж, карнавальный макияж и др. Одновременно возрастает и роль визажиста. Широкая цветовая палитра декоративной косметики позволяет каждому визажисту найти свой творческий почерк.

В основе макияжа лежит живописный прием, т. е. работа с красками. Все изобразительные средства живописи и рисунка: линия, свет, тень, блик, цвет, колорит, гармония — используются в макияже.

При помощи линий в рисунке строится пространство на плоскости, очерчиваются границы предметов, фигур, создается ритмический строй композиции. Приступая к макияжу, визажист также должен продумать направление всех линий, определить их ритм в зависимости от особенностей лица.

С помощью светлых и темных тонов моделируют и корректируют форму лица, учитывая при этом, что с помощью светлых тонов можно зрительно увеличить какие-либо части лица, а темный тон зрительно сужает, уменьшает объем.

Визажисту необходимо чувство цвета и колорита. С помощью пудры, тональных кремов, румян, теней, помады он может создавать макияж в определенной цветовой гамме, согласовывая ее с цветом волос, кожи, глаз и общего стиля одежды.

Последнее время в моде можно выделить несколько стилей: романтический, спортивный, классический, фольклорный, авангардный и др. Каждый из них может быть представлен не только в одежде, но и в декоративной косметике, что очень помогает выразить свою индивидуальность.

Рассмотренные примеры показывают, что все виды дизайна участвуют в формировании целостной эстетической среды, а дизайн — это масштабное явление культуры, потому что этот вид творческой деятельности направлен на обеспечение интересов отдельных пользователей, а в конечном итоге — на проявление заботы об удобстве, благе и красоте всего общества. В настоящее время наряду с традиционными видами дизайна динамично развиваются его новые виды, связанные с развитием компьютерных технологий, особенностями отдельных сфер дизайн-проектирования на стыке различных видов дизайна, с новым осмыслением роли дизайна в экологической, национальной и мировой культуре.

## **ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ**

---

1. Охарактеризуйте виды дизайна.
2. Что входит в понятие «промышленный дизайн»?
3. Кто работает над созданием промышленных изделий?
4. Чем заняты люди, работающие в области графического дизайна?
5. Сравните возможности и художественно-выразительные средства различных видов графического дизайна.
6. Расскажите о возможностях дизайна среды и экологического дизайна.
7. Что такое фитодизайн? С каким материалом работают художники в этой области?
8. В чем заключаются особенности дизайнерского подхода к проектированию вещей?
9. Какие объекты можно отнести к арт-дизайну?
10. Что такое визаж? Что такое макияж? С каким материалом работает визажист? Какие средства выразительности он использует?
11. Назовите ведущих зарубежных модельеров, занимающихся дизайном одежды. Коротко охарактеризуйте их творчество.

# ИСТОРИЯ ЗАРУБЕЖНОГО ДИЗАЙНА

## 2.1. ВОЗНИКНОВЕНИЕ И ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ СТАНОВЛЕНИЯ ДИЗАЙНА

Дизайн как деятельность появился в конце XIX в., профессиональное признание получил в начале XX в. и затем утвердился как художественное проектирование промышленных изделий.

Конечно, стремление к красоте и удобству окружающих нас предметов быта, одежды, орудий труда можно проследить с доисторических времён, буквально с отшлифованного каменного топора. Так, Н. Воронов отмечает, что если определяющим признаком дизайнерского мышления является компоновочное соединение ранее существовавших отдельно друг от друга объектов, явлений, способов, принципов, то начало дизайна относится к доисторическим временам появления первых орудий труда и предметов одежды. Некоторые ученые называют этот период протодизайном.

Но все-таки принято считать, что искусство дизайна появилось в конце XIX в. вместе с бурным ростом промышленного производства, в котором дизайн играет важную роль. Датой рождения дизайна считают 1928 г., а местом рождения — США, где одновременно возникает несколько дизайнерских фирм. Этот процесс быстро охватил и европейские страны, чему способствовали объективные предпосылки.

Однажды английский король в начале XX в. решил посетить одну из текстильных мануфактур. Владельцы предприятия, готовясь к приезду короля, покрасили стены, потолки и оборудование. После визита короля администрация фабрики с удивлением отметила рост производительности труда. Этот опыт не остался незамеченным.

XX век — век технической революции. Перед художниками-конструкторами встала задача разработать для массового производства красивые, удобные и надежные станки, механизмы, транспортные средства и предметы быта. Человек постоянно стремится к прекрасному, и даже машины стали делать как произведения

искусства, предмет культуры. В разных странах одновременно шли поиски в этом направлении, идеи, что называется, носились в воздухе.

### 2.1.1. Викторианский стиль

Англия второй половины XIX в. переживала период промышленного подъема, зарождения класса буржуазии и нового среднего класса, представители которого стремились окружить себя атрибутами «роскошной жизни». Данный период породил **викторианский стиль** — условное название эклектического искусства, процветающего в период правления королевы Виктории (1830—1901), и её супруга принца Альберта.

В оформлении жилых интерьеров в викторианском стиле на фоне стилистически неопределенного декора помещалось множество мебели, предметов быта, светильников, зеркал. Обязательно имелся камин. Хорошим тоном считалось плотно завесить стены портретами, картинами или вышивками, на каждой горизонтальной поверхности поставить какой-либо декоративный предмет или книги, массу цветов в вазах и кадках, на пол постелить не менее двух ковров разного размера и цвета, а потолок густо покрыть росписью или оклеить обоями с мелким орнаментом. Декор отличался причудливостью и витиеватостью используемых узоров, орнаментов и мотивов. В викторианском стиле сочетается шотландская клетка и цветочные орнаменты, в основном на шторах. Отдельно взятый предмет интерьера может быть выполнен одновременно в нескольких стилях. Кроме этого, каждая комната в доме могла быть декорирована по-разному. Кабинеты и библиотеки обычно оформляют в готическом стиле, дамские комнаты (будуары) — в стиле рококо, а столовые и прихожие — в восточном стиле.

Викторианский стиль в интерьере прошел несколько этапов развития — от громоздкой неоклассики до английской классики, отличающейся чувством меры и респектабельностью.

Эклектика в Викторианскую эпоху сопровождалась негативным влиянием первых результатов промышленной революции. Машинным способом можно было сделать быстро и дешево любой «исторический декор». Это не могло не вызвать протесты со стороны мыслящих людей. Так, английский писатель Джон Рёскин призывал «вернуться к природе», к искренности и простоте. Он ненавидел машинную цивилизацию и видел единственное спасение искусства

в возвращении к ранней готике, к навыкам средневекового ремесла, когда мастер еще не был отчужден от производства вещи.

Крупнейшим событием в истории стало проведение первой Всемирной выставки в Лондоне (1851). Она продемонстрировала разлад между передовой промышленной технологией и традиционным декоративным искусством, растущее отчуждение производителя и проектировщика от продукта своего труда и как результат этого — несоответствие функции и технологии производства форме и декору промышленных изделий.

По инициативе принца Альберта и архитектора Г. Земпера был создан музей декоративного искусства (музей Виктории и Альберта в Лондоне), в котором была собрана богатейшая коллекция лучших достижений в области художественной обработки материалов.

Г. Земпер считал, что исправить существующее неудовлетворительное положение с внешним видом промышленных изделий можно объединив традиционные «изящные искусства» с ремеслами под эгидой архитектуры, так как сам был архитектором. Эта идея оказалась утопичной. Прогрессивные люди эпохи продолжали поиски создания гармоничной среды для человека. Первыми теоретиками и практиками промышленного дизайна были архитекторы У. Моррис, К. Дрессер, Г. Мутезиус и П. Беренс, соединившие художественные принципы с возможностями массового промышленного производства.

## 2.1.2. «Искусства и ремесла» — движение британских художников и ремесленников

В 1870—1880-е гг. возникло движение «Искусства и ремесла» британских художников и ремесленников, содействовавших возникновению промышленного дизайна как самостоятельной сферы проектного творчества. Их объединяла идея о том, что эстетически продуманная среда (красивая архитектура, добротная мебель, качественный текстиль с богатыми орнаментами, искусная керамика и др.) будет способствовать совершенствованию общества. Деятельность участников движения явилась одним из факторов повсеместного формирования дизайнерского подхода к промышленному производству. Предвосхитил идеи этого движения англичанин У. Моррис, который искал гармонию природы, человека и искусства, идя вслед за философом и искусствоведам Дж. Рёскиным.

**Уильям Моррис** (1834—1896) — английский ремесленник, художник, писатель, теоретик искусства и издатель. Он сам верстал все книги,

рисовал инициалы и миниатюры, создавал новые типографские шрифты, работал печатником. Моррис был прекрасным ткачом; умел окрашивать пряжу и возрождал искусство шпалеры. По его мнению, только ремесленник, совмещавший в одном лице технолога, конструктора и художника, поднимался до уровня творца. Свой дом Моррис совместно с друзьями-художниками пытался превратить с помощью синтеза пространственных искусств в гармоничную среду, которая послужит основой идеальных человеческих отношений, облагороженных искусством образа жизни. Моррис верил в возможности социального преобразования общества.

Теоретические и практические работы Морриса и его последователей нанесли решающий удар по господствовавшей до середины XIX в. в формообразовании промышленных и бытовых предметов эклектике. Не ограничиваясь теоретической деятельностью, У. Моррис многое сделал для практического воплощения своих идей.

В начале 1860-х гг. Моррис был поглощен строительством и оформлением Красного дома (Red House) в Бексли-Хис для своей семьи и созданием фирмы по производству декоративных предметов. Красный дом свое название получил из-за нетрадиционного для того времени внешнего вида: наружные кирпичные стены дома не были оштукатурены. Дом был построен по проекту Ф. Вебба с участием самого Морриса и стал воплощением идеи о соединении высокого искусства с повседневной жизнью. Над оформлением интерьеров работали известные художники и сам Моррис с женой.

В 1861 г. Моррис создает «Фирму художественных работ по живописи, резьбе и металлу» по производству самых разнообразных предметов. Уже через десять лет предприятие производило уникальную мебель, керамику, декоративные ткани, вышивки, ручную полиграфию. Моррис в совершенстве овладел обжигом стекла, глазировкой черепицы, искусством переплетчика, тончара, книжного иллюстратора, разработал уникальные растительные орнаменты. При этом по подходу к формообразованию изделия Морриса отвечают именно дизайнерским требованиям, так как его волновало не поверхностное декорирование, а эстетическое осмысление формы предмета во взаимосвязи с его функцией, технологией его изготовления, декоративными свойствами материала. Правда, осуществлялось это исключительно вручную, ремесленными методами, так как Моррис не признавал возможностей машинного производства для создания художественных вещей. Провозглашенные Моррисом тезисы о необходимости участия художника-профессионала в формировании предметной среды актуальны и для современного дизайна.

По многим рисункам Морриса до сих пор выпускают обои и ткани (цв. вкл., рис. 10).

Генри Ван де Вельде → бельгийский мастер повторил эксперимент Морриса по созданию гармоничной среды. Вельде построил для своей семьи особняк «Блуменверф», для которого он не только спроектировал все элементы — от столовых приборов до дверных ручек, но и разработал эскизы одежды для жены и детей.

В рамках движения «Искусство и ремесло» возникли предпосылки для возникновения стиля модерн.

### 2.1.3. Западноевропейский модерн как универсальный синтетический стиль

В европейском искусстве конца XIX — начала XX в. распространился стиль *модерн* (от лат. *modernus* — новый, современный). Наряду с термином «модерн» употреблялось такое название этого стиля, как «арт нуво» во Франции и Англии (от франц. *art nouveau* — новое искусство) по названию парижского магазина-салона «Дом нового искусства». В Германии это был «югендстиль» (от нем. *Jugendstil* — молодой стиль) в соответствии с названием мюнхенского журнала «Югенд», пропагандирующего новое искусство. В Австро-Венгрии в рассматриваемый период существовало творческое объединение молодых художников «Сецессион» (от лат. *secessio* — отделение, уход), поэтому их творческий стиль назывался так же.

Первые признаки модерна появились во многих странах Европы практически одновременно. Художники стремились преодолеть эклектику, создать универсальный синтетический стиль. Возникновению оригинальной и яркой эстетики модерна способствовала идея синтеза искусств. Основой синтеза считалась архитектура, объединяющая все прочие виды искусства — от живописи до моделей костюмов. Новый стиль охватил жилищное строительство, городскую среду, домашнюю обстановку, одежду, украшения, изобразительное и декоративное искусство, театр. Произведения модерна очень изысканны: тонкие цветовые сочетания, плавные линии, формы, богатство декора живописи, мебели, светильников, статуэток, ковров и зеркал. В искусстве модерна удивительным образом находят новую интерпретацию многие существующие ранее стили. Это не просто подражание внешним формам, свойственное эклектике, а осознанное использование достижений мировой культуры.

Принцип уподобления рукотворной формы природной — и, наоборот, один из ключевых в эстетике модерна. Художников вдохновляли растения, раковины, потоки воды, пряди волос и др. Это нашло отражение в архитектурной форме, в деталях зданий, в орнаменте, получившем необычайное развитие. Криволинейные основы архитектурной формы, рисунка паркета и настенных панно, очертаний предметов мебели и фантастических по композиции ювелирных украшений и других изделий прикладного искусства удачно составляли единое целое. Линии орнамента несли в себе духовно-эмоциональную и символическую напряженность. Кроме того, прототипом форм и орнаментов в системе модерна служили стили прошлого, подвергавшиеся радикальному переосмыслению благодаря стилизации. Неразделенность жанров и видов искусства в рамках модерна приводила к относительной несамостоятельности живописи, графики и скульптуры.

Для живописи модерна характерны декоративность, орнаментальность целого в сочетании с реалистично выписанными деталями. Художники работали с большими цветовыми плоскостями, а мощные контурные линии придавали картинам дополнительный декоративный эффект (А. Муха, Г. Климт и др.). В рамках модерна большое распространение получили книжная и журнальная графика (О. Бердсли в Англии, О. Редон во Франции), афиша и плакат (А. Тулуз-Лотрек и Э. Грассе во Франции, А. Муха — в Чехии). Скульптура модерна отличается текучестью форм и причудливостью силуэта (французы А. Бурдель, А. Майоль). Многие художники одинаково успешно работали в «станковой» и «прикладной» сферах. Важной чертой модерна стало обращение к национальным традициям.

С точки зрения истории дизайна роль стиля «арт нуво» заключается в том, что он поставил задачу единого стилистического решения архитектуры и предметной среды — от внешнего облика зданий до пряжки на туфлях и ювелирного украшения. Модерн как новый стиль удачно подходил для решения новых объектов городского дизайна. Например, входы в подземные станции парижского метрополитена, выполненные в этой стилистике из чугуна и стекла по проекту Г. Гимара, стали подлинными шедеврами.

В архитектуре модерна проявилось органическое слияние конструктивных и декоративных элементов, так как конструкция подвергалась эстетическому переосмыслению и включалась в декоративную систему здания. Широкое распространение получили стекло, бетон, металл и другие материалы. Наиболее целостные примеры синтеза искусств дают особняки, павильоны, общественные



Г. Гимар. Вход в парижское метро

здания эпохи модерна. Как правило, они были построены «изнутри наружу», т. е. внутреннее пространство определяло облик здания. Фасады таких домов были несимметричны и походили на текущие образования, напоминающие одновременно природные формы и результат свободного формотворчества скульптора.

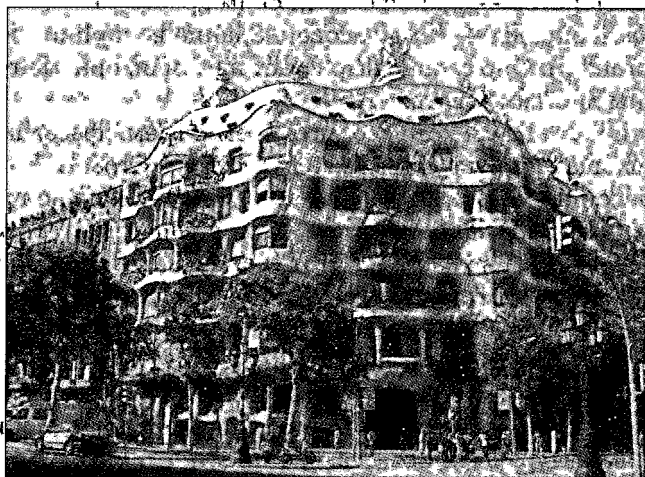
Наибольшую известность из архитектурных произведений этого стиля приобрели проекты и реализованные постройки А. Ван де Вельде и В. Орта (Бельгия), И. Ольбриха (Германия), Г. Гимара (Франция). Весьма любопытно сочетание модерна с национальными традициями в творчестве А. Гауди (Испания), Ч. Р. Макинтоша (Шотландия) и др.

**Антонио Гауди** (1852—1926) — испанский архитектор. Жил в Барселоне с 1868 г., учился в Высшей технической школе архитектуры. Гауди

смело использовал изогнутые объемы и конструктивные новшества (параболические арки, наклонные опоры, облегченные своды). Гауди в причудливых по формам постройках ярко воплотил идеи модерна, но в равной степени использовал исторические и природные мотивы. Среди лучших его построек — фантастический Парк Гуэля, Дворец Гуэля, дом Батльо, дом Мила, Искупительный храм Святого Семейства (Саграда Фамилия). Кроме зданий он проектировал удивительную мебель, решетки оград, ворот и перил с замысловатыми узорами. Гауди любил буйство красок и форм.

Одной из работ Гауди в стиле модерн является *дом Батльо* в Барселоне, перестроенный для крупного промышленника. Архитектор полностью изменил планировку дома, устроив на первых трех этажах просторные апартаменты. Снаружи они оформлены изогнутыми каменными ограждениями, которые образованы выступами балконов и окон. Эти выступы напоминают скелеты фантастических животных. Главный фасад словно обтянут змеиной кожей. Он облицован битым стеклом различных оттенков голубого цвета. Крыша дома — из рельефной черепицы, конек которой похож на зубчики на спине дракона. Балконы верхних этажей имеют сходство с карнавальными масками, поэтому барселонцы прозвали это здание «дом с масками» (цв. вкл., рис. 12).

Последней завершенной работой Гауди стал *дом Мила* (1906 — 1910), отвечающий тенденциям модерна. Облик дома Мила вызывает ассоциацию со скалой, в которой вырублены окна и балконы.



А. Гауди. Дом Мила. Барселона



А. Гауди. Дом Мила. Барселона. Дымоходы

Волнистые наружные стены определяют свободную и прихотливую внутреннюю планировку. В доме нет двух одинаковых комнат, прямых углов и ровных коридоров. По крыше можно гулять. Дымоходы оформлены как каменные цветы, возведены диковинные башенки, лесенки, перила.

Вершиной творчества Гауди является строительство храма Святого Семейства, которое началось в 1884 г. и продолжается до настоящего времени. Он был задуман как символ незыблемости католической веры и должен был стать центром комплекса зданий. Это сооружение поражает своим неповторимым обликом. Храм Святого Семейства — здание с латинским крестом в плане. Вокруг центральной апсиды — семь часовен. Здание воспринимается как живой организм. Оно словно вырастает из земли, орнамент и резьба подобны листьям и ветвям.

Известно, что Гауди хотел создать храм с тремя фасадами, в которых воплощались бы три темы: «Рождество», «Страсти Христовы» и «Воскресение». Каждый из фасадов должен был увенчиваться четырьмя башнями наподобие тех, что украшают фасад «Рождество», достроенный в 1950-е гг. Этот грандиозный фасад воссоздаст традиционные мотивы христианского искусства в крайне оригинальной манере. Его украшают тщательно воспроизведенные изображения более двухсот видов животных и растений.

Безусловно, если бы Гауди сам завершал строительство храма, он не довольствовался бы его нынешним цветовым решением, сохраняющим натуральную окраску камня. Многие из его работ отличаются разнообразием цветовых оттенков, отделочных материалов и способов облицовки.

Заслуга Гауди заключается в том, что он сумел извлечь из природного окружения и ввести в мир архитектуры ряд форм, мимо которых проходили поколения зодчих. Природные формы он покрывал так же естественным декором. Это воспроизведение природы, подражание ей стали фактически подлинной революцией в архитектуре и создании предметов мебели. Формы в них уподоблены частям живого организма, поэтому они как бы сами растут. Настоящий лес из причудливых деревьев разных цветов и форм представляют собой трубы на крыше дворца Гуэля. Одним из наиболее красноречивых примеров этой тенденции являются туалетный столик А. Гауди и диван-шезлонг.

Странная на первый взгляд форма зеркала, прикрепленного к цилиндрическим стойкам под углом, создана с расчетом на то, чтобы им было максимально удобно пользоваться. У столика есть много полочек, где можно расставить флаконы духов, коробочки и баночки с косметикой. Все продуманно. Была предусмотрена даже небольшая приступочка, выполнявшая функцию опоры для надевания обуви. Детали расположены асимметрично. Изогнутые ножки столика, с одной стороны, уподоблены ногам какого-то фантастического животного, даже имеются у оснований маленькие копытца, а с другой стороны, легкость и изящество ножек наводит на мысль о кошачьих лапах. Они будто трогаются в путь и в то же время остаются на месте.

Гауди в своих произведениях прикладного искусства часто применяет такой прием, создавая звероподобные ножки, колонки и другие детали (цв. вкл., рис. 11).

Знаменитый диван-шезлонг, обтянутый воловьей кожей, запинается необычно вытянутой, как будто тающей, формой. Такой дизайн стал возможен благодаря тому, что Гауди заменил традиционный деревянный каркас железным, что обеспечивало предельную свободу для фантазии. Образ дополняют стройные кованые ножки.

Подлинно дизайнерский подход Гауди к проектированию вещей проявлялся, например, еще в том, что при создании деревянных стульев и кресел, а также каменной скамьи в виде волны для парка Гуэль, он учитывал анатомические особенности строения тела человека и делал специальные углубления для удобства сидения. Украшение объектов яркой мозаикой практично и вносит дополнительный декоративный эффект (цв. вкл., рис. 13, 14).

**Альфонс Муха** (1860 — 1939) — чешский живописец, театральный художник, иллюстратор, дизайнер ювелирных украшений и плакатист. Учился рисунку и живописи в Мюнхене и Париже. Изготавливал ре-

кламные плакаты, афиши, рисовал иллюстрации для книг и журналов, оформлял календари, ресторанные меню, приглашения, визитные карточки и др.

В декоративных панно, афишах и рекламных плакатах чешский художник А. Муха постоянно повторяет свои излюбленные темы: красивая женщина славянской внешности с распущенными волосами, витиеватые стебли, цветы. В этих произведениях великолепно использованы спиралевидные линии и сложные завитки, изысканная цветовая гамма. Муха поднял театральный и рекламный плакат, прежде воспринимавшийся как нечто второстепенное, до уровня высокого искусства. Эти произведения принесли художнику огромный успех. Многие афиши мастера были позднее изданы в виде открыток (цв. вкл., рис. 15, 16).

В 90-е гг. XIX в. А. Муха приобрел широкую известность как автор виньеток для рекламной продукции, этикеток для разнообразных товаров (бисквиты, конфеты, чай, мыло, спички, велосипеды и др.). А. Муха проектировал ювелирные украшения, интерьеры, предметы прикладного искусства (ковры, портьеры, шелковые панно и др.). Большой популярностью пользовались календари и эстампы с рисунками мастера. Его графические серии «Времена года», «Цветы», «Деревья», «Месяцы», «Звезды», «Искусства», «Драгоценные камни» до сих пор тиражируются в виде плакатов и используются для оформления сувенирной продукции. Различные комбинации стиля модерн А. Муха использовал в книгах «Декоративные документы» (1902) и «Декоративные образы» (1905).

Муха разрабатывал эскизы украшений на заказ. Необычные по форме ювелирные изделия (серьги, кольца, броши, браслеты, пряжки, гребни, диадемы и др.) были выполнены в материале известным парижским ювелиром Жоржем Фуке.

В эпоху модерна ювелирное искусство ставили в один ряд с архитектурой и художественным стеклом, тем самым признавая его достижения.

**Густав Климт** (1862—1918) — австрийский художник. В начале творческого пути оформлял венские театры и музеи. Один из главных представителей стиля модерн. В 1897 г. возглавил венский Сецессион или «Объединение художников Австрии», которые стремились порвать с академическим искусством и создать новую систему отношений между человеком и миром, основанную на стремлении к красоте.

Одной из значительных работ Г. Климта явился «Бетховен-фриз» (1901—1902) — более чем 34-метровая настенная роспись, которая

выражала идею спасения человечества через искусство, переключаясь с Девятой симфонией композитора. Помимо насыщенной аллегориями и символами стеной живописи. Климт создавал прекрасные портреты, в основном женские: Характерный признак этих работ — соединение реальности и декоративности: взаимосвязь в целом натуралистического изображения человеческого тела с орнаментами. Климт использовал на картинах сочетание ярких мозаичных пятен и гладко окрашенных поверхностей. Своеобразная манера художника способствовала перенесению изображаемого в эстетически возвышенный, призрачный мир. Впервые на картине «Юдифь» (1901) Климт применяет золотые краски, придающие еще большую декоративность живописи. Одежды Юдифи, покрытые сложным узором, составляют единое целое с фоном.

Пейзажи Климта напоминают изысканные декоративные панно. В лучших из них («Крестьянский сад с подсолнухами», «Аллея в парке перед дворцом Каммер») художник использует прием пуантилизма (живопись раздельными мазками), поэтому краски сияют, переливаются и мерцают.

Наиболее известным картинам Климта присущи характерные черты модерна: тяготение к символике, необычным декоративным эффектам, стремление экспериментировать с цветом и материалом («Поцелуй», «Саломея», «Три возраста женщины», «Портрет Адели Блох-Бауэр I» и др.).

**Обри Винсент Бердслей**, или **Бердсли** (1872—1898) — английский художник-график, иллюстратор, декоратор, поэт, один из виднейших представителей модерна 1890-х гг. С 1894 г. сотрудничал с журналом *The Yellow Book*, был его художественным редактором. Делал иллюстрации для журнала «Савой» (1896) и был его художественным редактором. По просьбе издателя Л. Смитерса оформил книги «Лисистрата» (1896), «Похищение локона» (1896), «Мадемуазель Моле» (1898). Славу художнику принесли рисунки к «Саломее» Оскара Уайльда (1896). Глубокое проникновение в традиции японского искусства позволило ему создать в собственных рисунках удивительный синтез Запада и Востока. Мастерски виртуозная линия Бердслея, играющая с черными и белыми пятнами силуэтов, сделала его всемирно известным художником. Умер Бердслей в возрасте двадцати шести лет.

Творчество О. Бердсли оказало значительное влияние на все явления стиля модерн. Рисунки художника изысканны и декоративны. Он уделял большое внимание деталям, доводя их до символического значения. В своих рисунках Бердсли компоновал фигуры на бумаге, словно расставляя актеров на сцене театра, создавая при-



*О. Бердсли. Иллюстрация к книге Т. Мэлори «Смерть короля Артура»*

чудовые и выразительные мизансцены. Он создал мир фантастических образов, хотя основывался на литературном или мифологическом сюжете.

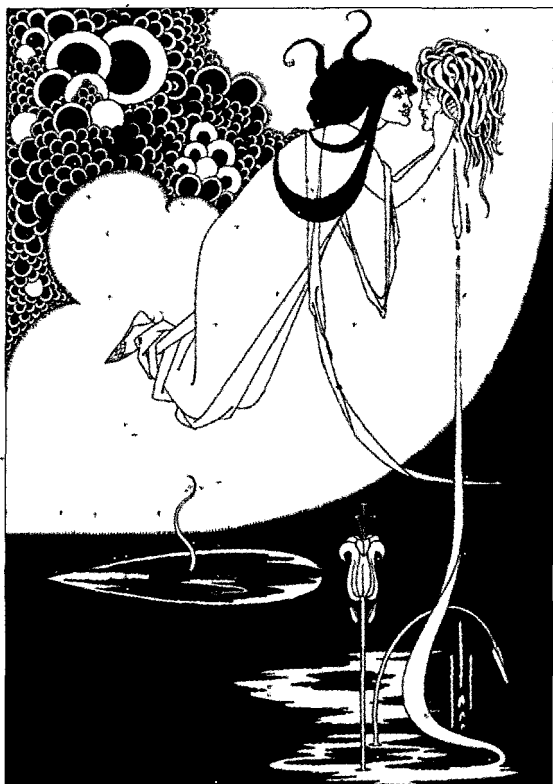
Первая крупная работа Бердсли — иллюстрации к книге «Смерть Артура» Т. Мэлори (1892). Большая часть изображений построена на контрасте темного фона и светлых фигур. Утонченная гибкостью присуща рисункам цветов, деревьев, морских волн. Движения персонажей выразительны. Пейзажи с тенистыми парками придают действию таинственную романтичность.

Иллюстрации к пьесе О. Уайльда «Саломея» (1896) отличает экстравагантная игра линий и силуэтов на светлом фоне. Манера художника индивидуальна и легко узнаваема. В ней сплелись множество разных влияний — от прерафаэлитов, Уильяма Морриса

и «Движения искусств и ремесел» до древнегреческой вазопи­си и японской гравюры. В утонченном и сложном по содержанию искусстве Бердсли образы разных эпох и стилей были переосмыслены с позиций рубежа XIX—XX вв., что, несомненно, важно для модерна.

В декоративно-прикладном искусстве модерна особенно ярко проявились аналогии и переключки живого и неживого, реальности и фантазии (мебель и стекло Э. Галле, ювелирные украшения Ж. Фуке, Р. Лалика и др.).

**Эмиль Галле** (1846 — 1904) — французский ювелир и дизайнер, один из создателей стиля модерн в декоративно-прикладном искусстве. Сын состоятельного фабриканта, владельца производства фаянса и мебели в Нанси. Изучал естественную историю, ботанику, минералогию, философию, занимался рисунком и живописью, а увлекся



О. Бердсли. Иллюстрация к пьесе О. Уайльда «Саломей»

стеклоделием и производством мебели. Возглавил семейное дело по производству художественного стекла, керамики и мебели, затем открыл собственную мастерскую. Испытал влияние исламского, китайского и японского искусства.

Э. Галле с конца 1880-х гг. занимался производством мебели, примечательной не только своими изогнутыми формами, но и причудливыми резьбой и вставками из экзотических пород дерева, жемчуга, отделочных и полудрагоценных камней. Яркий пример — кровать, спинки которой оформлены в виде крыльев бабочки (цв. вкл., рис. 17).

Знаменит Э. Галле также тем, что создавал уникальные произведения из многослойного стекла, отличающиеся изысканностью и красотой. Он создал новый вид художественной обработки стекла: резьба декора по непрозрачному стеклу из разноцветных слоев. Такая техника напоминала резьбу по камню в виде камеи. Часто Галле вводил в изделия пузырьки воздуха, металлические детали. Его вазы и грибовидные лампы имели большой успех на Всемирной выставке в Париже в 1878 и 1889 гг. (цв. вкл., рис. 18, 19).

В орнаментах Галле доминировали мотивы трав, цветов, фруктов и насекомых. Он любил вводить в оформление поэтические цитаты. В 1901 г. по инициативе Галле был организован «Провинциальный альянс художественной промышленности» (позднее более известный как «Школа Нанси»). Последователи стиля Галле работают и в наши дни, создавая современные вещи по самым интересным образцам в технике, максимально приближенной к тому, что изобрел в свое время Э. Галле.

**Рене Лалик** (1846—1904) — французский художник, ювелир и дизайнер, один из создателей стиля модерн в декоративно-прикладном искусстве. Изобрел новые техники художественной обработки стекла (патинирование стекла цветной эмалью, метод тончайшего литья под давлением и др.); в последние годы жизни Лалик оформлял интерьеры гостиниц, церквей, ресторанов. Он принимал участие в дизайне интерьеров парохода *Normandie* и поезда «Восточный экспресс». В 1930—1940-е гг. к ассортименту ювелирных изделий и интерьерных аксессуаров фирма Лалика добавила световые панели, люстры, бра, элементы декоративной отделки, предметы сервировки стола, посуду и даже фонтаны (цв. вкл.; рис. 20, 21).

Р. Лалик произвел революцию в ювелирном искусстве. Он экспериментировал с янтарем, эмалью, сплавами металлов, полудра-

гоценными камнями, рогом и черепашным панцирем. Лалик принципиально не использовал золото и бриллианты. Украшения Лалика получили мировое признание и популярность. Для них характерно использование зооморфных мотивов, женских фигурок и растительных элементов. Все изделия фирмы Лалика отличает изящество и скрупулезность детализировки.

## 2.1.4. Группа «Де Стейл»

В Голландии с возникновением группы «Де Стейл» («Стиль»), сложившейся на основе одноименного журнала (1917—1932), **функционалистское движение** получило прочную теоретическую и практическую базу. Данное художественное направление также именуется **неопластицизмом**. Главной своей задачей группа считала создание новой функциональной и эстетически целостной среды, способной воспитать гармоничного человека будущего и была движением художников, которые перешли границы искусства и стали заниматься дизайн-проектированием и архитектурой. Движение «Де Стейл» объединило художников (Т. ван Дусбург и Л. Мондриан) и архитектора Геррита Ритвельда (1888—1964), проповедовавших «новое осознание прекрасного» за счет ограничения арсенала художественных средств. Они пропагандировали язык чистых геометрических форм; основными элементами которого выступали вертикаль и горизонталь, а основными цветами — красный, синий и желтый (запрещалось использование черного, серого и белого). Близкие взгляды были в это время и у русских конструктивистов (цв. вкл., рис. 22).

Геррит Ритвельд создавал свои стулья как дизайнерские объекты, подлинные произведения искусства, которые открывают новое направление — так называемый «неопластицизм». Красно-синий стул (1918) можно воспринимать как скульптуру в виде конструкции с горизонтальными и вертикальными элементами — прямыми досками и рейками, а также плоскостями, соприкасающимися под разными углами. Примечательно, что первоначально этот стул был из неокрашенного дерева (цв. вкл., рис. 23). Стул «Зигзаг» (1932) поражает оригинальностью — оказывается, стулу не нужны ножки, достаточно изогнуть конструкцию под определенным углом, при этом достигаются удобство сидения и красота формы. Ритвельд экспериментировал с разнообразными материалами, такими как ламинированное дерево и алюминий, используя их для создания новых и подчас удивительных мебельных вариаций.

В 1924 г. Ритвельд построил уникальный дом, развивающий идеи неопластицизма: прямоугольные формы, традиционная для произведений «Стиля» палитра (белые и серые стены и вертикальные линии, выполненные в основных цветах). Внутренняя отделка дома была исполнена в тех же цветах, что и наружные стены (цв. вкл., рис. 24).

Дом для Трюсс Шредер, построенный в жилом районе патриархального г. Утрехта, разительно отличается от всех окружающих его жилых зданий. Представьте традиционный интерьер, как на картине Питера де Хоха, и полотно Мондриана, превратившееся в жилую среду.

Внутренние перегородки на втором этаже раскладывались только на ночь. Пол, согласно плану расстановки перегородок, был раскрашен белым, черным и красным. Трюсс Шредер просила детей не топтать по белому, а прыгать себе с черного на красный. Вместо мелкобуржуазных занавесок — цветные фанерные щиты. Каждый шкаф, каждая кровать здесь — трансформер, собирающийся днем и раскладывающийся ночью. Композиция из фанерных цветных ящиков-архитектонов служит для хранения узкоплечного кинопроектора и радиоаппарата. Весь дом наполнен самыми совершенными техническими новинками. Даже для общения с молочником было придумано оригинальное переговорное устройство в виде трубы. Вместо привычных батарей центрального отопления — горизонтально расположенные под окнами изогнутые трубы (цв. вкл., рис. 25).

Части дверей в кухне были покрашены черным, чтобы меньше пачкались. Дом освещали лампы дневного света, которые были сделаны специально для Ритвельда. В вытянутую стеклянную колбу была вставлена обычная нить накаливания, просто очень длинная, так как другая технология еще не была известна. На стене — доска с предохранителями-пробками, их — восемь, хотя все домашнее электричество в 1924 г. требовало от силы трех. Остальные пять добавлены для красоты и современности. С этой же целью на полке было установлено два телефонных аппарата. С кухни на второй этаж был построен лифт для подачи еды. Трюсс Шредер стремилась к воплощению модернизма во всем. Она прожила в необычном и любимом доме 60 лет.

Дом Ритвельда, построенный на окраине г. Утрехта, считается предтечей архитектурного хай-тека, манифестом авангардизма и лучшим пространственным воплощением идей голландской группы «Де Стейл», оказавшей огромное влияние на дизайн XX в. и Баухауз, где Тео ван Дусбург преподавал в 1921—1923 гг. Особенно

ярко это направление проявилось в архитектуре Вальтера Гропиуса, Миса ван дер Роэ, Ле Корбюзье и др.

### 2.1.5. Германский художественно-промышленный союз «Веркбунд»

Создание Веркбунда (1907—1931) — немецкого производственного союза архитекторов, художников, мастеров декоративного искусства и промышленников было обусловлено не только развитием производства и, соответственно, обострением проблемы сбыта, но в не меньшей степени и тем, что рамки «чистого искусства» становились тесны для решения новых задач по реорганизации строительства и художественных ремесел на современной промышленной основе. Место его возникновения также не случайно: именно в Германии, с ее быстро развивавшейся индустрией, экономические, социальные и культурные проблемы были обозначены наиболее выпукло.

Основателем и главным теоретиком Веркбунда стал архитектор по образованию Г. Мутезиус. Он разделял взгляды У. Морриса и Ч. Макинтоша, в творчестве которых увидел формы, наиболее с точки зрения начала века отвечающие требованиям массового производства. Авторитет нового объединения повышал и то, что к нему примкнули такие значительные фигуры, как Анри ван де Вельде и П. Беренс. В период 1910—1914 гг. значительную роль в движении играл В. Гропиус. Правда, каждый из них видел свою роль Веркбунда: Мутезиус — улучшение сбыта промышленной продукции; Ван де Вельде — расширение поля деятельности художника-индивидуалиста, а Гропиус — скорее, гармонизацию среды для решения не столько эстетических, сколько социальных задач.

Веркбунд поставил целью преобразование промышленного производства через соединение искусства, индустрии и ремесла. Основными путями достижения этой цели участники объединения видели пропаганду своих идей через проведение совместных акций, публикацию ежегодных каталогов «образцовых» промышленных изделий, а также выставки, наиболее значительной из которых стала выставка в 1914 г. в Кельне.

В 1933 г. немецкий Веркбунд был упразднен нацистами, в 1947 г. воссоздан в Дюссельдорфе. Однако к тому времени его возможности были уже исчерпаны. Немецкий производственный союз послужил своего рода мостом между югендстилем (модерном) и мо-

дернизмом. Своей деятельностью он оказал огромное воздействие на развитие немецкого промышленного дизайна, преодолев существовавший до тех пор разрыв между искусством и промышленностью.

### 2.1.6. П. Беренс и его деятельность в АЭГ

Электротехнический концерн АЭГ производил динамо-машины, турбины, трансформаторы, электродвигатели для индустрии, а также электроприборы для домашнего хозяйства: вентиляторы, фены, лампочки, чайники, электронагреватели. Весьма значимым событием стало назначение П. Беренса художественным советником концерна — фактически главным дизайнером производства. Впервые в истории он осуществил его полный «ребрендинг», спроектировав в едином стиле не только заводские и офисные здания, но и точки розничной продажи, офисную мебель, рекламные щиты, продукцию, упаковку и др.

П. Беренс одним из первых ощутил новые задачи, встающие перед проектировщиком в индустриальном обществе. Он утверждал, что следование одним лишь функциональным или только материальным целям не может создать никаких культурных ценностей. Его идеи заложили основные принципы развития современного дизайна.

**Петер Беренс** (1868—1940) — крупнейший немецкий художник и архитектор, основоположник дизайна, педагог, один из основателей Мюнхенского Сецессиона и Германского Веркбунда. Родился в Габсбурге. Беренс известен прежде всего как представитель архитектуры функционализма и сторонник использования новых конструкций и материалов, таких как стекло и сталь.

С 1907 г. он — художественный консультант фирмы АЕГ в Берлине. Именно тогда он показал себя создателем промышленного дизайна и промышленной архитектуры. Из его мастерской в Берлине вышли Мис ван дер Роэ и Вальтер Гропиус.

**Фирменный стиль** АЭГ, который разработал П. Беренс, касался очень многих сторон компании: проектируемых изделий, рекламы, архитектуры производственных зданий, одежды персонала и т.д. Он рассматривал фирменный стиль не столько в узком смысле внешних признаков идентификации, сколько как специальную концепцию фирменной политики; как новый стиль мышления во всех аспектах организационной деятельности, прежде всего стиль по-

ведения на рынке. Именно в этом смысле его следует назвать первой концепцией и программой фирменного стиля.

Большое значение для формирования имиджа АЭГ имела работа Беренса над созданием фирменного знака, рекламных плакатов, в которых использовался выразительный шрифт с засечками. В основе шестиугольной формы логотипа — сердечник от электромотора.

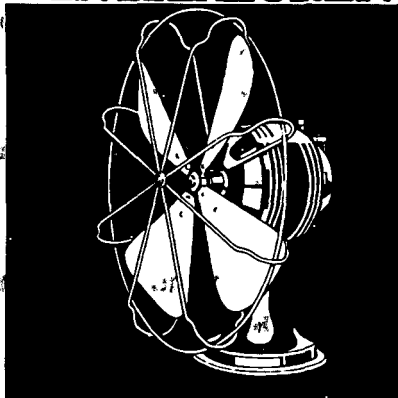
Проектирование П. Беренс начал с поиска художественного образа изделия. В основу универсальной программы он положил три модели чайника-кипятильника: две каплевидные (с круглым и овальным дном) и одну шестигранную (китайский фонарик). Образ разработанных Беренсом светильников, электропосуды, вентиляторов и других изделий, создается на основе четких геометрических форм, изящной отделки и разнообразия материалов.

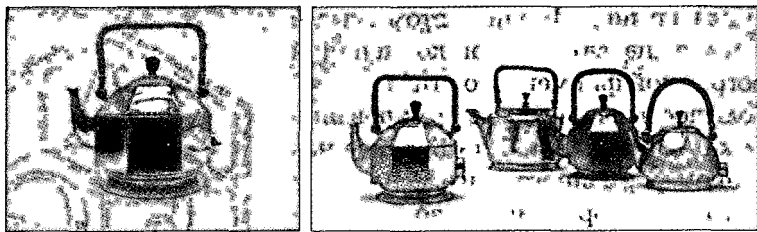
Свою работу Беренс начал с проектирования программы электрических чайников-кипятильников, рассчитанной на разные эсте-



П. Беренс. Эмблема АЭГ

**AEG**  
**VENTILATOREN**





П. Беренес. Чайники.

тические вкусы и потребности. Разрабатывая ее, он пришел к открытию о возможности создавать серию путем комбинаторного варьирования элементов геометрической формы, видов материала и отделки, а также количества нагреваемой воды. По каждому из перечисленных параметров были выбраны три-четыре варианта, которые дали целостную и вместе с тем многообразную программу изделий: форма дна и, соответственно, корпуса чайника — круглая, овальная и восьмигранная; материал корпуса — латунь, латунь с никелевым или медным покрытием; отделка корпуса — матовая, «муаровая» и «хлопьевидная» молотковая; емкость — 0,75; 1,25; 1,75 л.

Вся программа насчитывала 81 ассортиментную единицу, а если учесть, что каждая из них выпускалась еще и без электронагревателя, то количество их удваивалось. Размер и форма крышек всех чайников были унифицированы. Рукоятки (прямоугольные для восьмигранных и округлые для остальных моделей) имели однотипное жесткое крепление и оплетались тростником.

Используя чистые геометрические фигуры, хорошо сочетающиеся с простой, но изысканной отделкой металла, Беренс открыл новый мир красоты бытовых объектов. Ему удалось создать новую техническую эстетику, сдержанный и выразительный стиль.

Беренс очень последовательно проводил линию на подчинение разнообразной продукции одному принципу стилеобразования.

### 2.1.7. Баухауз — художественно-промышленная школа нового типа

Одна из первых дизайнерских высших школ Баухауз (дом строительства) была создана в 1919 г. в Веймаре (Германия), затем в 1925 г. была переведена в г. Дессау, а в 1933 г. упразднена. Исто-

рию Баухауза можно разделить на три основных этапа, связанных в первую очередь с именами директоров Школы (В. Гропиус, Х. Мейер, Л. Мис ван дер Роэ). В ней велись поиски принципов формообразования в бытовой среде и архитектуре, начали разрабатывать **эстетику функционализма**, призванную показать равновесие между целесообразностью, материалом и формой, применительно к реальному объекту. Например, для первых образцов мебели Баухауза характерны строгость линий, увлечение конструкцией как таковой, массивность. Все объекты, производимые в мастерских, должны были конструироваться из минимума элементов на основе геометрических форм, каждая деталь должна была выполняться в различных вариациях. Подобный подход был призван облегчить промышленное производство вещей. Начало деятельности Баухауза проходило под влиянием утопических идей о возможности переустройства общества путем создания гармонической предметной среды.

Главной задачей обучения в Баухаузе была разработка для промышленности моделей утилитарных вещей повседневного обихода с учетом новейших достижений как техники, так и современного искусства. Все процессы формообразования строго увязывались с технологией индустриального производства, с новейшими конструкциями и материалами.

**Вальтер Гропиус** (*Walter Gropius*) (1883—1969) — выдающийся немецкий архитектор, один из основоположников функционализма, последовательно разрабатывавший принципы рационализма в архитектуре. Родился 18 мая 1883 г. в Берлине. Учился в Высших технических школах Берлина и Мюнхена, был ассистентом Петера Беренса. Гропиус был организатором и первым руководителем знаменитого Баухауза — высшей школы строительства и художественного конструирования. В 1928 г. Гропиус оставил пост директора Баухауза и переехал в Берлин. В конце 1920-х — начале 1930-х гг., после постройки театра в Йене, его внимание было обращено преимущественно на создание промышленных сооружений, дешевых жилищ для рабочих, кооперативных магазинов и домов. Гропиус написал несколько книг. Он покинул Германию в 1937 г. после прихода нацистов к власти. Гропиус переехал в США и стал профессором и заведующим кафедрой архитектуры Гарвардского университета, где преподавал до 1952 г. Среди его архитектурных работ 1940—1960-х гг. следует отметить Центр выпускников Гарвардского университета в Кеймбридже (Массачусетс) (1949—1950), здания университета в Багдаде (1960), здания посольства США в Афинах (1957—1961) и небоскреб авиакомпании «Американ эрлайнс» в Нью-Йорке (1958—1963). Умер Гропиус в Бостоне 5 июля 1969 г.

Баухауз стал международным художественным обучающим центром. Уникальность Баухауза заключалась в том, что эта школа была одновременно производственными мастерскими и учебным заведением. Его основатель Вальтер Гропиус стремился ввести там универсальную гибкую новаторскую программу обучения, которая максимально содействовала бы развитию индивидуальных творческих способностей студентов. Воспитание нового поколения художников-конструкторов осуществлялось в тесной связи с живой практикой промышленного производства.

В основу деятельности Гропиуса в Баухаузе легла идея синтеза архитектуры и дизайна, необходимости единства предметной среды, окружающей человека. Само здание Баухауза в Веймаре было построено с учетом новых возможностей стали, стекла и бетона. В нем предусматривалось специальное освещение интерьера. Углы, прорезанные непрерывными лентами окон, выявляли характер конструкции.

В 1922 г. появляется знаменитая печать Баухауза, созданная Оскаром Шлеммером, представляющая собой стилизованный профиль человека, в котором квадрат изображал глаз, а три вертикальных прямоугольника, расположенных друг под другом со смещением, — нос, губы и подбородок. Неслучайно эта печать напоминает характерную графику голландской группы «Де Стейл», так как с ней были установлены творческие контакты.

В интернациональную по своему составу группу преподавателей входили крупные художники и архитекторы. В веймарском Баухаузе первыми удостоились звания мастеров: художники Йоханнес Иттен, Георг Муха, Пауль Клее, Василий Кандинский, Ласло Мохой-Надь и др. Они разрабатывали авторские методы обучения.

Новаторским был и сам подход к художественной подготовке в Баухаузе. Принципиальную схему обучения в виде концентрических колец, каждое из которых обозначало свой курс, изобразил сам Гропиус. Начиналось обучение с полугодового пропедевтического курса (наружное кольцо). В ходе этого курса студенты изучали основные закономерности формы, цвета и знакомились с различными материалами в начальных мастерских. Пропедевтический курс, придуманный в 1919 г. художником и преподавателем школы Й. Иттенем, которому Гропиус позволил экспериментировать с учебным процессом, расценивается как одна из самых важных инноваций в Баухаузе. На обязательном для всех подготовительном курсе, который занимал полгода, студенты изучали теорию формы и рисунка, свойства материалов и основы ремесел.

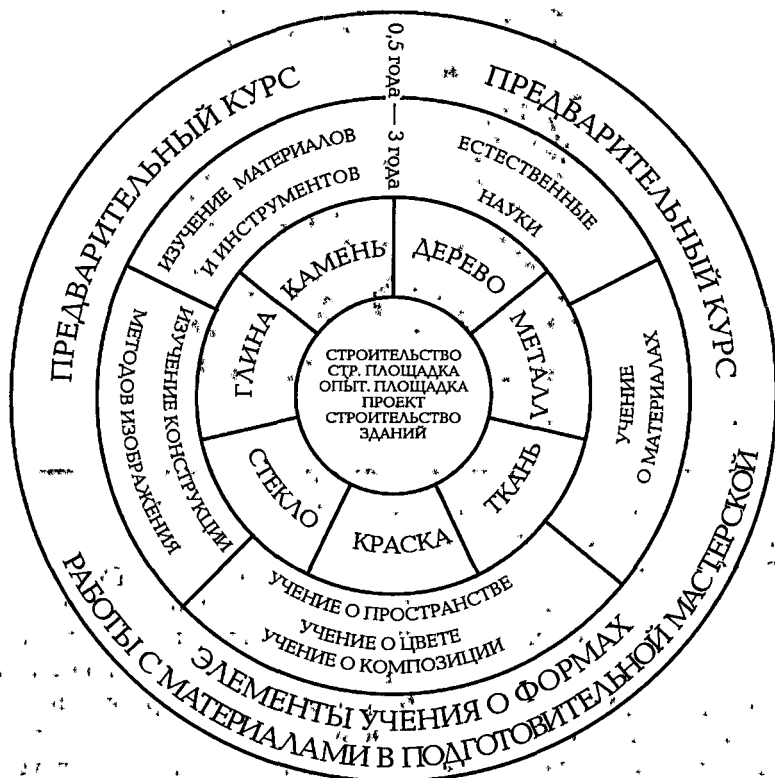
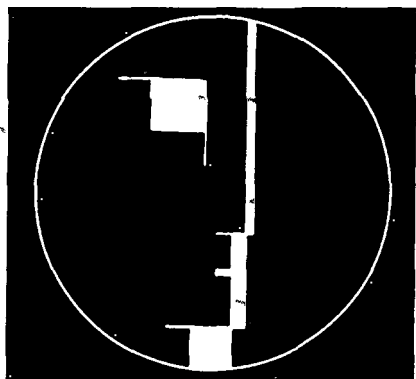


Схема обучения в Баухаузе

После окончания вводного курса следующие три года (второй и третий круги) студенты продолжали учебу в производственных мастерских, работая с ведущим художником-проектировщиком («мастером формы»). Производственные мастерские стали «сердцем» нового образования в Баухаузе. В них подробно изучались различные материалы: камень, металл, дерево; текстиль, стекло и глина. Постепенно занятия усложнялись и специализировались, и в итоге студенты сосредоточивались на работе в какой-либо одной области: архитектуре, промышленном дизайне; текстиле, керамике, фотографии или живописи. Кроме обычных натурных зарисовок, технического рисования, на всех курсах шло непрерывное экспериментирование.

В центре схемы находится круг, означающий проектирование. По плану Гропиуса, студенты, сдавшие экзамен после обучения



*О. Шлеммер. Печать Баухауза*

в мастерских, могли переходить к изучению архитектуры, но в полном объеме это осуществить не удалось.

В 1922 г. Гропиус пригласил преподавать в Баухауз русского художника-конструктивиста Василия Кандинского и поручил ему курс основ формообразования, семинары по цветоведению и аналитическому рисунку, а также мастерскую настенной живописи. По этому курсу студенты учились абстрагировать натюрморт, выявляя в его формах геометрическую основу построения. В. Кандинский сыграл значительную роль в становлении идей синтеза искусств. Свои теоретические взгляды он изложил в книге «Точка и линия на плоскости» (1926), изданной в Баухаузе и не потерявшей значения до наших дней.

Йоханнес Иттен был одним из самых влиятельных среди первых приглашенных Гропиусом преподавателей. Его вводный курс знакомил студентов с фундаментальными свойствами форм, их пластикой и средствами выразительности, заложил основу системы художественного образования. Главное в своих занятиях со студентами он видел в эмоционально-чувственном воспитании, умении контролировать себя и свои движения, творческую энергию.

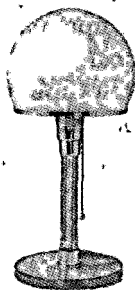
Отдельный цикл упражнений был связан с основной триадой цветов (красный, желтый, синий) и с основными геометрическими формами. Одно из любимых заданий Иттена — графические контрасты. Тема контраста формулировалась письменно: право — лево, свет — тьма, линия — пятно и т. д. Затем начинался поиск графического выражения того или иного типа контрастов, с использованием заданных форм.

Следующий цикл упражнений был посвящен объемным композициям и рельефам. На нем студенты учились пониманию объемной формы, выполняли построение рельефов из разнородных фактур и материалов. Затем на основе этих натюрмортов студенты выполняли рисунки в различной технике.

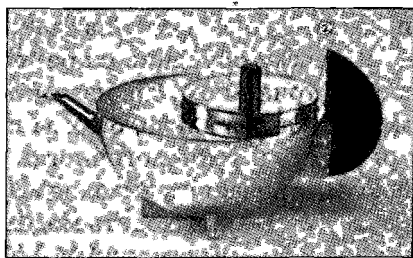
В 1923 г. Иттен покинул стены Баухауза, так как у него возникло несогласие со взглядами на преподавание Гропиуса, направленными только на индустриализацию. После этого Гропиус пригласил в качестве «мастера форм» Ласло Мохой-Надя. Под руководством Ласло, все упражнения переходят в русло проектирования. Сначала выполнялись графические проекты абстрактных композиций, затем на их основе студенты строили объемные композиции из кусочков дерева, металла, проволоки, стекла.

Мохой-Надь руководил созданием многих знаменитых объектов. Дизайнеры искали конструктивность вещи даже там, где, казалось бы, нелегко было ее найти, например в посуде. Чайники могли быть скомпонованы из шара, усеченного конуса, полукружия, а в другом варианте — из полукружия, полусферы и цилиндров. Например, Марианна Брандт создала предельно упрощенный по формам чайник для заварки. Настольная лампа по проекту Вильгельма Вагенфельда и Карла Якоба Юкера представляла собой стеклянный абажур в виде полусферы на металлической ножке.

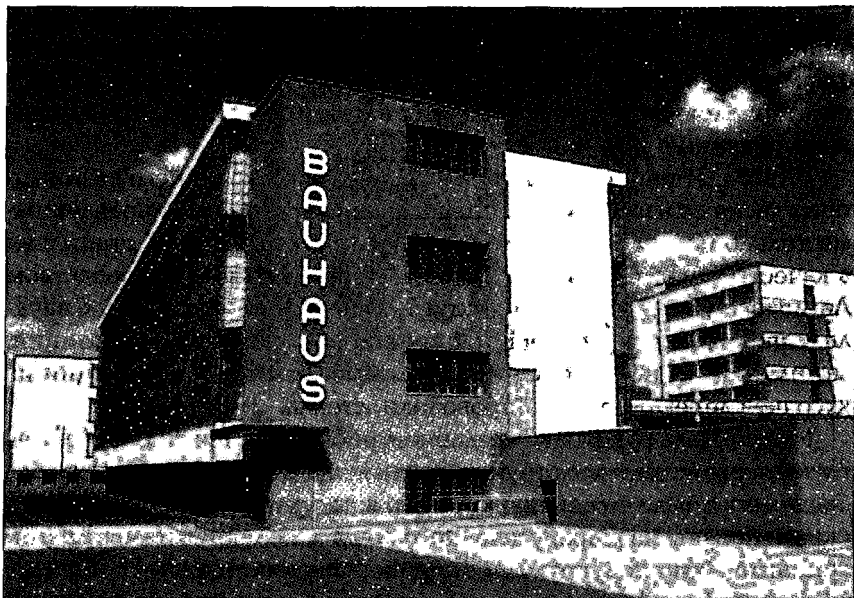
Важным этапом в истории Баухауза был переезд в 1925 г. из патриархального Веймара в промышленный город Дессау. Здесь Гропиус построил новое здание Баухауза, которое является наиболее значительным сооружением немецкого рационализма. Это здание было во всех отношениях манифестом новой архитектуры — разумной и функциональной. Внутреннее оборудование квартиры



В. Вагенфельд и К. Я. Юкер.  
Настольная лампа



М. Брандт. Чайник для заварки

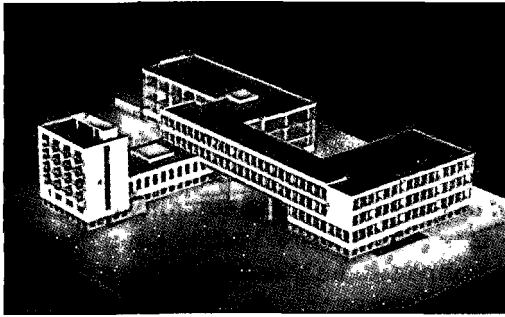


Здание Баухауза в г. Дессау (фасад)

самого Гропиуса по своей демократической основе было моделью прогрессивного жилища будущего.

Здание Баухауза в Дессау гармонично вписывалось в городскую среду. Этот проект был вершиной творческого пути Гропиуса. Его асимметричная композиционная схема основана на параллельных и перпендикулярных линиях. Гропиус считал, что школа является моделью демократического сообщества, где учеба, труд и отдых определяют творческую гармонию. Поэтому дома следует целиком застеклять, чтобы люди могли открыто общаться друг с другом. Обширные остекленные стены обеспечивали прекрасный обзор и максимальный доступ в здание света и воздуха.

В Дессау обучение от ремесла окончательно поворачивается к индустриальному производству. Все вещи проектируются максимально рационально, формы приобретают подчеркнутую геометричность и технологичность. Образцы, выполненные в стенах школы, отличает стремление выразить свойства материала. Из стен Баухауза стали выходить модели для массового изготовления, например образцы сидений М. Брейера. Еще в 1925 г. он спроектировал кресло «Василий», названное в честь Кандинского, которое представляло собой металлический трубчатый каркас с сиденьем

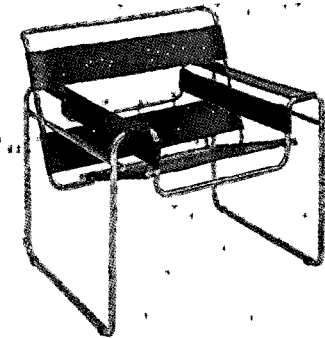


Здание Баухауза в г. Дессау (план)

и подлокотниками из текстиля. Под руководством Брейера студенты экспериментировали с ламинированием дерева и клееной фанерой, создавали образцы типовой мебели. Появляется мебель нового типа — трансформируемая, складная. Например: складные стулья с металлическим каркасом; столы, убирающиеся один в другой; сборно-разборные табуретки и многие другие функциональные предметы быта. В 1927 г. был издан первый каталог стандартизированной мебели, выпускаемой в мастерских.

Коренной перелом в истории Баухауза наступил в 1928 г. с приходом нового директора школы — швейцарского архитектора Хэнса Мейера, до этого руководившего архитектурным отделением. Особенно повысилась теоретическая подготовка студентов. Он обращал их внимание на связь между конструкцией вещи и обществом, на переход от интуитивного чувства формы к научным исследованиям. Мейер ввел новые предметы в программу обучения: социологию, экономику и психологию.

Баухауз поставлял для промышленности образцы различных предметов — обоев, мебели, фарфора, тканей и осветительной арматуры, отвечающих новым принципам формообразования. Мейер наладил в мастерских выпуск новых изделий, полностью соответствующих названию «стандартная продукция», которые стали доступны всем. Наибольший коммерческий успех выпал на долю обоев,



М.Брейер. Кресло «Василий», названное в честь В.Кандинского.

где вместо цветочков были использованы рисунки с мелким геометрическим орнаментом, позволяющим легко его подгонять при оклейке стен. Маленькие помещения благодаря такому рисунку казались более просторными. Учитывалась также психология восприятия цвета.

В 1929 г. решением властей Хэннес Мейер был уволен с поста директора Баухауза за свои марксистские убеждения. Новым директором был назначен Людвиг Мис ван дер Роз. Он взял курс на архитектурное направление. Заняв пост руководителя школы, он столкнулся со множеством трудностей. В отличие от эпохи Гропиуса и Мейера, Баухауз больше не получал общественных заказов. После прихода к власти нацистов 30 сентября 1932 г. было вынесено решение муниципального совета о закрытии Баухауза. Он просуществовал тринадцать лет — вплоть до 1933 г. За относительно короткий срок в школе было подготовлено много высококвалифицированных специалистов, успешно работавших в дальнейшем в области дизайна и архитектуры.

Идеи Баухауза разлетелись по всему миру. Под его влиянием в последующие годы в работе над формой вещи все большее внимание уделяется самой конструкции, ее функциональным и эстетическим качествам. Эта тенденция получила свое окончательное выражение в **конструктивизме**. В Чикаго Мохой-Надь и Гропиус открыли «Новый Баухауз» и подготовили выпускников, которые в послевоенные годы стали первыми преподавателями, вновь созданных дизайнерских школ. Например, такая школа была создана в г. Ульме в Германии.

Баухауз заложил основы понимания дизайна как комплексной дисциплины, определив ее основные направления и методику преподавания профессии.

## 2:1.8. Ульмская школа художественного конструирования

Высшее училище художественного конструирования в г. Ульме в Германии (1950—1960) готовило специалистов в области дизайна. Дизайнер-график Отто Айхер был одним из основателей Ульмской школы дизайна, из которой взяло свое начало движение **Practical Utopia** (прагматическое направление дизайна, которое тем не менее не было столь узко утилитарным).

Ульмская школа дизайна собрала выдающихся мастеров и педагогов со всего мира (И. Иттен, И. Альберс, В. Кандинский, М. Билл

и др.). Спроектировал здание этой школы М. Билл. Он даже в 1951 — 1954 г. руководил ею. В 1954 г. школу возглавил Т. Мальдонадо: художник, дизайнер-практик, ученый, педагог, в творчестве которого соединились рациональное и индивидуальное, системно-научное и художественное начала проектной культуры.

Методика преподавания в училище ориентировалась на научные основы художественного проектирования, на предварительные исследования фактического материала, результаты которого задавали рамки творческого формообразования. Проблемы художественного конструирования решались на основе технических и технологических знаний, поэтому чисто «художественная» подготовка студентов дополнялась определенным объемом научных знаний.

В Ульмском училище существовали четыре факультета: художественного конструирования промышленных изделий, строительства, визуальных коммуникаций и информации.

*Факультет художественного конструирования промышленных изделий* выпускал специалистов по объектам, используемым в быту; на производстве, в научно-исследовательских и медицинских учреждениях и учебных заведениях. Практические задания были направлены не столько на разработку отдельных изделий, сколько на создание целых комплексных групп, обладающих стилевым единством.

*Факультет строительства* был призван готовить архитекторов для проектирования объектов, создаваемых индустриальными методами. В учебной программе этого факультета руководители училища стремились избежать недостатков традиционного архитектурного образования, не учитывающего потребности строительства, в котором все большую роль объективно играли индустриальные методы.

*Факультет визуальных коммуникаций* готовил специалистов в области полиграфии, графики, фотографии, оформления выставок и художественного конструирования упаковок. На факультете обучались также будущие специалисты для работы в документальной кинематографии, соединяющие в одном лице профессии сценариста, режиссера и оператора.

*Факультет информации* был создан для подготовки журналистов широкого профиля.

Основу учебного плана всех факультетов, за исключением факультета информации, составляли практические работы по художественному конструированию, вокруг которых концентрировались учебные предметы, включающие избранные разделы той или иной науки. Например, из психологии изучался раздел теории восприятия, из математики — учение о симметрии, комбинаторика, топо-

логия; из эргономики — факторы, связанные с работой человека на машинах. Одним из принципов обучения в училище была дифференцированная, приближенная к требованиям практики подготовка студентов. Значительную часть учебного плана составляли курсовые проекты, например на факультете художественного конструирования — работа над проектами и моделями самых различных изделий: магнитофона, приборной доски или кузова автомобиля, стоматологической установки, санитарно-технического блока, огнетушителя, экспонетра и т. п. Студенты строительного факультета проектировали панельный дом, бензозаправочную станцию, здание с мобильной планировкой; курсовыми работами на факультете визуальных коммуникаций были оформление конвертов для грампластинок, серии рекламных объявлений, упаковка для продуктов питания, фирменные бланки и товарные знаки, плакаты, разборные выставочные стенды и т. п. Например, студенты под руководством О. Айхера принимали участие в разработке фирменного стиля авиакомпании «Люфтганза» (1962), сохранявшегося вплоть до конца 1980-х гг.

Особенностью подготовки в школе было то, что занятия в ней концентрировались на разработке сложных предметных комплексов и систем. Здесь создавались проекты комбинированной мебели и новых бытовых радиоприборов. От выпускников требовалось умение участвовать в коллективных научных исследованиях, работать в технических бюро и коммерческих дизайн-центрах.

Ульмское училище вело широкую пропагандистскую деятельность. Преподаватели училища читали лекции в университетах и художественных вузах различных стран. При Ульмском училище имелись две проектно-конструкторские организации. Рабочие группы, руководимые профессорами училища, выполняли художественно-конструкторские и научно-исследовательские работы по заказам фирм и организаций. Эта работа позволяла не только поддерживать постоянную связь с промышленностью, но и оказывать на нее влияние. Объектом проектирования становилась не вещь сама по себе, а функция, которую вещь выполняла. Изделия, созданные преподавателями и студентами училища, неоднократно отмечались международными премиями.

Однако в середине 1960-х гг., очевидно, проявилось противоречие между жестко функциональными требованиями к объектам проектирования со стороны промышленности и творческими поисками формообразования со стороны руководства училища. Училище закрыли, однако прогрессивные идеи подготовки дизайнеров продолжили развивать выпускники Ульмской школы.



**Рис. 1.** Дизайн экстерьера  
(горизонтальное размещение)



**Рис. 2.** Ландшафтный дизайн



**Рис. 3.** Фитодизайн (экстерьер)



**Рис. 4.** Фитодизайн (интерьер, композиция из цветов)





Рис. 5. Экологические материалы в интерьере и мебели



Рис. 6. Арт-дизайн.  
Объекты



Рис. 7. Арт-дизайн.  
Яблоко

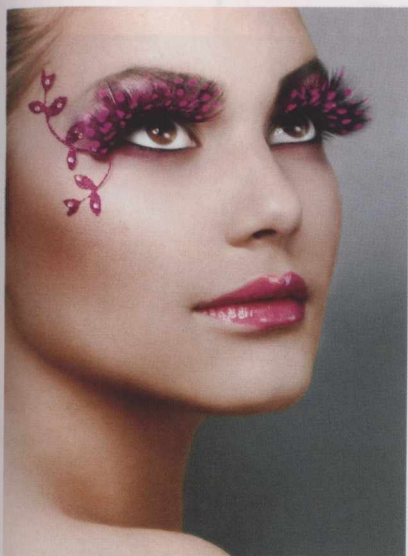


Рис. 8. Визаж



Рис. 9. Театральный макияж



Рис. 10. У. Моррис.  
Растительный орнамент

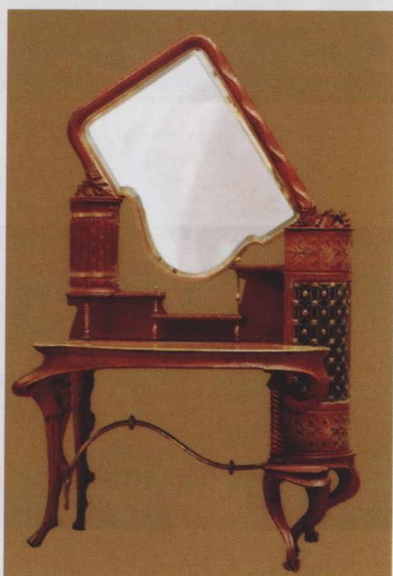


Рис. 11. А. Гауди.  
Туалетный столик



Рис. 12. А. Гауди. Дом Батльо



Рис. 13. А. Гауди. Скамья.  
Парк Гуэль. Барселона



Рис. 14. А. Гауди. Фигура дракона.  
Парк Гуэль. Барселона



Рис. 15. А. Муха. Реклама велосипедов  
(горизонтальное размещение)



Рис. 16. А. Муха. Этикетка печенья



Рис. 17. Э. Галле. Кровать «Бабочка»

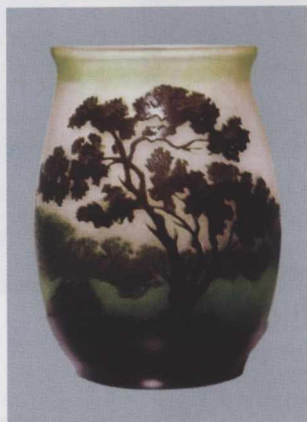


Рис. 18. Э. Галле. Ваза



Рис. 19. Э. Галле. Лампа



Рис. 20. Р. Лалик. Брошь



Рис. 21. Р. Лалик. Брошь

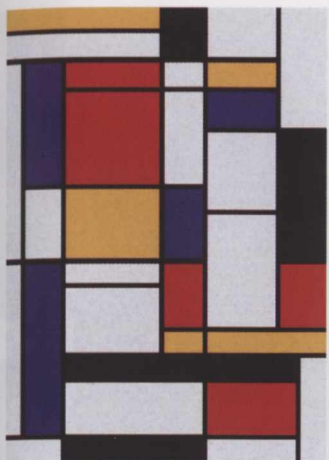


Рис. 22. А. Мондриан.  
Композиция



Рис. 23. Г. Ритвельд.  
Красно-синий стул (1918 – 1923)



Рис. 24. Г. Ритвельд. Дом  
для Трюсс Шредер (1924)



Рис. 25. Интерьер дома  
для Трюсс Шредер



Рис. 26. Классический английский интерьер



Рис. 27. Классический английский интерьер



Рис. 28. Лондонское метро.  
Станция Бейкер-Стрит

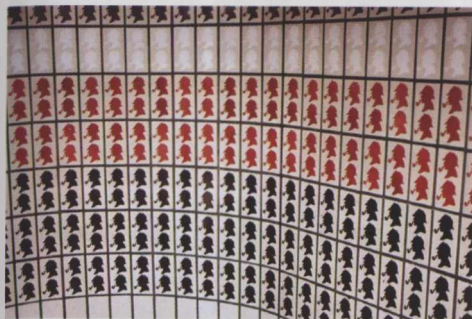


Рис. 29. Лондонское метро.  
Станция Бейкер-Стрит.  
Орнамент на плитке



Рис. 30. Лондонский автобус  
Рутмастер (1956)



Рис. 31. Лондонский автобус  
Даблдекер (2013)

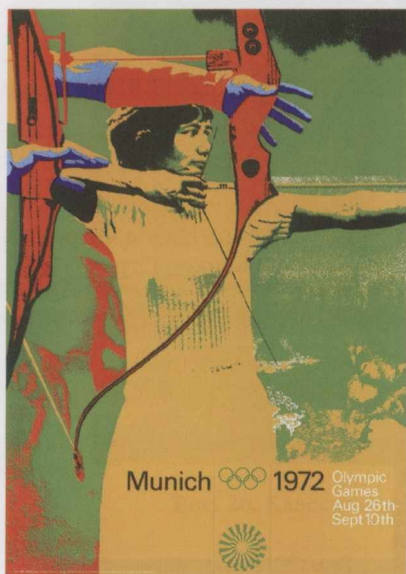


Рис. 32. Плакат. Олимпиада.  
Мюнхен



Рис. 33. Плакат. Олимпиада.  
Мюнхен

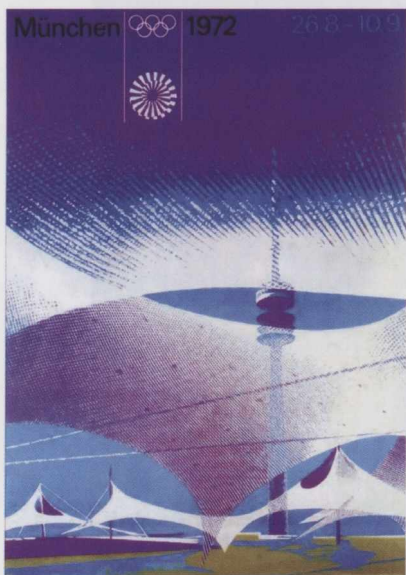


Рис. 34. Плакат. Олимпиада.  
Мюнхен

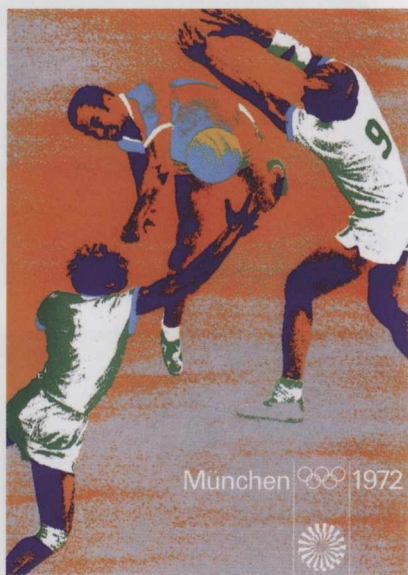


Рис. 35. Плакат. Олимпиада.  
Мюнхен

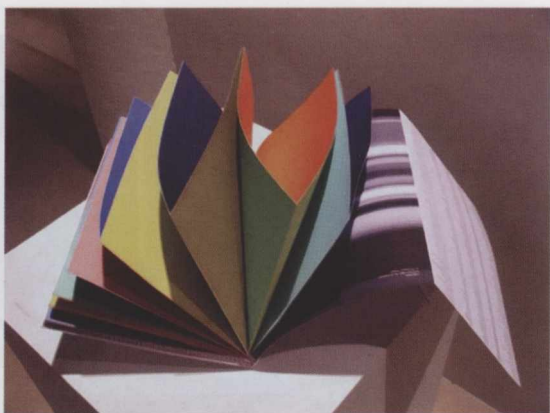


Рис. 36. И. Боом. Книжный дизайн (горизонталь)



Рис. 37. И. Боом.  
Книжный дизайн



Рис. 38. И. Боом.  
Книжный дизайн

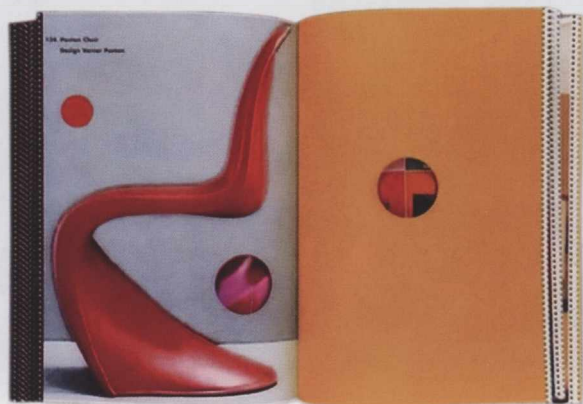


Рис. 39. И. Боом. Книжный дизайн



Рис. 40. Масанори Умега. Кресло Getsuen (1990)



Рис. 41. А. Мендини.  
Кресло Proust (1978)



Рис. 42. А. Мендини.  
Анна-штопор

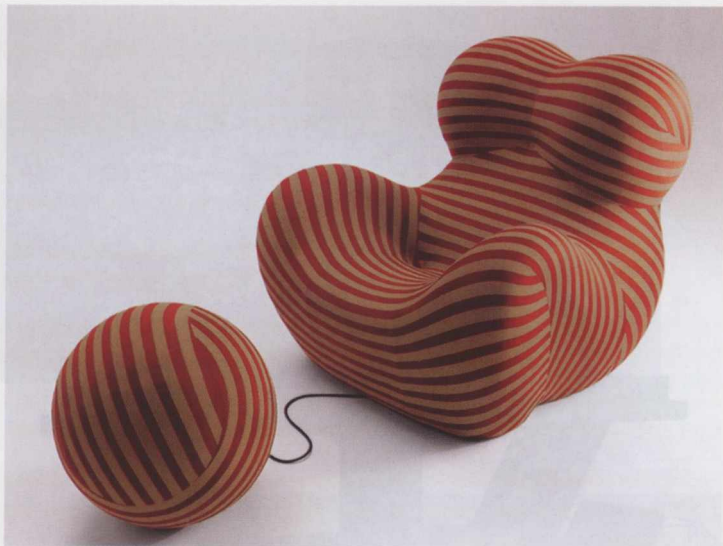


Рис. 43. Г. Пеше. Кресло (1969)



Рис. 44. Г. Пеше. Мебель (1969)



Рис. 45. Э. Коммасс. Carlton-cabinet (1981)



Рис. 46. Э. Коммасс. Пишущая машинка



Рис. 47. Р. Лоуи. Starliner (1953)

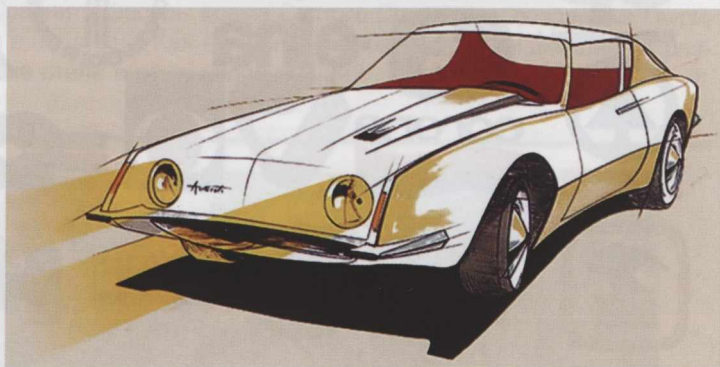


Рис. 48. Р. Лоуи. Studebaker Avanti (1962)

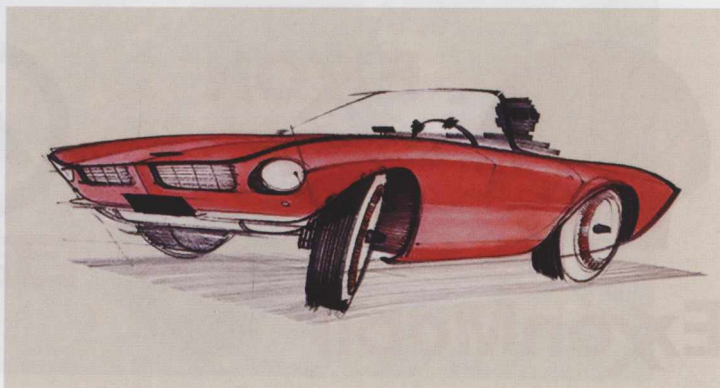


Рис. 49. Р. Лоуи. Эскиз. Studebaker Avanti (1963)



Рис. 50. П. Лоуи. Логотипы (1970-е гг.)



Рис. 51. П. Лоуи. Логотипы компании Shell (1960-е гг.)

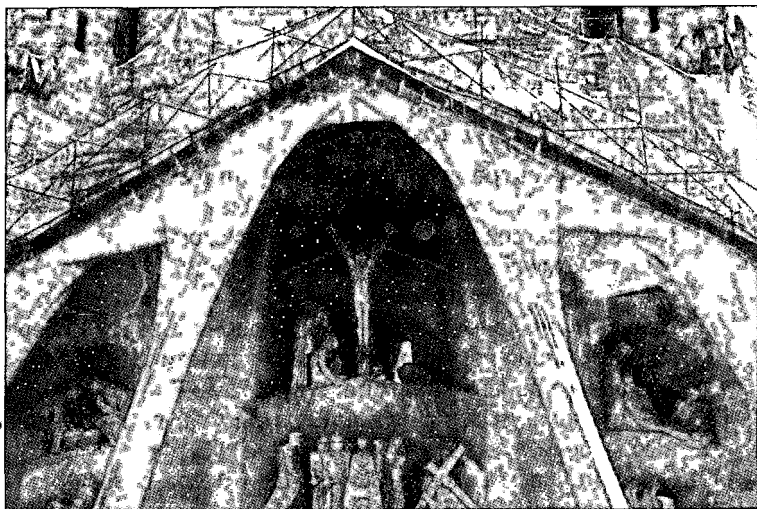
## ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

---

1. В каком году и в какой стране возник дизайн как профессиональная деятельность?
2. Охарактеризуйте викторианский стиль.
3. Какую роль сыграло Движение искусств и ремесел и его лидер Уильям Моррис в становлении дизайна?
4. Дайте характеристику западноевропейскому модерну как универсальному синтетическому стилю. Приведите примеры творчества ведущих мастеров.
5. Назовите основные черты стиля модерн в Западной Европе.
6. Какой принцип является ключевым в эстетике модерна?
7. Что нового привнес в архитектуру А.Гауди?
8. Как проявлялся дизайнерский подход А.Гауди к проектированию мебели?
9. Сравните фасады храма Святого Семейства, созданные Гауди, и в наши дни. Как вы считаете, правомерно ли смешивать разные стили в одном сооружении?



Восточный фасад храма Святого Семейства



Западный фасад храма Святого Семейства

10. Что наиболее характерно для живописи и графики А.Мухи?
11. Как художник Г.Климт воплотил в живописи черты модерна?
12. Дайте характеристику графике О.Бердсли. Как она повлияла на эстетику модерна?
13. Назовите характерные черты стиля Галле.
14. Чем занимался французский художник Р.Палик?
15. Какое произведение модерна вам нравится больше других? Обоснуйте свой выбор.
16. Какую программу выдвинула голландская группа «Де-Стейл»?
17. Как повлиял германский художественно-промышленный союз Веркбунд на становление европейского дизайна?
18. Какой вклад в развитие промышленного дизайна внес П.Бернс?
19. Что было главной задачей обучения в Баухаузе?
20. В чем заключалась деятельность Гропиуса в Баухаузе?
21. Дайте характеристику принципиальной схеме обучения в Баухаузе в виде концентрических колец.
22. Кто входил в интернациональную группу преподавателей Баухауза?
23. В чем состояла система преподавания Й.Иттена?
24. Какие идеи продвигал В.Кандинский в Баухаузе?
25. Охарактеризуйте основные этапы в развитии Баухауза.
26. Какие задачи обучения решали в Ульмском училище?

## 2.2. ДИЗАЙН В СТРАНАХ ЗАПАДНОЙ ЕВРОПЫ ВО ВТОРОЙ ПОЛОВИНЕ XX — НАЧАЛЕ XXI В.

Становление дизайна во второй половине XX в. было обусловлено определенными социокультурными условиями, эволюция которых влекла за собой эволюцию художественных принципов. Европейский послевоенный дизайн во многом развивался на основе идей, заложенных еще Баухаузом. Вместе с этим зарождались и различные национальные школы дизайна, имеющие свои отличительные черты. В Германии дизайн был очень прагматичным и тесно связанным с производством; английский дизайн был весьма традиционен, практичен и отличался отменным качеством; в Голландии дизайн формировался как часть государственной системы; швейцарский дизайн сосредоточился на том, что был прежде всего социально полезен, универсален и создавался на научной основе; для итальянцев был очень важен визуальный образ продукции и др. Своеобразно развивался скандинавский дизайн в таких странах, как Швеция, Дания, Норвегия и Финляндия. Тяжелый климат и суровая природа этих стран в сочетании с особенностями национального характера северных народов, их любовью и уважением к природе определили преобладание простых форм и теплых натуральных материалов в оформлении жилища, мебели, предметов быта. Самым популярным было, конечно, дерево и камень. Нехватка солнечного освещения обусловила любовь к белому цвету и светлым оттенкам. Еще в начале XX в. в Скандинавии родилась совершенно новая философия дизайна. На смену тяжелой резной мебели пришли простые функциональные предметы и гармоничное сочетание современных технологий и натуральных материалов. Истоки скандинавского дизайна в экологическом подходе к природе и в культуре, в удовлетворении потребностей обычных людей.

Самые известные скандинавские дизайнеры — финн Альваро Аалто и датчанин Арне Якобсен. Оба имели архитектурное образование. А. Аалто гнул березовую фанеру, называя свои заготовки «деревянными макаронами», и изготавливал из них мебель. Табуретки, столы и стулья от Аалто встречались даже в советских санаториях. А. Якобсен занимался комплексным проектированием; если ему необходимо было оформить какой-нибудь отель, то он продумывал все — от лестницы до ложки. Кресла-скульптуры из литых стекловолоконных форм «Лебедь» и «Яйцо» тоже были придуманы для отеля и стали всемирно признанными дизайнерскими шедеврами. В 1952 г. Якобсен завершил работу над стулом «Мура-

вей» (или «Модель 3100»), конструкция которого представляет собой фигурное сиденье из отформованной фанеры на трех тонких стальных ножках. Впервые спинка и сиденье стула были сделаны из одного куска фанеры. А. Якобсен превратил родной город Копенгаген в настоящее произведение искусства, насытив его дизайном начиная с аэропорта.

В каждой из Скандинавских стран были свои достижения: финны знамениты стеклом и фанерной мебелью; основные шедевры интерьера 1940—1950-х гг. делались в Дании; шведы известны идеей создания «базовой мебели», товарами фирмы ИКЕА.

С конца 1960-х гг. начинает развиваться постиндустриальное общество, отличительными чертами которого называют массовое распространение творческого, интеллектуального труда, качественно возросший объем информации и науки, возросшее их значение. В структуре экономики преобладает сфера услуг, науки, образования и культуры. Активно развиваются средства коммуникации. Компьютер играет центральную роль в обработке информации и передаче знаний. Постиндустриальное общество рассматривается как качественно новая ступень развития. Его еще называют информационным обществом.

В 1970-х гг. в дизайне быстрее всего развивался графический дизайн, связанный с разработкой корпоративных стилей, прикладной графикой. Активная деятельность дизайн-фирм приводит к тому, что в 1980—1990-х гг. дизайн становится весьма востребован в различных сферах производства, графики и рекламы.

Итальянская группа «Мемфис» как представитель *постмодернизма* в 1980-е гг. открыла путь антифункциональным направлениям в европейском дизайне, которые получили название «новый дизайн». Вместе с тем в Германии, Испании, Франции, Великобритании новый дизайн имел свои отличительные черты и пути развития. Общим для них всех было то, что они стремились к независимости от жестокого диктата индустрии и рациональности функционализма.

Корни постмодернизма берут свое начало в поп-культуре и радикальных течениях дизайна. В отличие от них постмодернизм был менее политичным и более успешным художественным направлением и стал интернациональным стилем. Он разрушил постулат «форма следует за функцией» и перестал категорично делить дизайн на «плохой» и «хороший». В 1970—1980-х гг. представления о постмодерне были далеко не однозначными. В конце XX в., когда произошло насыщение кричащими цветами и «косыми» формами, молодое поколение дизайнеров обратилось к поискам новых смыслов.

Среди выдающихся зарубежных мастеров современности следует выделить Ф. Старка с его приверженностью к эмоциональному дизайну, К. Рашида, возрождающего в своем творчестве ретро-традиции 1960-х гг., С. Загмайстера, создающего предметную типографику, и др.

### 2.2.1. Английский дизайн

В Англии в 1940-е гг. возникла острая необходимость повышения конкурентоспособности товаров. Для этого в 1944 г. при государственной поддержке был создан Совет по промышленному дизайну. Работа велась в двух направлениях: промышленников убеждали привлекать дизайнеров на производство, а у потребителей воспитывали эстетический вкус и требовательность к качеству товаров. Уже в 1949 г. Совет стал издавать журнал «Дизайн» для освещения актуальных проблем и пропаганды идей художественного конструирования. Лучшие образцы дизайнерских изделий демонстрировались на выставках.

Ведущие дизайнеры Англии (М. Блек, Ф. Эшфорд, Д. Рид, П. Ройли и др.) при всех различиях творческого почерка создавали легко узнаваемый национальный английский стиль интерьеров, тканей, посуды, мебели, упаковки и т. д. Они стремились соединить художественный и социальный потенциал «Движения искусств и ремесел» с достижениями модернизма (цв. вкл., рис. 26, 27).

В послевоенной Англии П. Ройли был организатором и пропагандистом службы дизайна. На первом этапе послевоенного развития дизайн в Англии находил применение в основном в области товаров широкого потребления. В 1960-е гг. дизайн все шире стал распространяться в область сложного промышленного производства, больше внимания стали уделять вопросам эргономики.

Для разработки комплексных проектов стали привлекать дизайнерские бюро. Многие государственные ведомства (железнодорожного транспорта, здравоохранения, просвещения, почтовое и др.) обратились к услугам дизайнеров для разработки фирменного стиля, проектирования интерьеров, фирменной одежды и т. д. Так дизайнерское бюро «Аттик» специализируется на проектировании таких брендов, как Adidas, Nike, General Motors и Toyota. В начале 1970-х гг. была создана знаменитая дизайн-студия «Пентаграм», а в 1960—1970-е гг. большую работу осуществляло одно из крупнейших лондонских бюро «Дизайн Рисерч Юнит» под руководством М. Блэка и М. Грея. Среди выполненных этим бюро проектов —

фирменный стиль авиакомпаний, комплексное решение всех станций и подвижного состава метрополитена в Лондоне и др.

Примечателен тот факт, что уже в первом десятилетии XX в. на линиях Бейкерлоо, Пикадилли и Северной (архитектор Лесли Грин) в архитектуре станций метро был заложен фирменный стиль, в том числе характерный рисунок под плитку. В 1920—1930-х гг. Чарльз Холден спроектировал несколько станций в стилях модернизм и ар-деко.

Знаменитый логотип лондонского метро рондо — красный круг с синей полосой и надписью UNDERGROUND поперек нее — был создан еще в XIX в., а затем усовершенствован в 1919 г. Эдвардом Джонстоном. Рондо встречается на всех станциях, часто на поперечной полосе написано их название. Форма круга стала популярной потому, что хорошо выделялась на фоне рекламных плакатов, которыми пестрели стены. Красно-сине-белая цветовая гамма логотипа без полутонов и мелких узоров сразу же привлекала внимание пассажиров (цв. вкл., рис. 28).

Многие станции имеют оригинальное и запоминающееся оформление интерьера часто в стиле рядом расположенных достопримечательностей. Например, на керамической плитке станции Бейкер-Стрит изображен профиль Шерлока Холмса (цв. вкл., рис. 29).

В 1960-х гг. на должность дизайнера-консультанта по выработке единого стиля линии метро Виктория был назначен британский архитектор и дизайнер Миша Блэк, а станции Юбилейной линии, построенные в 1990-х гг. в рамках 2-й очереди, проектировались ведущими архитекторами, такими как Норман Фостер, Майкл Хопкинс и др.

Внешний вид вагонов метрополитена Лондона в последние десятилетия не претерпел существенных изменений. Общая тенденция была направлена на скругление форм, увеличение размера окон для улучшения обзора и др. Значительно изменился интерьер вагонов. Они стали просторнее, были убраны лишние перегородки, массивные мягкие диваны заменены на легкие кресла. Поручни внутри вагонов на разных линиях окрашены в цвет соответствующей линии метро. Если линия метро на карте обозначена голубым цветом, то поручни в вагонах на этой линии будут голубые.

Знаменитые двухэтажные красные автобусы «Рутмастер» (Routemaster) — визитная карточка Лондона. Считается, что идея создания двухэтажного автобуса (Даблдекера) была вызвана необходимостью увеличения вместимости пассажиров при соблюдении действовавшего тогда в Лондоне ограничения на длину транспорта. Дверей в автобусе не было, пассажиры могли входить и выходить

непосредственно через открытую платформу в задней части салона. Внутри салона имелась лестница на второй этаж. Дизайн этих автобусов оставался неизменным почти 50 лет, только в последнее время были внесены некоторые необходимые технические усовершенствования в конструкцию, обеспечивающие экономичный расход топлива, бесшумность и возможность перевозки инвалидов. Некоторые двухэтажные автобусы имеют открытый второй этаж — их используют туристы для осмотра достопримечательностей (цв. вкл., рис. 30, 31).

Дизайнерская фирма «Конран дизайн групп», созданная в 1955 г., проектировала интерьеры офисных зданий и компьютерный центр фирмы IBM, кинотеатров, ресторанов, магазинов, а также разрабатывала фирменный стиль, упаковку, дизайн бытовых приборов, мебели; посуды и др.

Британский графический дизайнер Жерар Алан Флетчер (1931 — 2006) создал много известных логотипов. Например, оригинальный логотип Reuters (1965) состоит из 84 точек, а логотип V&A для музея Виктории и Альберта (1989) и логотип IoD для Института директоров используются и в наши дни.

Многие дизайнерские фирмы Англии выполняли заказы различного профиля и стремились к комплексному проектированию, созданию и укреплению национального фирменного стиля. Характерные черты английского дизайна — традиционность и качество. Это отвечает взглядам английского потребителя.

## 2.2.2. Дизайн в Германии

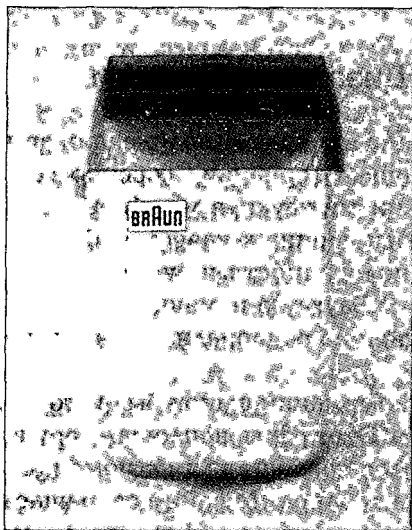
**Функционализм** в немецком дизайне пропагандируется как национальное достояние. В Германии, особенно в отраслях, связанных с новыми достижениями науки, в дизайнерских решениях культивируется особое отношение к качеству, безопасности, удобству пользования, технологичности и экономичности производства. Благодаря наследию Баухауза немецкий дизайн традиционно был связан с ориентацией на рационализм и минимализм выразительных средств.

В послевоенной Германии рынок был готов к принятию функционального стиля. Этот стиль воплощал веру в то, что общество можно сделать более совершенным с помощью развития массового производства товаров. Дизайн возвращается в русло европейского модернизма и далее движется к интернациональному стилю.

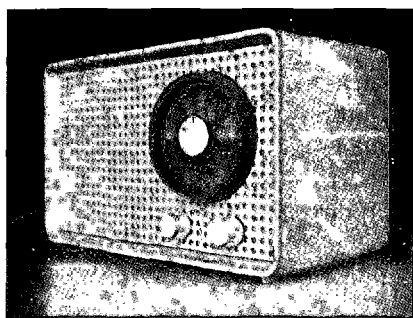
Веркбунд организует в 1951 г. Институт новой технической формы. Устраиваются временные передвижные выставки достижений дизайна, демонстрирующие техническую эстетику объектов, основанную на ясно выраженной функциональности и соответствии материалу. При этом в Германии продолжала вручаться федеральная премия «Хорошая форма» модернистским произведениям, тем самым продолжалась поддержка эстетических ценностей индустриального общества. «Хорошая форма» — это не только все, что просто и функционально, без лишней декоративности, но это еще и моральная оценка изделий.

С 1958 г. выходит журнал «Форм», среди инициаторов создания которого был и Вильгельм Вагенфелд, выпускник «Баухауза», который выступал за более разнообразную и свободную трактовку дизайна, в частности проектирования осветительной техники.

Ведущую роль в развитии немецкого дизайна сыграли бюро при мировых фирмах. Яркий пример достижения большого успеха в этом направлении — работа дизайнеров фирмы «Браун». В 1935 г. появился знаменитый логотип с приподнятой «А». Согласно легенде, увеличенная буква «А» похожа на радиолампу, которую и символизирует: «Браун» выпускала радио- и аудиоаппаратуру с великолепным дизайном, и скоро стала известна как производитель высококачественных проигрывателей, диапроекторов с автоматиче-



Электробритва «Браун»



Радиоприемник «Браун»

# BRAUN

Логотип фирмы «Браун»

ской подачей слайдов, недорогих транзисторных-приемников, электроприборов, кухонных машин, медицинских приборов и др. Данный период также отмечен началом производства электрических бритв, принесших компании мировую славу. Успех компании «Браун» объяснялся еще и тем, что в конце 1950-х гг. наступило пресыщение «обтекаемым» стилем в дизайне вещей, поэтому понравились геометрическая простота и лаконичность изделий «Браун». Новизна формы обеспечила им на определенное время превосходную конкурентоспособность.

В 1955 г. дизайнером фирмы «Браун» стал Дитер Рамс, который до максимальной степени развил функционализм продукции. В 1956 г. появляется собственное отделение дизайна, в котором удастся достичь определенных высот. В 1961 г. Рамс был назначен директором дизайн-бюро, а в 1988-м — генеральным уполномоченным компании. Рамс считал, что «хороший дизайн» должен быть незаметным, понятным, долговечным, экологичным и инновационным. Проще говоря, «хороший дизайн» — это минимум дизайна. За 30 лет Рамс спроектировал более 500 изделий. Благодаря ему дизайн фирмы «Браун» для многих стран стал образцом «хорошего дизайна».

Прежде всего Рамс ввел в радиотехнику более светлую гамму, использовал пластмассовые корпуса, отказался от тяжеловесных темных ящичков с лакированной поверхностью, накладными металлическими полосками и затянутым тканью репродуктором. Среди его первых проектов радиоаппаратуры — радиола со светлым деревянным корпусом, белой панелью и прозрачным колаком. За ней последовали и другие стильные, качественные и удобные приборы: тепловентиляторы, электрические часы, портативные проигрыватели для грампластинок, бритвы, кофеварки, утюги и др.

Формы всех изделий имели прямоугольные очертания со слегка скругленными углами.

Стиль «Брауна» — это отсутствие всяких декоративных накладок, профилей, цветовых пятен, имитации материалов, это скромная колористическая гамма, построенная на тонких оттенках серого цвета, сочетании черного и белого. Это — «экономный» стиль; создание цельного образа самыми простыми и минимальными средствами. Данный стиль — заметное явление в мировом дизайне.

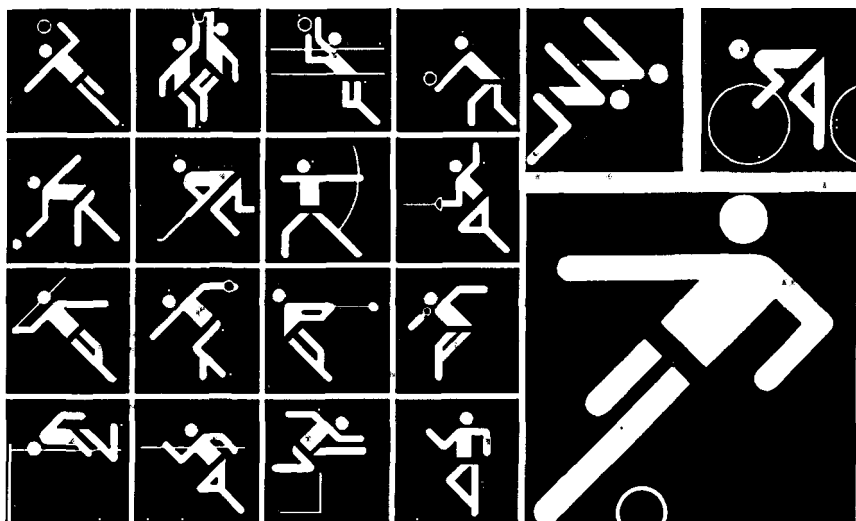
Дизайн-бюро «Гутелот-дизайн», основанное в Германии голландским архитектором и дизайнером Гансом Гутелотом, было открыто в 1958 г. в новом районе г. Ульма и стало международным исследовательским дизайн-центром. При этом Г. Гутелот еще преподавал в Ульмской школе. Бюро состояло из следующих отделов: промышленный дизайн; графический дизайн; визуальные коммуникации; фотолаборатория; модельная и макетная мастерская; выпускающая мастерская. Эта модель диктовалась структурой и организацией немецкой промышленности 1970-х гг. Среди заказчиков «Гутелота» были такие фирмы, как «Варта», «Браун», «Дорнье», BMW, «Кодак».

В истории мирового дизайна разработка графического стиля мюнхенской Олимпиады 1972 г. считается образцовой (бюро Отла Айхера). Главной особенностью в оформлении Олимпиады было стилистическое единство системы знаков, цветовой гаммы, правил их использования. Все пиктограммы были построены на основе единой графической сетки с вертикальными и диагональными (под углом 45°) направлениями. Элементы фигур спортсменов, олицетворяющих различные виды состязаний, были обобщены до простых геометрических форм с учетом сохранения характерных движений. Этот набор пиктограмм затем использовался еще в 1976 г. на летней Олимпиаде в Монреале и в 1988 г. — на зимней Олимпиаде в Калгари.

О. Айхер принимал участие в разработке логотипа Олимпиады, который как бы символизировал лучи солнца, однако имел достаточно сложную структуру и был весьма инновационным. Удивительный факт, что в это же время в Мюнхене создать свою серию пиктограмм хотел и В. Кандинский, однако удалось это сделать и на очень высоком уровне именно О. Айхеру.

Интересна также лаконично решенная серия олимпийских графических плакатов, которые даже сегодня выглядят весьма современно по цветовому и композиционному решению (цв. вкл., рис. 32—35).

Работа, сделанная группой Айхера для Олимпиады поистине огромна. Кроме этого, О. Айхер известен как создатель **концепции**

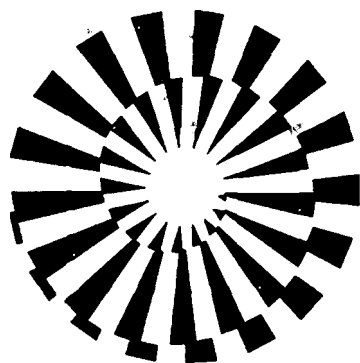


Пиктограммы для Олимпиады в г. Мюнхене (1972)

**корпоративной идентичности**, включающей разработку не только фирменного стиля компании, но и ее философии. Так, он вместе с командой проектировал логотип и фирменный стиль компании Lufthansa (национальной немецкой авиакомпании), включая все — от униформы до билетов.

Дизайнер Айхер также выдающийся типограф. В 1988 г. он выпускает книгу «Типография» и создает свой знаменитый шрифт Rotis. Им были разработаны логотипы компаний ERCO, FSB, Vulthaup, аэропорта Мюнхена и др. Эти логотипы, весьма лаконичные по своему решению, опережали свою эпоху, а затем стали классикой. Интересно отметить, что эти компании высоко оценивают сотрудничество с Айхером и считают, что дизайн ощутимо повлиял на развитие их бизнеса, становлении их бренда как такового.

В 1980-х гг., при сохранении фундаментальных принципов, в немец-



## Munich1972

Логотип Олимпиады  
в г. Мюнхене (1972)

ком промышленном дизайне происходят изменения в детализации формы, более тонкими становятся ассоциации, с которыми дизайнеры связывают восприятие вещи.

В последующие десятилетия в Германии наряду с промышленным успешно развивается графический дизайн. Например, дизайнер Ландор Волтер (родился в г. Мюнхене), стал знаменитым благодаря созданию логотипа для фирмы FedEx. Одной из самых престижных федеративных наград является премия за дизайн, в 2013 г. в области коммуникационного дизайна она была вручена Уве Лешу за выдающийся вклад в дизайн. Он родился в 1943 г., изучал графический дизайн в Дюссельдорфе. В 1968 г. он основал собственную студию и с тех пор работает графиком и оформителем по заказам издательств, промышленных предприятий и все чаще — социальных и культурных учреждений. Он много лет преподавал графический дизайн. В начале 1980-х гг. Уве Леш стал широко известен за пределами Германии благодаря созданию необычных плакатов и проведению художественных акций.

Успех мастеров немецкого дизайна 1950 — 1960-х гг. перешел по эстафете к нынешним поколениям молодых, талантливых дизайнеров, которые работают сегодня со всемирно известными брендами.

### 2.2.3. Голландский дизайн

Художники и дизайнеры в Нидерландах имеют серьезную государственную поддержку. Современный голландский дизайн, с одной стороны, тесно связан с традиционным декоративно-прикладным искусством — производством глазурованной посуды: дельфтским и роттердамским фаянсом, облицовочной плиткой для очагов с узорами, ткачеством гобеленов, кружевоплетением и др., а с другой — открыт для экспериментов.

Голландский дизайн многолик, является «стилем стилей», для него характерны освобождение от догм, сочетание не сочетаемого, ирония над обыденностью, эксперименты с формой и материалами, экологичность и др. Расцвет идей модернизма, искавших вневременной интернациональный подход к дизайну, как раз пришелся на послевоенное время (1950 — 1960-е гг.).

Графический дизайн в Голландии всегда отражал исторические, экономические и социальные условия развития страны. С 1960 — 2010-х гг. он становится неотъемлемой частью повседневной жизни и государственной системы Нидерландов. Например, с 1960-х гг.

почта Голландии заказывает дизайн своих марок ведущим дизайнерам мира, в 1975 г. Геррард Унгер разработал шрифты для вывесок Амстердамского метро, а в 1997 г. — шрифты для ANWB, используемые с тех пор в указателях велосипедных и пешеходных дорог на территории Нидерландов.

Герт Думбар — один из пионеров общественного дизайна — основал собственную студию в 1977 г., реализующую социальные проекты: инфографика — уличная и внутренняя навигация (аэропорты, вокзалы); фирменные стили муниципальных организаций от железных дорог до полиции Голландии. В 1980-е гг. Отл Оксенар проектирует самые красивые в Европе банкноты — голландские гульдены, на которых изображены птицы, подсолнухи Ван Гога, а не политические деятели.

Первым в Голландии агентством, которое занималось дизайном в самом широком смысле этого слова, было агентство «Тотал Дизайн» (Total Design). Одним из основателей стал известный графический дизайнер Вим Кроувел, и в принципах работы, которые провозгласило агентство, угадываются взгляды самого Вима. Он, разрабатывая фирменный стиль компании, дизайн почтовых марок, каталогов, плакатов, использовал в своем творчестве только четкие формы, линии, решетки, точки, геометрические фигуры. Наиболее радикальный эксперимент Кроувела в типографике — шрифт New Alphabet, предназначенный для первых электронных приборов набора текста. В этом шрифте нет диагоналей и кривых линий, а сами буквы по ширине такие же, как по длине. Этот шрифт построен по модульной сетке, где для каждой буквы найдено свое место, где каждая буква — часть решетки, часть матрицы. Излюбленные приемы Кроувела схожи с идеями русских конструктивистов начала XX в.

В 1970-е гг. состоялись знаменитые дебаты между Вимом Кроувелом и Яном Ван Торном, провозгласившим новый подход к дизайн-проектированию, где на смену строгой функциональной логики модернизма предлагался интуитивный и экспериментальный метод, делавший зрителя полноправным соавтором художественного образа. Вызвать эмоциональное переживание, врезаться в память, сделать это индивидуально, по-своему — вот чего добивался Ян Ван Торн. Важно отметить, что до настоящего времени оба мастера (Кроувел и Торн) продолжают активно участвовать в развитии современного дизайна, и оба подхода востребованы.

Ян Ван Торн создает очень радикальные проекты в области графического дизайна. Он сосредоточен на передаче смысла, разворачивает проблему в своих работах так, что она проникает в сознание. Его проекты, такие как плакаты и каталоги для музея



Ян Ван Торн. Графический дизайн.

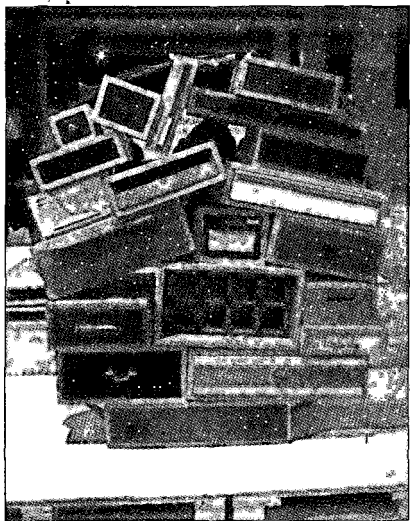
в Эйндховене, а также многочисленные серии календарей, демонстрируют оригинальные композиционные решения и становятся незабываемыми.

В 1980—2010-е гг. Ирма Боом, последовательница Яна Ван Торна, создает книги экспериментального формата и оформления (более 250), обладающие эмоциональной выразительностью и оригинальностью. Она делает книги яркие, красивые, с замечательными прорезями-окошечками, через которые видны другие страницы. Ирма создает свои книги как объекты, которые пересказывают заложенный в них смысл, устанавливая диалог с чувствами людей (цв. вкл., рис. 36—39).

С 1990-х гг. наступает расцвет голландского индустриального дизайна. Концептуальный подход, представленный дизайн-студией «Дрог» (Droog), — начало творческого пути ключевых промышленных дизайнеров 1990—2010-х гг.: Марселя Вандерса (традиции и элегантность), Юргена Бея (экология и эксперименты с формой), Тео Реми (рециклинг/переработка старых вещей и идей), Хеллы Юргениус (индивидуальная керамика), Ричара Хуттена (новый функционализм), Пика Хайна Эйка (экология и вторичное использование материалов).

Уникальный дизайн продукции крупнейшей мировой компании Филипс (Philips), основанной в г. Эйнховене в 1891 г., объединяет в себе как традиционные понятия дизайнера, так и совершенно новые перспективы в этой области. Компания постоянно разрабатывает новые технологии и совершенствует свою продукцию: лампочки, бытовую электронную и медицинскую технику, потребительские товары и др. Среди достижений Филипс создание радиоприемников, рентгеновских установок, оборудования для кардиологии, компакт-кассет, электробритв, мультиварок, плоских телевизоров и др. Дизайнерские решения этой продукции всегда соответствуют местному образу жизни и привычкам людей, основаны на глубоких исследованиях целевой аудитории и окружающей среды.

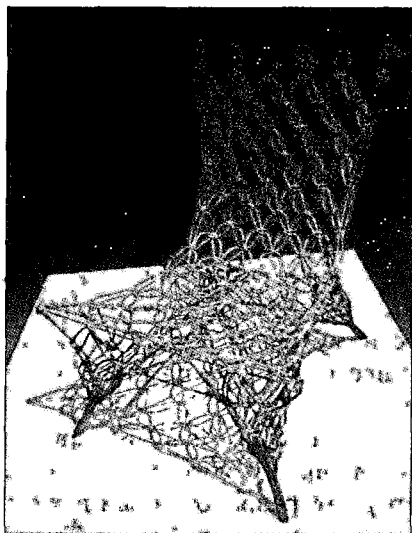
Компания Droog была основана в 1993 г. в Амстердаме. С самого начала фирма стала производить мебель, светильники и аксессуары. Каждый предмет, разработанный в этой студии, удивляет своей простотой формы и чистотой идеи. Тейо Реми (Tejo Remy), например, разработал Chest of drawers — своеобразный комод, где джутовым ремнем были скреплены как новые, так и старые ящики различной формы и окраски. В этом же году дизайнер придумал и лоскутный стул из текстиля, который скреплен несколькими стальными прутьями.



Тейо Реми. Комод из ящиков

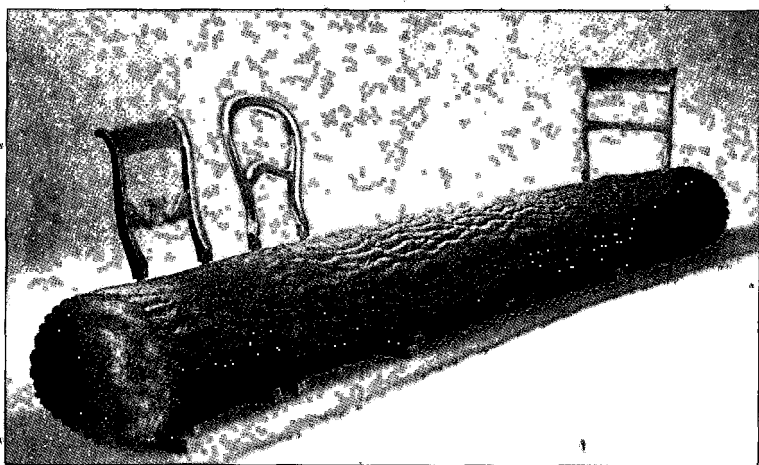


Тейо Реми. Стул из текстиля



*Марсель Вандерс. Кресло из шнура*

В 1993 г. была выпущена, пожалуй, самая знаменитая люстра компании Droog — 85 Lamps. Ее название говорит само за себя. Роди Грауманс (Rody Graumans), разработчик этой люстры, собрал воедино 85 стандартных лампочек и подвесил каждую на длинном проводе черного цвета. В результате получился необыкновенной красоты



*Юрген Бей. Скамья-бревно*

цветок, которые чаще всего «расцветает» в холлах общественных помещений. Другой удачной разработкой стало кресло Марселя Вандерса (Marcel Wanders), сплетенное из шнура (1996), пропитанного эпоксидной смолой. Благодаря смоле стул представляет собой крепкий каркас, который выдерживает взрослого человека.

В 1999 г. Droog выпустила оригинальную скамью-бревно (Tree-trunk bench) со спинками от стульев. Она была придумана нидерландским дизайнером Юргеном Беем (Jurgen Bey). На таком бревне сидеть удобнее. Предлагается покупать комплект спинок из трех штук, а ствол дерева необходимо найти. Считаем такой подход ярким примером 100%-ного дизайна, сочетающего пользу, прочность и красоту.

Голландское образование в области дизайна привлекает студентов со всего мира. Новое поколение выпускников Академии Дизайна в г. Эйндховене и Нидерландской академии искусств и дизайна им. Геррета Ритвельда в г. Амстердаме вносит свой вклад в развитие традиций дизайна.

## 2.2.4. Швейцарский (интернациональный) стиль

В истории интернационального стиля и функционализма особую роль сыграл швейцарский дизайн. Значительный вклад в историю международного дизайна внесли дизайнеры-графики. Швейцарская школа графического дизайна имеет три основных этапа: период становления (1930-е — первая половина 1940-х гг.), интернациональный стиль (вторая половина 1940-х — 1960-е гг.), типографика «новой волны» (1970 — 1980-е гг.). **Интернациональный стиль** был вызван потребностями крупных корпораций в системах идентификации. Дизайн в швейцарском стиле становится социально полезным, универсальным и научным. Визуальное оформление основано на четкой структуре, чистой геометрии и абстракции. Эстетика интернационального стиля требовала отказа от исторического декора, национальных культурных особенностей в пользу прямых линий и геометрических форм. Швейцарский стиль, иначе называемый также «интернациональным», вытекает из поисков художников-графиков Я. Цихольда и Й. Мюллера-Брокманна. Продолжив исследования немецких типографов в 40 — 50-е гг. XX в., швейцарцы создали новые виды шрифтов без засечек, облегчающие чтение и запоминание текстов. Уже в 1950-е гг. швейцарская типографика определяла лицо большинства швейцарских и мировых культурных

институтов и корпораций. Швейцарский стиль способствовал созданию массовой и универсальной коммуникации. Типографика становится языком общения. Э. Рудер развивает основные принципы типографики, четко ориентированные на решение конкретной задачи: удовлетворять требованиям удобочитаемости дизайн-макета.

Большая заслуга швейцарской школы графического дизайна состоит в разработке методики применения модульной сетки (Джозеф Мюллер-Брокман), организующей пространство. Особое внимание было уделено аккуратности набора, выровненного только по левому краю (флаговая композиция), удобочитаемости шрифтов без засечек (Гельветика, Универс и др.). Отличительным признаком стиля также являлись функциональность, простота, лаконичность, точность, свободное пространство, использование ярких открытых цветов, работа с формой и с контрформой. Вместо графических иллюстраций стали использовать фотографии.

С середины 1950-х гг. в швейцарская школа стала завоевывать мировое признание. Универсальные принципы рационализма были применимы во всех сферах дизайна и в архитектуре. Новый стиль оказался наиболее востребованным в сфере визуальной идентификации событий международного масштаба.

В 1970—1980-е гг. классические принципы швейцарского интернационального стиля сменились постмодернистскими тенденциями *типографики «новой волны»*. Лидером швейцарской школы типографики стал Вольфганг Вейнгарт (р. 1941), профессор художественно-промышленной школы в Базеле. Вейнгарта увлекали эксперименты с прозрачными пленками, свободное конструирование типографики с помощью фотонабора. Он поощрял творческую фантазию дизайнера, экспрессию и динамику, протестовал против скованного рамками швейцарского стиля. Творчество Вейнгарта породило свободную типографику нового типа, которая стала целым направлением современного графического дизайна. На смену международному стилю пришел *«типографический панк»*.

## 2.2.5. Итальянский дизайн

Италия до Второй мировой войны ничем особенным в области дизайна не выделялась, но сегодня итальянский дизайн признан лучшим в мире практически во всех областях (автомобили, мода, мебель, офисная техника, предметы для сервировки стола и др.). Такие дизайнеры, как Джованни Понти, Алесандро Мендини, Этторе Соттсасс, Гаэтано Пеше, известны далеко за пределами своей

родины. В послевоенное время Италия одна из первых все силы бросила на развитие промышленности, чтобы обеспечить людей необходимыми для жизни и красивыми предметами. Главным достижением итальянского дизайна, безусловно, было то, что производители сделали ставку на дизайнеров и дали им полную свободу.

В конце 1940-х гг. возникает выражение «*стиль Оливетти*», благодаря выпуску сенсационных по своим эстетическим качествам моделей пишущих машинок фирмой «Оливетти». Это был большой успех дизайнерских групп, созданных на фирме. В 1960—1970-е гг. фактически стиль продукции этой фирмы определен образцами, созданными Марио Беллини. Важно, что «стиль Оливетти» стал сам формировать эстетическое восприятие, вкус и потребности заказчика. Визуальный образ продукции стал символизировать основополагающие принципы не только проектирования, но и вообще функционирования данной фирмы. «Стиль Оливетти» остается и поныне в авангарде мирового дизайна.

В середине 1950-х гг. были достигнуты первые успехи в дизайне транспорта (мотороллер «Веспа»), костюмов, в проектировании бытовой техники и др.

Дизайн Fiat конца 1970-х гг. создал Альдо Сессано, а Данте Джакоза проектировал Fiat 124, модель которого послужила основой для всех отечественных «Жигулей». Этот стиль копировали дизайнеры многих японских и европейских автомобилей тех лет.

Настоящий успех к итальянским дизайнерам пришел в середине 1960-х гг., когда организаторы знаменитого миланского салона-выставки ISaloni представили специальный раздел по дизайну мебели. Они заставили весь мир заговорить об итальянском дизайне как о новом явлении. На такие невиданные формы, необычные материалы и технологии не осмеливались фабрики других стран. Итальянская индустрия мебели пошла по новаторскому пути, не боясь смелых экспериментов как в решении конструкторских задач, так и в области поиска материалов (многослойная древесина, прозрачный мрамор, серебро, пластмассы и др.). Например, в дизайне мебели все активнее применяются пластмассы в виде достаточно крупных изделий, сравнимых уже с элементами архитектуры. Так, Дж. Коломбо предложил проекты многофункциональных пластмассовых блоков для жилища. Он начинает вводить в дизайн жилого интерьера универсальные вещи — полки, стеллажи, ящики, которые можно рассматривать как своеобразную скульптуру.

В этот период Марко Занузо разработал новый проект складного телефонного аппарата, позволивший сделать его более компакт-

ным. Сложенная в виде квадрата радиоло «Тотем» известного дизайнера и архитектора Марио Беллини — первый итальянский образец стиля хай-тек.

В 1970-е гг. приходит мода на рубленые формы. Принцип «мембраны», изогнутых форм продолжает существовать в основном только в проектировании мебели. Новое поколение архитекторов и дизайнеров не желает больше проектировать элегантные изделия, возник радикальный дизайн, который был своеобразной реакцией на господствующий в то время «Хороший дизайн». Более применимое на практике, чем радикальный дизайн, направление **«Анти-дизайн»** отличалось несколько большей экспериментальной направленностью и политизацией.

Классическим образцом «Антидизайна» является кресло-мешок Сассо итальянских дизайнеров (Пьеро Гатти, Чезаре Паолини, Франко Теодоро, 1968). Кожаная оболочка, наполненная пластмассовыми гранулами легко принимает форму каждого сидящего. Только вставать с такого кресла не очень удобно, так как не на что опереться.

К середине 1970-х гг. радикальный дизайн пережил пик своего расцвета, надежды на социальные изменения через дизайн и архитектуру не оправдались. Но это течение вымостило путь для появления новых лидеров «Алхимии» и «Мемфиса», эффективно и все-сторонне обновивших итальянский дизайн. Подвергая сомнению установившиеся в дизайне каноны, лидеры радикального дизайна заложили теоретические основы стилистическому направлению **«Постмодернизм»**, которое зародилось в конце 1970-х, а получило расцвет в 1980-е гг., появляется понятие — *визуальный язык*.

В 1980-е гг.; которые во всем мире стали десятилетием дизайна, когда дизайн начал играть ключевую роль не только в маркетинге и рекламе, но и в формировании личного стиля потребителя, итальянский дизайн подтвердил свою репутацию лидера. Самым влиятельным в мировом дизайне этого периода был стиль, разработанный участниками итальянской группы «Мемфис».

Во второй половине XX в. активно развивались несколько направлений итальянского дизайна. Во-первых, в сфере дизайна интерьеров, мебели, светильников проявилась традиционно сильная школа архитектурного проектирования. Во-вторых, не менее сильная инженерная школа демонстрировала умение работать с новым материалом и новыми технологиями в сфере автомобильного дизайна и инженерного конструирования.

Итальянский дизайн продолжает двигаться по новаторскому пути, не боясь экспериментов и провокаций. В истории итальян-

ского дизайна постоянно происходит смена стилей и направлений. Характерные черты этого дизайна — эмоциональность, яркость и свежесть идей, открытость к исследованиям и экспериментам, смелость в использовании новых материалов. Проектируя оригинальные и радикальные вещи, итальянские дизайнеры никогда не забывают об их функциональности и комфорте.

Кресло Getsuen Масанори Умеда, придуманное в 1990-м, как раз положило начало экспериментальному формообразованию в мебели на основе флоры. Кресло входило в так называемую Flower Collection. Getsuen напоминает цветок лилии: Каркас кресла сделан из стали, наполнитель из полиуретана. Для удобства передвижения дизайнер прикрепил к основанию металлические колесики в пластиковой оболочке (цв. вкл., рис. 40). В 2007-м компания выпустила новую версию кресла, усыпанную кристаллами Swarovski, благодаря чему оно светится в темноте: Getsuen, кстати, переводится с японского как лунный сад. Не менее известно кресло Rose в виде распутившегося цветка розы.

Общий мощный всплеск итальянского авангардного дизайна (А. Мендини, Дж. Коломбо и др.) стал источником идей постмодернизма.

**Джованни Понти** (1891 — 1979) — итальянский архитектор, дизайнер, публицист. Родился в Милане. В 1921 г. Понти закончил архитектурный факультет Миланского политехнического университета и открыл свое первое архитектурно-дизайнерское бюро. В 1923 г. он участвовал на первой Биеннале декоративных искусств в Монце. В 1923 — 1930 гг. дизайнер работал на Фабрике керамики Ричарда Гинори в Милане. Для мебельной компании Cassini Понти создал модели стульев, кресел и диванов. Еще он занимался дизайном стеклянных бутылок, кофеварок и ламп для различных компаний. Модель лампы Villia до сих пор выглядит довольно современной. В 1928 г. Понти основал журнал Domus, который является одним из первых архитектурных журналов. В 1941 — 1947 гг. работал над журналом Stile. С 1936 по 1961 г. Понти читал лекции по архитектуре в родном университете. Понти был одной из центральной фигур в архитектурном возрождении Италии в XX в.

**Алесандро Мендини** (род. 1932) — итальянский дизайнер, архитектор, художественный критик, активный деятель «радикального», а позднее «нового» дизайна. С 1970 г. работал главным редактором архитектурного журнала Casabella, вывел его издание на международный уровень. В 1977 г. Мендини учредил собственный журнал Modo, затем стал главным редактором журнала Domus. Оба этих журнала являлись передовыми центрами «нового дизайна». В 1970—

1980-х гг. Мендини создал ряд инсталляций, как самостоятельно, так и совместно с авангардными театральными группами («Городской интерьер», «Бесконечная мебель»). Мендини был главным редактором журнала *Olio* (1980—1990-е гг.), одним из основателей радикальной архитектурной школы *Global Tools*. Позднее стал лидером студии «Алхимия». Среди архитектурных произведений Алессандро Мендини наиболее известные: Музей Гронингер в Нидерландах, Башня Рая в Хиросиме, театральный комплекс в Ареццо и др.

Основные направления его дизайнерской деятельности: «ре-дизайн» — ироничный, веселый взгляд на классические предметы дизайна; «банальный дизайн» — подчеркнутая насмешка над интеллектуальной бедностью индустриального общества. Яркими примерами являются кресла «Суперлегера» и «Василий», ре-дизайн венского стула, кресло «Пруст». Серия Мендини «Бесконечная мебель» (*Mobile Infinito*, 1981) давала широкие возможности трансформации, позволяя потребителю самому составлять различные комбинации и участвовать, таким образом, в творческом процессе.

Одновременно с организационно-издательской и теоретико-критической деятельностью Мендини обращается к дизайнерскому проектированию, делая острые, «радикальные» вещи. Среди наиболее известных его проектов такого рода — кресло «Пруст» (ателье «Алхимия», 1978), (цв. вкл., рис. 41), мебель-растение *Kaktus* (1981), кресло и кушетка *Sabrina* (1982), кофейный сервиз (1983), кресло «Сан Леонардо» (1985), «Метафизическая мебель» (1985), серия малой мебели — зеркала, вешалки, полочки, столики, табуреты и пр., серия столов «Макаоне» (1987), модели часов *Cosmesis* и *Metroscape* (1994), декор для обивочных тканей, декоративные покрытия для пола, отделочной плитки и др.

Большой популярностью пользовалась серия кухонных приспособлений «Анна» в виде антропоморфных фигурок с одинаковым условным лицом Анны: Анна-свеча, Анна-время, Анна-перец, Анна-штопор и т. д. Коллекция стала одной из самых продаваемых в середине 1990-х гг. (цв. вкл., рис. 42).

В кресле *Proust A.* Мендини переосмыслил стиль Людовика XV в духе постмодернизма — рисунок обивки кресла должен ассоциироваться с бесконечностью времени. Дизайнер соединил классическую форму кресла эпохи рококо с современной обивкой, расписанной отдельными мазками, вызывающими ассоциации с картинами импрессионистов.

Дизайнерские объекты А. Мендини представлены во многих музеях мира: экспозиции Музея современного искусства и в Метрополитен-музее в Нью-Йорке, в Центре Помпиду в Париже и др.

**Гаэтано Пеше (1939)** — выдающийся дизайнер, один из самых ярких представителей арт-дизайна. В 1959 г., окончив архитектурный факультет Венецианского университета, выставляет свои математико-изобразительные работы в Высшей школе формообразования в Ульме. Затем резко отказывается от жесткого рационализма и структурной дисциплины формы и обращается к поискам гибкого художественно-проектного языка и ассоциативной содержательности пластики в русле нарождающегося «радикального движения» (серия кресел из полиуретана UP, 1969): Кресла упаковывались под давлением и поступали к заказчику в плоских коробках, а при вскрытии упаковки начинали на глазах обретать форму и объем. В 1970-е гг. Гаэтано Пеше активно погружается в жизнь итальянского архитектурно-дизайнерского авангарда, проявляя повышенный интерес к концептуальному средовому проектированию, в частности в форме выставочных инсталляций. Он работает по всему миру, много преподает, продолжая развивать в мебели-скульптуре пластические и технологические темы «жесткого—мягкого». Гаэтано Пеше ввел новые методы строительства без опор, возведя в Авиньоне маленький ресторан из силикона.

Кресло UP 5 Donna с легко опознаваемыми женскими формами — характерный пример арт-дизайна: направления, приверженцы которого стремились слить воедино дизайн и художественное творчество. Пуфик в виде шарика привязан к креслу на веревочке. Надувное кресло сделано целиком из полиуретана, без жесткого каркаса. Оно продавалось в спрессованном виде, раскрывалось и обретало форму на глазах у покупателя (цв. вкл., рис. 43, 44).

В семейство UP входит несколько предметов мебели (кресла, пуфики и др.), а также гигантская ступня — декоративное украшение интерьера. Гаэтано Пеше разрабатывал линию так называемого «эмоционального» и «поведенческого» дизайна, когда создание того или иного объекта спровоцировано личным опытом. Так, семейство UP отражает его восприятие женщины.

Пеше постоянно в творческом поиске. Его мебель отличается чувствительностью, яркостью красок с применением оригинальных синтетических материалов. Дизайнер ставит цель улучшить психологическое состояние и жизнь человека.

В 1980-х гг. по инициативе итальянского дизайнера Э. Соттсасса в г. Милане была создана **группа дизайнеров «Мемфис»**. Сначала она существовала как отделение студии «Алхимия» (рук. Алессандро Мендини), в которой создавались экспериментальные работы, не предназначенные для серийного промышленного производства. Затем группа «Мемфис» приобрела самостоятельность. В 1981 г. с целью продвижения нового направления в дизайне была издана

книга «Мемфис, новый интернациональный стиль»: Творения этой группы, отличающиеся неожиданными комбинациями форм, конструкций, цвета, первоначально делались ради эксперимента. Работы выделялись также тем, что для них использовали новые материалы, например поливинилхлорид, который сделал возможным появление надувных кресел, диванов и даже ламп. Ламинат, стекло, сталь, оцинковка, алюминий стали применяться в дизайне мебели и интерьеров совершенно по-новому. Использовалась парадоксальная смесь форм, текстур, фактур и материалов. Плоскости окрашивались в яркие цвета и декорировались. Многие из объектов мебели выглядели как детские игрушки, увеличенные в размерах.

Своеобразным знаком «Мемфиса» стала этажерка, спроектированная Этторе Соттсассом. Она напоминает карточный домик, состоящий из ярко окрашенных плоскостей под различным наклоном. Верхняя часть этажерки похожа на человечка. Если положить на полки книги, то они обязательно встанут под наклоном к боковым поверхностям и добавят динамичности (цв. вкл., рис: 45).

Дизайнеры стремились к обновлению чувства вещи, к формированию нового взгляда на привычное окружение: «Мемфис» соединяет авангардную эстетику с вполне приемлемыми образами традиционной вещи. Постепенно стиль «Мемфис» распространился с дизайна мебели на архитектуру, среду в целом и получил признание. Пространство дизайна оживили ирония и игра. Экзотика с помощью «Мемфис» стала нормой существования.

Члены группы «Мемфис» занимались дизайном промышленных изделий, интерьеров, проектами визуальных коммуникаций по всему миру. Дизайнеры разработали новую свободную типографику, которая стала сенсацией в мире дизайна. Они виртуозно смешивали декоративные стили прошлого, включая Art Deco, китч 1950-х гг. и футуризм. «Мемфис» как организация и творческое направление, отказавшееся от функционального дизайна, открыло путь новым направлениям.

**Этторе Соттсасс** (1917—2007) — выдающийся дизайнер, архитектор, художник, теоретик и философ проектной культуры. Символ «итальянской альтернативы» в дизайне и основатель знаменитого объединения «Мемфис». Соттсасс был ведущей фигурой радикального дизайна в 1970-х и стал одним из самых выдающихся представителей пост-модернизма в дизайне 1980-х гг. Работы Соттсасса игривы, красочны и оригинальны.

Благодаря своим новаторским идеям к началу 1960-х гг. Соттсасс завоевывает широкую популярность в среде альтернативного ди-

зайна. Но одновременно с этим Соттсасс завоевывает репутацию «серьезного» промышленного дизайнера, в частности, своими проектами для фирмы «Оливетти» (цв. вкл., рис. 46).

О большую роль в пропаганде передовых идей итальянских дизайнеров играют выставки и многочисленные журналы: «Домус», «Абитгаре», «Интерни», «Модо» и др. Они способствуют подъему престижа профессии дизайнера. Многие работы итальянских дизайнеров не только используются по своему назначению, но и находятся в коллекциях современного искусства различных музеев мира как самостоятельные художественные произведения.

## ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

---

1. Какие тенденции обусловили развитие западноевропейского дизайна во второй половине XX в.?
2. Как повышение конкурентоспособности товаров повлияло на развитие дизайна в Англии в 50—70-е гг. XX в.?
3. Какие позиции развивали в своем творчестве немецкие дизайнеры в послевоенные годы?
4. Как сочетаются в голландском дизайне традиции и экспериментальный поиск?
5. В чем состоит заслуга швейцарской школы графического дизайна?
6. Назовите характерные черты итальянского дизайна.
7. Сравните между собой рациональный и эмоциональный дизайн.
8. Расскажите как развивался итальянский автомобильный дизайн.
9. Что отличало стиль Оливетти?
10. Охарактеризуйте творчество А. Мендини.
11. Сравните кресла М. Умеда, А. Мендини и Г. Пеше по форме, цвету, конструкции и образной характеристике (цв. вкл., рис. 40, 41, 43).
12. Какую линию дизайна разрабатывал Газтано Пеше? Приведите примеры.
13. Чем отличаются работы группы «Мемфис»?

## 2.3. ДИЗАЙН В США

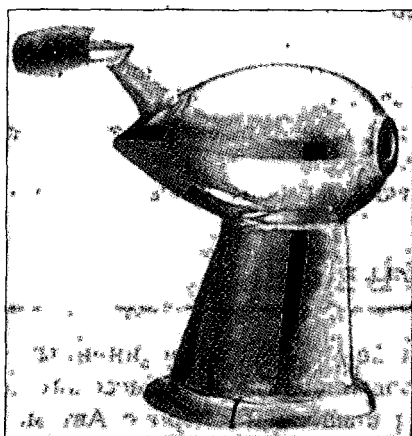
---

Быстрое развитие дизайна в Соединенных Штатах было обусловлено формированием общества массового потребления, которое возникло там раньше, чем в Европе. Автомобили, стиральные машины, холодильники, секционные книжные полки, встроенные шкафы, малогабаритная мебель для комнат и кухни в 20-е гг. XX в.

стали доступными большинству американцев. Простота конструкции и легкость в эксплуатации существенно повлияли на снижение цен. Специфика дизайна США заключалась прежде всего в его коммерческом характере, создании потребительской ценности товара. В техническом отношении Америка была далеко впереди Европы, но дизайн промышленных изделий еще не был востребован, хотя термин «индустриальный дизайн» был предложен Джозефом Синеллом еще в 1919 г.

Коренные изменения произошли после знаменитой Международной выставки современного декоративного и промышленного искусства в Париже в 1925 г., которая подвела первые итоги развития эстетики функционализма. Здесь можно было увидеть лучшие достижения мирового дизайна. Американские бизнесмены прислали своих представителей для того, чтобы перенять в Европе все для усовершенствования своей продукции.

Норман Белл Геддес, Уолтер Дорвин Тиг, Раймонд Лоуи и Генри Дрейфус — пионеры американского дизайна добились успеха, преодолевая технические трудности при проектировании эргономичных и красивых объектов. Назначению изделий и простоте обращения придавали столь же большое значение, как и их внешнему виду. Начиная с 1927 г. дизайнеры, занимающиеся формообразованием промышленных изделий, упаковки или украшением витрин, стали играть важную роль в промышленности. Как только Великая депрессия вызвала падение спроса на дорогие вещи, предприниматели обратились за помощью к дизайнерам. Их приглашали на про-



Р.Лоуи. Точилка для карандашей (1930-е гг.)

изводство, чтобы улучшить качество изделий, сделать их более эстетически привлекательными. Дизайн получил широкое распространение, прочно укоренился в экономике и промышленности.

В 1930-е гг., после закрытия Баухауза, из Германии в США эмигрировала группа ведущих архитекторов, дизайнеров и художников — Гропиус, Мохой-Надь, Мис ван дер Роз, Брейер, которые продолжили преподавательскую деятельность и внесли свой вклад в развитие дизайна американского. Однако повторить опыт Баухауза и привить идеи социального преобразования общества с помощью дизайна на новой почве не удалось.

Телевидение фактически родилось в Америке, но это произошло во многом благодаря изобретениям российских ученых. Во второй половине 1930-х гг. появляются первые телевизоры.

В период Второй мировой войны военное производство способствовало созданию новых технологий, что положительно повлияло на развитие промышленного дизайна. Экономическая ситуация в мире изменилась коренным образом. Независимые дизайнерские фирмы после войны быстро расширились. Послевоенный экономический бум в США способствовал укреплению позиций коммерческого дизайна. Это наглядно демонстрирует эволюция формы американских автомобилей. Если довоенная история американского автодизайна отмечена такими достижениями, как гениальные по простоте «Форды», то после войны легковые автомобили начали почти буквально воспроизводить визуальные характеристики реактивной авиации того времени. Для автомобилей 1950-х гг. были характерны длинные плавные линии, передние бамперы с выступающими «клыками», опоясывающие ветровые стекла, широкие задние крылья, яркая двухцветная раскраска, хромированные ободы и другие детали, множество приборов на передней панели. Создатели других изделий массового спроса охотно использовали идеи автомобильного дизайна. Так, панели управления посудомоечных машин стали походить на приборные доски автомобилей, с таймерами в форме миниатюрного рулевого колеса. Даже скромный настольный радиоприемник приобрел линии мчащегося автомобиля, обрамленного пластиком «под золото».

В послевоенные годы в США дизайн получил широчайшее распространение, выступая своеобразным посредником между искусством, промышленностью и потребителем. Особенно быстро стало развиваться коммерческое направление дизайна. В условиях рыночных отношений возник так называемый коммерческий дизайн, выдвинувший своих мастеров. Большинство из них, прежде всего в США, были связаны с направлением, названным «*Стайлингом*» —

изменением внешнего вида изделий без улучшения их устройства. Выдающиеся специалисты Г. Дрейфус, Э. Нойс и У. Тиг, имевшие свои дизайнерские фирмы или сотрудничавшие с фирмами компаний-производителей, стремились решать дизайнерские задачи с учетом всех современных требований к потребительскому качеству продукции.

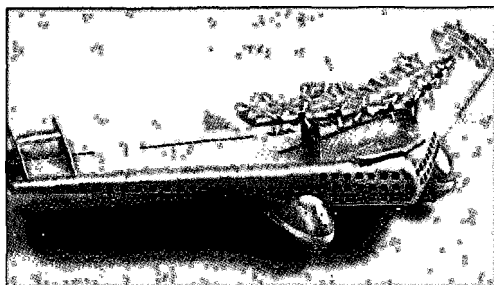
В 1944 г. в Нью-Йорке Р. Лоуи, Г. Дрейфус и У. Д. Тиг организовали «Общество промышленных дизайнеров». Цель его формулировалась как «сохранение на высоком уровне этических норм развивающейся профессии и поощрение обучения дизайнеров». Профессиональное объединение дизайнеров позволило создавать независимые дизайнерские бюро, которые занимались дизайном товаров, упаковки, прилавков, витрин и др. Впоследствии организация стала именоваться Американским обществом дизайнеров, которое, объединившись в 1960-х гг. с Институтом дизайнеров, получило название «Общество дизайнеров Америки» (ИДСА).

В 1957 г. Уолтер Дорвин Тиг построил модель пассажирского самолета «Боинг-707» в натуральную величину, чтобы определить для пассажиров нормы физического и психологического комфорта, которые до сих пор остаются неизменными в авиапромышленности. Генри Дрейфус фактически создал науку эргономику, начав широкое изучение строения фигуры человека в целях оптимизации процесса труда. К концу 1960-х гг. дизайн в американской экономике занимал значительное место, а профессия дизайнера получила высокий статус.

Затем произошел новый этап в развитии дизайна в США. Творческий поиск дизайнеров был направлен в сторону поиска индивидуальности вещей. Они хотели выразить протест против массовой тиражируемости объектов, производства их на конвейере. Например, кресло Джо, выполненное в виде гигантской бейсбольной перчатки Джо, посвящено легендарному бейсболисту Джо Ди Маджио. Каждое кресло уникально, имеет штамп с названием. Внутри него находится стальной каркас. Наполнение — из полиуретана. Кресло в кожаной обивке. Предполагается, что сидеть на нем могут двое.

В США работали такие выдающиеся мастера архитектуры, как Р. Б. Фуллер, А. Аалто и Ле Корбюзье, которые оказали значительное влияние и на развитие дизайна.

**Норман Белл Геддес** (1893—1958) — театральный художник, писал декорации в подчеркнуто конструктивистском стиле, предложил светом моделировать сценическое пространство, занимался оформлением витрин, превращая их в театральную постановку с помощью но-



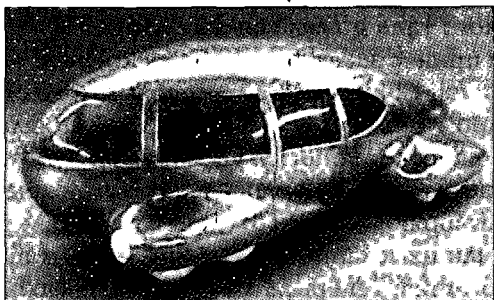
Н.Б.Геддес. Лайнер-амфибия (Air Liner Number 4) (1929)

---

Трёх приемов выставочной экспозиции. Открыл в Соединенных Штатах одно из первых в мире частных проектных бюро промышленного дизайна, где решал проблему эстетического освоения новых промышленных форм, работал над проектированием промышленных изделий, основанных на концепции аэродинамики. Среди реализованных им проектов: автомобиль для фирмы Graham Paige, радиоприемники для RCA и Philco, обстановка спальни для Simmons, проект газовой плиты для Standard Gas Equipment, всемирно известный компьютер Mark I.

Н. Б. Геддес придумал проект трансатлантического лайнера-амфибии (англ. Air Liner Number 4) колоссальных размеров (1929). Дизайнер считал, что гигантский размер обеспечит безопасность и комфорт. Проект не был реализован, однако весьма повлиял на популярность аэродинамического стиля. Обтекаемые, динамичные формы были дизайнерским идеалом Б. Геддеса. Эти проекты дали начало новому стилю в дизайне — «*Стримлайну*».

---



Н.Б.Геддес. Восьмиколесный каплевидный автомобиль (1934)

Обтекаемые формы стали повсеместно использоваться в автомобилях, бытовой технике, осветительных приборах, конторском оборудовании и др.

На Всемирной выставке в Нью-Йорке весной 1939 г. Н. Б. Геддесом был создан действующий макет просторного, чистого и процветающего города будущего — Футурама на огромной площади. Обтекаемые автомобили двигались по многоуровневым автострадам среди округлых башен-небоскребов.

В предвоенном американском дизайне смелый полет фантазии Геддеса по проектированию обтекаемых кораблей, самолетов, автобусов наглядно воплощал идею прогресса, устремленности в будущее, приобретал символический смысл.

Одним из самых выдающихся американских дизайнеров был Р. Лоуи. Его работы 1930—1970-х гг. — бытовые изделия, электроприборы, радио- и телеаппаратура, транспортные средства, космические аппараты, упаковка, элементы фирменного стиля — стали образцами дизайна, благодаря чему они приносили прибыль и способствовали формированию образа современной жизни.

**Раймонд Лоуи** (1893—1986). Родился во Франции, получил инженерное образование. Мастер промышленного дизайна, автор логотипов, почтовых марок. В 1920-е гг. в Америке работал иллюстратором в журналах мод (*Vogue*, *Harper's Bazaar*), рисовал рекламу для нью-йоркских магазинов. Во второй половине 1920-х гг. был главным дизайнером в General Electric. Открыл собственное бюро (1929), был зав. отделом дизайна крупнейшей электротехнической корпорации Westinghouse Electric.

Лоуи одним из первых в Америке стал создавать для технических изделий их эстетическую форму, тщательно прорабатывая детали. Так, для множительной машины Гестетнера он изготовил систему механических кожухов, которые скрывали рабочий механизм, сделал тумбу мебельного типа и ввел светлые цвета.

Славу Лоуи принес заказ фирмы Sears Roebuck на дизайн бытового холодильника Coldspot (1932). Впервые холодильник получил отточенную промышленную форму. Главным было то, что Лоуи осуществил его перекомпоновку, увеличив внутренний объем, ширину и урезав высоту ножек. Холодильник был покрыт белоснежной эмалью, олицетворяющей чистоту, снег и холод, хромированные детали добавляли изысканность. Новинкой были полочки, выполненные из алюминия. Теперь за дизайн надо было платить. Р. Лоуи говорил, что дизайн — это то, что заставляет чаще звонить в магазинную кассу.



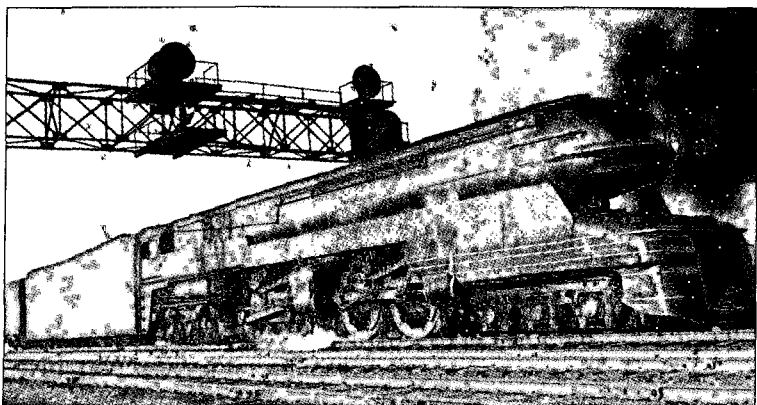
Р. Лоуи. Автобус «Скайнскрузер» (1948)

Лоуи плодотворно поработал с дизайном автобусов. Так, появился «Сильверсайдс» (1939), имевший обтекаемый кузов вагонной компоновки. Мотор располагался в хвосте машины. Был создан первый прецедент каркасно-панельного кузова, закрытые багажные отсеки помещались под полом салона. Автобус «Скайнскрузер» отличался тем, что пассажиры располагались возвышаясь над частью крыши (1948). Серийное производство этих автобусов началось в 1954 г.

Проекты Лоуи оказали огромное влияние на стиль американских автомобилей «Кадиллак», «Остин», «Форд», «Ягуар», «Студебеккер» и десятков других фирм. Самыми знаменитыми его работами стали Champion (1942), Starliner (1953) и экспериментальный Avanti (1962) (цв. вкл., рис. 47—49).

Лоуи в начале 1960-х гг. разработал новый облик концерна по производству моторных и индустриальных масел, строительству и эксплуатации сетей АЗС Shell во всём мире. Был переработан фирменный знак в виде ракушки гребёшка (слово Shell переводится как «ракушка») с применением отличительных цветов — красного и желтого, спроектирована новая рабочая одежда персонала, продумана и технически обоснована архитектура заправочных станций. Он убедил заказчика, что это необходимо для идентификации бренда и успеха на рынке в условиях сильной конкуренции. Проект стал образцом комплексного подхода к решению подобной проблемы (цв. вкл., рис. 50, 51).

Лоуи был универсалом во многих областях дизайна. Он модернизировал известную форму бутылки Coca-Cola (1955), разработал фирменный логотип Coca-Cola, упаковку для сухого супа «Кнорр»,



*Р. Лоуи. Локомотив «Пенсильвания»*

дизайн облика локомотива «Пенсильвания» и жилых отсеков американских космических аппаратов «Аполлон», «Скайлэб», «Шаттл» и др.

Лоуи неоднократно бывал в СССР, делился своим огромным опытом; принимал участие в проектировании дизайна автомобиля «Москвич», интерьеров самолета Ту, фотоаппарата «Зенит» и др.

Лоуи во многом способствовал осознанию задач и средств дизайна в целом. Он одним из первых стал проводить в жизнь идеи комплексного подхода к дизайнерским проблемам, коллективной работы над проектом, призвал бороться со стайлингом. Фирма Лоуи в Париже — классический пример, когда дизайнер выполняет роль координатора проектных работ, что было весьма новаторским. Лоуи считал, что продукция должна быть простой, функциональной и привлекательной, и это видение сегодня пронизывает практически все аспекты американского дизайна.

Преимущественно экспериментальный характер имели и работы Ч. и Р. Имзов. Произведения Имзов отражали стремление, помимо идей чистого функционализма, вносить в облик вещи то, что именовалось «индивидуальным» и «американским».

**Чарльз Имз** (1907 — 1978) и **Рэй Имз** (1912 — 1988) (Charles Eames & Ray Eames) — дизайнеры и архитекторы. В 1938 г. Чарльз начинает учиться в Cranbrook Academy of Art, где встречается Рэй Кайзер. В 1941 г. после свадьбы в Чикаго Чарльз и Рэй Имзы переезжают в Лос-Анджелес и начинают работать вместе. Имзы придумывают стул LCW Chair — журнал Time назвал этот стул одним из лучших дизайнерских объектов XX в. (1945). Имзы проектируют дизайн The Longe Chair

(1956). В 1958 г. начат выпуск знаменитой линии офисной мебели Aluminium Series. Выходит фильм Powers of Ten, созданный Имзами для IBM (1968).

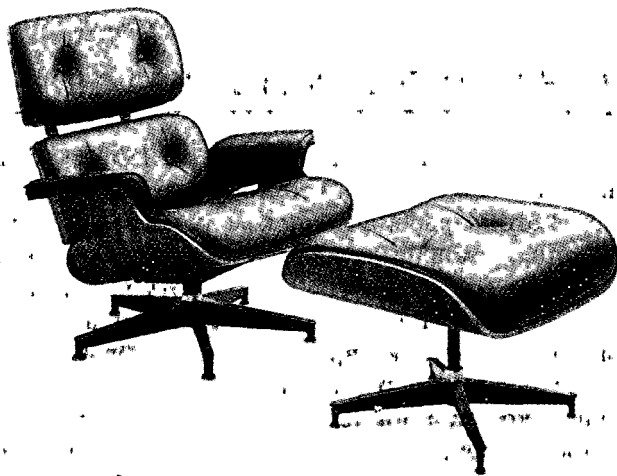
В 1949 г. в Лос-Анджелесе Имзы закончили строительство своего знаменитого дома. Несмотря на то что простой фасад дома напоминает картины Мондриана, внутри он был гораздо уютнее, чем многие дома, построенные в то время: он был обставлен мебелью (из кожи и фанеры), созданной супругами, а также множеством необычных скульптур и арт-объектов.

Стул, созданный Имзом и Саариненом, победил и был показан на выставке органического дизайна, которая проходила в МоМА в 1941 г.

Один из самых известных дизайн-объектов Имзов — мягкое кресло Lounge Chair, оно сделано из кожи и фанеры (1956). Это кресло было почти у каждого крупного руководителя в США и стало символом успеха. В последующие годы Имзы продолжали экс-



Ч.Имз и Е.Сааринен. Стул



Ч.Имз и Р.Имз. Кресло Lounge Chair

периментировать с различными материалами: они создавали мебель из стекловолокна, пластика, алюминия и кожи. Кроме того, Имзы сотрудничали с компанией по производству мебели Vitra.

С 1950 по 1978 г. Чарльз и Рэй Имзы сняли более 100 короткометражных фильмов о дизайне, строительстве их знаменитого дома, по биологии, астрономии, математике и др. Супруги изобрели жанр подэкранного слайд-фильма. В Москве на выставке «Промышленная продукция США» в 1959 г. показывали такой фильм на 7 экранах.

Многие предметы мебели, созданные Имзами, выпускаются до сих пор, пользуются популярностью и хорошо смотрятся в современном интерьере. Имзы постоянно пытались совершенствовать свои проекты. Их главной задачей было улучшение мира в целом с помощью дизайна.

## ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

---

1. Какие тенденции определили развитие дизайна в США?
2. Какую роль в дизайне сыграл стиль «Стримлайн»? Назовите его характерные черты.
3. Расскажите, как развивался автомобильный дизайн в США.
4. Какие формы были дизайнерским идеалом Б.Геддеса?
5. Каких взглядов в дизайне придерживался Лоуи? Приведите примеры его дизайн-объектов.
6. Что было главным в творчестве Ч. и Р. Имзов?

## 2.4. ФЕНОМЕН ЯПОНСКОГО ДИЗАЙНА

---

Дизайн начал стремительно развиваться в Японии после Второй мировой войны. Закономерно, что Япония стала одним из мировых лидеров в этой сфере. В японском дизайне сразу сложилось три направления, условно называемых «национальным», «интернациональным» и «смешанным». Следует отметить, что в первой половине XX в. японские дизайнеры стремились подражать идеям американских или европейских коллег. Однако резкий подъем производства в середине 1950-х гг. и освоение внешних рынков («японское экономическое чудо») потребовали от производителей формирования «собственного лица» их продукции. В результате появилась линия, соединившая особенности японского быта и его художественных традиций, с одной стороны, и луч-

шие интернациональные достижения дизайна — с другой. Ярче всего это проявилось в электронике, автомобильном дизайне, проектировании интерьеров, мебели, домашнего оборудования, упаковке. Поддержка развития дизайна оказывалась на государственном уровне: появились государственные информационные центры по развитию дизайна, организовывались международные конференции, был создан Фонд японского дизайна, обучение дизайнерским навыкам в школе осуществлялось как часть государственной политики. Большую роль в формировании японского дизайна сыграли такие крупные компании, как Toyota, Nissan, Honda, Sony, Mitsubishi.

Японский дизайн отличают уникальные особенности, основанные на классическом искусстве этой страны (театр, поэзия, живопись, каллиграфия, музыка, икебана, бонсай, оригами, чайная церемония, сад камней, боевые искусства). Все виды искусства связаны единством мировосприятия, языком выражения и самим пониманием акта творчества. Красота постигается в процессе непосредственного восприятия объектов, слияния с миром, которое и позволяет выявить скрытое «очарование вещей», увидеть самобытность и неповторимость каждого явления действительности.

Формообразование дизайнерских изделий продолжает сложившиеся традиции предельной простоты и универсальности. Лаколичность японского дизайна как показательная эстетическая категория означает установку на значительную работу души самого воспринимающего, для которого объект дизайна — и его создание, и его восприятие — есть не только познание мира, но и постижение самого себя, путь к самому себе, культура внутреннего самораскрытия.

Согласно японской эстетике, любая вещь, которую видит рядом с собой человек, должна быть одновременно практичной и красивой. Эстетическое восприятие вплетено в общее восприятие действительности, художественно-эстетические элементы постоянно присутствуют в каждом акте общения с миром. Красота в Японии выступает и как экономическая категория, а дизайн — как основа формирования художественного вкуса и национального самосознания. Красота претворяется в изделиях промышленности, в эстетике технического дизайна, ибо техника составляет новую среду человека, которая сохраняет свойство активного воздействия на человека, образуя его неотступное окружение. 1989 год был провозглашен в Японии национальным годом дизайна. Целью организации мероприятий года явилась не реклама и пропаганда, а глубокий пересмотр социальных функций дизайна, который, как пред-

полагается, должен стать инструментом масштабных преобразований в обществе.

Главным источником вдохновения японских дизайнеров является природа. Единение с Природой помогает людям обрести понимание вещей и самих себя. С каждым сезоном у японцев связаны определенные обычаи, обряды и системы символов. Весенние цветы сакуры, спасающие от летней жары прохладные воды, красные листья клена под осенней луной, снег на ветвях сосны и стеблях бамбука применяются в графическом дизайне, декоративных орнаментах, авторской керамике и даже в форме сладостей. Внимательное и уважительное отношение человека к природе, имеющее серьезное культурологическое обоснование, сохранилось в Японии до нашего времени.

Работа японских дизайнерских фирм в основном осуществляется в двух направлениях. К первому можно отнести дизайн изделий для внутреннего рынка — традиционные предметы японского быта, но выполненные в новых материалах и по новым технологиям с применением иероглифов и национальных орнаментов. Второе направление — продукция, предназначенная для внешнего рынка. Как правило, к ней относятся объекты, не имеющие в Японии исторических прототипов — автомобили, мотоциклы, электроника, оптика, музыкальные инструменты. Очень часто японские дизайнеры вынуждены делать для экспорта другое графическое оформление изделий и рекламы. Так как замена иероглифов на английский шрифт не может быть сделана механически, слишком уж различно начертание букв. Приходится менять композицию, а иногда и стиль оформления.

В японском дизайне широко используются как экологические, так и ультрасовременные материалы и технологии. Японские дизайнеры умеют достичь наилучшего сочетания трех элементов: удобство пользования вещью, создание комфорта и экономия пространства. Япония в настоящее время является не только одной из ведущих стран мира по уровню промышленно-технического развития, но и страной с высоким уровнем графического дизайна, который является одной из важных составляющих развития современной культуры.

Становление японской творческой концепции происходило на базе смешения, переработки и сочетания национальных художественных традиций и лучших достижений мирового дизайна. Японцы на протяжении всей своей истории охотно берут чужие достижения и преобразуют их в свои. В начале так случилось с китайской культурой, позднее так же произошло с американской.

Проблема освоения зарубежного опыта в японском дизайне — это сложный и серьезный процесс. Наиболее ярко он проявился в высокоразвитых областях промышленности, прежде всего в электронике. Именно эта отрасль была началом «японского скачка». Японские производственники отбирали за рубежом самые лучшие последние достижения науки, культуры и техники, которые легли в основу национального мастерства. Одновременно с этим процессом начались собственные творческие поиски японских дизайнеров. Впервые именно в Японии были созданы и получили массовое распространение портативные телевизоры, радиоприемники, магнитофоны.

Одной из специфических черт японцев является способность схватывать, перерабатывать и развивать прогрессивные идеи. Так, например, не японцы первыми придумали заменить радиолампы полупроводниками. Однако именно дизайнеры и инженеры «Сони» создали карманный радиоприемник и первый микротелевизор (1958 г.), имевшие большой успех во всем мире. Японская радиотехника создавалась путем совмещения нескольких функций в одной вещи, обогащения функций предметов, связанных с особенностями переноса, хранения, регулирования приборов и управления ими, использования новых материалов, эстетического осмысления облика предмета в целом.

Отметим, что сегодня наиболее известными японскими промышленными дизайнерами являются Наото Фукасава (Naoto Fukasawa) и Макио Хасуике (Makio Hasuike).

**Наото Фукасава (Naoto Fukasawa)** — японский индустриальный дизайнер-минималист. Он родился в 1956 г., окончил в 1980 г. факультет искусства и трехмерного дизайна Университета искусств Тама. В январе 2002 г. открывает в Токио собственное дизайн-бюро Naoto Fukasawa Design. За дизайн проигрывателя компакт-дисков для MUJI Фукасава наградили престижной премией. В 2003 г. Фукасава учредил новый промышленный бренд  $\pm 0$ , производящий объекты домашнего обихода — от зонтиков и увлажнителей воздуха до электроприборов, и анонсировал серию домашней электроники и аксессуаров, разработанных совместно с Takara Co. Ltd. и Diamond Corporation. В 2009 г. обозреватели Forbes внесли Наото Фукасава в список восьми самых оригинальных, успешных и востребованных дизайнеров года.

Сегодня Фукасава помимо проектировочной деятельности занимается преподаванием: он читает лекции в Университете искусств Мусасино и Университете искусств Тама в Токио. Фукасава получил более 50 наград в области дизайна в Японии, США и Европе.

Его наиболее значимые проекты: концепт телефона info. bar (2001); «натуральная» упаковка для фруктовых соков (2004); проект «Идеального дома» на Кельнской мебельной выставке (2007); серия стульев для Vitra Edition, выполненных из бетона, акрила, мрамора, металла, фетра и других материалов (2007 — 2008); трехместный диван Muku для Driade и стул Papilio для B&B Italia из бетона, акрила, мрамора, металла, фетра и других материалов (2008); внешний вид нетбука N310 для Samsung Electronics (2009) и др.

Самым известным проектом Наото Фукасава можно считать дизайн проигрывателя компакт-дисков для компании MUJI. Этот проигрыватель компакт-дисков имитирует настенный вентилятор, в котором на виду вращается диск, а крышка отсутствует. Единственный динамик встроен в корпус. Шнур питания просто свисает, действуя также в качестве выключателя. В 2005 г. нью-йоркский Музей современного искусства включил проигрыватель компакт-дисков Muji в свою постоянную коллекцию.

**Макио Хасуике** (Makio Hasuike) — ведущий индустриальный дизайнер. Он родился в 1938 г. в Токио (Япония). Свое профессиональное образование он получил в Токийском университете искусств. После его окончания в 1962 г. Макио начал сотрудничать с такими компаниями, как Hitachi, Honda и Yashica. Одним из первых важных стал заказ от компании Seiko по разработке дизайна двадцати сувенирных часов, посвященных Олимпийским играм в Токио 1964 г.

В 1968 г. после переезда на постоянное место жительства в Италию Макио открыл свое собственное бюро Hasuike Design, где много работал над предметным дизайном.

В 1982 г. Макио Хасуике создал новую компанию MH-WAY, которая стала выпускать сумки и аксессуары, предназначенные специально для архитекторов и дизайнеров. Продукция компании пользуется неизменным успехом.

За накопительный водонагреватель Ariston Giancaldo Макио получил престижную дизайнерскую премию «Золотой Циркуль».

Макио Хасуике спроектировал революционный дизайн стиральной машины Ariston Aqualtis для компания Indesit. Более 35 лет работы он посвятил бытовой технике, осваивая инновационные технологии. При создании новых объектов дизайнер учитывает японские культурные традиции. Некоторые продукты, разработанные дизайнером, включены в коллекции Музея современного искусства в Нью-Йорке, Миланской триеннале и Музея индустрии в Эссене.

Дизайнерская деятельность Макио Хасуике многообразна: высокотехнологичная аппаратура и техника, мелкая и крупная быто-

вая техника, мебель и аксессуары для дома, графический дизайн проектирование крупнейших выставочных центров. Работы Makio Hasuike были признаны на международном уровне.

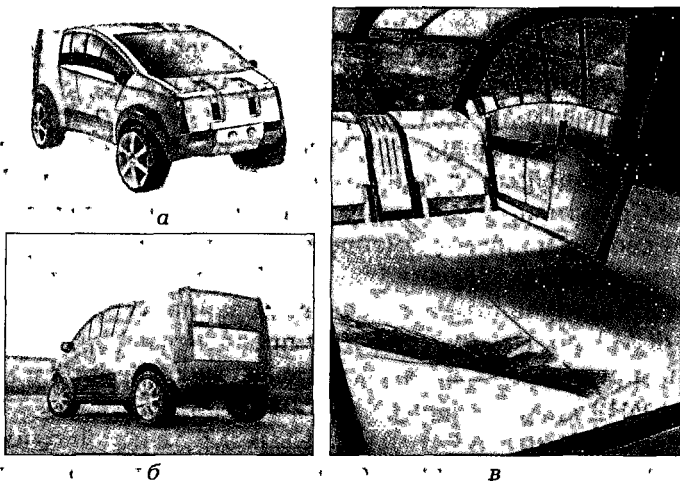
Сотрудничая со своими заказчиками, знаменитый японец не только занимается разработкой дизайна, но и принимает участие в развитии общей стратегии компании. Студия дизайна Makio-Hasuike&Co активно участвует в выставках и показах, где представляет свое видение современного жилища человека XXI в.

Именно благодаря своему таланту Макио Хасуике стал членом Комитета мастеров стратегического дизайна в миланском Politecnico di Milano. Помимо этого, он преподаёт на Факультете индустриального дизайна в Милане, передавая свой опыт и мастерство молодым.

Своеобразен и автомобильный дизайн Японии — он поражает обилием деталей, сложностью пластического замысла, нестандартным инженерным решением. В японском автодизайне есть такое направление, как «элегантные, динамичные автомобили». Такими сделаны Mazda 6 и Mazda 3 — в их облике дизайнеры старались выразить идеи, которые проповедует бренд: энергичность и стремительность, с одной стороны; сочетание японских ценностей с мировыми тенденциями — с другой. Японские автомобили выпускаются на мировой рынок с левым рулем и для внутреннего рынка — с правым рулем. Дизайн «левых» и «правых» машин до недавнего времени различался очень сильно, но сейчас это удалось преодолеть.

Например, в модели нового Lexus LS460L, в облике автомобиля четко выражены скорость и сила. Вытянутые линии капота, низкая посадка, мощный двигатель, плавный ход, шумоизоляция. Фары, напоминающие раскосые глаза японца, не дадут усомниться в том, какой «национальности» эта машина. Внутри шикарного салона есть все, что только можно придумать. Общий вид автомобиля демонстрирует предназначенность для получения удовольствия от езды. Безусловно, в этой модели сочетаются такие характеристики, как качество и элегантность.

Шокирующий концептуальный внедорожник Isuzu ZEN, представленный в конце 2001 г., стал вызовом сложившимся стереотипам мирового автомобильного дизайна. Его спроектировали в британской студии дизайнеры Джеффри Гардайнер и Йан Несбетт, которые превратили полноприводный автомобиль в мобильную чайную комнату. Любопытно, что снаружи получился чисто европейский «хай-тек» с холодной рассудительностью алюминия и стекла. Зато внутри плоские передние сиденья сдвигаются вперед так,



Модель Isuzu ZEN: а) вид спереди; б) вид сзади; в) салон автомобиля

что закрывают спинками переднюю панель, а задние складываются вровень с полом. Руль и рычаг коробки передач тоже складываются. Остается расстелить на полу входящие в комплект татами; задернуть шторы на заднем стекле, чтобы отгородиться от урбанистического пейзажа, расставить чашки и любоваться через стеклянную крышу чарующим закатом.

У этого автомобиля очень короткий капот — символ современной минимализации техники, а огромный и наполненный светом салон с радиусной дугой крыши — это раскрытый японский веер. Глухие же стенки задней части кузова, вне всякого сомнения, — это вместительный японский комод с глухими лаковыми стенками — основа японского быта. Поражает, как тонко две различные культуры — запада и востока — соединяются и согласуются в таком маленьком пространстве, как автомобиль.

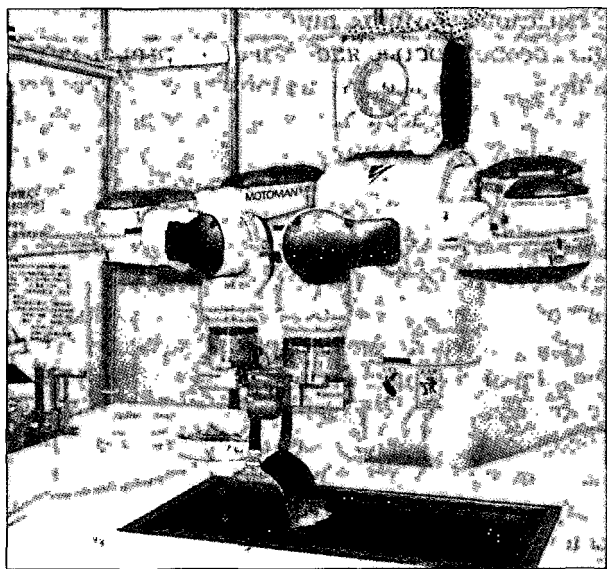
Японские дизайнеры в новейших областях промышленности целенаправленно приближают технические завоевания современности к человеку, легко и гибко приспособлявая их к бытовым процессам. В этом по-своему сказывается традиционное для японской культуры внимание ко всем деталям и мелочам предметной среды.

Японские дизайнеры занимают лидирующие позиции в робототехнике. Компания Panasonic создала робота-парикмахера. Он оснащен специальными инструментами для стрижки, сушки волос. Робот-повар, например, умеет жарить традиционные лепешки.

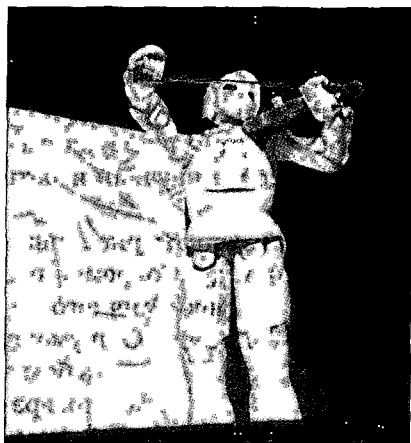
Японский дизайнер Юми Кацура сделала Miiim — робота-модель, на которую можно примерить платье, к тому же она может пройти по подиуму. Робота, который получил проектное название HRP-4, создатели научили петь. Робот не только умеет синтезировать звуки, моделируя человеческий голос, но и мимикой и движениями сопровождать свое пение. Другого робота научили играть на музыкальных инструментах.

Роботы уже умеют поднимать тяжести, выращивать рис и пшеницу, играть в футбол, звонить на мобильник и др. Современные роботы для дома могут выполнять роль домохозяйки, личного помощника, охранника, садовника или даже собеседника. Они умеют наводить порядок, менять лампочки, мыть посуду, загружать белье в стиральную машину и др. Робот для уборки даже может превратиться в настоящий домашний кинотеатр и демонстрировать фильмы высокого качества. С такими достижениями через пару десятков лет роботы смогут заменить человека в любой профессии!

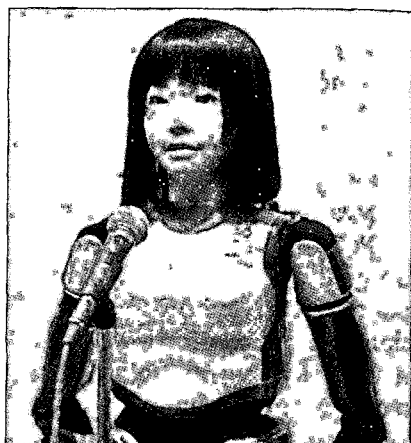
В проектировании японских интерьеров и мебели также проявляется смешение восточных и западных традиций. Оно основано на переплетении в жизни современных японцев старых и новых форм быта. Например, в японских жилищах появляется гостиная, оборудованная на западный манер.



Японский робот-повар



Японский робот-музыкант



Японский робот-певица

У японцев внутреннее пространство дома разделяется легкими передвижными перегородками из дерева, обтянутыми рисовой бумагой. Японцы называют их «сёдзи». Для зонирования интерьеров дополнительно используют ширмы, которые украшают традиционной живописью. В каждой среде ширма с росписью выполняет не только разделительную, но и особую, эстетическую, функцию, имея различное смысловое содержание.

Еще одной особенностью японских интерьеров является то, что делимость помещений всегда подчеркивается уровнем пола. Он ниже на открытой террасе и выше в жилом помещении. Большое значение придается углублениям в стенах — нишам, которые располагаются над полом. Их обычно украшают свитками, вазами или статуэтками. Также в нише может быть размещена композиция из карликовых деревьев — бонсай или икебана.

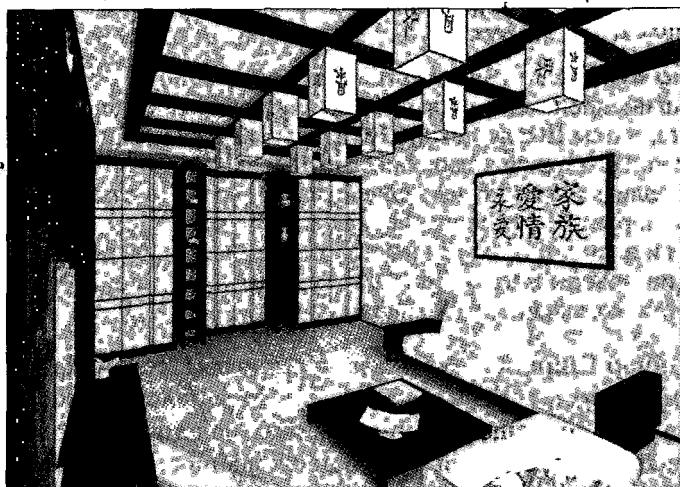
При создании японского интерьера важная задача — наполнение комнаты светом. Обычные лампочки в бумажных абажурах простых форм — сфера, призма, прямоугольник — делают его мягким и рассеянным, подчеркивают наполнение интерьера (цв. вкл., рис. 52).

Основную часть японского жилища представляет собой открытое пространство, которое структурировано спокойно и четко, не перегружено деталями. Характерны также натуральные природные цвета и фактуры.

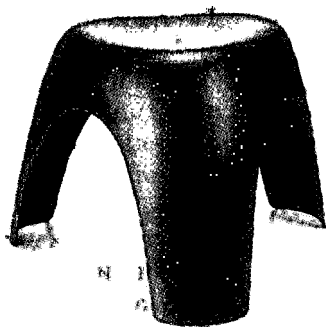
Японцы почти не пользуются мебелью в европейском понимании. Например, в японских жилищах совершенно отсутствуют шкафы — их заменяют специальные ниши в стене. Спят японцы

на полу на матрасах — кровати отсутствуют. По национальному обычаю принято сидеть вокруг низкого стола прямо на полу. Для удобства японские дизайнеры вместо традиционных подушек начали проектировать своеобразные стулья со спинками, но без ножек. В современный интерьер в японском стиле прекрасно вписывается невысокая мебель четкой геометрической формы.

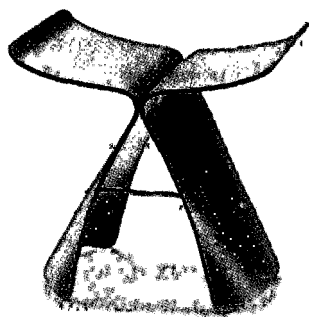
Японские дизайнеры проявляют удивительную свободу в проектировании стульев, кресел, скамеек и других мест для сидения. Одной из самых известных работ дизайнера Сори Янаги стал табурет, названный «Слоном» (1954) и сделанный из пластмассы, при желании он может стать столом. Легкий устойчивый табурет на трех полусферических ножках, с сиденьем, углубленным внутрь, действительно напоминает слона и его главные преимущества — максимальное удобство и доступность. Еще одной ключевой работой Янаги стал табурет «Бабочка» с плавными линиями (1957). Он представляет собой две одинаковые части из темного дерева, скрепленные друг с другом металлическими стержнями. Ножки изогнуты для придания устойчивости, а сиденье стула напоминает распрямленные крылья бабочки, готовой вот-вот взлететь. Органичная красота формы прекрасно отвечает функциональным и технологическим потребностям. После этого Янаги получил международное признание, а сама работа попала в постоянную экспозицию Музея современного искусства в Нью-Йорке. Удивительно, что мебель



Интерьер гостиной в японском стиле



Сори Янаги. Табурет (стол) «Слон»



Сори Янаги. Стул-бабочка

дизайнера Сори Янаги, созданная почти 60 лет назад, выглядит весьма современно.

**Сори Янаги** (Sori Yanagi) (1915—2011) — один из крупнейших дизайнеров послевоенного времени. Получил художественное образование. В 1940—1942 гг. работал в компании дизайнера Шарлотты Перьян (Charlotte Perriand). В 1952 г. основал собственный Институт промышленного дизайна Янаги и занялся разработкой дизайна предметов мебели и посуды. В дизайне Янаги сочетаются западные элементы и техника с японскими традициями, благодаря чему Янаги занимает особое место в истории промышленного дизайна. Янаги также разрабатывал дизайн ламп, предметов из стекла, станций метро, детских игрушек и автомобилей.

**Широ Курамата** (Shiro Kuramata) (род. 1934) — один из самых успешных японских дизайнеров современности. Закончил Школу искусств, затем Школу дизайна Кувасава. В дальнейшем открыл свою студию. Объединяя в своих работах западный модернизм, элементы сюрреализма и восточную философию, Курамата сумел создать мебель, поражающую своим японским минимализмом, необычностью форм и элементов. Он разработал дизайн более 300 ресторанов и баров, интерьеры магазинов Issey Miyake в Токио, Париже, Нью-Йорке, шоу-рум компании Cappellini в Милане и др.

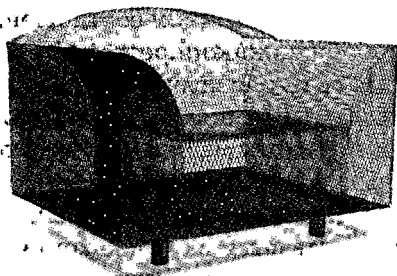
Дизайнер Широ Курамата как будто стремится сделать предметы невидимыми, выйти за пределы материального мира, играя с фактурой и воплощая в своих работах изящную легкость форм. Он трансформирует привычное в неожиданное, часто соединяя совершенно разные материалы — акрил, стекло, алюминий, сталь, металлическую сетку и др.

Получивший широкую известность стеклянный стул Glass Chair (1976) поражает своей безупречной гармонией формы, при взгляде на которую сложно определить, существует ли этот стул в реальности или является результатом воображения. Несмотря на свою хрупкость, стул вполне функционален и может выдержать соответствующую нагрузку.

Интересно отметить, что в начале 1980-х гг. Широ Курамата увлекся идеями Этторе Соттсасса и вступил в группу Memphis, основанную итальянским дизайнером в Милане. В этот период он создал одно из самых известных своих произведений — кресло «Как высока луна» (How high the Moon), используя в качестве основы металлическую сетку. Его никелированная основа загадочно мерцает, напоминая о свете луны. Благодаря особенностям материала, традиционные пропорции и внушительный размер кресла не делают его громоздким. Оно как будто парит в воздухе, обеспечивая при этом комфорт и удобство для сидящего человека.

Стул «Мисс Бланш» (Miss Blanche) — «розы в прозрачном акриле» — продукт синтеза мимолетной красоты востока и технологичности запада. Красные цветы, погруженные в акрил, наиболее ярко воплощают поэтическую сущность дизайна Кураматы. Он был одним из первых, кто решился стереть грань между дизайном и современным искусством, создавая яркие художественные объекты. Мебель и интерьеры, созданные Широ Курамата, стали культовыми, повлияв на развитие и становление мирового дизайна.

Японский графический дизайн предстает в эстетически оформленных образах (буклеты, календари, упаковка, этикетки, реклама и др.), часто имеющих яркую национальную окраску. Он



Широ Курамата. Кресло «Как высока луна» (How high the Moon). Металлическая сетка

способствует укреплению культурной традиции и занимает лидирующие позиции в мире.

Визуальный язык японского графического дизайна строится на отличном от европейского восприятии художественной реальности. Он привносит своего рода альтернативное понимание пространственности. При этом композиции не перегружены, в них много воздуха и свободного места. Эстетически и исторически оправданная потребность в экономии свободного пространства, а также религиозное видение мира, как непрерывно и циклически изменяющегося целого, во многом предопределили по-прежнему актуальную в современном дизайне идею модульности, т. е. многовариантного структурирования пространства путем использования взаимозаменяемых функциональных блоков, выполняющих различные задачи.

Существенную особенность японского графического дизайна составляет **каллиграфия**, традиционно считающаяся одним из видов изобразительного искусства. Существуют даже разные школы каллиграфии, в том числе абстрактная каллиграфия. Каллиграфия вырабатывает точность рисунка, уверенность штриха, изящество линий, соразмерность объемов и т. д. Но самое главное — написание иероглифа открывает сам принцип художественного обобщения; принцип символизации, ведущий от живого предмета к его обозначению. Тонкость хода мыслительного процесса, выражаемая в лаконичности и изяществе линий, помогает выработке понимания принципа построения художественной формы.

Композиционная острота в японском графическом дизайне достигается не столько собственно «расположением» объектов, сколько сочетанием пустых и запечатанных плоскостей за счет чрезвычайно точного чувства абриса формы. Каллиграфическая точность образа заставляет воспринимать графику и типографику целостно.

Иероглиф обладает своим ритмом, структурой, гармонией, передает пластику движения в мысленном соотношении предмета с его иероглифическим обобщенно-конкретным изображением (иероглиф — это и знак, и образ, ибо является и обозначением, и рисунком, сохраняющим отдаленное, но лежащее в основе его начертания подобие обозначаемому), поэтому он выступает не только как средство коммуникации, но и как объект эстетического восприятия. На приемах каллиграфического цисьма строятся принципы рисовального искусства, воспитывается вкус к лаконичному выражению сущности, отказывающемуся от лишних подробностей, отягощающих движение мысли. Именно этим объясняется стремление с самого начала привить детям навык красивого письма, ибо на доступ-

ном уровне осуществляется формирование и принципов художественного мышления, и принципов художественного выражения в типичных для традиционного японского искусства изысканно декоративных формах.

Современная японская каллиграфия сохраняет многовековые традиции и на их основе создает и развивает новые. Например, в начале 1950-х гг. появилось абстрактное направление, в котором иероглифы практически утратили конкретное смысловое значение, дав импульс свободной, экспрессивной импровизаций. При этом сохранилась присущая традиционной каллиграфии культура владения кистью и тушью. Абстрактная каллиграфия более непосредственно доносит до зрителя мысли автора, его чувства, настроение, является показателем очень высокого уровня мастерства.

Японский графический дизайн многопланов. Традиции японской живописи переплетаются в нем с современными западными тенденциями. Выражение религиозных, философско-мировоззренческих взглядов в графическом дизайне через художественные образы, знаки и символы, а также эстетические представления, ставшие компонентом культурной среды, дают исследователям основания утверждать, что вся идеология Японии есть прежде всего эстетика, и именно эстетизация идеологии — основа и причина ее действительности, ее укорененности в сознании японцев.

Японская знаковая традиция находится где-то посередине между каллиграфией, манга и мультиками аниме. Вековые традиции, наложенные на постмодернизм, воплощаются в забавных и выразительных образах. Современные знаки и логотипы иллюстрируют эти тенденции.

Японская школа плаката (1950—1980-е гг.) относится к ведущим национальным школам. Современные японские постеры — яркие и выразительные. Японский графический дизайн считается одним из самых прогрессивных: дело не только в образах, нетипичных для Европы и Америки, но и в суперсовременной технике цветоделения и печати. Японский плакат является таким же национальным культурным явлением, как манга (комиксы).

Как известно, Япония всегда отличалась своим умением сочетать традиционные ценности с требованиями современного развития. Кроме того, на японский символизм, безусловно, оказало влияние преимущество островного положения Японии, давшее возможность и способствовавшее сохранению единой многовековой культурной базы, достаточно закрытого общества, породившего множество знаков, символов и традиций, понятных преимущественно внутри объединения. Возможность всех членов данного общества общать-



## Современные японские знаки и логотипы

ся на языке этих условностей и определила специфику коммуникативного дизайна Японии.

Отцом современного графического дизайна в Японии принято считать дизайнера Икко Танака. Его постеры и театральные афиши, начиная с 1950-х гг., не обманывают ожиданий западного зрителя: в них есть исторические художественные ссылки на гравюры эпохи Эдо и классическая каллиграфия, но в то же время они соответствуют современным тенденциям. Иногда создается впечатление, что эти плакаты созданы западным дизайнером, который просто использовал японскую стилистику и присущие ей цветовые сочетания. Икко Танака одним из первых начал создавать работы, которые находили отклик и завоевывали признание как в Японии, так и во всем мире.

**Икко Танака** (Ikko Tanaka) — японский дизайнер-график (1930 — 2002 гг.). Он родился в г. Нара, учился в Колледже изящных искусств в Киото в 1950 г. В 1963 г. основал дизайн-студию «Икко Танака». Танака работал в разных областях графического дизайна: театральные и выставочные плакаты, оформление книг, каллиграфия, дизайн упаковки, фирменный стиль для многих японских и международных фирм и дизайн интерьера. Икко Танака проектировал плакаты к Олим-

пийским играм в Токио в 1964 г. Произведения мастера получили широкую известность в Японии и за рубежом; были много раз награждены премиями международных плакатных и дизайн-конкурсов. Танака создал большое количество разнообразных работ, которые представлены в постоянных коллекциях многих музеев мира.

Икко Танака является значительной фигурой в истории японского дизайна. Работы Икко Танаки органично вписываются и в японскую, и в западную культуру. Танака удивительно тонко чувствовал цвет, пропорции, текстуру и рабочее пространство листа (цв. вкл., рис. 53, 54).

Также для его стиля весьма характерны подчеркнута плоские формы и фигуры. Дизайнер очень много, интересно и с большим мастерством работал с типографикой и не испытывал никаких трудностей при работе с латинским алфавитом. Танака всегда удачно соединял воедино изображение и шрифт.

**Танадори Йоку** (*Tanadori Yokoo*) — японский графический дизайнер (род. в 1936), учился в национальной школе искусству каллиграфии. В 1952 г. Йоку продолжил образование в высшей школе Nishiwaki в Хьюго. Йоку проявил себя во всех возможных направлениях и жанрах графического дизайна. Он создавал обложки для пластинок известных рок-исполнителей (таких как «Битлз» и Карлос Сантана), обложки для известнейших журналов и многое другое. Он даже разработал дизайн пояса для борьбы сумо. Дизайнер создал и множество трехмерных работ — серия скульптур, керамика и разнообразные инсталляции. Хотя многие считают Йоку королем современного японского стиля поп-арт, его работы можно отнести к жанру современного экспрессионизма.

Дизайнер Танадори Йоку совершил настоящий прорыв в графическом дизайне Японии. Визитная карточка Йоку — постеры, созданию которых он уделял больше всего внимания. Его яркие, многозначные, полные необычного юмора и интриги работы не теряют актуальности с 1960-х гг. Именно в этот период Йоку, решительно отойдя от бытовавшего в те времена модернистского стиля, стал проповандировать поп-арт и западную символику. Все произведения дизайнера поражают тем, что изображения привычных на первый взгляд объектов, собранные воедино, придают работам совершенно новый контекст и смысл. Отрадно, что Йоку полностью не отошел от влияния японской культуры. Несмотря на то что работы Йоку имеют во многом коммерческую направленность, многие из них можно встретить в постоянных коллекциях более восьмидесяти престижнейших музеев по всему миру (цв. вкл., рис. 55, 56).

Отличительными чертами плакатов Йоку являются красочные цвета, смелые элементы фотомонтажа и сочетание известных персонажей японской и западной культуры. На очень многих листах неизменно присутствует стилизованное изображение восходящего солнца, которое дизайнер использует в качестве фона.

В качестве примеров графических работ, содержащих глубоко символические, но малопонятные не японскому зрителю изображения, можно привести следующие плакаты.

Такаши Коно (Takashi Kono) разработал рекламный постер-приглашение на чайную церемонию и дизайн обложки ежемесячного журнала «Танко» (Tanko), посвященного этой церемонии. Монументальность черного фона нарушается лишь скромной иероглифической надписью в нижней части листа и изображением круглого белого фрукта с Т-образным черенком и ромбовидным зеленым листиком, находящимся в верхней части. Помимо общей эстетики дзен, пронизывающей плакат и соответствующей атмосфере чайной церемонии, сам фрукт является понятной для японцев аналогией с популярной графической работой XIII в., изображающей плод персика. Комната для чаепития традиционно украшалась подобным свитком.

Иссей Китагава (Issay Kitagawa) является автором рекламного постера для японского регионального фестиваля. Несколько скромных надписей на бледном фоне украшает лишь выполненное в характерно-небрежной кистевой графике изображение трех кругов разного размера и очертаний. У одного из которых внутри маленькая точка, а у двух других расходящиеся из центра линии. Такая достаточно абстрактная картинка воспринимается японцами в контексте с традиционными изображениями фейерверков, являющихся самой любимой и зрелищной частью подобных фестивалей.

Человечек на плакате дизайнера Акихико Цукамото не может мгновенно заставить вас облизать губы, но он прекрасно рекламирует бренд, производящий конфеты из каштанов — популярное лакомство в Японии (цв. вкл., рис. 57).

Множество выставок, проходящих в Японии, так или иначе связаны с темой «прекрасного», особенно в традиционном для японцев понимании. Художественной основой для постера Кена Микки, зазывающего на выставку «Жизнь и Прекрасное из Японии и стран Запада» (1999—2000), стал фрагмент старинной классической для Японии лаковой миниатюры с геометризованным изображением огромного рупора, в который вещает маленькая фигурка европейца (каким он изображался в японской живописи XVII в.) (цв. вкл., рис. 58).

Одним из примеров грамотного дизайна, сочетающего в себе традиционность формы и новые технологии на службе удобства использования, является японская упаковка. Термин «упаковывание» с японского точнее перевести как обертывание. Традиция заворачивания предметов в ткань (фурушики) сохранилась до сих пор. Упаковка, имитирующая узелок, весьма удобна для переноски.

Важно отметить следующую тенденцию: сохраняя и аккумулируя в себе региональную и этническую идентичность, японский графический дизайн вместе с тем развивается в соответствии с интернациональным контекстом. Иногда даже кажется, что иероглифы, например на упаковке рыбы или крабов, добавлены дизайнером для некой игры, как экзотический элемент. Крабовое мясо — любимое японское лакомство можно рассмотреть через прозрачное окошко. Иероглифы превращаются в затейливый декор, повторяющий форму краба, и контрастируют с надписью на английском языке (цв. вкл., рис. 60).

Упаковка для сыра тофу оформлена весьма лаконично — только с помощью типографики. Белый иероглиф эффектно контрастирует с черным фоном. Белый цвет получается за счет риса, который видно через прозрачный силуэт буквы. Таким образом, можно оценить сам товар.

Яркий пример творчества Наото Фукасава (Naoto Fukasawa) — оригинальная упаковка для соков: бананового, клубничного, киви и др. Дизайнер в соответствии с японской традицией любования объектами природы разработал коробки в стиле Juice skin (Кожица фрукта) (цв. вкл., рис. 59).

Необходимость клеить этикетки или наносить печать с поясняющим текстом отпадает, так как упаковка создает образ фрукта за счет передачи его фактуры. Цвет максимально соответствует спелым фруктам: желтый для банана и красный для клубники. В упаковке для сока киви точно воспроизведена бархатистая поверхность фрукта и его цвет. Поверхность пакета остается свободной от графики, так как она сама является основным коммуникативным аспектом упаковки за счет точной передачи фактуры. Все пакеты одинаковой прямоугольной



Японская упаковка сыра тофу

формы, но имитируют кожуру фруктов. Граненый пакет с банановым соком напоминает форму фрукта. Особенно привлекательно выглядит зеленый хвостик в виде клапана для открывания. Здесь осуществлена прямая аналогия — чтобы вкусить банан, надо оторвать его хвостик.

Подключение к восприятию упаковки и выбору продукта тактильных ощущений раскрывает новые возможности. Нежно-восковая поверхность банана, зернистая фактура клубники, бархатистая кожа киви вызывают прямые ассоциации, не требуют пояснений. Такой подход имеет явное японское происхождение (любовь японцев к чистоте и передаче фактуры поверхности) и вместе с тем приобретает вненациональное значение, так как понятен без перевода за счет своей образности и прямой ассоциации.

Мягкий климат в Японии способствует сохранности продуктов, которые достаточно завернуть в банановые листья, чтобы они долго оставались свежими. Дизайнеры упаковки используют эту традицию, но применяют современные материалы, например в упаковке для рыбы используется синтетический материал, имитирующий природный (цв. вкл., рис. 61).

Особое место в японской культуре издавна занимает бумага, как материал, наиболее выразительно сочетающий в себе характеристики хрупкости, недолговечности и гибкости с чистотой и красотой. Современные дизайнеры продолжают уделять большое внимание этому экологически чистому и дающему богатые возможности материалу. Разрабатываются серии разнофактурных упаковочных бумаг и дизайнерских бумаг ручной работы.

Активно развиваются национальные традиции бумажной пластики (*оригами*), которые и внедряются в процессе производства упаковки, сувениров и многого другого. Японские ученые и инженеры абсолютно уверены в том, что искусство оригами может найти широкое применение и в промышленности, например для создания упаковок. Яркий пример — упаковка для чая, созданная на основе оригами и каллиграфии. Технологию оригами уже используют в производстве банок для напитков и консервированных продуктов. Крышки банок штампуются вместе с особой алмазной нарезкой, которая значительно облегчает вскрытие такой банки. Стенки алюминиевых банок можно делать тоньше, чтобы экономить металл, но при этом не снижать прочность за счет алмазной гравировки, создающей рельефную структуру по принципу оригами (цв. вкл., рис. 62).

Итак, даже в современных японских упаковках неизменно отражается многовековая культурная традиция.

Япония в настоящее время является одной из ведущих стран мира с высоким уровнем дизайна. Конечно, конкретный опыт Японии в плане развития дизайна, способа формирования общего эстетического контекста и стиля достаточно специфичен, ибо своеобразна и история развития Японии, самобытно ее культурное лицо.

Таким образом, говоря об истории дизайна Японии, следует еще раз подчеркнуть, что с помощью дизайна можно приблизить человека к природе. Опыт Японии убедительно доказывает: достижения в производстве и накоплении материальных ценностей не означают, что возможно заменить ими ценности духовные или восполнить утрату гармоничных человеческих отношений чрезмерным потреблением избыточно производимых товаров. В то же время опыт Японии показателен в плане умения гибко сочетать новое и старое как в содержании, так и в форме, вдумчиво вписывать традиции в современность.

## **ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ**

---

1. Какие национальные традиции определили особенности японского дизайна?
2. Как проходило становление национального дизайна японской электроники?
3. Приведите примеры проявления национального японского дизайна в автомобилестроении.
4. Что характерно для дизайна японского интерьера?
5. Какие тенденции можно отметить в дизайне японской мебели?
6. Чем знаменит графический дизайн в Японии?
7. Приведите примеры дизайна японской упаковки. Дайте характеристику ее конструкции, используемым материалам, графике.
8. Расскажите о творчестве наиболее заинтересовавшего вас японского дизайнера.

# ИСТОРИЯ ДИЗАЙНА В РОССИИ

## 3.1. РОССИЙСКИЙ ДИЗАЙН В НАЧАЛЕ ПУТИ

### 3.1.1. Русский стиль и крестьянский дизайн

Во второй половине XIX в. активно используется так называемый *русский стиль*, основывающийся на русском историческом художественно-графическом материале. Появившись в архитектуре, этот стиль с 1880-х гг. распространяется и в художественной промышленности России — в оформлении фабричных и заводских буклетов, меню ресторанов, рекламы, плакатов, разнообразных пригласительных билетов, для оформления упаковочной и этикеточной продукции. Русский стиль строился на историческом материале, использовании былин, сказок, русских орнаментов и народных узоров.

На этикетках, упаковках, вкладышах и рекламных плакатах основное внимание обращалось на декор. Проводились даже научные исследования орнаментов, в частности вышивки, украшений старорусских зданий. Помимо этого, отличительным признаком русского стиля становится не только характер декоративного украшения, но и его количество: обилие декора почиталось за художественное достоинство. Все это было направлено на выражение идеи самобытности, народности и национальности (цв. вкл.; рис. 63—65).

Важным было обращение к истокам русского народного дизайна, который был преимущественно функциональным, базировался на использовании природных материалов с минимальной обработкой, удовлетворял потребности человека в жилье, одежде, предметах быта. В процессе векового применения объектов создавались каноны форм.

Народные мастера стремились сделать предмет многофункциональным. Например, берестяной туес использовался не только для сбора грибов, ягод, но и для хранения сыпучих продуктов, в качестве термоса для напитков. Благодаря свойствам многослойной бересты и плотно подогнанной крышке, молоко не прокисло в ту-

есе даже в жаркий день. Традиционная русская печь является ярким примером многофункционального дизайна, так как она использовалась для приготовления пищи, обогрева жилища, как сушилка, лежанка, баня и др.

Народный или крестьянский дизайн проявился наиболее наглядно в предметах посуды, утвари, обуви, одежде, орудиях труда, деревянном строительстве и сложился уже достаточно определенно в XIV—XV вв. Например, деревянная кровать могла увеличиваться в размерах за счет выдвижной боковой части (прообраз раскладных диванов). Это было крайне необходимо, так как крестьянские семьи были многочисленными. С рождением ребенка кровать раздвигали, предоставляя ему место.

Художники, работающие в таких центрах культуры, как подмосковное имение С. Мамонтова «Абрамцево» и имени М. Тенишевой «Талашкино» в Смоленской губернии, осуществляли большую работу по развитию русского стиля. Они объединились вокруг идеи возрождения традиций народного искусства, стремились понять истоки русской культуры, возродить народные художественные промыслы.

В Абрамцево художники организовали две мастерские: столярно-резчицкую (1885) и керамическую (1890). Следуя своим творческим интересам, они пропагандировали взаимосвязь между красотой и пользой. Это было началом дизайнерских поисков, попыткой возродить народные художественные промыслы в новом качестве, раскрыть основную функцию декоративного искусства — украшать повседневный быт человека.

В керамической мастерской ярко раскрылся талант М. А. Врубеля как создателя декоративной скульптуры, изразцов для каминов, декоративных панно, майоликовых ваз и блюд. Врубель совместно с Коровиным создает в Абрамцево в студии-мастерской камин «Лебедь» с полкой.

Врубелем была сделана также печь-лежанка для усадебного дома в Абрамцево, украшенная скульптурной головой львицы изумрудно-бирюзового цвета и цветочным орнаментом майоликовых плиток в той же голубовато-зеленой цветовой гамме.

В столярной мастерской местные резчики создавали по эскизам Е. Д. Поленовой и В. М. Васнецова предметы домашней утвари — деревянные сундуки, полки, шкафчики и другую мебель. Продукция мастерской пользовалась большой популярностью, экспонировалась на всероссийских и международных выставках, завоевывала золотые медали. Художники В. Васнецов и С. Малютин делают в русском стиле два нарядных мебельных объекта: буфет «Теремок» и шкафчик «Феникс».

В Абрамцеве была собрана уникальная коллекция народной гончарной посуды, прялок, одежды домашнего ткачества, деревянной посуды, образцов крестьянской мебели. Началось возрождение утраченных и забытых русских народных ремесел: резьбы по дереву, изготовления изразцов, вышивки и ткачества. Недолго просуществовавшая вышивальная мастерская выпускала скатерти из самотканого холста, вышитые полотенца, фартуки.

Идеи русского стиля и возрождения художественных ремесел были подхвачены М. К. Тенишевой в имении «Талашкино» под Смоленском. Она говорила об «эмоциональном восприятии народного искусства», требовала от художников не копирования форм и мотивов, а творческого отношения к старине. Руководителем столярной, керамической и вышивальной мастерских первоначально был художник С. В. Малютин. В этих мастерских изготавливались всевозможные предметы быта, детские игрушки, вышитые полотенца, салфетки, портьеры. Со временем появились художественные работы для здания Теремка и театра, гарнитуры мебели и др. После отъезда Малютина из Талашкино в 1903 г. сюда для руководства мастерскими были приглашены молодые художники А. П. Зиновьев (1880—1942) и В. В. Бекетов (1878—1910). Оба окончили Московское Строгановское училище. В Талашкине они плодотворно разрабатывали элементы оформления русского дома, русского жилья.

Лучшие изделия талашкинских мастеров экспонировались на выставках в Смоленске, Петербурге, Париже, Лондоне, отправлялись в Москву в магазин «Родник».

Абрамцевский художественный кружок и мастерские в Талашкино были уникальными центрами по возрождению народных художественных ремесел, где вырабатывались новые идеи и художественные формы, положившие начало дизайнерским поискам в России.

### 3.1.2. Русский модерн в дизайне

Сложные проблемы идейно-эстетической и духовной ориентации творческих интересов в конце XIX — начале XX в. заметно сказались на постановке вопроса о синтезе искусств. Эта идея, имеющая первостепенное значение в эстетике модерна, получила на русской почве поддержку в широких общественно-культурных кругах. Особенностью русского модерна было то, что наравне с основными изобразительными темами (природа, животные и птицы, женщины с развивающимися волосами), мотивами (ирисы, хризан-

темы, морские волны) и принципами стилизации растительной формы заимствованными из Европы, использовались традиционные русские пейзажи и стилизации цветов и растений русских полей. Констатируя общность русского модерна с аналогичным стилем в Западной Европе, следует отметить ясно выраженную национальную направленность, рожденную общественной атмосферой русской жизни и ее культурной традицией.

В этих условиях формируется новый тип универсального художника, для которого не существует разделения на ремесло и искусство. Творчество В. М. Васнецова, М. А. Врубеля, художников «Мира искусства» яркий тому пример. Художники считали, что картина должна выйти из музея, стать неотъемлемой частью быта и составить с окружающей средой единый ансамбль. Они не только создавали картины и декоративные панно, но могли расписать блюдо, исполнить виньетку для книги, изваять скульптуру, придумать театральный костюм и др. В период модерна высокие результаты были достигнуты во всех видах искусства: архитектуре, живописи, декоративно-прикладном искусстве, книжной графике, скульптуре, театрально-декорационном искусстве и др.

В модерне эстетические и утилитарные функции вещи объединились в целостное художественно-образное решение. Художники старались декоративно переосмыслить саму ее конструкцию, сделав орнаментальную композицию неотделимой от формы.

Особенно активно стиль модерн русские художники использовали в архитектуре, дизайне интерьеров, посуды, ваз, зеркал, ювелирных украшениях, одежде, при оформлении плакатов, открыток, буклетов, парфюмерно-косметической и аптечной продукции, всевозможных кондитерских изделий, бутылок и т. п.

В типографике преобладали акцидентный рисунок шрифта, отказ от классических принципов построения и пропорций буквы, общая плавность очертаний и поиск новых форм с нарочито преувеличенными декоративными элементами.

В оформлении парфюмерной упаковки в стиле модерн стали преобладать мотивы природы во всем ее многообразии и красоте. На флаконах с духами и одеколонами, пудреницах, баночках для кремов появились стилизованные изображения животных, птиц, насекомых и цветов. Растительные орнаменты в парфюмерном дизайне как нельзя лучше отражали саму суть продукции.

На знаменитых стекольных заводах братьев Грибковых и заводах Ивана Ритинга изготавливались утонченные флаконы для ведущих парфюмерных компаний России: «Брокер и К», «А. Рале и Ко», Александра Остроумова, русско-французского акционерно-

го товарищества «Модерн» и др. В разработке самой дорогой парфюмерной упаковки конца XIX — начала XX в. также принимали участие ведущие ювелирные фирмы Карла Фаберже, Ореста Курлюкова, Якова Мишукова.

В кондитерской упаковке стиль модерн прослеживается в оформлении продукции фирм «Товарищество А. И. Абрикосова и сыновей», «Товарищество Эйнем», «ССу и К» и др. Фантики для кондитерских изделий в стиле модерн часто содержат сюжеты, взятые из театральных постановок и мифологии. Такую упаковку создавали на фабрике «Торгового Дома А. Ф. Постников и Ко», в типографии «Товарищество Типо-Литография И. Д. Худякова» и др. Российский фантик конца XIX — начала XX в. был одним из лучших в мире как по графическому оформлению, так и по качеству печати, но имена художников упаковки хозяева кондитерских фабрик держали в секрете, опасаясь, что конкуренты смогут их переманить (цв. вкл., рис. 66, 67).

Заметным событием в истории русского модерна стала выставка «Современное искусство» в Петербурге (1902). В ней преимущественно принимали участие мирискусники А. Бенуа, Л. Бакст, А. Головин, К. Коровин, Е. Лансере. Помимо живописно-графического раздела на выставке были представлены интерьеры в стиле модерн. По проекту Бенуа и Лансере экспонировалась столовая с мебелью; покрытой белым лаком. Столовый гарнитур дополняли зеркала в белых рамах, белый камин с зеркалом, гобелен напротив окон и горельефы над дверями. По проекту Коровина была выполнена чайная комната из дерева. Меблировку составляли несколько шкафов, чайный стол и диваны желтого цвета, расставленные вдоль стен, на которых были развешены панно с вышитыми по холсту силуэтами деревьев в зеленоватых тонах. Головин показал жилой интерьер, оформленный как русский терем.

На «Выставке архитектуры и художественной промышленности нового стиля» (1902—1903) в Москве в качестве наиболее интересных примеров стиля модерн демонстрировались интерьеры и мебель И. А. Фомина, а также работы иностранных мастеров, среди которых выделялись И. Ольбрих и Ч. Макинтош.

Мастера модерна экспериментируют с материалами, ведутся поиски выразительных сочетаний формы, линий и цвета в стекле, фарфоре, керамике; ковanej меди. Смальта, майолика, эмали широко внедряются в отделку посуды, люстр, часов, мебели, каминов и др. В интерьерах модерна ярко выражено единое стилистическое решение мебели, посуды, штор, светильников и предметов прикладного искусства. Для мебели русского модерна характерны два

стилевых направления: декоративное и рационалистическое конструктивное.

Становление композиционных и декоративных приемов модерна можно проследить в творчестве таких архитекторов, как Ф. О. Шехтель, В. Ф. Вальконт, И. А. Фомин и др. Интерес к активному использованию цвета в архитектуре всячески приветствовался концепцией модерна. Смелым, новаторским решением было включение в композицию фасадов монументальных мозаичных, изразцовых или майоликовых панно и фриз, а также больших ярких витражей — в интерьеры. Яркий тому пример — московские особняки стиля модерн.

### **3.1.3. Российский дизайн на начальном этапе (1920-е гг.)**

Развитие дизайна в России отличается своеобразием, обусловленным спецификой производственных, экономических и общественных условий в нашей стране. Особенности российского дизайна состоят в том, что на начальном этапе после Октябрьской революции 1917 г. он формировался во взаимодействии с производственным искусством и конструктивизмом. Русские художники и теоретики искали базовые элементы, стремились сделать «конструктивную структуру» основой формообразования.

В послереволюционной России зародилось движение, получившее название «Производственное искусство». Группа теоретиков и художников отрицали старое станковое искусство и провозглашали новое искусство как «новую форму практической деятельности». Главным для них было создание новой предметной среды. Искусство в новых социальных условиях должно превратиться в особый вид производства, вторгающегося в саму жизнь и меняющего ее, приближая «светлое будущее». Пролетарий должен стать художником и производителем одновременно — «конструктором вещей потребления». Теоретики призывали художников приступить к реальной практической работе на производстве. Они считали, что новый человек должен жить в благоустроенном жилище среди удобных и полезных вещей. При этом наиболее радикальным из них казалось, что пролетариат отвергнет все бесполезные предметы, в том числе и произведения искусства. В 1920-е гг. эти идеи так и не были реализованы на практике. Никаких принципиальных изменений во взаимоотношениях художников и производства не произошло.

Затем в производственном искусстве стадия «от изображения — к конструкции» сменилась стадией «от конструкции — к производству». Была создана «Первая рабочая группа конструктивистов» в Московском институте художественной культуры (ИНХУКе) (1920), где происходила разработка творческой концепции конструктивизма. В нее вошли Алексей Ган, Александр Родченко и Варвара Степанова. Творческие устремления первых советских дизайнеров переориентируются с решения общих задач на разработку конкретного оборудования.

Ранний этап формирования советского дизайна характеризовался интенсивными поисками в области формообразования и конструирования. Художники-конструктивисты поставили перед собой цель охватить проектированием все стороны быта: агитационное искусство, промышленную графику, мебель, предметы обихода, посуду, костюм. Конструктивисты воспринимали новую форму одежды для трудящихся в новых социальных условиях как профессиональный инструмент и выдвинули идею «прозодежды», отвечающую принципам удобства и целесообразности. «Прозодежда», т. е. одежда для производства, различалась в зависимости от вида работы (хирург, пилот, строитель и др.), а спецодежда предназначалась для работы в особых условиях (пожарный, участник полярной экспедиции и др.). Большое внимание уделялось также спортодежде, так как спорт занимал значительную часть времени советских граждан.

Основным объектом агитационно-массового искусства было художественное оформление политических шествий и уличных празднеств. Широко применялись абстрактные элементы, геометрические конструкции, локальные цвета (особенно красный, черный и белый), динамичные композиции. Новые стилистические приемы распространились на создание оригинальных устройств, агитационных трибун, театральных установок, киосков, и др.

Х. Магомедов, в книге «Дизайн архитектурных форм» пишет о том, что большое распространение в монументальном искусстве и архитектуре первых послереволюционных лет получили поиски некоего общепонятного символического языка с использованием простых геометрических форм и цвета. Через «символический этап» прошли, например, К. Малевич, В. Е. Татлин и другие художники.

Малевич разработывал систему символических знаков, придавал определенное значение отвлеченным геометрическим фигурам и цвету. Квадрат символизировал весь мир, круг — движение земли, треугольник — высшую силу, продолговатые четырехугольники

(«супремы») — взаимодействие сил, черный цвет — злое начало, белый — хорошее, красный — революцию, красный квадрат — мировую революцию искусств и т. д.

Символика простых геометрических форм и цвета была широко распространена в агитационном искусстве первых лет советской власти. Она повлияла не только на праздничное оформление городов, но и на плакат, (например, плакат Э. Лисицкого «Клином красным бей белых», 1919).

Наиболее интенсивно в первые годы советской власти развивается графический дизайн, что проявляется в принципиально новом подходе к созданию плаката, рекламы, книжной продукции.

В годы Гражданской войны самым распространенным искусством была графика. Быстрее всего откликался на новые идеи и происходящие события плакат. Лаконизм силуэта, цвета, четкость линии, призывный текст — все способствовало доходчивости изображения и соответствовало остроагитационной направленности плаката.

Особое место в плакате тех лет занимала абсолютно новаторская форма агитационного искусства — «Окна сатиры РОСТА» (Российского телеграфного агентства), в которых сотрудничали М. Черемных, В. Маяковский, Д. Моор.

Автором широко известных политических плакатов «Ты записался добровольцем?» и «Помоги!» был Д. С. Моор. На плакате «Ты записался добровольцем?» на зрителя в упор устремлен настойчивый взгляд красноармейца, красным силуэтом выделяющегося на фоне дымящих заводских труб. Надолго запоминается суровый, монументальный образ и его повелительный жест. Плакат «Помоги!» посвящен голодающим Поволжья. Трагизм изображения достигнут тем, что фигура изможденного старика в белой рубашке с отчаянно вскинутыми руками помещена на черный фон и словно протрена сломанным колосом.

Рекламный плакат 1920-х гг. — явление яркое и значительное. Реализацию революционных художественных идей в плакате продемонстрировали величайшие мастера конструктивизма — художник А. Родченко и поэт В. Маяковский. С 1923 по 1925 г. их творческим союзом было сделано до 50 плакатов и около сотни вывесок, упаковок, обертки и рекламных иллюстраций. Комплексный подход к оформлению внешнего вида торговых точек, упаковки и рекламы товаров «Моссельпрома» помог новой торговой марке конкурировать с частниками.

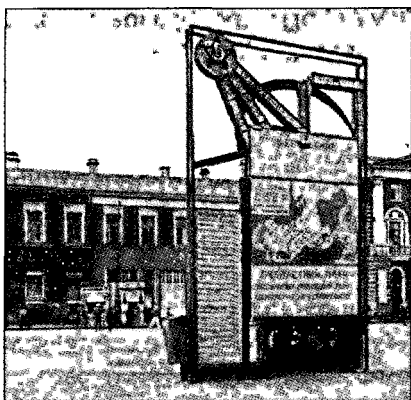
Обертки карамели «Красноармейская звезда», созданные В. Маяковским, стали прямым продолжением его работы в области ре-



Д. Моор. Плакат. «Помоги»

волюционного плаката «Окон РОСТА». Все фантики пронумерованы, благодаря чему серия картинок и стихотворных строк Маяковского складываются в повествование о победоносной истории Красной армии. «Слушай, Земля, голос Кремля!» — с обертки карамели «Красная Москва» призывал В. Маяковский.

В 1920 — 1930-х гг. Россия становится одним из важнейших центров формирования профессионального дизайна. Промышленный дизайн пока не играет определяющей роли. Основная цель — организация предметной среды в сферах труда, быта и культуры. На-



Наглядная агитация. Москва. Площадь Советская (1931)

пример, большое значение придавалось конструкциям со стендами наглядной агитации, которые повсеместно украшали городскую среду.

Дизайн ориентируется на решение практических задач: разработку бытового оборудования для жилищ, обстановки рабочих клубов, общественных интерьеров. В этот период происходит становление ВХУТЕМАСа — школы профессиональной подготовки дипломированных дизайнеров, формируются оригинальные творческие концепции А. Родченко, Л. Лисицкого, В. Татлина. Задача создания новой среды жизнедеятельности придавала особый импульс развитию конструктивизма.

### **3.1.4. ВХУТЕМАС — ВХУТЕИН — подготовка художников-инженеров**

Московские государственные высшие художественно-технические мастерские (сокращенно — ВХУТЕМАС) были созданы в 1920 г. для получения дизайнерами профессионального образования. На производственных факультетах ВХУТЕМАСа преподавали А. Родченко и Л. Лисицкий, которые много интересного сделали для развития графического дизайна (фотомонтаж, коллаж; шрифтовые композиции, рекламная и плакатная графика, книжные конструкции и др.). Множество открытий и проектов было создано в области новых принципов организации выставочных и бытовых интерьеров, типовой мебели, архитектурных ансамблей и др.

В 1926 г. ВХУТЕМАС был преобразован в институт ВХУТЕИИ, который просуществовал до 1930 г. Он состоял из основного (общеобразовательного) отделения и факультетов: архитектурного, скульптурного, живописного, полиграфического, деревоотделочного, металлообрабатывающего и текстильного.

В новом учебном заведении готовили «художников-мастеров высшей квалификации для промышленности». Художественное творчество трактовали как широкую сферу, включающую создание произведений пластического искусства и художественно-ценных предметов быта и техники. Выпускники производственных факультетов получали звание «инженер-художник» или «художник-технолог» с указанием специализаций по отрасли промышленности (дерево- или металлообрабатывающей, текстильной, керамической, полиграфической).

Преподавание осуществлялось на научной основе, были разработаны специальные программы и методики. Первые два года обучения называли Основным отделением. Здесь студенты получали общехудожественное образование, изучая такие пропедевтические дисциплины, как «Пространство», «Объем», «Цвет», «Графическая конструкция на плоскости». Профилирующей дисциплиной на деревообрабатывающем и металлообрабатывающем факультетах было проектирование. Творческие концепции А. Родченко, Л. Лисицкого, Л. Поповой и В. Татлина оказали огромное влияние на дизайнерскую подготовку во ВХУТЕМАСе.

Целый ряд архитекторов, искусствоведов и художников стремились к слиянию своего искусства с новой жизнью, с промышленным производством, с «деланием вещей», поэтому их называли «производственниками».

В общей программе Основного отделения были сформулированы следующие требования: дать студентам всех специальностей общую художественную подготовку, необходимую для решения синтетических художественно-производственных задач на всех факультетах; дать необходимые знания и навыки для решения формальных и элементарно-композиционных задач, лежащих в основе всех пространственных искусств.

Темы студенческих проектов были разнообразны: трансформирующаяся мебель, светильники, посуда, одежда, киоски и др. Простота форм была здесь как бы новым эстетическим идеалом.

ВХУТЕМАС был важнейшим центром генерирования формообразующих и стилеобразующих идей наряду с Баухаузом.

Дизайнеры (художники-производственники, художники-конструкторы) работали в начале XX в. в очень широком диапазоне

предметно-художественного творчества, что способствовало перетеканию художественных идей внутри этой сферы, рождению формообразующих концепций и созданию оригинальных произведений.

### 3.1.5. Конструктивизм

**Конструктивизм** (от лат. *constructio* — построение) — направление в советском искусстве 1920-х гг., архитектурном и дизайнерском творчестве, провозгласившее основой художественного образа чистоту формы, тектонические ценности конструкции, постройки или предмета и выдвинувшее задачу художественного конструирования материальной среды, окружающей человека: интерьеров, мебели, посуды, одежды и т. п. Конструктивные решения призваны были выявлять эстетические качества объектов. Наиболее полное выражение конструктивизм нашел в архитектуре, дизайне, прикладном, оформительском, театрально-декорационном искусстве, печатной графике, искусстве книги. XX в. возвел идею конструктивизма в художественный принцип.

Конструктивизм формировался в тесном взаимодействии с супрематизмом, кубизмом, футуризмом и другими авангардными течениями. Художественное проектирование мыслилось как способ преобразования общественного бытия и сознания людей, что было весьма утопично.

Художники-конструктивисты (Э. Лисицкий, А. Родченко, В. Татлин, Л. Попова, А. Экстер, В. Степанова и др.), включившись в движение производственного искусства, стали основоположниками советского дизайна, где внешняя форма непосредственно определялась функцией, инженерной конструкцией и технологией обработки материала. Эти художники исповедовали принципы функциональности, массового машинного изготовления посуды, мебели, одежды.

В оформлении театральных спектаклей конструктивисты заменили традиционную живописную декорацию трансформируемыми установками-станками, преобразующими сценическое пространство.

Для печатной графики, искусства книги, плаката конструктивистов характерны скупые геометризованные формы, их динамичная компоновка, ограниченность цветовой палитры (в основном красное и черное), широкое применение фотографии и наборных типографских элементов. Типичные проявления конструктивизма

в живописи, графике и скульптуре — абстрактный геометризм; использование коллажа, фотомонтажа, пространственных, иногда динамических конструкций.

Кульминацией в развитии конструктивизма был 1925 г., когда на Международной выставке декоративных искусств и художественной промышленности в Париже В. Е. Татлин представил модель башни III Интернационала. А. Веснин поместил свои работы в архитектурном и театральном разделах, А. А. Экстер — в театральном. Л. С. Попова и В. Ф. Степанова продемонстрировали образцы текстиля и эскизы геометрических орнаментов, А. М. Родченко — полиграфические работы, рекламные плакаты, проекты росписи фарфора и проекты оборудования читальни Рабочего клуба.

Русские конструктивисты повлияли на распространение этого направления в ряде европейских стран (Германия, Голландия, Польша, Чехия, Венгрия) и США.

Рассмотрим оригинальные творческие концепции В. Кандинского, К. Малевича, А. А. Экстер, Л. С. Поповой, В. Ф. Степановой, Э. Лисицкого, А. М. Родченко, В. Е. Татлина, Я. Чернихова, сформировавшиеся в советском дизайне в 1920-е гг.

**Василий Васильевич Кандинский** (1866—1944) — известный русский художник-универсал занимался живописью, графикой, проектированием мебели и ювелирных изделий, преподавал в Баухаузе и ВХУТЕМАСе.

Кандинский родился в Москве, вырос и учился в Одессе, подолгу жил в Германии. Своими первыми абстрактными акварелями (1910) он освободил живопись от «предметности». Мысль о слиянии видов искусства, проявившаяся в циклах гравюр на дереве Кандинского, как синтез слова, изображения и звука, занимала тогда все прогрессивные умы и способствовала формированию абстрактного художественного языка. Для лучших работ художника характерны эксперименты с цветом, поиски оригинальной композиции. В 1912 г. Кандинский изложил свои теоретические взгляды в работе «О духовном в искусстве». На основе идей по анализу цвета и формы в 1918 г. Кандинский, будучи профессором ВХУТЕМАСа, создал собственный учебный план.

Василий Кандинский как дизайнер в своем доме попытался создать особую, синтезированную среду, расписав внутреннюю лестницу, тонируя настенные рельефы, собственноручно изготовив и раскрасив мебель. Яркая декоративность интерьера придавала ему сходство с крестьянским искусством. Идею слияния разных видов искусства в среде человеческого обитания Кандинский развивал и в теории. С точки зрения Кандинского, великий шаг к но-

вой духовности в искусстве состоит в освобождении от плоскости; преодолении ее и переходе к «непостижимому пространству», в котором плавают его «простейшие элементы».

Последняя крупная картина Кандинского — «Композиция Х». Художник был убежден, что искусство может выходить из границ, в которые его хочет втиснуть время, и раскрывать содержание будущего.

**Казимир Северинович Малевич** (1878—1935) русский и советский художник-авангардист, педагог, теоретик искусства, философ. Он был теоретиком конструктивизма и основателем супрематизма (от лат. *supremus* — наивысший) — направления искусства, использующего в качестве изобразительных элементов исключительно геометрические фигуры. («Супрематизм. Автопортрет в двух измерениях», «Красный квадрат. Живописный реализм крестьянки в двух измерениях», «Черный квадрат на белом фоне», «Черный крест», «Черный круг» и др.). Осенью 1905 г. приехал в Москву, посещал с ознакомительными целями занятия в Московском училище живописи, ваяния и зодчества и Строгановском училище. Оформил в 1913 г. в Петрограде постановку оперы М. В. Матюшина «Победа над солнцем», в 1918 г. — первую постановку «Мистерии-буфф» В. В. Маяковского. В 1920-х гг. с помощью абстрактных пространственных композиций («архитектонов») изучал язык пластических искусств, создавал проекты бытовых вещей, рисунки для текстиля и др.

Красоту чистой формы первым провозгласил К. С. Малевич. Он решительно очистил ее снаружи и внутри от украшательства. Его идеи сыграли значительную роль в развитии искусства и дизайна. Концепцию супрематизма он изложил в пяти томах, которые являются бесценным вкладом в теорию искусства, архитектуры и дизайна.

В 1913 г. Малевичу заказали костюмы и декорации для футуристической оперы «Победа над солнцем». Работая над этими заказами, художник создал декорацию, которая состояла из черного квадрата. Так действительно была осуществлена победа над солнцем: черный квадрат затмил, заслонил собой все изображения. Эту композицию художник затем перенес на холст, назвав картину «Черный квадрат на белом фоне» (около 1913). Это произведение Малевича явилось важнейшим событием в истории искусства и на долгие годы определило его дальнейшее развитие.

Точное, однозначное его толкование в принципе не возможно. Одни говорят, что это — прорыв в космическое пространство, в бесконечность, другие утверждают, что это — абсолютное отсутствие всякой реальности в картине. Самые внимательные зрители заме-

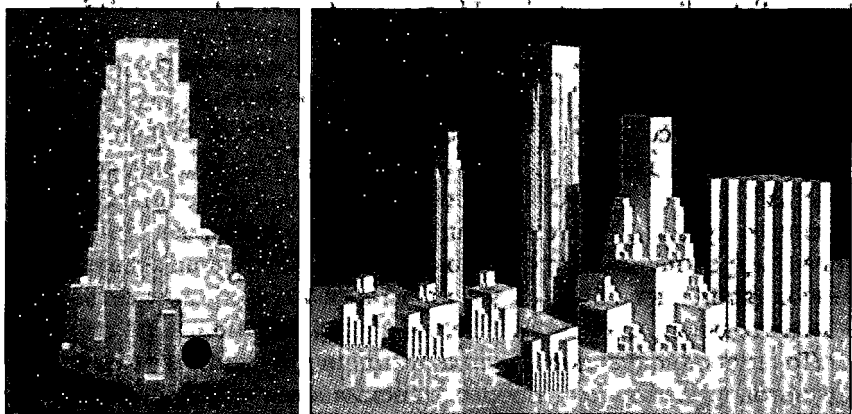
чают, что форма квадрата не так уж идеальна, и одна его сторона чуть длиннее других. Интересно, что со временем краска потрескалась и под слоем черного обнаружили цветные пятна. Теперь картина покрыта красными, зелеными и желтыми трещинами, что создает дополнительный декоративный эффект и вносит некоторую иллюзию вибрации цвета.

Стиль своего искусства Малевич обозначал термином *супрематизм*, под которым подразумевал «постановку опыта чистой, не имеющей практического значения беспредметности». Свои работы он поначалу создавал преимущественно на основе квадратов («Красный квадрат», «Белый квадрат»). Позже он стал работать с линиями, кругами, прямоугольниками и крестами.

В художественном развитии супрематизма у Малевича можно проследить три этапа. Сначала доминирующими элементами были простые парящие формы из квадратов и широких цветных полос. Вторым этапом стало создание напряженных групп из скрещенных между собой горизонтальных и вертикальных форм. В так называемый белый период художник составлял композицию картины из монохромных белых плоскостей и белых форм.

После Октябрьской революции супрематизм наряду с конструктивизмом на какое-то время стал частью официальной культурной политики. Малевич был назначен руководителем всех московских музеев.

Художник экспериментировал не только в живописи: он занимался дизайном помещений, а также архитектурой и прикладным искусством. Он создал свои знаменитые *архитектонны* — простран-



К. Малевич. Архитектонны

ственные композиции, с помощью которых изучал язык пластических искусств.

Одновременно с созданием архитектонов, т. е. с разработкой «архитектуры как проблемы», Малевич в эти же годы делает шаг и в области «архитектуры в жизни». Это прежде всего *планы* — проекты жилых сооружений: в отличие от архитекторов — это не модели, а графические чертежи (аксонометрии, фасады, разрезы). Супрематические эксперименты Малевича в области сочетания геометрических фигур и пространств с использованием цвета в качестве организующего начала оказали значительное влияние на формирование художественно-стилевых приемов и форм архитектуры и дизайна. Четкие геометрические супрематические композиции, архитектоны и планы Малевича повлияли и на творческие поиски голландской группы «Де Стейл», и на художественные принципы немецкого Баухауза, и на работы многих советских архитекторов (Н. Ладовского, И. Леонидова, К. Мельникова, Л. Лисицкого, М. Гинзбурга и др.). Разработки Малевича и в настоящее время используются дизайнерами всего мира.

Мода на одежду в 1920—1930-е гг. формировалась под влиянием спортивных парадов, поэтому весьма популярны были белые парусиновые тапочки, белые кепка или берет, майка с крупными вертикальными черно-белыми полосами. Многие ткани для платьев выпускались с индустриальным орнаментом. Политически важными темами в текстильном дизайне считались спорт, Красная армия, авиация, механизация и т.п. (цв. вкл., рис. 68).

**Александра Александровна Экстер** (1882—1949) была известным живописцем-конструктивистом, создавала эскизы декораций и костюмов для театра. В 1915 г. Экстер примкнула в Москве к группе К. С. Малевича. В это же время она проявила интерес к прикладным искусствам, используя кубистические формы для создания бытовых вещей. В 1921—1922 гг. она преподавала в московском ВХУТЕМАСе.

В 1920-х гг. А. Экстер принимала участие в оформлении I Всероссийской сельскохозяйственной выставки (1923), придумывала рисунки для тканей, сотрудничала с Московским ателье мод, где разрабатывала проекты женской одежды, участвовала в создании формы для Красной армии, выполнила эскизы костюмов для кинофильма «Аэлита» Я. А. Протазанова, которые определили стиль киноленты.

В 1924 г. художнице было поручено оформление советского павильона на XIV Международной выставке в Венеции, где демонстрировались и ее работы. Затем Экстер уехала в Париж для рабо-

ты над экспозицией советского отдела Всемирной выставки декоративных искусств. Представленные на ней театральные работы получили золотую медаль.

Для Московского Камерного театра Экстер создала росписи вестибюля, занавес, костюмы и декорации. Театральные работы художницы особенно впечатляли смелыми конструктивными и пластическими решениями, трехмерностью, яркостью цвета.

Эскизы Экстер для творческой организации «Ателье мод» трудно назвать бытовым костюмом — это скорее образцы для подражания, несущие новые идеи. Поверхность платья произвольно членится на разнообразные геометрические фигуры. Каждая из них заполняется своим рисунком и цветом. Художница использует контрастные цветовые сочетания, различные фактуры. Резкие наклонные линии пересекают композицию в разных направлениях, придавая всему облику модели особую выразительность и динамичность. Экстер одна из первых обратила внимание на костюм разных времен и народов как на источник новых идей для проектирования одежды. В многослойном ансамбле Экстер просматриваются элементы старинных китайских и японских одежд, египетские и средневековые мотивы.

**Любовь Сергеевна Попова** (1889—1924) была живописцем, графиком и художником театра. Она исходила из положения, что цвет является самостоятельным формообразующим средством. Большой интерес представляют ее работы в области конструктивизма, особенно «Живописные конструкции» и цикл из живописных и графических работ «Пространственно-силовые построения». На многих холстах художницы плоскости образуют сложные композиции, пересекаются, перекрывают друг друга. Занятия конструктивизмом привели Попову к оформлению театральных постановок для театра В. Э. Мейерхольда и к дизайну костюма.

Почти все эскизы моделей одежды Поповой созданы для определенного проекта ткани. Текстильные рисунки Поповой ошеломляли современников контрастными цветами, динамичными структурами из геометрических фигур. Подобные орнаменты имели свою пространственную глубину. На цветную орнаментальную решетку фона она накладывала (наклеивала) один или несколько слоев новых орнаментальных решеток из цветной бумаги — пригодился опыт использования коллажа в станковой живописи и графике.

Модели одежды художницы отличает деловитость и скромность, хотя они достаточно изысканны. За ними возникает образ труженицы, но не пролетарки-работницы, а скорее чрезвычайно распро-



Л. С. Попова. Модели одежды

странившийся в те годы тип служащей советского учреждения: конторщицы, учительницы и т. п. Другие модели создают образ молодой, элегантной и беззаботной дамы артистического типа. Таким образом, Попова была ярким представителем двух основных направлений в моделировании костюма тех лет: конструктивистского, функционального, связанного с проектами В. Степановой, А. Родченко, В. Татлина, и артистичного, в русле которого работали художники, группировавшиеся вокруг объединения «Ателье мод» и журнала «Ателье», — А. Экстер, В. Мухина и др. Костюмы, спроектированные Поповой, так же как и рисунки тканей, — пространственны. Они скорее архитектурны, чем пластичны. Человеческая фигура играет для них роль конструктивного каркаса.

В середине 1910-х гг. у Поповой возник интерес к «скульпто-живописи». Подобные опыты были у Пикассо, Татлина, Клуна, Пуни. Попова никогда не порывала с плоскостью, не выходила в трехмерность, ее работы оставались «скульптурными картинами», в которых главную роль играл цвет. Творчество Любви Поповой впитало достижения русского искусства начала XX в. и его напряженную духовность.

**Варвара Федоровна Степанова** (1894—1958) — живописец, дизайнер, мастер книжной графики и театральной декорации. Степанова училась в Казанской художественной школе, где познакомилась со своим будущим мужем А. Родченко. После переезда в 1914 г.

в Москву Степанова посещала студии К. Юона и М. Леблана. В ранние годы она увлекалась стилем модерн, затем футуристическим творчеством. В начале 1920-х гг. примкнула к конструктивистам.

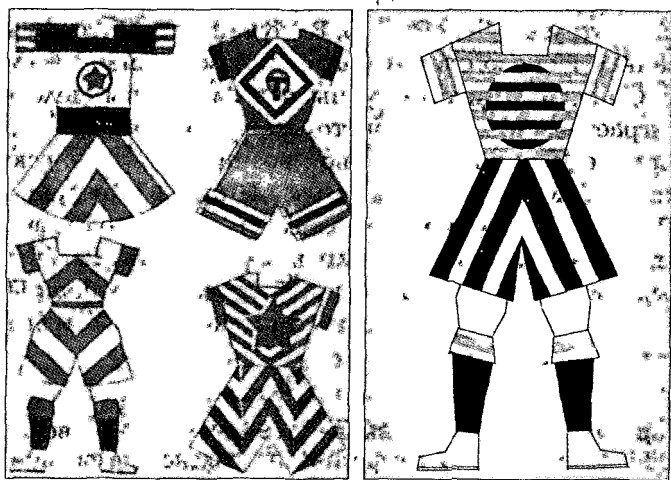
В 1922 г. В. Степанова оформила в духе конструктивизма спектакль «Смерть Тарелкина» в театре Мейерхольда. Она опубликовала в журнале «ЛЕФ» за 1923 г. статью «Костюм сегодняшнего дня — прозодежда», в которой доказывала необходимость функционально-конструктивной разработки одежды для различных профессий.

Степанова в 1924—1925 гг. преподавала на текстильном отделении ВХУТЕМАСа. В 1924 г. вместе с Л. Поповой разрабатывала рисунки тканей, она создала более 150 орнаментов, проектировала модели спортивной и повседневной одежды.

С 1924 г. работала в полиграфии: занималась фотомонтажом — оформляла обложки книг и журналов. Вводила систему модульной и акцидентной верстки в полиграфии. В 1925 г. работала над рекламными плакатами, тексты к которым писал В. Маяковский.

Степанова участвовала в выставках Декоративных искусств и художественной промышленности (Париж, 1925) и др.

Для Степановой, как и для Поповой, важно было не просто разработать новые рисунки для тканей, а по-новому организовать работу художника по текстилю. Это означало рационализацию графической работы, легкость воспроизведения орнаментов и варьирования структур. Степанова считала создание набивных рисунков



В. Ф. Степанова. Модели спортивной одежды

первым этапом. Основное внимание она предлагала сосредоточить на разработке структуры ткани, ее тактильных свойств, рельефа. Степанова была убеждена, что современность настоятельно требует новой концепции одежды для рабочих — массовой, но вместе с тем разнообразной.

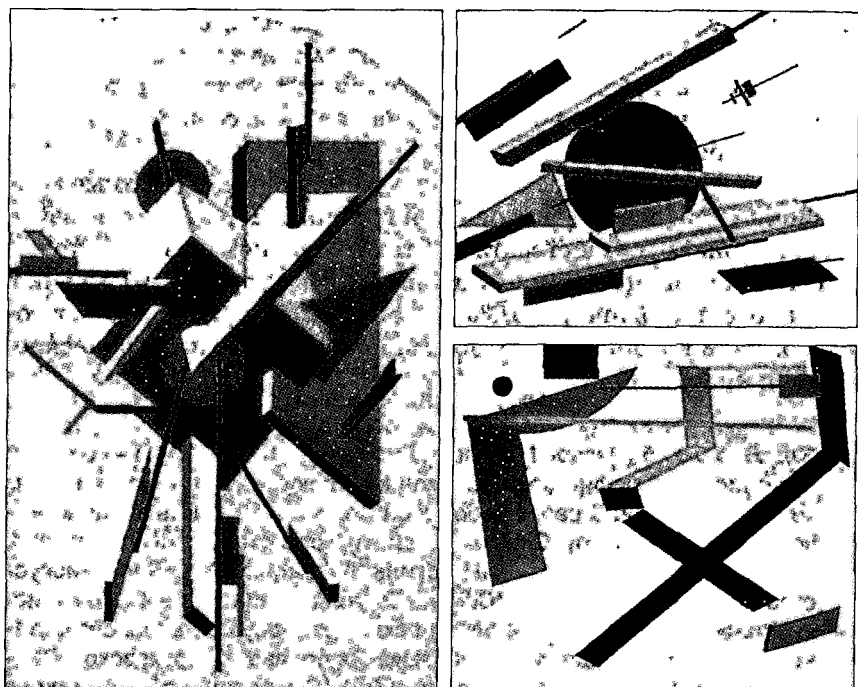
Геометрическими и бессюжетными были и беспредметные композиции Степановой в живописи и графике. Поиск синтеза звука и цвета привел ее к абстрактным стихотворениям, размашисто написанным разноцветными буквами. Будучи супругой А. Родченко, Степанова постоянно работала вместе с ним над созданием фотоальбомов, в которых использовала новейшие полиграфические, фото- и кинотехники.

\*

**Эль Лисицкий** (Лазарь Маркович Лисицкий) (1890—1941) — русский живописец и график принадлежал к выдающимся представителям конструктивизма. В своих работах он стремился связать воедино живопись и архитектуру. Сначала Лисицкий обратился к супрематизму, вскоре он обрел собственный стиль, названный им «Проун-искусством» (Проун = *Pro* УНОВИС, т. е. «За утверждение новых форм в искусстве»). В 1923 г. он выполнил эскизы к неосуществленной постановке оперы «Победа над Солнцем». Преподавал в московском ВХУТЕМАСе (1921) и ВХУТЕИНе (с 1926). В мастерской Лисицкого выполнен проект «Ленинская трибуна» (1920—1924). Как дизайнер в 1928—1929 г. Лисицкий разрабатывал трансформируемую и встроенную мебель. Он создал новые принципы выставочной экспозиции, воспринимая ее как целостный организм. Архитектурная деятельность Лисицкого заключалась, в частности, в решении проблем вертикального зонирования городской застройки (проекты «горизонтальных небоскребов» для Москвы (1923—1925). По проекту Лисицкого была построена типография журнала «Огонек», которая отличается сочетанием огромных квадратных и маленьких круглых окон (1930—1932).

Работы Лисицкого представляли собой смешение рисунков с архитектурными эскизами. Понятие «конструкция» было у него связано с новым, устремленным в будущее искусством, а понятие «композиция», напротив, служило синонимом устаревшей мольбертной живописи. **Проун искусство** — искусство особых форм, где картина превращается, по словам художника, в «мир, плывущий в пространстве».

Лисицкий принимал участие в оформлении книги стихов В. Маяковского «Во весь голос» (1922). Характерными признаками типографских работ Лисицкого были беспорядочно разбросанные буквы и занимавшая господствующее положение диагональ. В области книжного дизайна он, обосновывая на практике метод визуально-



Э.Лисицкий. Проуны

пространственного конструирования книги, использовал контрастное сопоставление типографских шрифтов, возможности фотомонтажа и др. Оформляя журнал «Вещь» (1922), Лисицкий широко использовал элементы типографского языка.

В альбоме литографий «Победа над солнцем», созданном по мотивам одноименной футуристической оперы (текст А. Крученых и В. Хлебникова, музыка М. Матюшина, декорация, костюмы и буффория К. Малевича), отдельно на каждом листе Лисицкий разместил в геометрических формах плакатные фигуры («Глашатай», «Трус», «Могильщик»). Их художник назвал «фигуринами».

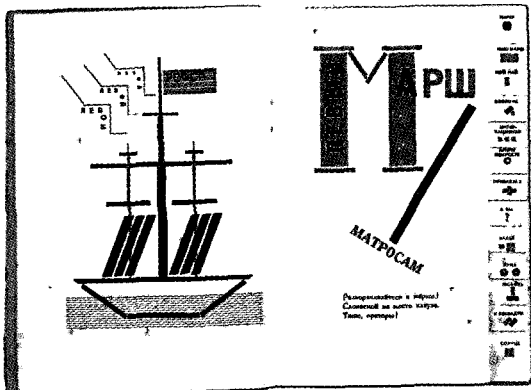
Лисицкий разрабатывал проекты трансформируемой и встроенной мебели, утверждал новые принципы выставочной экспозиции, понимая ее как единый организм, предложил проект горизонтального небоскреба.

По заказу театрального режиссера В. Мейерхольда он создал в 1929 г. модель массового театра, по конструкции напоминающего

цирк. Арена словно втягивает зрителей в сценическое действие и символизирует тем самым бесклассовое общество.

Лисицкий отразил главную черту авангарда — преобразование жизни по законам искусства, основанного на новейших достижениях научной мысли.

**Густав Густавович Клуцис** (1895 — 1938) — художник-авангардист, представитель конструктивизма, один из создателей искусства цветного фотомонтажа. Учился в Рисовальной школе Общества поощрения художеств в Петрограде (1915—1918), а затем (1918—1920) в Государственных свободных художественных мастерских у К. А. Коровина, А. А. Певзнера и К. С. Малевича и ВХУТЕМАСе (1920—1921) в Москве.



Сотрудничал с Институтом художественной культуры (ИНХУК), с литературно-художественным объединением «Левый фронт искусств» (ЛЕФ), с обществом «Утвердители нового искусства» (УНО-ВИС). Преподавал во ВХУТЕМАСе (1924—1930).

Среди его наиболее известных работ — «Красный человек» (1918), «Динамический город» (1919), «Аксонметрическая живопись» (1920), «Выполним план великих работ» (1930), «СССР — ударная бригада пролетариата всего мира» (1931).

Г. Клуцис стал активным участником авангардного движения, работал в области плаката, типографики и фотомонтажа, сотрудничал с В. Маяковским. Приверженность к конструктивизму связала его с группой «производственников» (Л. Попова, А. Родченко, В. Степанова, А. Веснин). В 1928 г. стал одним из организаторов объединения плакатистов «Октябрь». Клуцис много работал над оформлением клубов, революционных празднеств, крупнейших выставок советского искусства в стране и за рубежом. Своеобразие творческих устремлений художника было направлено на постоянный поиск новых средств выразительности, эксперименты с формой, пространством, передачей движения. В пространственных объектах отражено новаторство Клуциса-конструктивиста, стремящегося к выражению «функциональной реальности» в острых и выразительных формах. Некоторые из композиций допускают, что верх и низ могут у них произвольно меняться, а изобразительное поле — вращаться. Динамику в этих произведениях усиливают диагональные линейные построения, ритмически повторяющиеся элементы. Он искренне верил в идеи трансформации мира и преобразования человека, весь свой талант направлял на создание мощных средств политической агитации. Однако художник был уничтожен той самой системой, на пропаганду которой он работал, а его творчество было на десятилетия забыто.

**Александр Михайлович Родченко** (1891—1956) — русский живописец, график, автор пространственных конструкций, дизайнер, фотограф, художник театра и кино, педагог. Он был одним из самых решительных конструктивистов-новаторов, ставивших перед русским искусством в 1910—1920-е гг. очень смелые цели. Учился в Казанской художественной школе (1911—1914). После переезда в Москву (1914) обучался в Строгановском художественно-промышленном училище (1914—1917). Член «Рабочей группы конструктивистов» (1921—1924), объединения «Левый фронт искусств» (ЛЕФ) (1922—1925). Участвовал в важнейших выставках авангарда, в художественных и архитектурных конкурсах. В текстах-манифестах «Все опыты» и «Линия» (1920) зафиксировал свое творческое кредо.

С 1920-х по 1930-е гг. Родченко преподавал во ВХУТЕМАСе, был деканом, профессором металлообрабатывающего факультета.

В 1920-е гг. Родченко разрабатывал пространственные конструкции (проект газетного киоска, мебели и других бытовых предметов), так как главной задачей конструктивистов было создание новой эстетической среды, окружающей человека.

Родченко является одним из основоположников советской полиграфической культуры. Он тесно сотрудничал с В. Маяковским в рекламной графике. Им были выполнены сотни плакатов, а также вывески, проспекты, этикетки, вкладные листовки, фабричные знаки. Родченко является основателем советской школы фотоискусства. Начиная с 1935 г. в основном занимался фотографией. Он стал активно использовать необычные ракурсы и намного опередил свое время.

Первой самостоятельной работой «реклам-конструктора Родченко» был плакат «Тот не гражданин СССР, кто Добролета не акционер», выполненный в разных вариантах (цв. вкл., рис. 69). Выделяется плакат, призывающий сосать соски Резинотреста, эмблема Моссельпрома, реклама товаров, продающихся в ГУМе (Государственном универсальном магазине). Вершиной воплощения художником рекламной идеи стал плакат «Ленгиз» с фотопортретом Л. Брик, которая словно кричит в рупор. В этих коллажах уже были заложены основные принципы рекламного дизайна XX в.



А.Родченко. Плакат «Ленгиз»

Родченко как новатора-конструктивиста особенно интересовали формообразующие возможности цвета и его способность передавать глубину пространства. Сочетание рисунка с фото — типично для полиграфических работ художника. Родченко работал почти для всех советских издательств, для кино и театра. Он — автор трех фотомонтажных плакатов к фильму «Броненосец "Потемкин"», декораций и костюмов к спектаклю «Клоп» по пьесе В. Маяковского и др. Поэма Маяковского «Про это» была издана в 1923 г. с фотомонтажными иллюстрациями Родченко, передающими гротескные метафоры поэта. Формы искусства всеми средствами сближались у Родченко с формами техническими.



А. Родченко. Фотоколлаж

В 1925 г. Родченко оформил советский павильон Всемирной художественно-промышленной выставки в Париже. Он создал мебелированный интерьер для Клуба Рабочих в духе конструктивизма и пару кресел, каждое с боковой полкой, которая могла бы быть перемещена и состыкована так, чтобы получился шахматный стол, когда кресла были установлены навстречу друг другу (цв. вкл., рис. 70).

**Владимир Евграфович Татлин** (1885—1953) проявил себя как живописец, график, театральный художник, дизайнер. В 1902 г. поступил в Московское училище живописи, ваяния и зодчества, но уже через год был отчислен «за неуспеваемость и неодобрительное поведение». Затем с 1905 по 1910 г. занимался в Пензенском художественном училище. В 1910-х гг. участвовал в выставках таких объединений, как «Мир искусства», «Союз молодежи», «Бубновый валет» и «Ослиный хвост». Начав как живописец, Татлин тяготел к кубизму и футуризму, но уже к середине 1910-х гг. он стал одним из создателей конструктивизма.

В конце 1920-х гг. Татлин начал преподавать на производственных факультетах ВХУТЕИНа по обработке дерева и металла, а также на керамическом факультете. Он вел дисциплину «Культура материала». Основным требованием при проектировании предметов быта он считал учет их назначения, взаимодействия с человеком и подбор соответствующих материалов.

В 1930—1940-х гг. Татлин работал как книжный художник и сценограф.

Поиски своего стиля он осуществлял в русле авангарда. Занимался конструированием новых форм в архитектуре, предметном дизайне и книжной графике, сценографии. Вся его жизнь была заполнена творчеством.

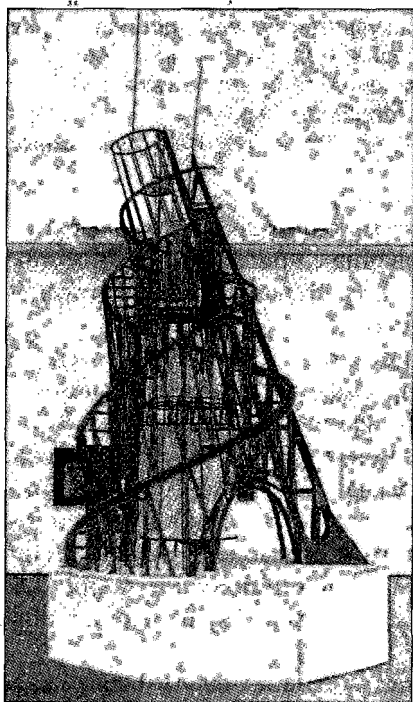
Замечателен диапазон работ Татлина в дизайне. Это и посуда, и одежда, и мебель, и выставочное оформление, и проект летательного аппарата. Но все его работы не сводились к одной только утилитарной функции, а эстетически осмысливались. Он разрабатывал образцы повседневной одежды — «нормаль-одежды», стараясь усовершенствовать традиционные вещи — пальто, куртки, брюки и т. п. При этом его модели были красивы и удобны, тщательно продуманы и вполне подходили для реальной жизни, так как Татлин руководствовался лозунгом «Ни к новому, ни к старому, а к нужному».

Татлин как конструктивист стремился показать скрытые природные свойства материала. Он много экспериментировал с различными красками и мазками, чтобы передать на плоскости объем

с помощью цвета. В дальнейшем художник перешел к созданию картин-контррельефов. Это были объемно-пространственные абстракции из железа и дерева с использованием стекла, штукатурки, обоев, фрагментов готовых вещей и отчасти обработанные живописными средствами.

Революцию Татлин принял безоговорочно. Он задумал проект «Башни III Интернационала», которая должна была показывать время. Четыре ее составные части должны были находиться в непрерывном движении. Первая, нижняя, часть совершала полный оборот за год, вторая — за месяц, третья — за неделю, а четвертая — за день.

В образе башни были воплощены многие принципы конструктивизма: применение исключительно «новых материалов» века — стекла и металла, демонстрация металлического каркаса, динамичная композиция и др. Внутри спиралевидного каркаса находились четыре геометрических тела: куб, пирамида, цилиндр и полусфера.



*В. Татлин. Модель Башни III Интернационала*

Безупречность их формы напоминает об универсальной и всеобъемлющей роли первоэлементов. Татлинский памятник задумывался как реально функционирующее здание по размерам вдвое выше нью-йоркского небоскреба «Эмпайр-стейт-билдинг». Проект не был осуществлен и даже авторская модель не сохранилась, но была осуществлена ее реконструкция.

В 1920—1930-е гг. Татлин занимался дизайном: конструированием моделей одежды, мебели, посуды и др. Например, он создал стул высокой прочности, в котором воплотил принцип Тонета, перенеся его на стулья из металлических трубок. Со своими учениками он пробовал конструировать сани и стул из гнутых деревянных брусьев, заменив ими дефицитные металлические трубки в целях экономии. В вопросах формообразования вещи Татлин считал, что изучение органической формы дает богатейший материал. Мастер создал *школу образного дизайна*.

Принимаясь за конструирование летательного аппарата, Татлин поднял свои концептуальные поиски на уровень символики, воссоздав легенду об Икаре. Свой знаменитый летательный аппарат «Летатлин» он задумал как «воздушный велосипед». Его модель была основана на наблюдениях за птицами. В результате Татлин пришел к выводу, что наиболее эстетические формы и есть наиболее экономичные. К сожалению, попытка полета не удалась.

Татлин оформил много театральных спектаклей. Сценография вынужденно преобладала в общем ряду его занятий, так как после разгрома авангарда в советское время именно эта область деятельности оставалась преимущественно доступной. Продолжал художник и занятия живописью.

Многогранность таланта Татлина и смелость его идей поражали как современников, так и потомков:

**Яков Чернихов** (1889—1951) — известный русский архитектор разработывал новые методы преподавания графических и пространственных дисциплин, вопросы теории конструктивизма и проблемы формообразования современной архитектуры, проводил исследования в области геометрического орнамента и др. Чернихов занимался проектированием и строительством гражданских и промышленных зданий (более 60 проектов).

Одним из самых ярких и радикальных конструктивистов был Я. Чернихов. Он сформулировал свой взгляд на конструктивизм, законы современной архитектуры и основы формообразования машин и механизмов. Чернихов использует термин «конструкция» не только для обозначения «строительной конструкции», а гораздо

шире — как пространственную, художественно осмысленную структуру любого объекта, как реального архитектурного, так и воображаемого беспредметного. «Конструктивизм» в его трактовке — это эмоциональная реакция наблюдателя на взаимодействие объектов.

Первые этапы изучения Черниковым конструктивизма встречаются в композициях прямых и кривых линий, а еще в большей степени в композициях пересечений плоскостей. Он считал, что необходимо сочетать пересекаемые между собою части так, чтобы закономерная связь их являлась необходимой и ритмично-увязанной в создаваемой конструкции. При решении соответствующих отвлеченных задач он выявлял правила конструкции как таковой. Конструктивизм Черникова — это не только свойство архитектурного сооружения, подлежащее выявлению и осмыслению, а также способ восприятия пространства и пластики, умение видеть и создавать композиционно цельные пространственные структуры.

Черников считал, что общий дух конструктивизма глубоко проник в сознание современных людей благодаря быстрому продвижению машины в жизнь человека. Он писал: «Хорошо сконструированная машина всегда действует на наше сознание не только своей компактностью, но и разумной спаянностью своих частей. Чем конструктивнее и рациональнее спроектирована машина, тем лучшее впечатление производит она на наш глаз»<sup>1</sup>.

Обладая способностью генерировать миллионы идей сразу, Черников выражал себя прежде всего в жанре архитектурной фантазии, где соединяются пространственные и графические элементы архитектуры. Графика стала в интерпретации Черникова самостоятельной областью архитектурного творчества наряду с построенными сооружениями.

В 1930 г. Черников опубликовал свой первый крупный труд «Основы современной архитектуры», где были переосмыслены фундаментальные понятия зодчества, такие как пространство, гармония, статика, функциональность, конструкция, композиция, исходя из уже ранее выдвинутого им постулата о коренной смене ритмов в пользу ритма соотношений и господства асимметрии. «Основы современной архитектуры» содержат образцы абстрактно-композиционного творчества в области архитектурных форм. В то же время метод построения этих композиций позволяет их автору в каждом случае получить вполне конкретный образ соору-

<sup>1</sup> Черников Я. Основы современной архитектуры. — Л., 1930. — С. 56.

жения, выражающий определенные устремления и отчетливо сформулированные замыслы. По сути своей эта книга не только провозглашала принципы новой архитектуры, но и была ее первым учебником. Чернихов считал, что умение фантазировать и претворять образы фантазий в видимое начертание есть первая основа новой архитектуры.

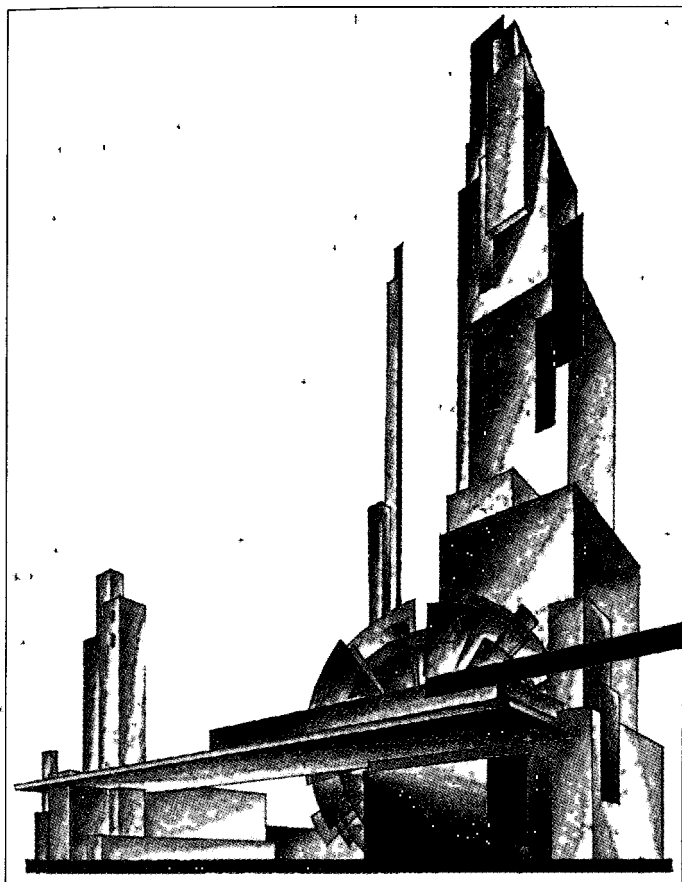
Чернихов отвергал коробочную архитектуру, не дающую никакого архитектурного насыщения пространства и не удовлетворяющую зрителя ни с эстетической стороны, ни со стороны эмоциональных переживаний. Он пытался путем созвучия основных масс добиться выразительного сочетания форм в новый архитектурный образ, провозглашал идею конструктивного оформления жилой комнаты с действительно рациональной увязкой всех окружающих предметов.

Одновременно с поисками в области современной архитектуры Чернихов в конце 1920-х — начале 1930-х гг. в цикле «Живописная архитектура», куда вошли «Архитектурные сказки», «Архитектурная романтика», «Старые города», «Архитектура деревянных строений», «Мельницы», обратился к уже сложившейся традиции. В своих «Архитектурных сказках» Чернихов не только воссоздает атмосферу известных нам стилей прошлого (композиции на тему старой Италии или древнерусского зодчества), но и реконструирует архитектуру давних времен, будь то Древний Вавилон или строения неолита.

Сравнительно поздно включившись в движение конструктивизма, Чернихов ввел «технические» (архитектурные и машиностроительные) формы в графику как полноправный компонент, при этом его проекты и архитектурные зарисовки не только «техничны», но и художественны. Например, в книге «Конструкции архитектурных и машинных форм» (1931) он заставляет любоваться такими вещами, мимо которых обычно люди проходят равнодушно (комбинация геометрических тел, сцепление машинных частей и механизмов и др.).

В этой же книге Чернихов приводит примеры конструктивных композиций для театра. Так, театральная постановка представляет собой динамическую конструкцию из изогнутых цилиндрических тел, плоскостей, надписей и знаков. Предлагалось окрасить ее следующим образом: яркая холодная зелень и белый цвет с оранжевыми ударами.

В середине 1930-х гг., после разгрома конструктивизма в Советской России, Чернихов подвергся жестокой критике, из библиотек были изъяты его книги. Несмотря на это архитектор сохранил спо-



Я. Черников. Машинная архитектура

способность генерировать новые идеи. Последняя и самая лучшая книга, изданная при жизни Черникова и подводящая итог его исканиям форм и образов новой архитектуры, — «Архитектурные фантазии: 101 композиция» (1933). Во второй половине XX в. эта книга стала настольной для архитекторов Японии, Европы и Америки. Черников считал, что архитектурная фантазия стимулирует деятельность зодчего, пробуждая творческую мысль не только самого творца, но и всех тех, кто с ним соприкасается, она дает новые направления и открывает новые горизонты. Архитектурная фантазия двигает культуру свежестью новых мыслей, служит лучшим подспорьем в реальном проектировании.

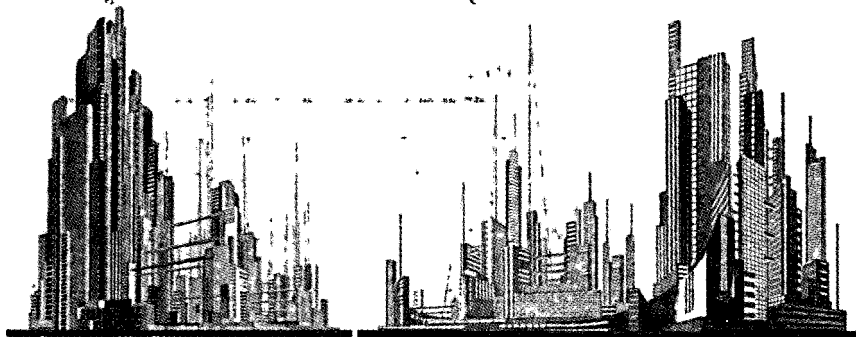


Я. Черников. Театральная постановка

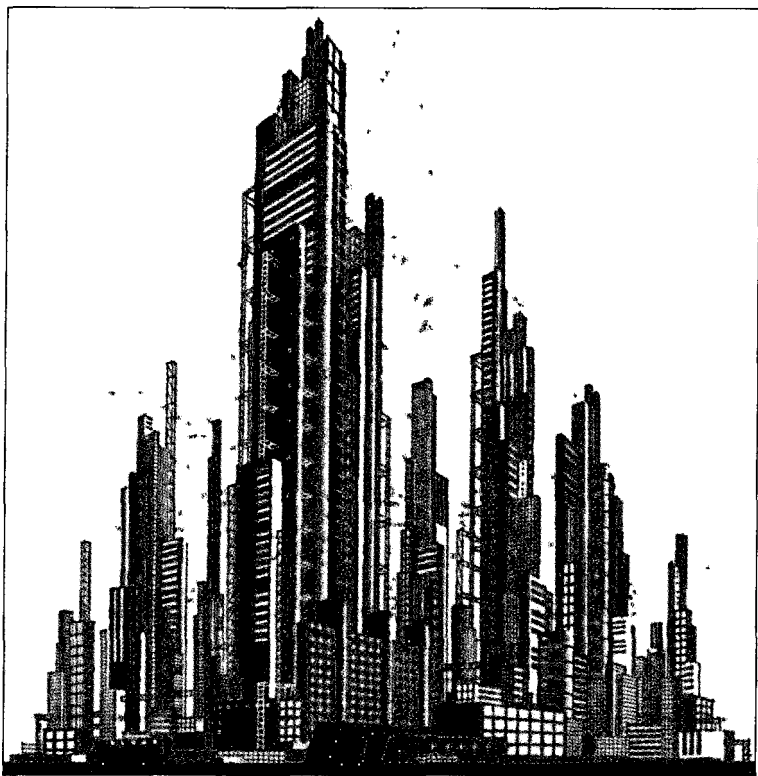
---

По мнению Чернихова, в новый век графика станет вторым языком цивилизации, и необходимо свободно владеть им: уметь выражать с его помощью мысли, конструировать и компоновать новые формы.

---



Я. Черников. Архитектурные фантазии



Я. Черников. Архитектурные фантазии.

В 1932 г. постановлением ЦК партии соцреализм признан официальным художественным методом. Идеи русских конструктивистов не были востребованы советской властью в полной мере.

## ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Какие идеи развивались в абрамцевском кружке?
2. Каковы были основные черты русского модерна и как они проявлялись в дизайне?
3. Охарактеризуйте основные тенденции российского дизайна в 1920-е гг.
4. Какое значение имело создание ВХУТЕМАСа? Как строилась его система обучения?
5. Расскажите о роли конструктивизма в становлении дизайна в России.

6. Как художник В.Кандинский понимал синтез искусств? Проследите влияние его творчества на процессы формообразования в начале XX в.?
7. Кто был основателем супрематизма? В чем суть этого течения?
8. Сравните работы по текстилю А. А. Экстер, Л. С. Поповой и В. Ф. Степановой.
9. Что такое проун-искусство? Кто был его создателем?
10. Назовите характерные признаки типографских работ Э.Лисицкого.
11. Какими видами искусства занимался А.Родченко? Что нового он привнес в дизайн?
12. Охарактеризуйте творчество В.Татлина как конструктивиста. Расскажите о его самых главных произведениях.
13. Какую роль сыграли в истории дизайна архитектурные фантазии Я.Чернихова?

## 3.2. ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ДИЗАЙНА В СССР

---

Развитие дизайна в России отличается своеобразием, обусловленным спецификой производственных, экономических и общественных условий в нашей стране. Советский дизайн охватывает период почти в 70 лет — от авангардных идей 1920-х гг. до кризиса экономики и политической системы в 1990-х гг., приведшего к распаду СССР. Дизайн развивался в следующих направлениях: конструирование новой техники (инженерный дизайн), оформительское искусство и самодеятельное техническое творчество. Существовала жесткая подчиненность политическим установкам.

В советское время практически отсутствовала информация о зарубежном дизайне. Вынужденная изоляция России от мирового дизайнерского опыта выявила необходимость активного улучшения качества продукции машиностроения и товаров культурно-бытового назначения, в том числе за счет внедрения методов художественного конструирования. Не имели четкого представления и вызывали споры цели, задачи и методы дизайна. Вместо термина «дизайн» использовались термины «художественное конструирование», «художественное проектирование», «художественное оформление». В 1959 г. в качестве международного обозначения слова «дизайн» был принят термин «индустриальный дизайн». Как известно, дизайн включал в себя узкоприкладные направления и, соответственно, подразделялся на инженерно-технический, предметно-бытовой, декоративно-оформительский, плакатный, книжный, журнально-газетный и др.

### 3.2.1. Основные этапы развития дизайна в СССР

Советский Союз в 1929—1930 гг. взял курс на ускоренную индустриализацию. В условиях планирования и жесткой распределительной системы продуктов и товаров по карточкам отпала необходимость в торговой рекламе. Она была востребована только для внешнеторговой деятельности.

В 1930-е гг. дизайн развивался в следующих направлениях: конструирование новой техники, оформительское искусство и самостоятельное техническое творчество. Существовала жесткая подчиненность политическим установкам, что несомненно влияло на промышленное производство в целом и на дизайн изделий в частности. Широкое применение технологий штамповки и объемного формования, новых защитных покрытий металла (хромирование и никелирование) помогли дизайнерам создать стиль, соответствующий духу времени.

Бурное развитие в 1930-е гг. получила авиация. Под ее влиянием идеи обтекаемой формы, необходимой для самолётов, проникли в конструирование других видов транспортной техники. Это отразилось в новом облике троллейбусов, автомобилей, паровозов и даже детских колясок: В дальнейшем в 1950—1960-е гг. от единичных разработок перешли к аэродинамическому стилю в дизайне массовых изделий: мебели, телефонных аппаратов, осветительных приборов, радиоприемников, телевизоров, швейных машин и др., особенно в связи с развитием космической техники.

Возникла потребность в массовой фотоаппаратуре. Одним из чудес техники был патефон, позволяющий слушать пластинки в любом месте, так как не требовал электричества. Достаточно было завести пружину, покрутив специальной ручкой. Примечательно, что опыты по устройству кабельного телевидения, выпуск первых механических телевизоров был осуществлен уже в конце 1930-х гг.

В период Великой Отечественной войны и в 1940-е гг. все силы были брошены на производство военной техники и снарядов, разработку новых технологий, обеспечивающих победу. Достижения военной промышленности использовались для производства мирной техники, например, троллейбусов, которое не прекращало своего развития и во время войны. Главным новшеством в конструкции троллейбусов по сравнению с довоенными образцами стал цельнометаллический корпус, сделанный из клепаных стальных листов. В ходе совершенствования конструкции кузовов заменили на алюминиевый (наследие авиационной специфики ярославского завода).

В годы Великой Отечественной войны большое политическое значение имели плакаты. Они были проникнуты высоким патриотическим пафосом.

Восстановление экономики СССР после Великой Отечественной войны было неразрывно связано с курсом на индустриализацию, подъемом промышленности и концептуальным осмыслением роли художника-конструктора на производстве. Существовала проблема послевоенного отставания дизайна в сфере товаров массового потребления, которую вначале преодолевали путем прямого копирования и доработки западных образцов (бытовая техника, транспортные средства и т. п.), а во второй половине 1960-х гг. большинство из них было заменено самостоятельными разработками советских дизайнеров.

Первые послевоенные годы были наиболее трудными для Советского государства и для дизайна. Война принесла с собой огромные разрушения, остро стояла проблема восстановления жилого фонда, разработки более демократичного, без излишних украшений по сравнению с довоенными образцами, дизайна мебели, светильников и других предметов быта. Правительством СССР было принято решение, предусматривающее выпуск оборонными предприятиями вместе со специальной продукцией товаров народного потребления. После войны постепенно стала развиваться индустрия моды и спорта.

Дефицит товаров породил массовое народное творчество. Выпускаемые изделия часто дорабатывались, многие из них требовали самостоятельной сборки или пошива. Популярны были дизайнерские решения в стиле «хэнд-мэйд». Положительной стороной советского дизайна можно считать экологичность некоторых разработок, широко были распространены сбор и повторное использование стеклянных бутылок, металлолома и макулатуры, функционировала отлаженная система вторичной переработки твердых бытовых отходов.

Партийное руководство отдавало приоритет тем секторам индустриального производства, успех в которых был престижнее всего на мировом уровне, поэтому в 1950—1960-х гг. усилия были сконцентрированы в области космических технологий и тяжелого машиностроения. Ставилась задача догнать и перегнать капиталистический Запад. В послевоенные годы были созданы первые дизайнерские бюро широкого профиля. От диктата тоталитарной власти дизайн стал переходить к реальным потребностям населения.

В 1945 г. были разработаны проекты трамваев, троллейбусов и автобусов различных типов для удовлетворения потребностей

страны в подвижном составе для общественного транспорта. В этих проектах предусматривались прогрессивные на тот момент технические решения.

В 1950-е гг. остро стоял вопрос технической модернизации индустриального производства. Дизайнеры должны были решать задачи быстрого, экономичного и массового изготовления товаров, исходя из возможностей и потребностей фабрик и заводов. Среди крупных достижений можно отметить разработку первой атомной подводной лодки, атомного ледокола «Ленин», планировочное решение цельнометаллического пассажирского железнодорожного вагона, проект городского троллейбуса, разработку общего вида и интерьера прогулочного речного теплохода, проекты трансформирующейся мебели, первые реактивные и турбореактивные самолеты («ТУ-104»). В 1950-е гг. была заново создана система службы Аэрофлота, для которой был разработан логотип, выбран фирменный цвет. Эти графические элементы фирменного стиля используются до наших дней.

Дизайнеры проектировали изделия, опираясь на научные исследования по эргономике, технологии и рациональной организации производства. Это помогало убеждать в преимуществах дизайнерского решения по сравнению с традиционными инженерными разработками. Благодаря экспериментальной составляющей советский дизайн 1955—1985 гг. восстановил связь с искусством авангарда 1920-х гг.

1950-е годы были переходом от строгости Второй мировой войны и последовавших за ней ограничений к бурному новаторству 1960-х гг. Целью следующего этапа развития дизайна стало «догнать и перегнать США». Еще начиная с середины 1940-х гг. создается целый ряд инновационных отраслей, таких как атомная, ракетная, вычислительной техники, электроника, где мы как минимум не уступали США, а зачастую и опережали их. Следует отметить, что в 1950-х гг. советская электроника была также на высоком уровне. Например, осуществлялось массовое производство транзисторов для цифровых устройств. В 1951 г. создается первая советская цифровая вычислительная машина МЭСМ — сразу как промышленный образец. В 1953 г. начинается серийное производство машин БЭСМ, «Стрела» и М-2 (для военных применений), которые находились на уровне лучших американских компьютеров того времени и существенно превосходили компьютеры других стран. В дальнейшем техническая кибернетика и вычислительная техника интенсивно развиваются, дизайн компьютерных изделий приобретает привлекательность.

Общеизвестны достижения СССР в ракетной технике и космонавтике. Запуск в октябре 1957 г. первого спутника, первый полет человека в космос в 1961 г. и другие успехи СССР в области космических технологий повлияли на образно-тематическое решение объектов промышленного и графического дизайна.

В 1960-е гг. в нашей стране началось интенсивное развитие художественного конструирования, были пересмотрены многие стандарты. Дизайн становится частью государственной политики. Появляется важнейшая система художественно-конструкторских организаций, возглавляемая институтом технической эстетики — ВНИИТЭ. На основе функционального, аналитического подхода; опиравшегося на эргономические разработки, ВНИИТЭ внедрял метод дизайн-программ — эффективное средство упорядочения ассортимента изделий и системного повышения их качества в масштабе предприятий и отрасли в целом.

Ведется активная научно-исследовательская деятельность. Вводится государственная аттестация товаров на «Знак качества». Ведущее место в этот период занял промышленный дизайн. Пристальное внимание было обращено на функциональные и эстетические качества предметов народного потребления.

Советские художники-конструкторы в условиях «железного занавеса» и плановой экономики заботились прежде всего не о внешней привлекательности товара, а о его доступности и дешевизне, так как в этом случае продукция гарантированно покупалась. В дизайне видели не просто инструмент создания комфорта и хорошей формы, а огромную социокультурную силу, способную изменить жизнь общества к лучшему. Над этими проблемами работали специалисты научно-исследовательских и художественно-конструкторских отделов ВНИИТЭ и Сенежской студии (Центральная учебно-экспериментальная студия Союза художников). В СССР сложилась сильная научно-методическая школа дизайн-проектирования, однако отсутствовали технологические возможности промышленности для воплощения передовых идей. Множество перспективных проектов, которые успешно демонстрировались на международных выставках, существовали в единственном экземпляре и не были запущены в массовое производство.

Появление новых материалов давало дизайнерам интересные возможности формообразования и декорирования объектов. Настоящую революцию в дизайне мебели и бытовых изделий произвел легкий, прочный, имеющий богатую палитру ярких цветов пластик. Его использовали для создания стульев, столиков, корпусов телевизоров и магнитофонов, посуды, украшений и др.

В 1970-е гг. Советский Союз начинает экспортировать товары в страны социалистического лагеря и даже в Западную Европу. Это был старт мировой славы фотоаппаратов «Зенит», часов «Слава», «Полет», «Ракета», радиоприемников VEF и холодильников ЗиЛ, автомобилей «Москвич»: Тем не менее, несмотря на достижения и стабильность производства, множество инновационных дизайн-разработок остаются нереализованными.

Значительным событием и признанием достижений советского дизайна на мировом уровне было проведение в г. Москве конгресса Международной ассоциации промышленного дизайна ICSID'75 (1975).

В 1970-е гг. перед отечественным дизайном была поставлена сложная задача комплексного формирования функционально и эстетически осмысленной среды. Необходимо было разработать эффективную программу внедрения достижений дизайна в культуру производства и потребления в России. С этой целью были введены должности художников-конструкторов на производстве и решена проблема подготовки для них высококвалифицированных кадров (Высшее художественно-промышленное училище имени В. И. Мухомовой и Высшее художественно-промышленное училище имени С. Г. Строгонова). Кроме этого была создана единая система научно-проектных организаций во главе с ВНИИТЭ. Появились и начали реализовываться масштабные дизайн-программы совершенствования промышленной продукции в станкостроении и в сфере быта.

В 1980-е гг. сложилась парадоксальная ситуация: профессиональных дизайнеров было много, а выпускаемая продукция не отличалась красотой и удобством. Стандартные мебель, посуда и осветительная аппаратура наполняли типовые интерьеры.

В конце 1980-х — начале 1990-х гг. в нашей стране в рамках плановой социалистической экономики была создана государственная система дизайна. Элементы этой дизайн-системы охватывали все основные отрасли промышленности, сферы культуры и образования. Деятельность дизайнеров распространилась на все этапы жизненного цикла продукции (от технических заданий до реализации проекта и утилизации в конце эксплуатации).

Передовые идеи разрабатывались в студии Д. Азрикана при Союзе дизайнеров (с 1988 по 1992 г.), они распространялись от дизайна маленького фена до огромного промышленного трактора. Здесь был создан гибрид мебели и офисной электроники «Фурнитроникс», где прозрачные мебельные панели служили платами электронных сетей и тем самым устраняли необходимость иметь много кабелей.

В 1980-е гг. дизайнеры переходят к проектированию сложных систем, внедряется метод дизайн-программ. Олимпиада 1980 г. продемонстрировала слаженный труд больших дизайнерских коллективов, разработавших систему визуальных коммуникаций и комплексное решение городской среды для Москвы.

В 1987 г. создается Союз дизайнеров СССР, что, несомненно, способствует повышению значимости профессии дизайнера.

В 1991 г. СССР прекратил свое существование. Начавшийся после распада Советского Союза кризис производства затормозил развитие отечественного дизайна. Сейчас, на этапе формирования российского дизайна XXI в., важно оценить культурное наследие советского дизайна, понять проблемы, выявить прогрессивные тенденции и наметить перспективы для дальнейшего развития.

### **3.2.2. ВНИИТЭ — центр развития российского дизайна**

Единую политику в области развития дизайна и эргономики проводил ВНИИТЭ — *Всероссийский (прежде Всесоюзный) научно-исследовательский институт технической эстетики*, созданный в 1962 г. Он осуществлял научно-методическое руководство, координируя деятельность дизайнерских организаций. В эту систему входили 10 филиалов, специальные художественно-конструкторские бюро (СХКБ) и многочисленные дизайнерские группы на предприятиях страны.

Создавали ВНИИТЭ, содействовали его развитию многие известные лидеры отечественного дизайна: Ю. Б. Соловьев (первый директор института), Л. А. Кузьмичев, Г. Б. Минервин, В. М. Мунипов, В. Н. Ростков, Б. В. Шехов, Ю. А. Долматовский, Ю. С. Сомов, Б. В. Нешумов, Н. В. Воронов, М. В. Федоров, С. О. Хан-Магомедов и др. Их деятельность позволила уже в начале 1980-х гг., когда запрос на дизайн резко вырос, сформулировать и обосновать типологическую матрицу современного дизайна.

ВНИИТЭ создал теоретическую школу на основе изучения опыта европейского дизайна и разработки своих оригинальных концепций. Теория художественного конструирования ВНИИТЭ была основана на том, что любой предмет имеет две стороны: структурную (выбор формы и материала) и функциональную (выполнение утилитарной, культурной, эстетической функций). Согласно этой концепции, новая вещь создается на основании устранения недостатков старой, идет подгонка конструкций.

В теории системного проектирования ВНИИТЭ ленинградских художников каждая вещь представлялась как элемент системы, в которой все элементы взаимосвязаны. Изменение одного ведет за собой изменение других элементов. Проектируются не только предметно-пространственные системы, но и совершающиеся в них деятельностные процессы.

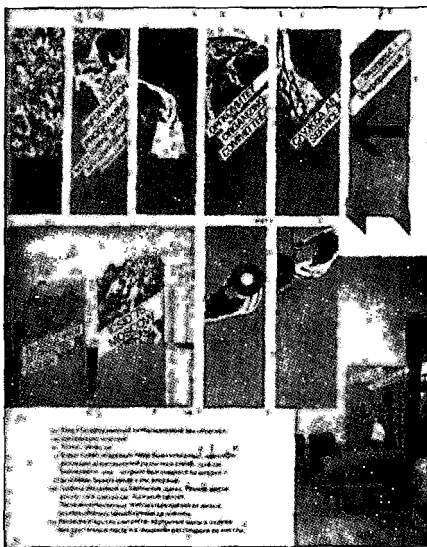
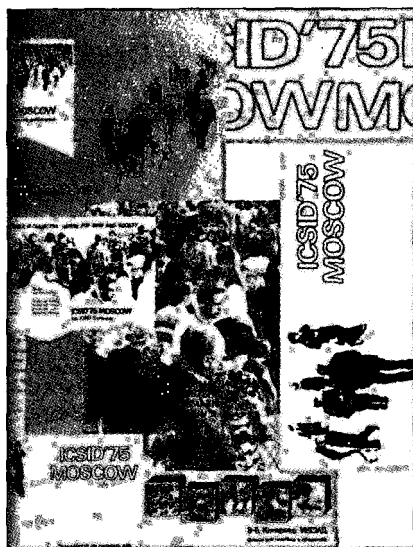
ВНИИТЭ впервые разработал и ввел в сферу дизайн-деятельности метод *дизайн-программирования* — эффективное средство упорядочения ассортимента изделий и системного повышения их качества в масштабе производственных объединений, целых фирм и отраслей.

Начиная с 1964 г. стали регулярно издаваться журнал «Техническая эстетика», аналитические сборники «Дизайн в СССР», сборники трудов серии «Техническая эстетика», словари-справочники, фундаментальные труды: «Эргономика. Принципы и рекомендации», «Средства дизайн-программирования», «Теоретические концепции зарубежного дизайна», «Динамическая и кинетическая форма в дизайне» и др. Одной из специфических особенностей исследований и разработок было тесное взаимодействие дизайна и эргономики.

В научных трудах ВНИИТЭ представлены результаты исследований специалистов по актуальным проблемам теории, методики и практики отечественного дизайна. Одним из важных направлений деятельности института является пропаганда новейших достижений в области отечественного и зарубежного дизайна, и эргономики, методов дизайн-проектирования, направленных на улучшение качества жизни и повышение конкурентоспособности инновационной промышленной продукции. В теорию дизайна было введено понятие *проектный образ*, трактуемый как способ художественного моделирования.

В системе ВНИИТЭ были созданы многие дизайнерские проекты, которые определяли формообразование больших групп изделий и их комплексов в отечественном и мировом дизайне на многие годы вперед. Среди них — проекты автомобиля-такси, фрезерного станка, серии пожарных автомашин, комплекса агрегатных станков, комплекса аппаратов для искусственного кровообращения, грузового автомобиля «Белаз», диспетчерских и операторских пунктов для энергетики и железнодорожного транспорта, интерьеров и экстерьеров различных промышленных предприятий (цв. вкл., рис. 72, 73).

С 1965 г. ВНИИТЭ является членом Международного совета организаций по дизайну (ИКСИД), при поддержке которого введены в практику творческие проектные семинары «Интердизайн».



## Графический дизайн ICSID'75

Запланировав провести в СССР конгресс Международной ассоциации промышленного дизайна ICSID'75 (1975), ВНИИТЭ поставил себе нелегкую задачу показать высокий уровень отечественного дизайна. Команда дизайнеров блестяще подготовила и воплотила комплексное оформление конгресса, включающее фирменный стиль, плакаты, буклеты, знаки визуальной навигации, мебель, керамические пепельницы и сувенирную продукцию. Мебель (рук. А. Ермолаев), легко собираемая из гофрокартона, получила высокую оценку. Ермолаев предложил сразу несколько объектов — кресло, табурет, журнальный и письменный столы, стеллажи и стенды и даже корзину для бумаг (цв. вкл., рис. 74). Прогрессивный фирменный стиль (рук. И. Березовский) имел динамическую графическую составляющую из обработанных в узнаваемой технике фото-графий толпы, свободно перемещающейся по фирменной документации и стендам, раскрывающий основную тему конгресса «Дизайн для человека и общества». К конгрессу была разработана серия плакатов с применением разнообразных фактур и цветов, оптических эффектов и фотографии. Члены жюри ICSID были удивлены тем, насколько представленные на конгрессе работы интереснее, чем внедренные проекты. К сожалению, многие перспективные идеи советских дизайнеров остались на стадии разработки и не были реализованы.

В настоящее время ВНИИТЭ продолжает свою деятельность, но в меньшем объеме. Осуществляется разработка дизайн-технологий комплексного проектирования предметной среды в социально-культурной сфере и научно-методических основ профессиональной дизайнерской деятельности.

### 3.2.3. Сенежская студия — эксперимент в дизайне

Сенежская студия (Центральная учебно-экспериментальная студия Союза художников, руководитель Е. А. Розенблюм) занималась концептуальным художественным проектированием под Москвой на озере Сенеж (год создания 1967). За 30 лет было создано множество интересных проектов промышленного оборудования, интерьеров самолетов, музеев и культурных центров. Например, экспозиция музея оружия в Коломне была спроектирована как музей-клуб, включающий прошлое в жизнь современного человека, а площадь Маяковского в Москве организована как среда для общения.

Студия играла важную исследовательскую роль, в ней разрабатывался *метод «открытой формы»*, позволяющий наращивать или сокращать объем, свободно менять структуру элементов. Открытая форма может изменяться с течением времени, исходя из потребностей человека, при этом она всегда должна оставаться красивой. Пример проектирования открытой формы — установка для очистки кислорода. Если с нее снять кожухи, обнажив технологический цикл из трубок, и центром композиции сделать пульт управления, то человек получил бы возможность наблюдать за процессом.

Предлагалось проектировать *пару «человек — вещь»*, где взаимодействие человека с вещью носит не только практический (утилитарный), но и социокультурный характер. Допускалась возможность человека «допроектировать» вещь, творчески переделать под себя, чтобы предметы создавали комфорт и эмоциональный фон. Дизайнеры подчеркивали связь художественного проектирования с общей культурой: каждая вещь или система вещей должны быть вписаны в культурную эпоху, они создаются за счет нового проекта, а не через переделку и усовершенствование старого.

К. М. Кантор, один из ведущих ученых Сенежской студии, четко сформулировал ее четыре положения концепции.

1. Творческой основой художественного проектирования является изобразительное искусство, оно источник проектных замыслов и художественных средств арт-дизайна.



Рис. 52. Интерьер современной японской бани



Рис. 53. Икко Танака. Плакат



Рис. 54. Икко Танака. Плакат

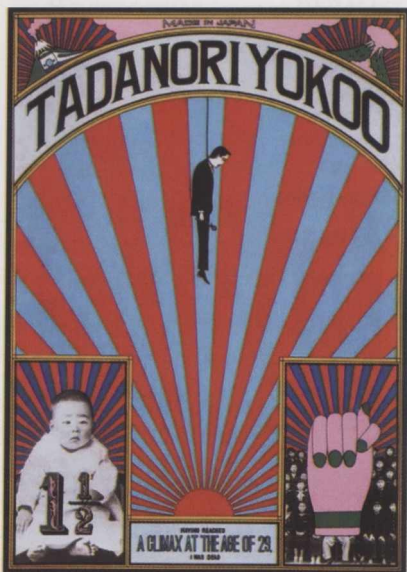


Рис. 55. Танадори Йоку. Плакат



Рис. 56. Танадори Йоку. Плакат



Рис. 57. А. Цукamoto.  
Рекламный плакат сладостей  
из каштанов (2000)



Рис. 58. К. Микки.  
Плакат для выставки (1999—2000)

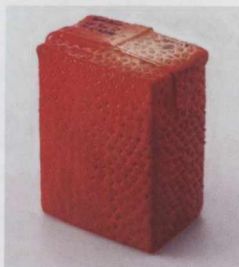
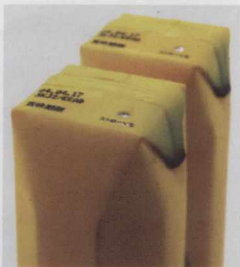


Рис. 59. Наото Фукасава. Упаковка для сока Juice skin (Кожица фрукта) — банан, клубника, киви



Рис. 60. Японская упаковка крабового мяса



Рис. 61. Японская упаковка для рыбы



Рис. 62. Японская упаковка напитка



Рис. 63. Кондитерская упаковка.  
Жесть



Рис. 64. Кондитерская упаковка.  
Жесть



Рис. 65. Кондитерская упаковка  
Конфеты. Жесть



Рис. 66. Упаковка кофе  
«Эйнем». Жесть



Рис. 67. Кондитерская упаковка  
«Эйнем». Жесть



Рис. 68. Ткани 1920 — 1930-х гг.



Рис. 69. А. М. Рогченко.  
Плакат «Добролет»



Рис. 70. А. М. Рогченко.  
Шахматный стол и кресла

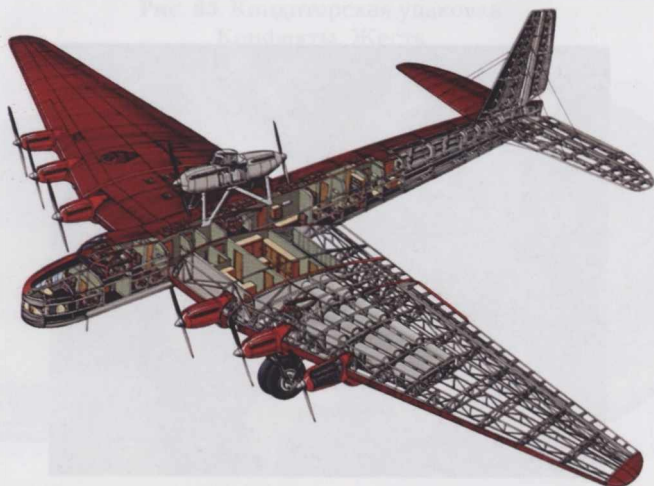


Рис. 71. Самолет «Максим Горький». Проект



Рис. 72. Н. Коптелин, А. Попов. Экспериментальное такси. ВНИИТЭ (1964)



Рис. 73. Модель снегохода. ВНИИТЭ (1980-е гг.)



Рис. 74. А. Ермолаев. Мебель из картона

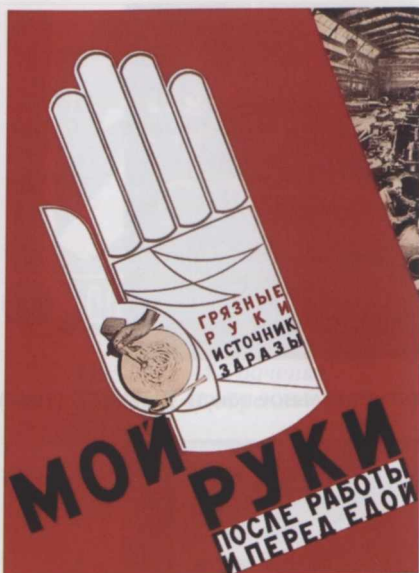


Рис. 75. Плакат «Мой руки после работы и перед едой» (1931)



Рис. 76. Рекламный плакат «Красный мак. Пудра и губная помада» ТЭЖЭ



Рис. 77. Рекламный плакат продуктов питания в СССР. Куриный бульон в кубиках

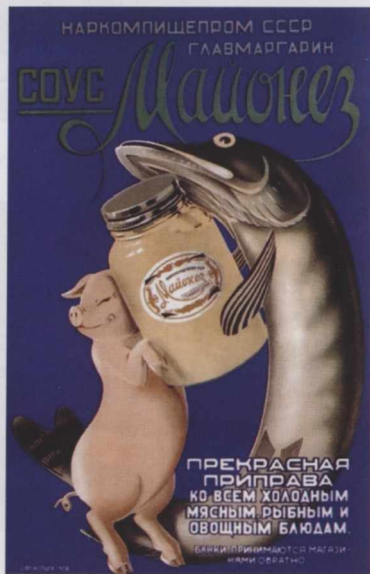


Рис. 78. Рекламный плакат продуктов питания в СССР. Соус майонез



Рис. 79. В. М. Лукьянов. Плакат «До новых встреч, Олимпиада!»



Рис. 80. В. Арсентьев. Логотип Олимпиады-80



Рис. 81. Упаковка зубного порошка «Пионер». ТЭЖЭ. Жесть



Рис. 82. Упаковка монпансье «Москва — сердце нашей родины!». Жесть



Рис. 83. Упаковка зубного порошка «ВДНХ». Жесть



Рис. 84. Молочная бутылка. Стекло. Крышки из фольги



Рис. 85. Банка сгущенного молока с сахаром. Жесть



Рис. 86. Упаковка молока. Пакет-тетраэдр Tetra Pac



**Рис. 87.** Упаковка духов  
«Красная Москва» (1925)



**Рис. 88.** Упаковка духов  
«Красная Москва» (1970-е гг.)



**Рис. 89.** Упаковка духов  
«Красный мак» (1927)



**Рис. 90.** Упаковка духов  
«Черный ларец»



**Рис. 91.** Упаковка духов «Каменный цветок»



Рис. 92. Игрушка. Юла



Рис. 93. Игрушка.  
Неваляшка

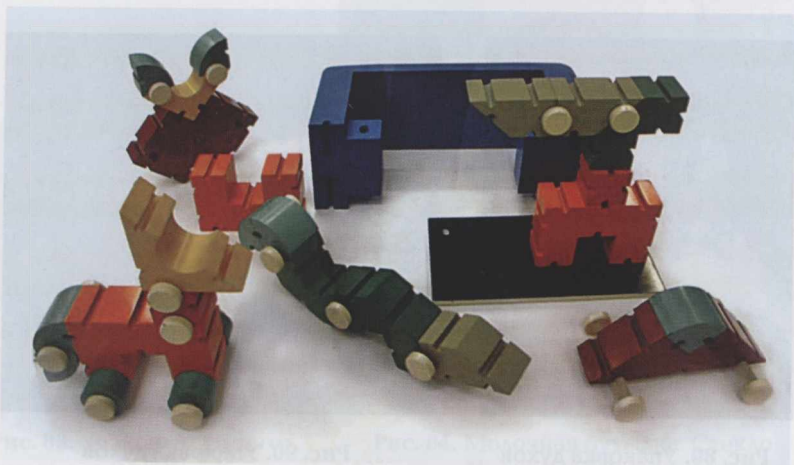


Рис. 94. А. Лаврентьев. Детский конструктор (1976)



Рис. 95. Игрушка.  
Педаальный автомобиль «Москвич»



Рис. 96. Пылесос «Ракета»



Рис. 97. Пылесос «Сатурн»



Рис. 98. Пылесос «Вихрь»



Рис. 99. Пылесос «Чайка»



Рис. 100. Радиоприемник  
ламповый «Звезда-54» (1954)



Рис. 101. Радиола



Рис. 102. Транзисторный  
приемник «Сюрприз» (1958)



Рис. 103. Комбинированное  
устройство «Язуа»



Рис. 104. В. Зайцев. Эскиз



Рис. 105. В. Зайцев.  
Модель одежды



Рис. 106. В. Зайцев.  
Модель одежды



Рис. 107. В. Зайцев.  
Модель одежды



**Рис. 108.** В. Югашкин.  
Модель одежды



**Рис. 109.** В. Югашкин.  
Модель одежды



**Рис. 110.** В. Югашкин.  
Модель одежды



**Рис. 111.** В. Югашкин.  
Модель одежды

2. Художественное проектирование может осуществляться как особый вид коллективного творчества, родственному творчеству театральной группы.
3. Художественный проект, воплощенный в виде пространственной конструкции, проработанный композиционно, пластически и колористически в специфический макетный материал, выступает как самостоятельное, завершенное в себе художественное произведение и может быть предъявлен на выставке или в музее как результат нового вида творчества.
4. Основным полем приложения сил студии на Сенежском озере является городская среда в местах соединения архитектуры и традиционного дизайна.

К сожалению, реализовать многие идеи сенежской студии художественного проектирования изделий не получилось, так как не хватило технической базы. Наиболее сильное влияние ее представители оказали на проектирование музейных экспозиций и благоустройство городской среды.

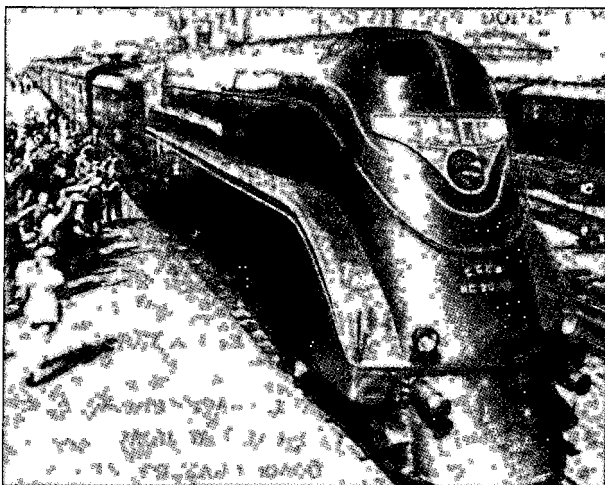
### 3.2.4. Основные достижения советского дизайна

Рассмотрим основные достижения различных видов дизайна: транспорта, графического, книг, упаковки, одежды, игрушек, мебели, бытовой техники, фототехники, магнитофонов, теле- и радиотехники.

**Дизайн транспорта.** Наиболее интенсивно развивался в СССР дизайн в таких областях, как авиация, водный транспорт, железнодорожный транспорт, общественный транспорт (автобусы, троллейбусы, трамваи), автомобили и метро.

Основными достижениями в области транспорта в 1930-е гг. были: создание гигантского агитсамолета «Максим Горький», водного глицера-экспресса «ОСГА-25», сверхскоростного аэропоезда С. С. Вальднера. Заново были разработаны новые типы автобуса, троллейбуса и трамвая, грузовик ЗИС с обтекаемой кабиной. Новые формы пришли и в железнодорожный транспорт, где были созданы паровозы с обтекаемыми кожухами, которые выглядели более скоростными.

Появление аэродинамических форм в технике было вызвано стремлением подражать авиации, которая считалась символом технического прогресса. Кроме этого, такую возможность обеспечивали передовые технологии объемного формования, штамповки, позволяющие создавать конструкции-оболочки. Стали использо-



Локомотив «Иосиф Сталин» (1937)

ваться новые защитные покрытия металла (хромирование и никелирование), что дополнительно придавало изделиям более стильный и современный вид.

Характерной чертой довоенного периода было приоритетное производство грузовиков. На их основе выпускали автобусы. Было начато производство троллейбусов.

**Дизайн авиационного транспорта.** В первые годы советской власти в области производства транспорта больше всего внимания уделялось развитию авиации. Конструкция самолетов была деревянная, с полотняной обшивкой крыльев и оперения. Переход с дерева на металл явился важным этапом в развитии авиации. В трудных условиях 1920-х гг. были созданы первый цельнометаллический самолет АНТ-2 (1924) и первый серийный самолет из нового материала — кольчугалюминия АНТ-3 (1925).

Гигантский самолет АНТ-20 «Максим Горький», названный в честь известного писателя, предполагалось использовать в качестве средства агитационного, пассажирского, транспортного, а также бомбовоза (цв. вкл., рис. 71). Он мог служить передвижным штабом. Возглавлял всю работу по проектированию и производству самолета А.Н. Туполев. Изначально предполагалось установить шесть двигателей на крыльях, но их мощности оказалось недостаточно, поэтому добавили еще два сверху. Винты были деревянными и достигали в диаметре 4 м. Почти вся поверхность была гофриро-

вана. Пилотажно-навигационное оборудование самолета обеспечило его эксплуатацию днем и ночью. На борту находились разнообразные средства агитации, в том числе громкоговорящая радиостановка «Голос с неба», радиопередатчики, киноустановка, фотолаборатория, типография, библиотека, электростанция и др. К сожалению, просуществовал самолет всего около года, так как произошла катастрофа при демонстрационном полете на центральном аэродроме столицы.

В 1930-е гг. в самолетостроении произошли значительные качественные изменения. Существенно улучшились летные данные, стали применяться убирающиеся в полете шасси, герметичная кабина, турбокомпрессор для повышения высотности полета, механизация крыла, усовершенствованная винтомоторная установка, потайная клепка, новые высокопрочные материалы и т.д. Конструкторы ЦАГИ продолжали начатые в 1925—1926 гг. работы по созданию вертолетов (ЦАГИ 1-ЭА).

В годы войны, несмотря на трудности, возникшие вследствие эвакуации, авиационная промышленность успешно снабжала фронт самолетами. Появились легкие, маневренные, хорошо вооруженные истребители, штурмовики и бомбардировщики (Як-3, Ла-5, Ил-6, Ил-8, Пе-3, Ту-2 и др.).

После войны в военной и гражданской авиации наметился переход от поршневых двигателей к реактивным. Созданием самолетов МиГ-9 и Як-15 (1946) было положено начало практическому применению реактивных двигателей в советской авиации. С 1947 г. началось серийное производство реактивных истребителей МиГ-15. Одновременно велись работы по снижению веса конструкции и улучшению аэродинамического качества. Создание стреловидного крыла — важный этап в развитии реактивной авиации.

В 1950-х гг., благодаря успехам в аэродинамике и двигателестроении, авиация стала сверхзвуковой. В 1954 г. впервые в СССР была освоена технология изготовления титановых конструкций. 1950—1960-е гг. ознаменовались дальнейшим повышением летно-тактических данных боевых самолетов, появились самолеты для массовых пассажирских перевозок серии Ил-18, Ту-104, Ту-124 и Ту-134.

Самолет «Ил-18», названный «Москва», фактически заложили в конце 1950-х гг. По тому времени он обладал максимальными удобствами для пассажиров. Дизайнеры проектировали и пассажирские кресла, и салон в целом, и посуду, а также всю систему услуг в течение полета и необходимое для этого оборудование.

Первые «Ту-104», несмотря на сверхсовременный внешний вид, внутри были оборудованы по типу интерьеров поездов с вышитыми

занавесками, а в салонах «люкс» — домашними настольными лампами. Возникал даже своего рода парадокс: проектируя салон самолета, пользовались привычной «земной» атрибутикой, а разрабатывая автомобиль, вкладывали в его отделку и внутреннее оборудование максимум представлений о высокотехнологичной авиации.

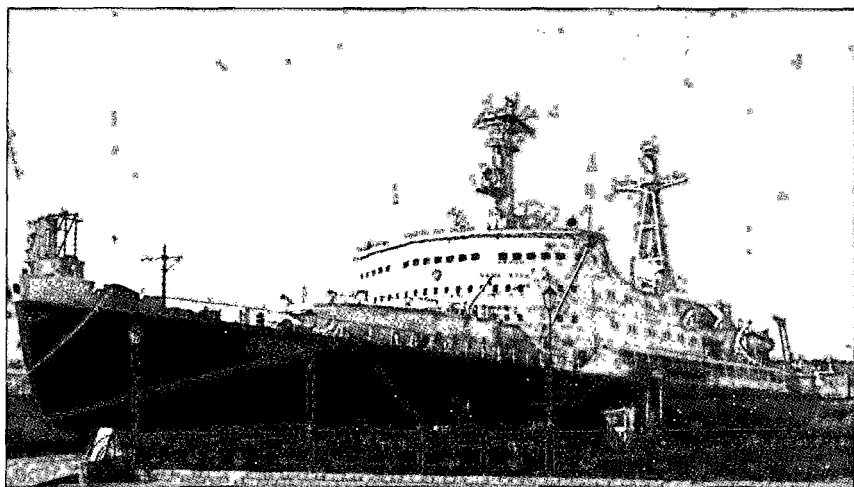
В 1965 г. был построен один из самых больших в мире транспортных самолетов конструкции О. К. Антонова Ан-22 («Антей»). В начале 1970-х гг. на трассы Аэрофлота вышли новые воздушные лайнеры Ту-154, Ил-62М, Ту-134А, Як-40 с улучшенными техническими характеристиками. Дизайн пассажирских кресел и салона в целом мало изменился. В декабре 1975 г. состоялся первый полет сверхзвукового пассажирского самолета Ту-144. В конце 1976 г. состоялся первый полет самолета Ил-86 («аэробуса») — одного из крупнейших пассажирских самолетов в мире.

В дальнейшем совместными усилиями инженеров и дизайнеров продолжают работы по созданию новых самолетов и вертолетов с летно-техническими и экономическими характеристиками, соответствующими перспективным требованиям гражданской авиации.

**Дизайн водного транспорта.** Создание в нашей стране атомного ледокола свидетельствовало о высочайшем развитии науки и техники в СССР. Это было первое в мире судно, работающее на ядерном топливе.

Атомный ледокол «Ленин» выглядит поразительно пропорциональным и, можно сказать, отличается гармоничной компоновкой частей. Ядерная паропроизводительная установка расположена в центральной части судна. Гладкопалубное судно с удлиненной средней надстройкой и двумя мачтами имеет на корме взлетно-посадочную площадку для вертолетов ледовой разведки. Надстройка корабля окрашена в белый цвет, а нижняя часть в темно-синий. Оборудованием кают занималось архитектурно-художественное бюро под руководством Ю. Соловьева.

Значительное увеличение скорости движения водного транспорта стало возможным с появлением пассажирских судов на подводных крыльях. При стоянке и при следовании на низкой скорости судно выглядит обычно. На высокой скорости оно поднимается над водой. Корпус корабля соединяется с подводными крыльями стойками, имеющими обтекаемую форму. Все это позволяет развивать высокие скорости. Испытания показали высокую надежность сконструированных судов. В частности, подводное крыло оказалось настолько прочным, что могло разрезать бревно. А это очень важно с точки зрения безопасности пассажирских перевозок. В короткий срок катера на подводных крыльях становятся одним из наиболее

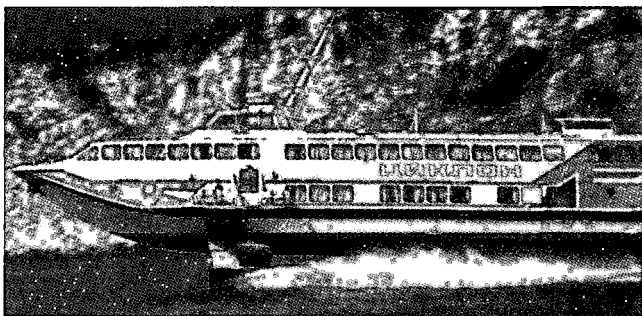


Ледокол «Ленин» (1959—1989)

популярных видов транспорта. Скорость, мореходность, эргономичность, высокая экономичность позволяют крылатым судам конкурировать с другими видами транспорта.

В СССР первое пассажирское судно на подводных крыльях «Ракета» вступило в эксплуатацию в 1957 г. (конструктор Р. Е. Алексеев, Нижний Новгород). С конца 1950-х гг. начался серийный выпуск пассажирских судов на подводных крыльях — «Ракета», «Метеор», «Комета», «Беларусь» и «Буревестник»: В 1970—1980-х гг. последовали суда «Восход», «Полесье», «Колхида», «Циклон». Последнее из них отличалось тем, что было двухпалубным и имело силовую установку на основе двух газотурбинных двигателей. Дизайн судов на подводных крыльях отличается красотой формообразования, что, несомненно, положительно влияет на их аэродинамические свойства. Их характерные черты: полукружье остекления носового салона, гармоничный нарост рубки, распластанная вытянутость корпуса, законченный излом кормы в сочетании с невысоким килем. Такой облик новому судну был необходим для установки в него требующихся машин и механизмов. Уже на начальном этапе проектирования этих судов осуществлялся дизайнерский подход. Именно поэтому, даже спустя много лет, суда на подводных крыльях выглядят очень современно.

Советский Союз обладал самым большим в мире флотом крылатых судов: более 1000 катеров «Волга», сотни теплоходов «Ракета»,



Судно на подводных крыльях «Циклон» [1986]

десятки теплоходов «Комета», «Метеор» и «Беларусь». Советские крылатые суда успешно экспортировались во многие страны мира, в том числе в США, Англию, ФРГ, Францию, Италию, Турцию.

В конце 1960-х гг. появились новые модели сверхсовременных транспортных средств, например пассажирское судно на воздушной подушке завода «Красное Сормово».

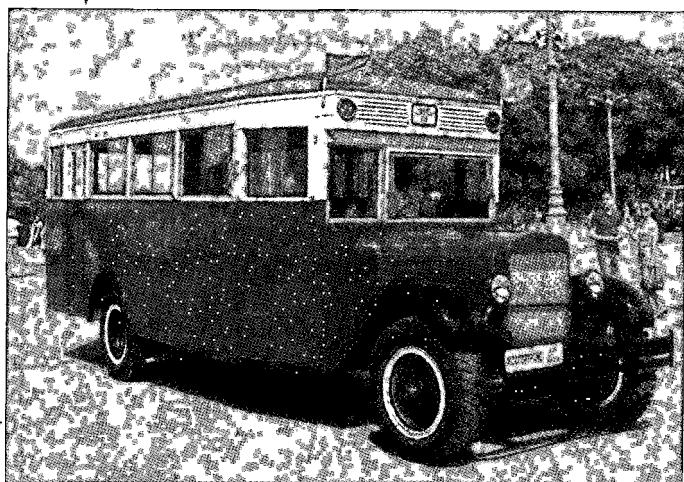
**Дизайн общественного транспорта: автобусов, троллейбусов, трамваев.** Производством автобусов в СССР занимались многие предприятия, так как это был самый распространенный вид транспорта. Первый отечественный автобус АМО-Ф15, выпускавшийся в 1926 — 1931 гг. на заводе «Автомобильного Московского общества» (с 1931 г. — «ЗИС», с 1956 г. — «ЗИЛ»), был весьма небольшого размера, примерно с маршрутку.

В конце октября 1931 г. стали выпускать автобусы АМО-4. Основу автобуса составлял грузовой автомобиль, к конструкции рамы и подвеске колес которого приспособлялись остальные узлы. Таким образом, весьма нерационально использовались габариты машины. Кузов был деревянный, обшитый металлическими листами. Городской автобус ЗИС-8 выпускался на удлиненном шасси грузовика и производился на экспорт. В марте 1938 г. началось производство нового городского автобуса, получившего наименование ЗИС-16. Он просуществовал достаточно долго вплоть до 1953 г.

Знаменитый синий троллейбус (МТБ-82) производства Тушинского завода рассматривался как продвинутое решение транспортных проблем по сравнению с «полуустарелыми» трамваями, и его развитие активно поддерживалось на самом высоком государственном уровне. Дизайн корпуса имел много общего с автобусами американской компании «Дженерал Моторс» 1940 г. выпуска. Троллейбус (ЯТБ-4), появившийся сразу после войны на Ярославском заводе,



Автобус АМО (1931)



Автобус ЗИС-8 (1934)

---

затем выпускался в Тушино Московской области (МТБ-82) и в г. Энгельсе Саратовской области. Он доминировал на улицах наших городов с начала 1950-х и до начала 1960-х гг. Действительно, в свое время он был практически единственной моделью советского троллейбуса.



Автобус ЗИС-16 (1938)

Автобус капотной компоновки с деревянным каркасом кузова на основе шасси грузовика ГАЗ-51 выпускался на «Горьковском автобусном заводе» (ГЗА) с 1949 г. В дальнейшем кузов стал цельнометаллическим. Конструкторами на основе данной модели было создано целое семейство спецавтобусов: санитарный, хлебный фургон, автолавка, фургон для одежды и др. Часть машин, в том числе и большинство экспортных серий, оснащалась передним и задним хромированными бамперами и ободками фар.

В 1948—1950 гг. производство трамваев из подмосковного Тушина передали на Рижский вагоностроительный завод (РВЗ), где приступили к конструированию собственной модели трамвая. Дизайнеры проработали несущий цельнометаллический кузов, легкие тележки с опорно-рамной подвеской двигателей, колесные пары с резиновыми вкладышами и др. Трамвай в послевоенное время постепенно терял свою популярность и вытеснялся троллейбусами, автобусами и метро, однако в небольших городах трамвай продолжал динамично развиваться.

Проектирование нового городского автобуса ЛиАЗ-677 началось в 1962 г. В процессе проектирования использовались наработки конструкторов ЗИЛа (Завода им. Лихачева) и ЛАЗа (Львовского автобусного завода) — двух ведущих на тот момент производственных объединений. Первая модификация автобуса имела крышу со стеклянными закругленными краями, что летом в жару создавало в салоне понятные неудобства. Вскоре от этого отказались, но появились люки в крыше.



Троллейбус МТБ-82 (1948)



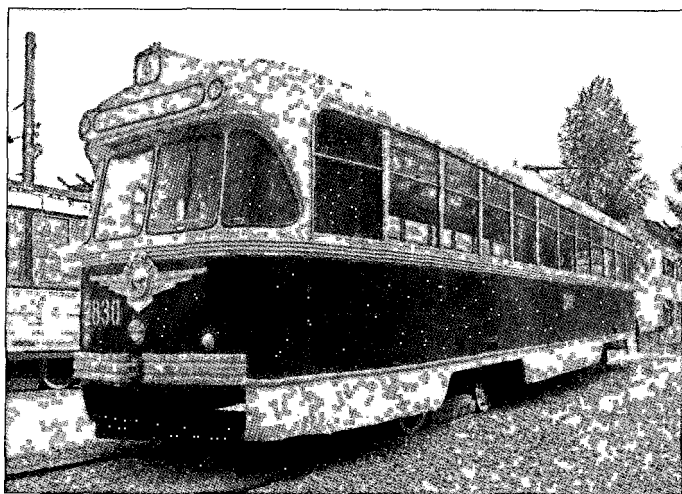
Автобус ГЗА-651 (1941)

---

Автобус ЛАЗ-695 для 1960'-х гг. был весьма стильным и современным: «Авиационный» воздухозаборник обеспечивал двигателю, расположенному под задним сиденьем, прекрасное охлаждение. В начале 1980-х гг. автобусы стали окрашиваться в желтый цвет. К 1990-м гг. появились более модернизированные модели.



Трамвай (1926—1935 гг.)



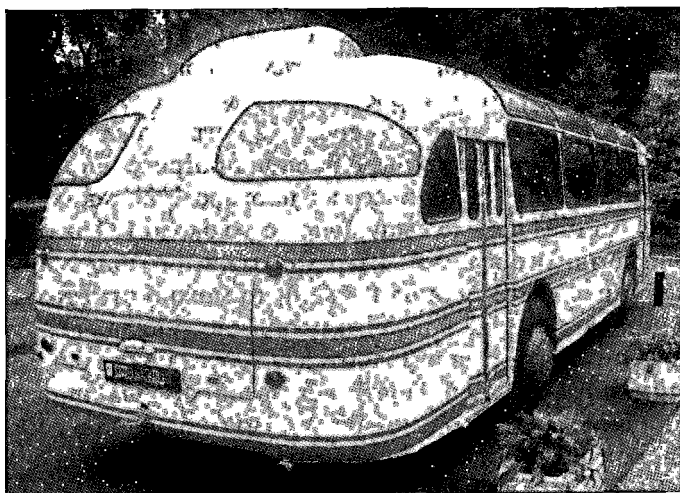
Трамвай РВЗ (1948)

---

Огромную помощь городскому и сельскому населению принесли небольшие, но вместительные и надежные автобусы Парловского автобусного завода (ПАЗ). «Пазики» успешно работали в самом тяжелом климате: пробирались через лютые морозы Якутии, экспортировались в страны Азии и Африки. В 1958 г. была создана



Автобус ПАЗ-695. Вид спереди

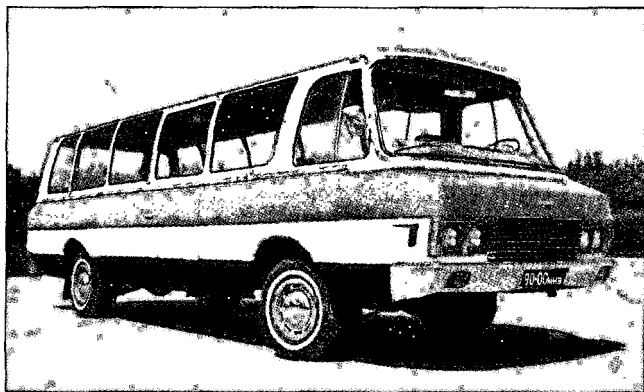


Автобус ПАЗ-695. Вид сзади

---

новая модель ПАЗ-652, в которой появился задний выход для пассажиров и автоматическое открывание дверей-гармошек.

С 1961 г. на заводе ЗИЛ выпускали представительские автобусы «Юность» ЗИЛ-118. Каждый автобус тщательно собирали с использованием модульной конструкции. Машина имела мощный гидро-



Автобус «Юность»: [ЗИЛ-118] (1963)

усилитель руля. Независимая подвеска передних колес, комфортабельные кресла, радиофицированный салон, эффективная система отопления и вентиляции создавали удобства для пассажиров. На его базе в 1965 г. была построена его модификация для службы «Скорой помощи», в которой раздвигалась крыша, чтобы врач мог встать и работать в полный рост. На «Неделе автобусов» в Ницце советская «Юность» завоевала сразу 12 наград, включая главный приз, так как для 1960-х гг. была весьма прогрессивной моделью. К сожалению, организовать массовое производство таких автобусов не удалось, до 1994 г. было выпущено всего около 120 экземпляров.

Если вспомнить последние кадры знаменитого фильма «Кавказская пленница» (реж. Леонид Гайдай), то можно отметить, что героиня Нина уезжает на каком-то необычного вида автобусе. Это была экспериментальная разработка автобуса из стеклопластика.

**Дизайн автомобилей.** Почти вся автопромышленность СССР ориентировалась на западный дизайн. По соглашению с Фордом о технической помощи, стало возможным использовать модель «Форд-40» в качестве базы для легковой модели ГАЗ-М1. Главным новшеством стал закрытый цельнометаллический кузов. Многие были доработаны для отечественных условий в коробке передач, раме конструкций двигателя и других деталях. Автомобиль стал более комфортным. Его любовно называли «Эмкой» от буквы «М» в названии модели.

В 1936 г. был разработан и стал собираться первый отечественный семиместный лимузин ЗИС-101, в основе которого лежала конструкция американского Buick. Этот автомобиль создали пират-

ским образом: разобрали в цехах завода один из автомобилей Buick и скопировали детали.

В 1940-е гг. было приостановлено дальнейшее развитие дизайна автомобилей, так как заводам пришлось осваивать производство военной техники.

Транспорт в 1950-е — начале 1960-х гг. оставался одной из основных тем дизайнерских экспериментов. Объяснить это можно как общим подъемом инженерной и технической мысли, так и наличием в этой области самостоятельных, сильных и квалифицированных дизайнеров. Вагонная компоновка присутствовала в серии экспериментальных моделей автомобилей, разработанных в НАМИ в первой половине 1950-х гг.

Два варианта микролитражек «Белка» (городской и сельский) были разработаны дизайнером Ю. Долматовским. Благодаря перемещению двигателя назад, салон становится более просторным, улучшалась обзорность. Автомобиль приобретал каплеобразный силуэт со зрительно утяжеленной передней частью и небольшим выступом в задней части, где помещался двигатель. Это улучшало аэродинамические свойства формы, а также меняло представления о динамике, стремительности, направлении движения. Лобовое стекло сложной кривизны в обрамлении хромированной дуги должно было зрительно напоминать «фонарь» кабины реактивного самолета. Все детали были тщательно проработаны. Выбранный силуэт автомобиля отвечал представлениям тех лет о современном стиле и моде.

Любопытна была также сама идея построить два различных по своим стилистическим характеристикам варианта кузова автомобиля для города и сельской местности. Городской — более обтекаемый, трехдверного типа, с передней дверью, внешне гармоничный и пропорциональный. Сельский — более сухой, как бы в стиле «сафари», с открытым верхом и массой вариантов использования его как базовой грузовой платформы. Оба этих совершенно различных внешне автомобиля имели общую конструктивную, силовую и компоновочную схему.

Постепенно стало нарастать производство автомобилей для личного пользования. В 1950-х гг. появились еще очень редкие «Победы», затем в 1960-х гг. стали выпускать престижные «Волги», более доступные «Москвичи» и совсем недорогие «Запорожцы». В 1970-х гг. автомобилем для народа, выпускаемым массовыми партиями, стали «Жигули». Не все марки и классы автомобилей (что в СССР практически означало разные заводы и, соответственно, дизайн-бюро) отличались новаторством. Например, «Запорожец»



Автомобиль «Победа» (1946—1958)

---

и «Жигули» сначала практически полностью состояли из деталей итальянского «ФИАТа». А конструкторы «Москвичей» почти сразу ориентировались на отечественные идеи.

Успехом советских дизайнеров было создание автомобиля «Победа» (1946), разработанного В. Самойловым и А. Липгартом.

Автомобиль «Запорожец» начали производить в 1958 г. Это полноценный пример советского дизайна, несмотря на то что он базировался на разработках «ФИАТа». У «Запорожца» были уникальные черты, например мотор находился сзади, для его лучшего

---



Автомобиль «Запорожец» (1962)

охлаждения с двух сторон размещены воздухозаборники. Автомобиль не развивал большую скорость, но отличался хорошей проходимостью за счет заднего привода. Колеса сзади были расположены чуть шире передних, что давало дополнительные преимущества, так как они не точно следовали за передними, а захватывали еще часть колеи.

По-настоящему успешной моделью стал «Москвич-408» (АЗЛК) 1964 г., имевший полностью новый дизайн. Его успех, в том числе и за границей, продолжил «Москвич-412». В 1970-е гг. поиски нового облика и конструкции ведутся под руководством И. Зайцева.

В 1960-е гг. советские автоконструкторы отходят от подражаний западной моде и создают оригинальные разработки. Эти годы стали периодом творческой свободы и интенсивных поисков для многих дизайнеров. Наиболее передовые разработки касались машины представительского класса — «Чайки» и внедорожников — по причине их военного применения (знаменитая машина «Нива» — из этого ряда).

Для обслуживания правительственных учреждений, дипломатических и торговых представительств в СССР, торжественных приемов почетных гостей, парадов использовали легковой автомобиль «Чайка» Горьковского автозавода. Модели, носившие это имя, выпускались с 1959 по 1988 г. За это время сменилось два поколения «Чайки» (ГАЗ-13 и -14). Считалось, что представительская машина обязательно должна быть черного цвета. В первой модели на решетке радиатора размещали декоративную деталь в виде профиля птицы чайки. Над новой машиной работал большой коллектив конструкторов, инженеров и дизайнеров ГАЗа: В. С. Соловьев, Н. А. Юшманов, Г. А. Пономарев, В. В. Гнетнев, П. Э. Сыркин, О. И. Пелюшенко, М. Мокеев, Б. Греков и др. К 1956 г. под руководством конструктора кузова Л. Э. Дуарте и скульптора Б. Б. Лебедева было построено несколько полноразмерных макетов, в которых еще было трудно различить очертания будущего серийного автомобиля.

В любом автомобиле того времени просматривалось переключение стилей дизайнера с автомобилями других марок. В «Чайке» можно обнаружить заимствование некоторых технических и дизайнерских решений, которые были присущи линейке автомобилей ГАЗ. Например, у «Чайки» и «Волги» имелась выштамповка над задней колесной аркой.

Конструкция 1950—1960-х гг. отвечала последним достижениям инженерной мысли, обеспечивая высокий уровень комфорта, безопасности, отличные динамические качества. Улучшение динамических показателей обеспечила модернизация восьмицилиндрово-



Автомобиль «Чайка» ГАЗ-13 (1958—1981)

го двигателя. В потоке городского транспорта «Чайка» сразу обращает на себя внимание элегантностью кузова, стремительностью и бесшумностью хода. Многие конструктивные решения узлов и агрегатов этой машины являлись новинками в советском автомобилестроении. На Всемирной промышленной выставке в Брюсселе в 1958 г. ее удостоили высшей награды — «Гран-при».

В целом последние годы существования СССР с точки зрения экспорта легковых автомобилей оказались достаточно успешными — практически целиком благодаря переднеприводному семейству «Лады», вовремя вышедшему на зарубежные рынки. Однако



Конструктор кузова Л. Э. Дуарте и дизайнер Б. Б. Лебедев в мастерской

уже к началу 1990-х и эти машины по европейским меркам выглядели несколько устаревшими. Большинство советских заводов в области дизайна автомобилей опять возвращаются к заимствованиям и стилизациям.

**Дизайн в метро.** Уникальным можно считать опыт проектирования и строительства Московского метро, которое началось в 1932 г. с линии, проходящей с запада на восток от Сокольников до Парка культуры им. Горького. Был применен системный подход к проектированию интерьеров станций, вагонов поездов, движущихся лестниц — эскалаторов и оборудования станций. Они оформлялись в «аэродинамической стилистике». Комплексно была решена система визуальных коммуникаций. Художник Л. Раппопорт разработал логотип метро — букву «М», которая используется и по сей день. В вестибюлях были установлены схемы линий метрополитена, в едином ключе написаны названия станций и другие указатели. Дежурные по станции, машинисты поездов и другие сотрудники были одеты в форму, разработанную модельерами.

Наземные и подземные вестибюли станций оформлялись как дворцы — в стиле неоклассической архитектуры, в основном использовали полированный мрамор и гранит различных оттенков. Эти материалы были выбраны еще и потому, что не боялись сырости и не притягивали пыль. Архитекторы и художники стремились, чтобы у каждой станции был индивидуальный облик, залы были наполнены светом, создавалось ощущение простора, и путешествие под землей было комфортным. Примечательны декоративное убранство станции «Комсомольская», строгое изящество станции «Кропоткинская», модернизированный декор из нержавеющей стали в сочетании с яркими картинами мозаик на потолке станции «Маяковская», витражи станции «Новослободская». В 1950-х гг. метрополитен насчитывал три радиальные линии и кольцевую линию, их объединяющую. Советское метро считается одним из лучших в мире по красоте дизайна интерьеров.

В Московском метрополитене используется подвижной состав пяти поколений. В сущности, все советские вагоны похожи друг на друга и являются рестайлингом одной модели. Эти вагоны представляют собой по форме параллелепипеда с разделительной полосой по центру. Их раскраска была двухцветной, нижняя часть темнее (красный или коричневый цвет), а верхняя — светлее (желтый или кремовый цвет). В верхней части вагона имелся выступ с воздухозаборниками. Разделительную полосу между верхней и нижней частью красили обычно в черный цвет (иногда она была белой). Стены вагонов были ровными (без ребер жесткости), име-

лась автосцепка. Такой дизайн советские вагоны метро унаследовали от вагонов Нью-Йоркского метрополитена, а они, в свою очередь, от дизайна большинства пассажирских железнодорожных вагонов XIX в.

Первоначально пост управления (кабина машиниста) был в каждом вагоне. В дальнейшем место для машиниста стали проектировать только в головном вагоне. После окончания Великой Отечественной войны в Москву стали поступать трофейные вагоны из Берлинского метрополитена. Под их влиянием дизайн вагонов несколько изменился.

В «номерных» вагонах с индивидуальным номером на каждом впервые на стенах появились ребра жесткости. Вагоны стали приобретать однотонную окраску голубого цвета. Разделительная полоса постепенно из черной стала белой с изломами на дверях. Это было нужно для более удобного нахождения пассажирами дверей.

Примечательно, что при выборе цвета «номерных» вагонов учли мнение пассажиров. Первый поезд имел окрашенные в разные цвета вагоны и ездил по кольцевой линии, а стоящие на каждой станции пассажиры предпочли как наилучший вариант традиционный сине-голубой.

В последние годы существования СССР стали разрабатывать принципиально новые типы вагонов в форме шестигранной призмы. По задумке проектировщиков, такая форма позволяет гораздо лучше использовать пространство круглого тоннеля. Существовало два варианта раскраски этих вагонов. В первом варианте — полностью в белый цвет. Во втором варианте — пост управления головного вагона красили в оранжевый цвет, сами вагоны — в серый, а их двери — в желтый. Дизайнеры считали, что оранжевый цвет кабины машиниста, привлекая внимание, должен предупреждать об опасности и заставлять пассажиров отойти от края платформы при приближающемся поезде. Эти вагоны не были введены в производство. Также стали разрабатывать принципиально новые вагоны типа «Яузэ». Они имели стильный современный дизайн, были окрашены полностью в серый цвет с желтой разделительной полосой. Дизайнерской находкой был трап спереди для эвакуации машиниста из кабины. Жаль, что производству этих вагонов помешал распад СССР.

В настоящее время идет обновление парка вагонов метро. Появились тематические и именные составы с оригинальной росписью («Акварель», «Читающая Москва», «Поэзия в метро», «Красная стрела — 75 лет» и др.), поезда-библиотеки, поезда-музеи, в которых размещают произведения живописи и графики.

**Графический дизайн.** Советский графический дизайн развивался в жанрах агитационного и рекламного плаката, книжно-журнальной графики, промышленной графики, фирменного стиля и товарных знаков. Дизайнер-график воплощает свои представления о визуальной информации, визуальных объемах и структурах в системах визуальных коммуникаций городской среды, в архитектурных и инженерных объектах и их комплексах.

Если в царской России «воспитывать население» было поручено церкви, то в Советском Союзе эту роль взяло на себя государство, причем масштабы воспитательной работы увеличились в разы: нужно было формировать сознание «нового человека», новый образ жизни, новый быт, преодолевать безграмотность.

Одной из задач советской власти было раскрепощение, эмансипация женщины, превращение ее в активного строителя нового общества. Этой теме в 1920-е гг. было посвящено множество плакатов, среди них — «Женщина! Учись грамоте!», «Долой кухонное рабство!».

В СССР почти непрерывно шла рекламная кампания против пьянства.

Большинство плакатов в сталинском СССР были посвящены не партийно-идеологической пропаганде, а тому, что мы называем



Плакат «Женщина! Учись грамоте!»

в наше время «социальной рекламой». Многие направления социального просвещения возникли впервые именно в ранний советский период. Например, в 1930 г. в СССР уже была антитабачная социальная реклама.

В 1930-е гг. впервые появились плакаты, пропагандирующие соблюдение правил дорожного движения. В очень динамичной манере, используя ракурс в духе Родченко, сдержанную цветовую гамму,



Плакат «Долой кухонное рабство!»



Плакат «Спорт»

## НИКОТИН — ЯД!



Одна капля никотина убивает мелкое животное

### ЧЕЛОВЕК, КУРЯЩИЙ

в течение 30 лет  
выкуривает

## 200.000 ПАПИРОС

или 160 килограмм  
**ТАБАКУ,**  
в котором содержится  
**800 грамм никотина**




ЧЕЛОВЕК ОТ ПАПИРОСЫ НЕ УМИРАЕТ, В ВИДУ НЕБОЛЬШИХ КОЛИЧЕСТВ НИКОТИНА, ВДЫХАЕМОГО ЗАРАЗ, ПО КАПЛЕ ПО КАПЛЕ ДОЛБИТ КАМЕНЬ И ПОТОМУ, ЗДОРОВЬЕ КУРЯЩИКА В КОНЦЕ КОНЦОВ РАСТРАИВАЕТСЯ

№ 1 Москва, Енисейский переулок № 10/12  
 Издательство «Советский Спорт»  
 Москва, 1939

Плакат «Никотин — яд!»

контраст красного и черного, художник обращает внимание на эту проблему.

Борьба с антисанитарией в то время была насущной задачей. Плакаты призывали мыть руки перед едой, ходить в баню и т. д. В плакате «Мой руки после работы и перед едой» (1931 г.) использованы принцип фотоколлажа, диагональная композиция, локальный красный, белый и черный цвет (цв. вкл., рис. 75).

В первые годы советской власти в условиях дефицита товаров их реклама была направлена на экспорт. В этих плакатах название страны — USSR и ее столицы — Moscow несли большую пропагандистскую нагрузку.

Начиная с 1935 г., когда вновь открылась свободная продажа товаров, плакаты знакомили покупателей со всеми новинками: фасованным мясом, сосисками, плавленым сыром, бульонными куби-



Плакат «Нарушая правила — рискуешь жизнью»

ками, пастеризованным молоком в бутылках, натуральными соками, майонезом и др. (цв. вкл., рис. 76—78).

Женщинам реклама предлагала большой выбор мехов. Рекламные плакаты отличались портретностью образов, юмором, были сделаны с любовью и впервые стали важнейшей частью единого оформления предприятий торговли.

Одним из самых амбициозных проектов сталинского СССР была так называемая «культурная революция»: полная ликвидация в кратчайшие сроки неграмотности, строительство огромной сети библиотек, клубов, кинотеатров, радиоточек, открытие новых школ, институтов, университетов. Особым направлением социальной рекламы в сталинском СССР были плакаты, призывающие молодежь осваивать новую технику и новые престижные профессии. Одновременно социальная реклама «морально поощряла» людей наи-



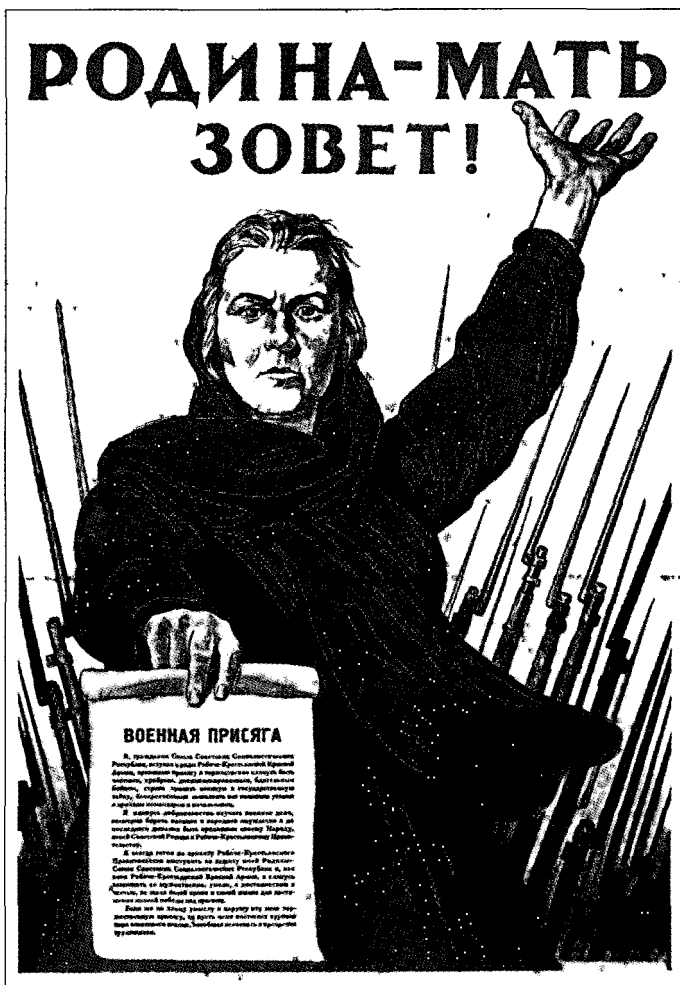
Плакат «Честь и слава советскому учителю!»

более трудных и благородных профессий: учителей, врачей, летчиков. Самой престижной была, конечно, авиация. Примеры плакатов: Г. Ключис «Молодежь на самолеты» (1933), А. Дейнека «Работать, строить и не ныть» (1934), «Честь и слава сельским врачам» (1948), «Вступайте в добровольную пожарную дружину предприятия» (1952) и др.

В огромных масштабах распространялась социальная реклама, утверждающая позитивные модели поведения. Она пропагандировала прежде всего здоровый образ жизни как важнейший атрибут нового советского общества. Пристальное внимание в СССР уделялось развитию и пропаганде физкультуры и спорта. В послевоенные годы появилась социальная реклама массового туризма. Пропагандировались такие ценности, как семья, социальная активность, участие в различных общественно полезных делах и обществах, высокая культура обслуживания. Вся эта огромная работа нашла свое отражение в советских агитационно-социальных плакатах.



А. Дейнека. Плакат «Работать, строить и не ныть»



И. Тоидзе. Плакат «Родина-мать зовёт!»

В годы Великой Отечественной войны большое значение имели политические плакаты. Они были проникнуты высоким патриотическим пафосом. Профессионализм советских художников-плакатистов, их большой жизненный опыт и умение ясно говорить средствами плакатной графики позволили создать острые, призывные, запоминающиеся и убедительные образы. Например, плакаты И. Тоидзе «Родина-мать зовёт!» (важно, что он появился в самом начале войны в июне 1941 г.) и «Освободим Европу от цепей фа-

шистского рабства!»; Н. Жукова «Немецкий танк здесь не пройдет!» (1942); В. Корецкого «Бей так: что ни патрон — то враг!» (1943); А. Кокорекина «Воину-победителю — всенародная любовь!» (1944); Л. Голованова «Дойдем до Берлина!» (1944) и «Красной Армии — слава!» (1946) и др.

Художники Кукрыниксы (М. В. Куприянов, П. Н. Крылов, Н. А. Соколов) нарисовали много листовок с карикатурными изображениями Гитлера и фашистов, что, несомненно, способствовало повышению патриотического духа народа. Значимым моментом в их творчестве стал военный плакат «Беспощадно разгромим и уничтожим врага!». Он появился на улицах Москвы одним из первых после нападения гитлеровской Германии на СССР. Кукрыниксы прошли всю войну: их листовки сопровождали советских солдат до Берлина. Также был очень популярен цикл плакатов «Окна ТАСС».

В послевоенные годы продолжал развиваться политический, социальный и рекламный плакат. Много интересного было создано в области киноплаката. В 1950—1960-е гг. в связи с очевидным



Л. Голованов. Плакат «Дойдем до Берлина!»



Л. Голованов. Плакат «Красной Армии — слава!»

сдвигом внимания власти к вопросам жилищной политики, здравоохранения и пенсионного обеспечения людей появились плакаты на эти темы, где показывалось улучшение социально-бытовых условий и уровня жизни населения. Большое значение придавали функциональной стороне плаката — приветствовались доступность, умение нравиться широкому кругу зрителей и воздействовать на народные массы.

В 1954 г. в рамках Московского союза художников возникает секция, получившая впоследствии название «Промграфика». — первое профессиональное объединение, выполняющее заказы производства. В разные годы председателями секции были выдающиеся дизайнеры: Г. А. Щетинин, А. Д. Крюков, В. С. Акопов. Постановление КПСС от 1962 г. обязало все предприятия страны иметь зарегистрированный товарный знак. Художники «Промграфики» создают для них новые лаконичные знаки-символы, демонстрируя высокий международный уровень в проектах для экспортных пред-

приятий СССР, оформлении выставок, а также в системе визуальных коммуникаций Олимпиады-80.

Характерно, что все самые актуальные проекты фирменных стилей, упаковки и рекламы, созданные в СССР в 1950—1980-е гг., предназначались для предприятий внешней торговли, а также для выставок, фестивалей и конференций с иностранным участием. В условиях плановой экономики и возрастающего дефицита товаров усиливался разрыв между консервативными графическими решениями, предназначенными для внутреннего рынка, и яркими современными работами, создаваемыми на экспорт.

В 1960—1970-е гг. плакат отходит от традиций соцреализма в сторону лаконичного модернистского стиля, включающего разнообразные творческие манеры художников. Авторская графика, фотоколлажи и декоративные приемы в полной мере проявляют себя в культурно-зрелищном плакате: К ведущим плакатистам киноиндустрии данного периода можно отнести Ю. Царева, В. Кононова, О. Савостюка, Б. Успенского, М. Лукьянова, В. Островского, В. Каракашева и др. Мирон Лукьянов создавал не только блестящие киноплакаты («Белое солнце пустыни», «Андрей Рублев», «Я, бабушка, Илико и Илларион» и др.), но и социальные работы и популярные триптихи к Олимпиаде-80 (цв. вкл., рис. 79).

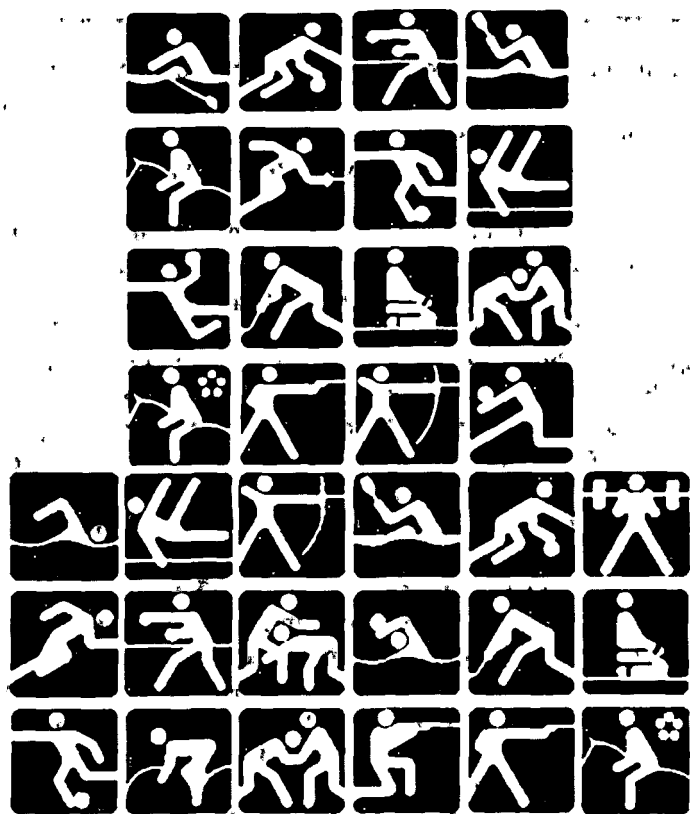
В 1980-е гг. роль графического дизайна возрастает. На улицах и в СМИ появляется больше рекламы, растет популярность визитных карточек. Из США проникает стиль «новая волна», бросающий вызов канонам традиционного проектирования.

Необходимо отметить, что компьютерная графика стала использоваться только в конце 1980-х г., а до этого все эскизы и оригиналы выполнялись вручную, при этом советские дизайнеры добивались высокохудожественных результатов, создавали настоящие произведения искусства.

Проведение в СССР летних Олимпийских игр в 1980 г. стало кульминацией в демонстрации не только достижений советских спортсменов, но и мастерства отечественных дизайнеров. Фирменный стиль Олимпиады включал в себя официальную эмблему, талисман, шрифтовую гарнитуру, цветовую гамму, спортивные пиктограммы и пиктограммы сервиса, а также проект оформления городского пространства и праздничных мероприятий.

Логотип Олимпиады-80 (дизайнер В. Арсецьев) представлял собой пять колец; переплетенных в основании, и устремленные вверх линий со звездой наверху, которые символизировали беговые дорожки и напоминали очертаниями архитектуру московских высоток (цв. вкл., рис. 80).

Интересно смотреть на графику плакатов, которые созданы к мероприятиям Олимпиады-80. Точность воплощения заданной идеи, продуманность композиций, гармоничные цветовые сочетания в изображении — все средства создают целостную картину грандиозного мероприятия. Систему пиктограмм олимпийских видов спорта создал дизайнер Н. Белков на основе знаменитой системы пиктограмм, разработанной Отлом Айхером к Мюнхенской Олимпиаде 1978 г. Двадцать рисунков спортивных пиктограмм были значительно переработаны. Уникальная пластичность образов достигается благодаря отказу в схеме проектирования от традиционных «жестких» углов 45 и 90° в сторону более плавных и динамичных 30 и 60°. Николай сам был мастером спорта по пятиборью. Это помогло ему «оживить» фигурки спортсменов. Пиктограммы Белкова построены



Н. Белков. Пиктограммы для Олимпиады в г. Москве (1980)



ланы в нужных местах идентичные надписи на трех языках, типовые указатели. Эти надписи выполнялись официальным шрифтом Олимпиады-80 — гарнитурой «фutura медиум» типа «гротеск». Специально для Олимпиады московский художник А. Музанов разработал кириллическое начертание этого шрифта.

Вторая половина 1980-х — начало 1990-х гг. станет периодом переосмысления ценностей и открытия новых горизонтов графической свободы. В этот период сформировался яркий талант В. Чайки, И. Гуровича, А. Логвина, Ю. Суркова и многих других.

**Дизайн книги.** В дизайне советской книги были значительные успехи. Примечательно, что блестящие мастера книжной иллюстрации и художники занимались только внешним оформлением книги. Они использовали все богатство выразительных средств, разнообразные изобразительные техники (рисунок карандашом и кистью, гравюра на дереве, офорт, литография), возможности фотомеханической печати.

Высокопрофессионально оформлялись издания политического характера, художественная и детская литература.

Среди выдающихся мастеров, работавших в книге в первые послереволюционные десятилетия, следует отметить Б. Кустодиева, Д. Митрохина, М. Добужинского, С. Чехонина, А. Остроумову-Лебедеву, Д. Кардовского и др. Наиболее интересные книжные обложки этого периода строились на художественно-образном отражении содержания книги. Они в значительной мере были иллюстративными, а шрифт не играл в них доминирующей роли. Также были обложки, в которых идея книги выражалась в форме обобщенного образа-символа или эмблемы. Они оформлялись преимущественно с использованием шрифта и декоративных элементов.

Большое количество учебных заведений имело отделения книжной графики, где преподавали — известные художники (Ю. Пименов, К. Юон и др.).

Искусство книжной графики, во многом под влиянием Союза художников, выделилось в особую художественную область. Это положительно сказалось на развитии таких областей книжного дела, как иллюстрации, создание рисованных шрифтовых надписей (литтеринг и каллиграфия). В качестве примера можно привести московскую школу книжной графики, основоположником и идеологом которой был выдающийся мастер ксилографии В. А. Фаворский, и ленинградскую графическую школу В. В. Лебедева, воспитавшего целое поколение талантливых иллюстраторов детской книги (А. Ф. Пахомов, Ю. А. Васнецов, Е. И. Чарушин, В. И. Курдов и др.).

Уже в 1920-е гг. в книжной графике были сделаны первые шаги от «искусства в книге» к «искусству книги». Первым конструктором книг был Эль Лисицкий. Он собирал книжный блок как хитрый механизм — из листов разного размера и формы, смело экспериментировал с типографскими шрифтами и элементами набора. Так работал и его последователь С. Б. Телингатер.

Одним из первых обратился к искусству книги И. Я. Билибин и поднял ее на должную высоту. Иллюстрации, заставки и концовки И. Я. Библина окружал богатыми орнаментальными рамками; напоминающими резные наличники окон. В заглавиях и буквицах он применял причудливый растительный и звериный орнамент, восходящий к рукописным книгам.

**Иван Яковлевич Билибин** (1876 — 1942) — иллюстратор русской сказки. В своем творчестве он опирался на традиции народного искусства и довел до совершенства новый тип детской книжки — богато орнаментированной тонкой тетрадки большого формата, отпечатанной на плотной, слегка подцвеченной желтоватой бумаге.

И. Я. Билибин выполнил иллюстрации к русским народным сказкам «Царевна-лягушка», «Перышко Финиста ясна сокола», «Василиса Прекрасная», «Марья Моревна», «Сестрица Аленушка и братец Иванушка», «Белая уточка», к сказкам А. С. Пушкина «Сказка о царе Салтане» (1904 — 1905), «Сказка о золотом петушке» (1906 — 1907), «Сказка о рыбаке и рыбке» (1939) и многим другим. Эти иллюстрации неоднократно переиздавались еще при жизни художника.

И. Я. Билибин разработал систему графических приемов, которые дали возможность объединять иллюстрации и оформление в одном стиле, подчинив их плоскости книжной страницы. Характерные черты билибинского стиля: красота узорного рисунка, изысканная декоративность цветовых сочетаний, тонкое зрительное воплощение мира, сочетание яркой сказочности с чувством народного юмора и др.

Художник стремился к ансамблевому решению. Плоскость книжной страницы он подчеркивал контурной линией, отсутствием освещения, колористическим единством, условным делением пространства на планы и объединением различных точек зрения в композиции.

Пожалуй, ни у кого из художников-иллюстраторов мы не встретим такой особой сказочной убедительности деталей. Художник умеет «обыграть» каждый предмет, придать ему одновременно и реальное и фантастическое звучание. Неповторимого блеска и выдумки достигает И. Я. Билибин в иллюстрациях к сказкам А. С. Пушкина

Большинство книжных титулов и обложек рисовалось советскими художниками вручную, индивидуально под каждый проект. Несмотря на то что ведущие художники книги блестяще справлялись с этой задачей, ситуация воспроизведения классических типографических канонов, основанных на пропорциях и технологии металлического набора, ремесленным способом, тормозила процесс органичного развития отечественной типографики и книжного дела в целом.

Послевоенный период становится переломным для книжного искусства. В 1950-е гг. понимание задач художника книги сводится к необходимости декоративного оформления поверхности книжного листа орнаментальными мотивами и стилизованными изображениями, придающими работе графическую монументальность. Во главу угла ставятся творческая индивидуальность и графическая манера художника-оформителя. Расцвет детской книжной иллюстрации в СССР приходится на 1950—1980-е гг. К иллюстрированию книг обращались многие известные художники: О. Верейский, А. Пластов, Кукрыниксы и др.

В Москве лидировала школа мастеров деревянной гравюры (родоначальник В. А. Фаворский), получившей широкое применение в оформлении книги (обложки, иллюстрации, украшения). Имена художников А. И. Кравченко, П. Я. Павлинова, Н. И. Пискарева, А. И. Усачева, А. Д. Гончарова и многих других приобрели широкую известность.

**Владимир Андреевич Фаворский** (1886—1964) — признанный классик книжной иллюстрации, родоначальник московской школы графики. Творчество В. А. Фаворского было связано с историческим опытом мировой художественной культуры, с эпохами расцвета графического и книжного искусства. Древний язык гравюры на дереве зазвучал в работах мастера свежо и оригинально.

В гравюрах В. А. Фаворского к стихам С. Я. Маршака, рассказам Л. Н. Толстого, «Слову о полку Игореве», к книге Н. Кончаловской «Наша древняя столица» и другим произведениям отражены его основные художественные принципы. У В. А. Фаворского книга — это единство функционального и эстетического начал, целостный организм, требующий снаружи оформления как вещь, предмет быта, тогда как все внутренние элементы книги подчинены задаче пространственно-временного истолкования литературного произведения. Он подходил к книге как к архитектурному сооружению, где каждый элемент имеет определенную функцию. Например, обложку В. А. Фаворский рассматривал как своеобразный «вход»



В. Фаворский. Иллюстрация к «Скупому рыцарю» А. С. Пушкина. Ксилография (1959—1961)

в книгу. Он учил чувствовать пропорции книги во всех трех измерениях и, работая с изображением и шрифтом, увязывать их с точки зрения ритма, пластической характеристики и смыслового сопереживания. Теория композиции книги, созданная В. А. Фаворским, послужила основой для всей его школы.

Соотношение иллюстраций и шрифта, закономерности композиционной связи между ними — всего лишь одна из граней понимания художником синтетического образа книги. Разнообразные элементы книжного оформления он считал иллюстрацией в широком смысле слова. Он стремился прежде всего извлечь и претворить в пластические образы философскую или эмоциональную сущность произведения. В. А. Фаворский много раз высказывался о значении отдельных элементов книжного оформления, о необходимости их объединения в единое художественное целое, об организации движения в книге.

Значительную роль в поисках новых форм детской книги, в определении ее яркого, красочного языка и занимательного рисунка сыграла «школа В. В. Лебедева» (Ленинград). В нее вошли художники Н. Тырса, Н. Лапшин, В. Ермолаева, М. Цехановский, Е. Сафонова и др. Традиции продолжили А. Пахомов, А. Самохвалов, Т. Шишмарева, а позднее — Е. Чарушин, Ю. Васнецов, В. Курдов, В. Власов и др. Развивали лучшие традиции «школы Лебедева» также В. Конашевич и Д. Митрохин.

- **Владимир Васильевич Лебедев** (1891 — 1967) — великолепный художник, обладавший яркой творческой индивидуальностью, признанный мастер детской иллюстрации, был основателем лениградской школы книжной графики. В. В. Лебедев был живописцем и плакати-стом, карикатуристом и мастером рисунка с натуры, такая многогранность таланта помогала ему постоянно находиться в творческом поиске, много экспериментировать в детской книге.

Утверждая свое понимание искусства, В. Лебедев должен был преодолевать и отрицать очень многое. Недавно казавшееся новацией уже в следующей работе отбрасывалось ради новых идей. Художник вырабатывал целостную систему иллюстрирования книги, в которую входили: конструктивная организация листа и разворота, связь изображения с плоскостью листа, осязаемость формы, акцентирование цветом фактуры вещей, ведущая роль ритма, объединяющего все развороты.



В. Лебедев. Обложка книги С. Маршак «Усатый полосатый»

В. В. Лебедев делал книгу с огромным уважением к ребенку, добивался умения говорить с ним серьезным языком, чтобы он мог войти в работу художника, понять закономерности книжной графики. Особенно ярки и динамичны иллюстрации В. В. Лебедева к книгам С. Маршака «Цирк», «Мороженое», «Сказка о глупом мышонке», «Усатый полосатый», «Разноцветная книга», «Двенадцать месяцев», «Багаж». Книги, проиллюстрированные художником, отличаются простотой и ясностью образов, прекрасным сочетанием изобразительных и шрифтовых форм.

Советскому обществу требовалась собственная детская литература. Оформление детской книги оставалось наиболее свободной областью творчества графиков, дававшей простор для экспериментов. В середине XX в. издается ряд высокохудожественных книг для детей с иллюстрациями В. Конашевича, Ю. Васнецова, Е. Рачева, Г. Никольского, А. Каневского, В. Милашевского, Т. Мавриной, Е. Чарушина и др. Каждый из этих художников очень своеобразно и тонко продолжал развивать тенденции книжной иллюстрации. Они создали замечательную галерею образов, ярких картин природы, волшебного мира сказки.

В иллюстрациях Е. Чарушина мир животных раскрыт в теплых гуманистических образах, реалистичных и сказочных одновременно. Благодаря таким художникам, как В. Лебедев и А. Пахомов, в книжной иллюстрации появился образ малыша, маленького героя, активного, любознательного труженика. Возрождение интереса к национальной культуре и народным традициям в 1960—1970-х гг. отразилось в иллюстрациях Ю. Васнецова, Е. Рачева, Т. Мавриной. Каждый из этих художников работал в собственном неповторимом стиле над созданием волшебного мира русской сказки.

**Юрий Алексеевич Васнецов** (1900—1973) — русский художник; живописец, график, театральный художник, иллюстратор. Учился на живописном факультете Вхутеина в Петербурге, продолжил обучение живописи у К. С. Малевича. В 1928 г. стал художественным редактором издательства «Детгиз». В 1936 г. разрабатывал для Большого Драматического театра в Ленинграде костюмы и декорации к спектаклю по пьесе М. Горького «Мещане». В 1938—1940 гг. работал в экспериментальной литографской мастерской при ЛОСХ. Автор поздравительных открыток (1941—1945). Работал главным художником Научно-исследовательского института игрушки в г. Загорске (1943—1945).

Ю. А. Васнецов оформляет книгу в целом, при этом строгая конструктивность и логическая завершенность всех ее элементов не сковывают творчество и неистощимую фантазию мастера. Книж-

ки-картинки Ю. Васнецова знакомят ребенка с жизнью через искусство (Л. Толстой «Три медведя», П. Ершов «Конек-горбунок», С. Маршак «Теремок» и др.). Лучшие работы художника — иллюстрации к сборникам «Ладушки» и «Радуга-дуга». Ю. Васнецова по праву называют художником русской сказки. Одной из основных особенностей его художественного метода является неразрывная органическая связь с народным искусством.

**Евгений Михайлович Рачев** (1906 — 1997) иллюстрировал произведения В. Бианки, Д. Мамина-Сибиряка, М. Пришвина, басни Л. Толстого, С. Михалкова, И. Крылова, сказки разных народов. Обостренное образное и декоративное чувство позволило Е. Рачеву ярко выразить в иллюстрациях национальный колорит.

Е. М. Рачев берет на себя трудную задачу — донести до ребенка образными средствами идейный смысл произведения, его нравственную, моральную основу, и делает это не прямолинейно, а исподволь; силой своих изобразительных характеристик он завоевывает симпатии и пробуждает антипатии к своим персонажам. В образах зверей Е. Рачев исследует человеческие достоинства и недостатки, характеры и взаимоотношения.

В 1970 — 1980-е гг. были востребованы самые разнообразные авторские подходы к иллюстрированию детских книг. В. Чижиков рисует в легкой, почти комиксной манере. Именно он стал автором Мишки — любимого всеми талисмана Олимпийских игр в 1980 г.

**Татьяна Алексеевна Маврина** (1902 — 1996) щедро проявила свое дарование в различных творческих направлениях. Она создала циклы зарисовок, посвященных старинным русским городам, эскизы декораций и костюмов к театральным спектаклям, ряд мультфильмов. Особое место в ее творчестве заняло иллюстрирование книг для детей.

Родилась Т. А. Маврина в Нижнем Новгороде. С юных лет она могла любоваться самобытной красотой древней архитектуры, бескрайними просторами, участвовать в народных праздниках, бывать на ярмарках. Прошли годы. Т. А. Маврина стало художницей и нарисовала сказочные государства, где высятся расписные хоромы, златогривые кони скачут выше леса, чудо-звери гуляют по лесным тропинкам, богатыри спасают красавиц, летучие корабли плывут в поднебесье... Создать такие образы помогли яркие воспоминания детства.

Обращение к традициям народного искусства, к национальным истокам сказки помогло Т. А. Мавриной развить чувство декоратив-

ности, стать певцом русской сказки, в пластических зримых образах соединить фантастику с окружающей жизнью.

Неповторимый «мавринский стиль» основан на принципах и формах произведений народного искусства: силуэтное решение композиции, яркий колорит, многоярусное развертывание сюжета и др. Так, Т. Маврина проиллюстрировала «Сказочную Азбуку» (1969), продемонстрировав глубокое проникновение в образы русского фольклора. Иллюстрации выполнены в яркой лубочной манере.

Легкость, свобода и непринужденность рисунка, изящество линий, богатство колорита, тонкость цветовых отношений, строгий отбор средств, кажущаяся детскость изображения присущи брызжущим веселостью и энергией иллюстрациям Т. А. Мавриной.

На рубеже 1970—1980-х гг. в русской детской иллюстрации активно утвердилась большая группа молодых художников, представлявшая направление, для которого также характерно многообразие творческих подходов. Это — художники В. Васильев, А. Кошкін, О. Кондакова, Г. Юдин, А. Архипова, В. Иванюк, А. Шульгина, И. Нахова, Г. Спирин и др. Сейчас многие из них уже признанные мастера, которые успешно продолжают развивать начатые поиски новых средств художественной выразительности и новых возможностей дизайна книги.

Детская книжная иллюстрация служит многим целям. Она воплощает фантазии, оживляет воспоминания, помогает участвовать в приключениях, развивает ум, сердце, душу ребенка, является источником радости и красоты. Советскими художниками-иллюстраторами было сделано очень много для воспитания молодого поколения на светлых и высокохудожественных образах. Неудивительно, что их книги популярны до сих пор.

В начале 1960-х гг. к нам начинают постепенно проникать идеи «интернационального стиля» швейцарской школы типографики: построение макетов печатных изданий на основе модульной сетки и точного математического расчета композиционных пропорций, конструктивный минимализм графических схем и преобладание фотографических иллюстраций, сдержанная работа со шрифтом и предпочтение, отдаваемое лаконичным и нейтральным по рисунку гротескам. В трудах советского искусствоведа и основоположника отечественной теории книжного дизайна Воли Николаевича Ляхова происходит переосмысление книги как специфической коммуникативной системы, «функциональной формы», графическое оформление которой должно быть подчинено ее структурной модели. К сожалению, подобный функциональный подход, орга-

нично развивавшийся в контексте рациональных идей капиталистического Запада, не получил в нашей стране широкого распространения.

М. Жуков, работая главным редактором крупнейшего издательства «Искусство», одним из первых стал использовать структурный метод оформления изданий и принципы сквозного проектирования на основе модульной системы. Примером постановки и решения новаторских задач в книгоиздании может служить создание изысканной серии «История книжного искусства». С 1960 по 1975 г. выходят восемь выпусков уникального сборника «Искусство книги», посвященного достижениям отечественных художников книги. К работе в издательстве М. Жуков привлекает множество талантливых дизайнеров. Передовые принципы швейцарской типографики с трудом проникают в советский графический дизайн, они внедряются в книжную и журнальную верстку только благодаря усилиям нового поколения дизайнеров, таких как А. Троянker, Ю. Курбатов, М. Жуков, М. Аникст и др.

В 1970-е гг. под влиянием философских исканий и идеологии постмодернизма дизайнеры СССР пытаются раздвинуть рамки тра-



Искусство книги. Выпуск 8

диционного модульного проектирования, открывая его новые концептуальные возможности. Появляются издания, бросающие вызов классическим канонам проектирования, что вызывает бурную критику представителей традиционных подходов.

В 1980-х гг. в СССР из Америки проникает стиль «новая волна». Выходит журнал «Реклама», для которого Владимир Чайка оформляет серию обложек с взрывной, стремящейся к хаосу композицией и яркими цветовыми решениями. В числе дизайнеров, экспериментировавших в те годы с поворотами, наслоениями и частичным разрушением элементов модульной системы — М. Аникст, В. Черниевский, В. Яковлев и др.

Дальнейшие пути дизайна книги состоят в создании стереоиллюстраций с объемным изображением (с применением специальных очков), объединение изображения, звука и элементов движения в книге и др.

**Дизайн упаковки.** В условиях плановой экономики, отсутствия частного предпринимательства и, соответственно, конкуренции, в СССР упаковка была не столько способом привлечения внимания покупателей, сколько мощным средством агитации и пропаганды преимуществ советского строя.

В СССР над созданием упаковки работали художники комбината «Союзпродоформление» и отделов некоторых крупных предприятий (таких как кондитерская фабрика «Красный Октябрь»), сотрудники специальных художественно-конструкторских бюро при отраслевых организациях «Легпром», «Легмаш», а также члены секции «Промграфика» при Союзе художников РСФСР и др. Основная часть проектов для регионов выполнялась талантливыми дизайнерами Москвы и Ленинграда, которые создали лицо советской упаковки и определили развитие этой отрасли на десятилетия вперед.

В советский период популярной становится упаковка из жести. Начиная с 1937 г. в СССР выпускаются консервы 700 наименований (среди них лососевые рыбы, икра, крабы, тушенка и др.), кроме того, в жестяные коробки упаковывают зубной порошок, а также чай, кофе, какао, сладости и знаменитое сгущенное молоко (цв. вкл., рис. 81 — 83, 85).

Дизайн этикетки «сгущенки», предположительно разработанный И. Фоминой в 1930-е гг. под влиянием эстетики ар-деко и конструктивизма, остается популярен и сегодня. В эти же годы получают распространение продукты в брикетах (гороховый суп-пюре, каша, кисель, какао и др.), минеральные и фруктовые воды в стеклянных бутылках и др.

Лимонад продавали в полулитровых бутылках из темно-зеленого стекла с этикеткой в виде кольеретки вокруг горлышка и металлической кронен-пробкой.

Мороженое в СССР стали выпускать в 1930-е гг. По качеству оно считалось лучшим в мире, но дизайн упаковки не отличался яркостью и разнообразием. Наиболее популярными были пломбир в вафельном стаканчике, рожке или брикете, эскимо на палочке в фольге и фруктово-ягодное в бумажном стаканчике.

В 1930—1950-е гг. разрабатываются единые государственные стандарты на форму выпуска и упаковку многих товаров. Например, «Русские» и «Сибирские» пельмени, конфеты «Мишка Косолапый» и «Красная Шапочка», шоколадки «Сказки Пушкина» и «Аленка» изготавливались и продавались в одинаковой упаковке всюду от Москвы до самых дальних регионов.

В довоенное время массовая потребительская упаковка оформлялась скромно, а полиграфия была низкого качества.

Постепенно офсетный способ печати как более прогрессивный вытесняет традиционный метод печати напрямую с литографических пластин и получает все большее применение в дизайне упаковки. В этот период большинство пищевых продуктов продавали на развес, упаковывая в грубую бумагу и газеты прямо в магазинах. Молоко, подсолнечное масло, квас наливали покупателю в собственные бидоны, стеклянные банки и бутылки из-под других продуктов.

Российскую традицию посвящать кондитерскую упаковку историческим событиям продолжили и в эпоху социализма. Ко всем праздничным датам (1. Мая, 8 Марта, 7. Ноября, Новый год и др.) выпускали подарочные наборы конфет. Победе в Великой Отечественной войне было посвящено много упаковок. Отражались в кондитерской упаковке и значительные события мирной жизни — строительство метрополитена, возведение стадионов и пр.

Кроме этого, в советское время заимствуются и любимые дореволюционные бренды — «Раковые шейки», «А ну-ка, отними!», «Мишка косолапый» и др. Разрабатываются новые неполитизированные наименования: «Кара-Кум», «Маска», «Чародейка», «Мишка на Севере» и др. В массовой продаже появляются дорогие шоколадные и вафельные конфеты с красивыми этикетками.

Упаковку как объект дизайна следует рассматривать целостно с точки зрения художественно-образного решения конструкции, существующей в реальном объеме, и плоскостного графического решения. Важны создание оригинальной формы и конструкции упаковки, успешность сочетания технических характеристик, удоб-

ство пользования и эстетические качества. Приведем яркие примеры советского дизайна упаковки парфюмерной продукции.

Настоящий шедевр оформления парфюмерии в СССР — духи «Красная Москва» фабрики «Новая Заря» (г. Москва, 1925). Немногие знали, что парфюмер А. Мишель использовал для этой марки свое изобретение — аромат «Любимый букет Императрицы» (1913), посвященный Дому Романовых. Дизайн первого флакона и коробки «Красной Москвы» разработал художник А. Евсеев, много лет проработавший на предприятии Брокера (цв. вкл., рис. 87, 88).

Ярко-красный фон коробки был расчерчен бело-золотыми переkreцивающимися линиями, составляющими четкий ромбический узор, контрастирующий с мягкими золотыми завитками. Форма флакона и внешняя упаковка духов с годами изменялись, приобретая модернистские тенденции. Постепенно линейка продуктов под торговой маркой «Красная Заря» расширялась: под тем же названием стали выпускать пудру, мыло, одеколон, а затем и парфюмерную воду. При этом следует отметить, что «Красная Москва» стала первой брендовой линейкой в СССР.

Фабрика «Новая Заря» каждое важное событие в жизни страны отмечала созданием нового аромата. В 1927 г. к 10-летию Октябрьской революции были выпущены духи «Красный мак», пленявшие своим восточным пряным ароматом (автор-парфюмер Д. Грабер). Название и стиль оформления парфюмерно-косметической серии «Красный мак» (духи и одеколон, мыло, пудра и помада) были обусловлены постановкой в Большом театре Союза ССР первого советского балета на социальную тематику «Красный мак» (Р. Глиэр, 1927). Имя главной героини — китайской танцовщицы — Тао Хоа; что в переводе означает «красный мак» (цв. вкл., рис. 89).

Оформление упаковки выполнено со стилизацией под восток (шрифт в названии духов и золотистая рамка вокруг композиции). На желтом фоне изображен узор из маковых зерен, поверх которого летят алые лепестки. Картонная упаковка — прямоугольной формы, верхняя часть украшена кисточкой из шелковых нитей. Флакон — из светлого стекла с притертой фигурной пробкой имеет в нижней части рельефный декор из цветов мака.

Желанным подарком для многих советских женщин был парфюмерный набор «Черный ларец». Подарочная коробка в форме старинного ларца украшена чудесными миниатюрами Палеха с видами Московского Кремля на черном фоне. Внутри ларца в углублениях упаковки, обернутых белым шелком, находятся духи и одеколон с превосходным теплым ароматом засушенных цветов. Флаконы выполнены в простой четырехгранной форме, пробка стили-

зована под кремлевские башни. Примечательно, что вплоть до конца 1960-х гг. клееные футляры для парфюмерии объемной формы с богатой шелковой драпировкой внутри существовали как неотъемлемая часть советского стиля (цв. вкл., рис. 90).

В 1958 г. на Международной выставке в Брюсселе «Новая Заря» представила огромное количество парфюмерной продукции 1940—1950-х гг.: «Черный ларец», «Голубой ларец», «Огни Москвы», «Каменный цветок» (цв. вкл., рис. 91), «Жемчуг», «Вечер», «Новая Заря» и др. Вся советская парфюмерия была высоко оценена международным жюри: Духи «Красная Москва» получили золотую медаль.

С конца 1950-х гг. покорение космоса — излюбленная тема в оформлении упаковки парфюмерии и конфет. Когда понадобилось упаковать еду для космонавтов, стали использовать тюбики и тубы. Продукты в них находились в пастообразном состоянии: борщ, творог, кофе и др. Много упаковочных технологий, придуманных для космических экспедиций, стали использовать повсеместно. Например, блистерную упаковку для таблеток, йод, запакованный как фломастер.

В 1960-е гг. в Советском Союзе появляется первая аэрозольная упаковка, которая очень быстро завоевывает рынок. Она делает удобным применение лекарств, пищевых продуктов, бытовой химии и др.

В 1970-е гг. на упаковке из бумаги, картона и металла начинают печатать фотографии и использовать художественно-выразительные средства фотографического изображения. Характерный пример — духи «Наташа» с фотографией светловолосой красавицы и одеколон «Саша» с мужчиной модельной внешности.

Одной из модных тенденций в графическом дизайне в конце 1960-х гг. становится оп-арт. На упаковке появляются яркие орнаменты, создающие иллюзорные оптические эффекты поверхности.

В 1960—1970-е гг. возник новый виток интереса к русской культуре: На упаковках современной графической интерпретации стали появляться былинные сюжеты, русские красавицы в традиционных костюмах, элементы деревянного зодчества, белокаменные палаты и орнаменты традиционных народных промыслов.

В 1967 г. в СССР был утвержден государственный знак качества, который присуждали лучшим товарам и ставили на упаковку. В разработке этого знака принимал участие В. С. Акопов. В работе графической секции сотрудников ВНИИТЭ упаковка начинает рассматриваться как часть фирменного стиля.

В 1960—1970-е гг. наблюдается отход от социалистического реализма в сторону модернизма. В упаковке он проявлялся в стремлении к лаконичным композициям, чистоте цвета и формы, в желании убрать перегруженность деталями, орнаментом, декором. Например, на бутылках с широким горлышком для молока, кефира и ряженки не было этикеток. Их роль выполняли крышки из фольги разных цветов (молоко — желтая, кефир — зеленая, ряженка — розовая и др.), которые помогали даже издали определить, что в бутылке, осуществляли цветовое кодирование продукта (цв. вкл., рис. 84).

Шведская технология производства пакетов молока в виде пирамиды Tetra Pak получила в СССР свое лаконичное графическое оформление. В Советском Союзе эта упаковка оставалась популярной на протяжении многих лет, во многом благодаря тому, что она легко наполнялась, удобно складировалась в контейнеры, и ее было удобно переносить в «авоське» — специальной сетчатой сумке для продуктов (цв. вкл., рис. 86). Тем временем в Европе отказались от пирамидальных упаковок с острыми углами, так как они рвали пластиковые пакеты, которых в нашей стране тогда еще не было.

При подготовке к Олимпиаде на рынок было выпущено много новых продуктов: жевательная резинка фабрики «Рот Фронт» в пачках (по пять пластинок в каждой) со вкусом апельсина, малины, мяты или кофе и с очень невыразительными обертками, пепси и фанга с этикетками на русском языке, разливаемые в стандартные стеклянные полулитровые бутылки и др.

С середины 1970-х гг. в СССР получают распространение пластиковые пакеты, поначалу воспринимаемые из-за своей труднодоступности скорее как модный аксессуар, чем как реальная альтернатива привычной экологичной авоське и текстильным сумкам. В конце 1980 — начале 1990-х гг. в нашей стране получают распространение пластиковые ПЭТ-бутылки, самоклеющиеся этикетки, стрейч-пленка и множество новых видов упаковки.

Со второй половины 1970-х гг. на смену лаконичной модернистской графике приходят индивидуальные творческие манеры художников, хаотическое разнообразие шрифтовых форм. Приобретают популярность декоративные рисованные шрифтовые заголовки на упаковке и в рекламе. Используется сплав различных элементов стилей прошлого, часто с ироническим, китчевым эффектом.

Решающее влияние на эклектичное графическое оформление упаковки 1980—1990-х гг. оказали новые компьютерные технологии. Дизайнеры стараются продемонстрировать всю палитру открывшихся им возможностей, используя красочное фотоколлажирование, градиентные заливки, объемные падающие тени и эффек-

ты цветного свечения под предметами и надписями, сложные текстуры и другие фотореалистичные эффекты. В развивающемся сегменте элитной упаковки популярность приобретают дорогие технологии полиграфической отделки: тиснение золотой и серебряной фольгой, выборочное лакирование, использование новых текстурированных материалов и др.

Технологии производства упаковки постоянно совершенствуются, обеспечивая расширение ее потребительских свойств. Современные возможности печати позволяют создавать эксклюзивную и подарочную упаковку с различными типами отделки и имитацией старинных техник.

**Дизайн игрушек.** Советская игрушка была воспитывающей, развивающей, она создавалась на научной основе. Каждая игрушка обязательно проходила строгий отбор, должна была отвечать гигиеническим, социальным и моральным нормам. Экспериментальные модели игрушек разрабатывались в НИИ игрушки в городе Загорске. Проектами создания детской развивающей среды занимались в 1970—1980-е гг. сотрудники ВНИИТЭ.

Куклы и машинки пропагандировали достижения советского образа жизни. Приоритет отдавался игрушкам, имеющим конкретную практическую значимость: игрушечная швейная или стиральная машинка, холодильник, пылесос, токарный станок были действующими копиями настоящих предметов. Головоломки, модели, настольные игры и конструкторы позволяли получать знания по физике, химии, математике, развивать пространственное и логическое мышление.

В 1960-е гг. в СССР была разработана серия кукол, демонстрирующих популярные в социалистическом обществе профессии: кондуктор, стюардесса, медсестра, милиционер, хоккеист, космонавт и др. Большинство таких игрушек изготавливались на фабриках Москвы и Ленинграда.

Производство игрушек в рамках плановой экономики было ориентировано на количество, а не на качество. Многие игрушки были слишком дорогими. Проблема недостатка готовых игрушек решалась через популяризацию самодельных. Процесс их изготовления сам по себе являлся игрой, объединяющей детей и взрослых. Инструкции по изготовлению таких поделок печатались во всех детских журналах.

Военная игрушка воспитывала патриотические чувства и демонстрировала мощь советского вооружения. Оловянные солдатики, пластмассовые танки и самолеты, деревянный автомат Калашникова были любимыми игрушками мальчишек 1960-х гг.

Исключительной советской игрушкой была юла, которая издавала веселые звуки или сверкала огнями, когда ее заводили. Был вариант юлы с прозрачной верхней частью, в которой при вращении скакал на коне всадник через препятствие. Юла, также именуемая Волчок, появилась в отечественных магазинах игрушек в 1970-х гг. (цв. вкл., рис. 92).

В СССР древесина была незаменимым материалом для изготовления широкого ассортимента игрушек. Для самых маленьких выпускали кубики и пирамидки из неокрашенного и окрашенного дерева. Массовый выпуск деревянных наборов «Юный архитектор» и «Разборный домик» был налажен с 1950-х гг. В разнообразных модификациях эти конструкторы выпускались вплоть до распада СССР (цв. вкл., рис. 94).

Красный пластиковый конь на белых колесиках был практически в каждой семье. На нем мог прокатиться трехлетний ребенок, так как игрушка была большого размера. Сюрпризом было то, что конь умел очень громко ржать: для этого нужно было потянуть за колечко на спине.

Мировую славу получила игрушка Невалюшка (разработка НИИ игрушки) (1985) (цв. вкл., рис. 93). Она была сделана из яркой пластмассы и обладала уникальным свойством: при наклоне кукла возвращалась в исходное положение. За это свойство игрушку прозвали ванькой-встанькой. При наклоне звучала музыкальная мелодия, так как подвесной молоточек ударял по металлическим стрелкам разной высоты, расположенным по кругу внутри нижней сферы. На основе этой конструкции изготавливали Невалюшку в виде девочки, клоуна, зайчика, крокодила, мишки и др. Концепция Невалюшки была позаимствована из японской культуры.

Трехколесный велосипед «Малыш» был очень популярной игрушкой и заветной мечтой детей в 1950-е гг. Он был легким и удобным, хотя сделан из металлических трубок. Руль, педали и сиденье — все было сконструировано дизайнером рационально и удобно для ребенка. Оригинальной разработкой был велосипед «Зайчик», работавший на ручном приводе.

Для младших школьников выпускался велосипед «Школьник» с рамой и цепью. У ряда моделей детских двухколесных велосипедов дополнительно для устойчивости прикручивали к заднему колесу два маленьких колесика, а когда ребенок уже хорошо держал равновесие при езде, эти колесики убирала.

В 1960-е гг. многие малыши СССР разъезжали по дворам на игрушечных автомобилях, напоминающих «Победу». В 1970-е гг. детские машинки уже стилизовали под «Москвич». Внешне они

были точной копией большой модели, а двигались с помощью вращения педалей. На таких машинах даже устраивали детские соревнования для гонщиков 7—10 лет. Это была очень дорогая и не всем доступная игрушка, но ее можно было взять на прокат (цв. вкл., рис. 95).

Младшим братом педальных автомобилей была трехколесная педальная конструкция, изображавшая двуколку и запряженную в нее белую скаковую лошадь, штампованную из жести. Два колеса были частью двуколки (там же располагалось сиденье для жокея), а третье колесо было спереди под телом лошади. С помощью системы хитрых рычагов колесо соединялось с ногами лошади, и при движении агрегата казалось, что лошадка скачет.

Подростки увлекались развивающими играми. Для них был разработан конструктор «Юный архитектор» (НИИ игрушки), алюминиевый конструктор «Малыш», позволяющий собрать более 30 технических моделей, разнообразные радио-конструкторы, мозаики и логические игры («Пятнашки», «Пифагор» и т. п.).

Пусть многие игрушки времен СССР не отличались особой изысканностью форм и яркостью цветов, но в них чувствовалась какая-то внутренняя теплота, которую далеко не всегда можно встретить в игрушках современных.

**Дизайн мебели.** Становление мебельного дизайнера и мебельной промышленности в СССР началось только с конца 1950-х гг. Установка на борьбу с архитектурными излишествами привела к активному развитию типового строительства. Добротная довоенная мебель с объемной резьбой и другими украшениями не помещалась в крохотные квартиры «хрущевок», считалась громоздкой и буржуазной, нужна была новая мебель — легкая, компактная и простая по форме. Эту задачу централизованно решал созданный в 1962 г. Всесоюзный проектно-конструкторский и технологический институт мебели (ВПКТИМ). Институт объединял всю отрасль, определял стандарты продукции, идущей в производство. В производстве мебели в СССР возникли новые технологии, изготовление мебели было механизировано и поставлено на поток. В результате унификации размеры мебели и ее детали стали согласовываться со строительным модулем, что, помимо экономической рентабельности, дало возможность варьировать расстановку предметов в зависимости от размеров и назначения помещений. Ножки стульев и столов, торшеров и кресел, сужающиеся книзу, не закрывали пол, и помещение благодаря этому выглядело более просторным.

Для малогабаритных квартир требовалась своя методология проектирования жилой среды. Принципы рационализма в мебели по-

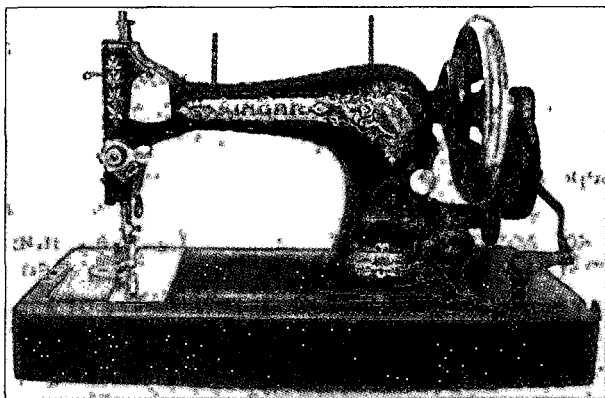
лучают дальнейшее развитие. Главным достижением того времени стала разработка модульного конструирования мебели: сборно-разборных шкафов-стеллажей и шкафов-перегородок, встроенных шкафов; трансформируемых кресел-кроватей, диванов-кроватей; кухонь. Широко употреблялась трансформируемая и секционная сборно-разборная мебель из унифицированных элементов с применением древесностружечных плит, цветных пластиков и других новых материалов. Преимуществом новой мебели была возможность объединения нескольких корпусных предметов различного функционального назначения в общие блоки шкафов. Ими можно было членить пространство на функциональные зоны, в которых свободно перемещать кресла, стулья, диваны, столы. С экспериментами в этой области связано имя Ю. Случевского — одного из самых значительных советских мебельных дизайнеров. Помимо массового производства в СССР была развита практика изготовления мебели на заказ.

Однако достигнуть уровня дизайна импортной мебели пока еще не удавалось. Даже такие необходимые предметы, как диван-софа, секретер, шкаф-хельга, книжные полки, были почти не доступны советским людям.

После распада СССР появилось большое количество дизайнерских фирм, работающих для мебельного производства. Они занялись поиском новых дизайнерских решений, стремились вносить во внешний вид мебели интересные детали, широко использовать стекло, металл, пластик и др. Однако источником вдохновения часто служили образцы зарубежных производителей.

**Дизайн бытовой техники.** Внимание к дизайну бытовой техники в первые годы советской власти и довоенный период было незначительным. Самым большим богатством считалась швейная машинка. В 1918 г. Подольский завод АО «Компании Зингер» был национализирован большевиками. Когда выпуск машинок возобновили, «Зингер» стали продавать сначала под маркой «Госшвей-машина», а с 1931 г. — под маркой «ПМЗ» (Подольский механический завод). В 1930-е гг. производство швейных машин было организовано и в других городах страны.

Швейная машинка «Зингер» челночного стежка для стачивания тканей имеет так называемую бутылочную форму, которая была запатентована фирмой в конце XIX в. Благодаря сбалансированности всех конструктивных узлов такие машинки обладают большим запасом прочности и до сих пор широко используются в России. Эти швейные машинки экспортировали во многие страны мира. Для этого даже название писали латинскими буквами.

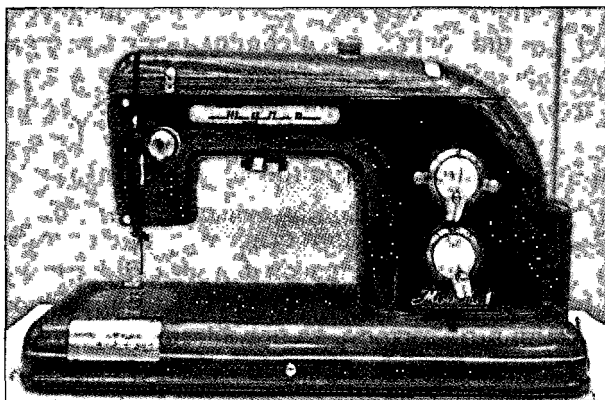


Швейная машинка «Зингер»

---

В 1950-х гг. стали производить швейные машинки с электрическим приводом «Тула» и «Чайка», но часть людей по-прежнему предпочитали «Зингер» с ручным или ножным приводом. «Тула» — одна из первых швейных машинок в СССР с электрическим приводом. Она выпускалась с 1955 г. по начало 1980-х гг. на Тульском машиностроительном заводе в различных модификациях. Первоначально корпус был выполнен из хромированной стали, что значительно утяжеляло устройство. Штифт и оверлоки были разработаны по немецким трофейным экземплярам. В эпоху тотального дефицита товаров широкого потребления, особенно одежды, машинка являлась главной помощницей в домашнем хозяйстве.

---



Швейная машинка «Тула»

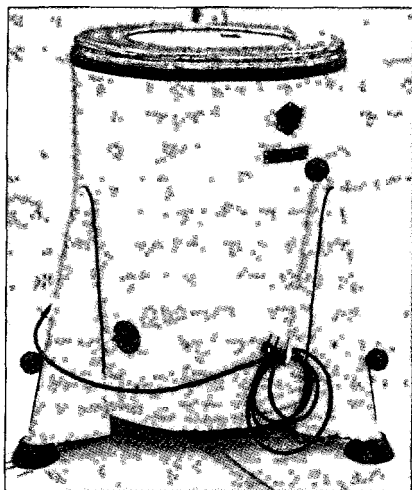
Чтобы преодолеть экономическое отставание, многие модели бытовой техники 1950-х гг. создавались путем прямого копирования или доработки западных аналогов, но уже к концу 1960-х гг. большинство из них было заменено самостоятельными разработками. Бытовые приборы, выпущенные в 1960-е гг., соответствовали интерьерам малогабаритных квартир, для которых они предназначались, обладали гармоничными пропорциями, выразительной графикой логотипов, запоминающимися названиями: холодильник «ЗиС-Москва», стиральная машина «Рига-60», пылесос «Ракета» и т. п. Их дизайн прошел большой путь от аэрокосмического стиля 1930—1950-х гг. до своеобразного геометрического модернизма 1960—1970-х гг. Он существенно отличался от европейских образцов, например фирм «Браун» и «Оливетти».

Развитие космических технологий повлияло и на развитие дизайна бытовой техники. Распространение получили обтекаемые формы для пылесосов, стиральных машин, детских колясок и др. Стиральная машина «ЭАЯ», пылесосы «Ракета» и «Чайка» копировали форму космического корабля.

Пылесос «Сатурн» сферической формы с ободком напоминал планету Сатурн. Пылесос «Ракета» был поставлен на колесики для удобства его передвижения, а пылесос «Чайка» имел для этого ползья, что напоминало о модели голландского пылесоса Remoco SZ49 1930-х гг., которая явно послужила советским дизайнерам источником для копирования. В СССР пылесосы «Ракета» и «Чайка» пользовались большой популярностью, поскольку обладали эргономичностью, надежностью, были просты в эксплуатации и красивы (цв. вкл., рис. 96—99).

Одним из пионеров стирального машиностроения стал Рижский завод РЭС. Машинки «ЭАЯ-2» и «ЭАЯ-3», появившиеся в магазинах в 1950 г., — настоящее чудо социалистической экономики. Стиральные машины второго поколения, «Рига-54», больше всего напоминали робота R2D2 из киноэпоса «Звездные войны». В животе «робота» помещалось до 2,5 кг сухого белья. Следующая модель, «Рига-55», полностью копировала знаменитую шведскую «Хускварну».

Миллионы советских женщин стирали с помощью стиральной машины «Волга» — цилиндрической формы с отжимными валиками сверху. Как известно, основа конструкции стиральной машины активаторного типа — емкость из нержавеющей стали или пластмассы, верхняя часть (для загрузки белья) со съемной или откидной крышкой. На дне или в нижней части одной из стенок находится активатор — пластмассовый плоский круг или вал с выступами —



Стиральная машина «ЭАЯ-2» (1955)

---

лопастями. Ось активатора выходит из бака, приводится в движение электродвигателем.

В соответствии с партийными директивами об улучшении жизни народа производство стиральных машин в СССР развивалось довольно быстро. Выпускали в Советском Союзе стиральные машины «Ока», «Сибирь», «Заря», «Урал» и др., но с технической точки зрения и с точки зрения дизайна эти агрегаты оставляли желать лучшего. Потом на смену валикам пришли центрифуги — отдельные устройства для отжима белья. В некоторых моделях активаторных машин центрифуга была встроена и находилась под второй крышкой в корпусе.

В начале 1970-х гг. появилась «Эврика». Это была полуавтоматическая барабанная машина. В ней был реализован отжим без выемки белья, также автоматически осуществлялся слив по таймеру, но заливать воду надо было по-прежнему вручную. Полностью автоматические стиральные машины «Вятка-автомат» появились в конце 1970-х гг. Они, действительно, полностью освободили женщин от тяжелой работы.

В 1980-х гг. большое распространение получили стиральные машины в пластмассовом корпусе в форме куба стороной около 500 мм, выпускаемые под марками «Фея», «Золушка» и т.д. На дне бака был расположен активатор, имелись электродвигатель и элементы управления (реле времени), а вот устройства для отжима не

было. Преимуществом машины были ее малые размеры и возможность убирать ее после завершения процесса стирки.

В 1950—1960-е гг. в СССР начался массовый выпуск бытовых холодильников «Север», «Морозко», «Саратов» и др. Они были небольшого размера, белого цвета и прямоугольной формы. Холодильники «Морозко» можно было устанавливать на полу или на столе и подвешивать на стену. Постепенно ассортимент советских холодильников расширялся за счет освоения новых марок.

Настоящей легендой является советский холодильник «ЗИЛ», отличающийся своей обтекаемой формой и надежностью. Советский холодильник «ЗИЛ-63» поставлялся более чем в 50 стран мира.

Холодильник «ЗИЛ-Москва» стал символом «вечной» бытовой техники. В 1970-е гг. ЗИЛ разрабатывает новые перспективные модели, заказывая дизайн как советским дизайнерам из ВНИИТЭ, так и знаменитому американскому бюро Рэймонда Лоуи. Несмотря на то что многие образцы и прототипы были отмечены премиями, они так и не были внедрены в крупносерийное производство.

**Дизайн часов.** Во всем мире известно высокое качество механизмов советских часов, но дизайну не всегда уделялось должное внимание. В 1950—1980-е гг. создан целый ряд моделей, отличающихся стильным дизайном: «Молния», «Победа», «Восток», «Полет», «Ракета», «Чайка», «Заря», «Слава». Их производили даже на экспорт. Удивляли сверхтонкие часы «Полет», механизм которых тоньше спички, миниатюрные «Чайка», чей размер меньше копеечной монеты, и «Слава» в массивном корпусе, получившие в народе название «часы-телевизор». Выпускались оригинальные модели для военных, полярников, подводников, космонавтов. Жаль, что интереснейшие по дизайну образцы так и не были запущены в серийное производство.

В СССР было 13 часовых заводов, каждый из которых специализировался на определенной марке: 1-й Московский часовой завод «Полет», 2-й Московский часовой завод «Слава», Минский часовой завод «Луч», Пензенский часовой завод «Заря», Угличский часовой завод «Чайка», Чистопольский часовой завод «Восток» и др.

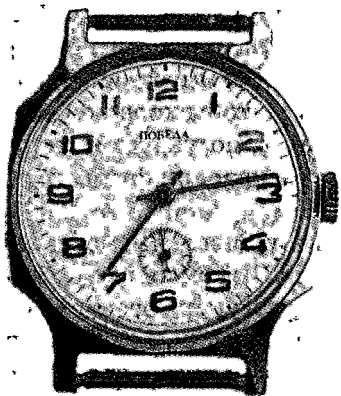
Орловский часовой завод «Янтарь» изготавливал крупногабаритные напольные, настенные и настольные механические и кварцевые часы, а также будильники. Специальные шахматные часы («Янтарь») отличались удобством и простотой.

Петродворцовый часовой завод не только осуществлял оригинальные дизайнерские разработки внешнего вида изделий, но и производил свои механизмы, включая баланс и спираль. Здесь выпускали часы «Ракета» как для массового производства, так и специальные модели для летчиков, подводников, полярников и космонавтов.

Марка часов «Слава» (2-й Московский часовой завод) изначально была ориентирована на доступность большинству населения. Высокое качество и классический дизайн действительно сделали их «народными» часами, которые есть в каждом доме.

Часы 1-го Московского часового завода хорошо известны во всем мире, различаются по своим функциям и дизайну, применяются в авиации, на флоте, в ракетно-космической технике — словом, там, где требуется высочайшая точность и надежность. В 1932 г. были созданы авиационные бортовые часы, а также специализированные часы для летчиков со счетчиком минут и секунд. В 1935 г. было начато производство штурманских наручных часов с секундомером, автомобильных механических и с электроподзаводом, морских хронометров и палубных часов. С 1940 г. производили командирские часы. Их также использовали в армии в качестве наградных, сделав специальную гравировку.

В Советском Союзе производство наручных часов марки «Победа» было налажено на нескольких заводах. Первая партия часов была выпущена в 1946 г. на 1-м Московском часовом заводе. Их дизайн утверждал лично Сталин. Часы имеют круглую форму и хромированный корпус, крепления для ремешка. Помимо часовой и минутной стрелок черного цвета сделан дополнительный циферблат меньшего размера для секундной стрелки. На белом циферблате изображены черные цифры (арабского начертания) достаточно крупного размера, обеспечивающего хорошее их восприятие. Надпись «Победа» сделана также черным шрифтом



Наручные часы «Победа»  
(1946)



Наручные часы «Победа». ЗИМ  
(1985)

строчными буквами нормального (не жирного) начертания без засечек в верхней части циферблата. Эти часы пользовались настоящей народной славой, ими награждали ударников производства, заслуженных ветеранов труда.

Значительно изменился дизайн часов, выпущенных к 40-летию Победы на заводе им. Масленникова в г. Самаре (ЗИМ) в 1985 г. Корпус часов остался круглой формы, но он из металла желтого цвета и присоединен к стальному браслету. На золотистом фоне циферблата крупно изображен солдат, поднимающий бойцов в атаку. Рисунок сделан на основе очень известного документального фото Великой Отечественной войны, на котором изображен младший политрук Алексей Еременко. Через несколько секунд после фотографирования он героически погиб. Слева от фигуры красным сделана надпись «40 лет Победы» в виде блока (сверху крупно 40, под ней слово «лет», а под ним слово «Победы»). Снизу на месте циферблата для секундной стрелки размещена декоративная композиция из лавровой ветки, красной звезды и георгиевской ленты. Секундная стрелка находится в центре звезды. Примечательно, что цифры 12, 3, 6 и 9 написаны крупно изящным шрифтом (арабское начертание), а остальные цифры заменены на деления. Им соответствует дизайн прямоугольных стрелок.

В 1950—1980-е гг. производство часов для личного пользования носило массовый характер. Хорошим подарком в дом считались часы с боем, с кукушкой.

В 1961 г. Ю.А. Гагарин взял с собой в первый космический полет наручные механические часы «Штурманские» (1-й МЧЗ). Часовой механизм размещен в круглом корпусе из нержавеющей стали. Важно, что часы водонепроницаемые и противоударные. Цифры написаны четко и крупно, они вместе с часовой и минутной стрелками светятся в темноте. Секундная стрелка имеет центральное размещение и выделена красным цветом, чтобы хорошо быть заметной. Надпись «Штурманские» выполнена полукругом в верхней части циферблата легко читающимся рубленным шрифтом строчными буквами.

Первый МЧЗ начиная с 1960-х гг. стал производить модель «Полет» (Poljot) на основе механизма часов «Штурманские». Дизайн этих часов стильный и элегантный. Корпус из нержавеющей стали круглой формы имеет три головки (для ручного завода часового механизма, управления секундной стрелкой и календарем), соединен с браслетом. На черном фоне циферблата нанесены крупные и мелкие деления, арабские цифры выгравированы на углублении корпуса.

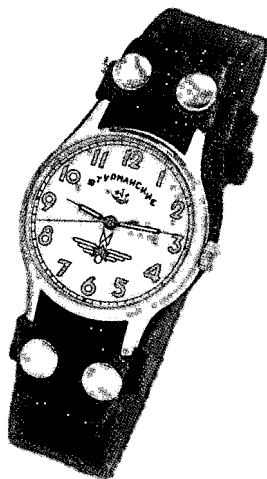
В 1976 г. завод начал производство новых наручных часов с секундомером — хронографа, которые предназначались для нужд армии и флота. Эти часы брали с собой в космос космонавты России, Украины, Франции и Германии.

Респектабельные золотые часы «Полет» отличаются надежностью, элегантностью и высоким стилем. В 1992 г. их выбрали в качестве наградных от Президента России — это элитные золотые часы с государственной символикой. Один из вариантов модели часов украшен драгоценными камнями. Перламутровый циферблат, тонкие изящные стрелки, два дополнительных циферблата на 3 и 9 часов — минутный и секундный, окошечко календаря.

На основном циферблате дизайнеры используют римские цифры для обозначения часов и арабские для минут с внешней стороны шкалы. В нижней части циферблата — надпись черным шрифтом типа «Антиквы» строчными буквами «Президент России», в верхней части — двуглавый орел с российским флагом. Сам циферблат — белый, а риски делений, обводы дополнительных циферблатов и окошечка с датой выполнены из золотистого металла. В итоге циферблат производит впечатление подчеркнуто классическое и, безусловно, оригинальное.

Переход от производства механических часов к электронным происходил постепенно. Сначала освоили электронно-механические часы, а затем уже полностью электронные.

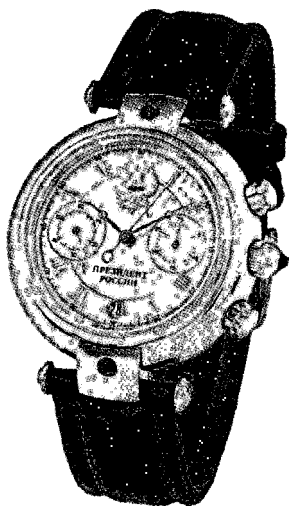
В конце 1970 — начале 1980-х гг. 1-й МЧЗ освоил кварцевые электронно-механические часы. Дизайн



Часы «Штурманские». 1-й МЧЗ (1961)



Часы «Полет». 1-й МЧЗ (1964)



Часы «Полет. Президент».  
1-й МЧЗ (1992)

---

часов «Полет» идет в ногу с последними тенденциями мировой часовой моды и постоянно обновляется. Во всех часах «Полет» используются качественные механизмы, надежность которых уже завоевала мировую славу. В некоторых моделях особенно ярко выражен индивидуальный дизайн.

Саратовский завод «Рефлектор» выпускал все уличные и настенные часы марки «Электроника» в различных модификациях. Данные модели различались между собой высотой символа (в основном были 78 мм и 140 мм), количеством рядов (часы, минуты, секунды), цветом индикации (зеленый или красный), наличием температурного датчика, возможностью коррек-

ции хода от радиотрансляционной сети, типом индикации (люминесцентная или светодиодная). Они производились на базе вакуумно-люминесцентных индикаторов (ВЛИ) собственного изготовления. Дизайн был очень простым — прямоугольный ящик с экраном, на котором высвечивались цифры. Настенные и настольные часы выпускались в корпусе из ДСП со шпоном из ценных пород дерева, были настольные модели с будильником в пластмассовом корпусе.

Наручные часы «Электроника» по форме напоминали механические в металлическом корпусе. Для управления индикацией использовали 2—4 головки. Советские электронные часы оснащались возможностью ручной цифровой настройки и «подзаводки», которой не было у большинства мировых аналогов. Они показывали цифры, издавали пищущий звук и поражали всех своим современным хромированным дизайном. Часть продукции даже экспортировалась, в основном в государства социалистического лагеря. мода на советские электронные наручные часы продержалась до 1990-х гг.

**Дизайн телевизоров.** Огромную роль в формировании сознания граждан играли технические средства информации — радио и телевидение. Сеанс первого опытного теле вещания был проведен в СССР еще в 1930-е гг. Характерно, что сначала серийные телеви-

зоры поступали в продажу не только в готовом виде, но и в качестве набора деталей для самостоятельной сборки. Модель «АТП-1» (1938) превосходила по качеству изображения западные аналоги тех лет. Телевизор «Ленинград-Т2» (1948) помимо телевизионного мог принимать радиосигнал, а с помощью специального адаптера получалось прослушивать грамзаписи с внешнего проигрывателя. Кроме того, имелась выдвижная шторка, закрывающая экран. Она не только защищала его от пыли, но и делала похожим на обыкновенную радиолу. Телевизор еще не занимал центральное место в интерьере.

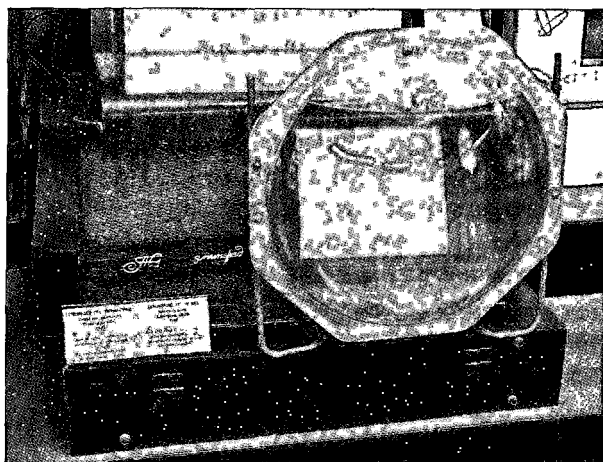
У всех моделей телевизоров вначале экран был очень маленьким, и проблема увеличения размера изображения решалась с помощью приставной линзы, наполняемой водой.

Первым советским массовым телевизором был «КВН-49». Пережив несколько модификаций (1949—1962), он стал любимым гостем в малогабаритной квартире. Телевизор был разработан в Ленинградском НИИ телевидения и начал выпускаться на его опытном заводе с конца 1947 г., а его серийный выпуск был налажен в 1949 г. Название «КВН» произошло от первых букв фамилий разработчиков ТВ: Кенигсона В. К., Варшавского Н. М. и Николаевского И. А. В дальнейшем в честь этого телевизора была названа популярная телепередача, только название расшифровали по-другому — «Клуб веселых и находчивых».

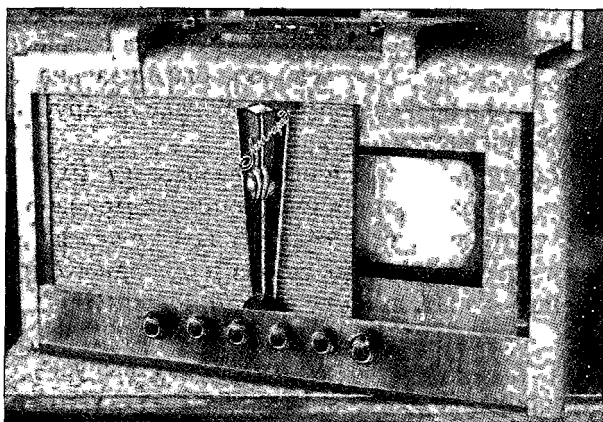
Техника постоянно совершенствовалась, и в 1956 г. на смену «КВН-49» пришел новый унифицированный телевизор марки «Рекорд». Он был почти кубической формы и размещался в деревянном корпусе. Значительно увеличился размер экрана. Лицевая часть была украшена декоративной решёткой. Ручки управления находились сбоку.

В 1950-е гг. в СССР уже разрабатывалось и выпускалось немало моделей электронных телевизоров: «Рубин», «Зенит», «Экран», «Луч» и др. Дизайн этих моделей не был разнообразным, хотя они в той или иной степени различались конструктивными элементами, материалом корпуса и размером экрана. Как правило, флюэскоп (электронно-лучевую трубку) вставляли в корпус в виде куба или параллелепипеда, который декорировали различными породами дерева, чтобы телевизор сочетался с мебелью и вписывался в интерьер. Такой подход сохранялся до начала 1980-х гг.

Представляла интерес комбинированная радиотелевизионная установка (телерадиола) «Беларусь-5», выпускавшаяся Минским радиозаводом с 1959 г. Она включала в себя непосредственно телевизионный приемник, радиоприемник и универсальный проигры-



Телевизор «Ленинград-1» с линзой



Телевизор «Ленинград-2» (1948)

ватель. Телевизор обеспечивал высококачественный прием 12 каналов и имел кинескоп с экраном 360×270 мм. В комплект даже входил пульт дистанционного управления, позволяющий регулировать яркость изображения и громкость звукового сопровождения с расстояния 5 м. Радиоприемник работал в пяти диапазонах (ДВ, СВ, КВ1, КВ2 и УКВ), а проигрыватель, установленный в верхней части корпуса установки, позволял воспроизводить долгоиграющие

пластинки. Футляр телерадиолы был отделан ценными породами дерева.

В 1960-е гг. дизайнеры разработали новый стиль для телевизора «Старт», применив пластик и штампованные детали, удачно сочетающиеся с хромированными элементами управления и зауженным силуэтом.

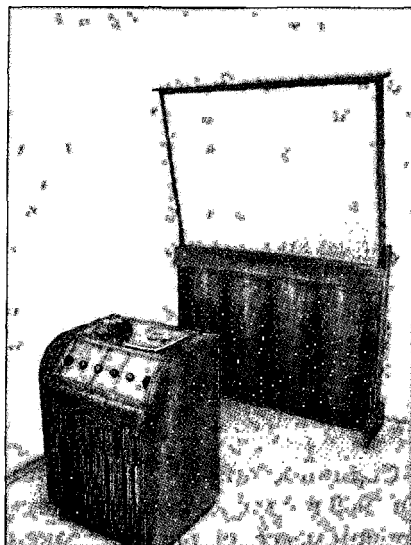
Телевизор «Вечер» (1966) явился первым отечественным комбинированным аппаратом, кроме ламп в нем использованы транзисторы. От выпускавшихся ранее он отличался не только оригинальной компоновкой, еще одна его особенность — это наличие устройства автоматической регулировки яркости в зависимости от освещения. Высокая экономичность, надежность, хорошее качество изображения и звука — вот его отличительные черты.

В 1954 г. была создана экспериментальная модель цветного телевизора «Радуга». Серийное производство цветных телевизоров в СССР началось в 1968 г. с марки телевизоров «Рубин», но в силу экономических причин массовое распространение цветного телевидения в нашей стране произошло лишь в 1980-е гг. Популярные модели цветных телеприемников — «Радуга», «Темп», «Рубин» и др.

Отдельным востребованным направлением стали разработки портативных моделей телевизора для дома и путешествий. Экспериментальная модель телевизора «Москва», созданная в 1959 г., отличалась современными технологиями и компактностью размеров. Помещенный в кожаный футляр с ручкой для переноски, он имел выдвижную телескопическую антенну и мог работать от встроенного аккумулятора.

В 1970-е гг. стиль малогабаритных телевизоров сменился на более интернациональный дизайн, представленный пластиковыми корпусами «Сапфира» и «Шилялиса», а «Юность» и «Электроника» были выполнены в цельнопластиковых корпусах разных цветов. Например, телевизионный приемник «Юность-406 Д» позиционировался как «второй телевизор в доме», выпускался в белом или красном корпусе. Узнаваемый прямоугольный силуэт с чуть сглаженными углами стал одним из образцов демократичного дизайна и выглядел очень современно, хотя передавал только черно-белое изображение.

В середине 1980-х гг. советские дизайнеры вернулись к идее переносного телевизора. Им стал телевизор «Электроника», который кроме цветного кинескопа, ручки для переноски и телескопической антенны получил корпус из цветного пластика. Узнаваемый кубический силуэт с чуть сглаженными углами стал одним из образцов демократичного дизайна. Самым маленьким, когда-либо



Телевизор «Москва» [1956]

производимым в СССР, был телевизор «Ровестник» (1989), также выпускавшийся как в готовом виде, так и в качестве набора для самостоятельной сборки.

Альтернативно велись разработки проекционных телевизоров, способных увеличивать отраженное изображение с помощью зеркала (модель «Ленинград Т-6», 1951) или проецировать его на отдельный экран (модели «Москва», 1959; «Топаз», 1961). Передачи на таких экранах могли одновременно смотреть от 20 до 50 человек.

Примерно до 1990-х гг. использовались телевизоры исключительно на основе кинескопа (электронно-лучевой трубки). Принципиально новым этапом стало создание плоских проекционных телевизоров с укороченной лучевой трубкой, жидкокристаллических, а также на основе микромеханического оптического модулятора. Эти технологии получили развитие в конце XX в.

**Дизайн радиотехники, проигрывателей, магнитофонов.** Еще с довоенного времени в каждой квартире были черные тарелки радиоточек, не выключаемые никогда. С началом Великой Отечественной войны частным лицам было запрещено владеть радиоприемниками. До 1961 г. стационарные радиоприемники нужно было регистрировать.

Сначала производили ламповые приемники, которые были громоздкими, а с конца 1950-х — начала 1960-х гг. начинается выпуск

транзисторных радиоприемников значительно меньших размеров. Среди первых ламповых приемников следует отметить «Рекорд» (1944—1951) и «Москвич (1946—1947).

В целом радиотехника в 1950—1980-е гг. в СССР была высокого качества. Знаменитый радиоприемник «Звезда-54» выпускался на предприятиях «Мосприбор» и харьковском «Коммунар» (1954) (цв. вкл., рис. 100). Его отличительная особенность — корпус трапециевидной формы, красного или зеленого цвета, зеркальная шкала; красивая декоративная отделка деталями из пластмассы. Штампованный из металла корпус с применением многослойного лакирования и никелирования позволил создать оригинальный вид, но снижал возможности звучания. Радиоприемник «Звезда-54» внешне не был скопирован с французской модели Excelsior-52 (1952).

Радиола была примечательна тем, что давала возможность слушать радио и проигрывать виниловые пластинки. Проигрыватель находился в верхней части устройства и закрывался крышкой. Так он становился похож на предмет мебели из лакированного дерева (цв. вкл., рис. 101).

Однако большая часть удачных моделей виниловых проигрывателей; включая популярный проигрыватель «Вега-106» или малоодступные проигрыватели первого класса «Электроника Б1-01», «Арктур-003С», собиралась частично или полностью на основе западных деталей и образцов.

Советская бытовая аудиоаппаратура в целом не отличалась высоким качеством и интересным дизайном. В 1960-е гг. массивные радиолы, совмещающие функции радио- и винилового проигрывателя, окончательно вытесняются портативными электрофонами (электрическими граммофонами). Переносные электрофоны «Волга» и «Юбилейный» обладали красивым внешним видом, но низким качеством звука, так как изготавливались из дешевых материалов и примитивных деталей.

Лучшая радиоаппаратура 1960-х гг. изготавливалась в Латвии на Рижском радиозаводе им. А. С. Попова: «ВЭФ», «Селга» и «Спидола». Ведущий дизайнер А. Я. Ирбите в начале десятилетия использовал для приемников трапециевидные силуэты со скругленными углами, контрастные сочетания цветов корпуса, крупные эмблемы названий. Затем популярными стали приемники в виде параллелепипедов с острыми гранями, черного или серебристого цвета, с отделкой металлом, строгой типографикой названий.

Весьма удобными были модели, совмещающие радиоприемник с виниловым проигрывателем, например «Ригонда» А. Я. Ирбите (1964—1971). Были различные модификации: с возможностью за-

писи радиопередачи или играющей пластинки на магнитофон, для проигрывания стереопластинок, усиления звука с помощью дополнительных колонок и др.

Первый портативный транзисторный радиоприемник появился в 1957 г. и был назван «Фестиваль» в честь проходившего в 1957 г. в Москве Всемирного фестиваля молодежи и студентов. Приемник был заключен в футляр, оформленный в виде небольшой книжки, при открытии которой открывался доступ к регулятору настройки и громкости. Прием осуществлялся на внутреннюю антенну. В 1958 г. производство этих приемников было передано на Воронежский радиозавод, поэтому их переименовали в «Воронеж», к сожалению, массовый выпуск осуществить не удалось.

Среди поисковых моделей стоит отметить приемник «Сюрприз» 1958 г. Современный пластиковый корпус еще не обрел острых граней, решетки были решены декоративно, а сочетание бирюзового цвета пластмассового корпуса и рыжего кожаного футляра выглядело чрезмерно ярко (цв. вкл., рис. 102).

С середины 1970-х гг. начинается широкое применение в приемниках интегральных микросхем. Наступает эра массового производства портативных транзисторных приемников «Альпинист», «Космос», «Эра». Они различаются по дизайну корпуса, материалам, цвету и деталям. Приемники «ВЭФ-Спидола», «Атмосфера» или «Электроника» становятся модным аксессуаром, желаемой деталью интерьера и лучшим подарком. «Атмосфера» — один из первых транзисторных радиоприемников переносного типа, выпускавшихся серийно отечественной радиопромышленностью (Воронежский радиозавод, 1959).

Хорошим качеством и дизайном отличались проигрыватели Рижского завода им. А. С. Попова, например электрофон «Аккорд». Перспективные и оригинальные проекты виниловых проигрывателей разрабатывал в 1970 — 1980-х гг. ленинградский дизайнер Н. Слесарев. К сожалению, лишь немногие из них были запущены в массовое производство. Среди них — легендарный «Корвет ЭП-003», воплотивший в себе все последние достижения техники начала 1980-х гг.

Переход на цифровое радиовещание потребовал новых разработок, в том числе в идеологии подачи информации и рекламы слушателю. Самое важное отличие цифрового вещания от классического (звукового) заключается в наличии достаточно широкого канала дополнительной информации.

Первые советские пленочные «бобинные» магнитофоны стали производить в 1950-е гг., например «Днепр-10». Оригинальной по-

пыткой совместить проигрыватель виниловых пластинок с катушечным магнитофоном стало выпускаемое с 1956 по 1957 г. комбинированное устройство «Эльфа-6» и «Яуза» (цв. вкл., рис. 103).

Среди относительно доступных катушечных магнитофонов высшего класса 1970 — 1980-х гг. выделялись модели «Электроника», «Олимп» и «Маяк». 1980-е гг. стали эпохой компакт-кассет. Лучшими моделями магнитофонов, доступными советским гражданам, были рижская «Радиотехника», украинские «Маяк», «Яуза» и «Вега».

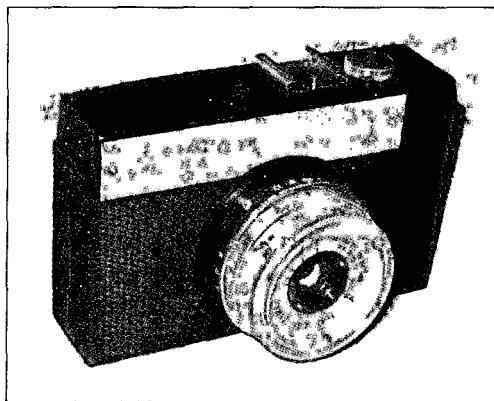
К 1960-м гг. налаживается массовое производство стандартизированных по внешнему виду портативных транзисторных магнитофонов в пластиковых и металлических корпусах «Чайка», «Комета МГ-201» и др. Выделяется своим дизайном миниатюрный и яркий «Романтик» (1965). Первый советский стереофонический магнитофон «Яуза-10» производился в 1960-х гг. Он размещался в удобном для переноски кожаном чемоданчике.

**Дизайн фототехники.** Интерес к фотографии у многих советских людей возник еще в довоенные годы, хотя фототехника была несовершенной и малодоступной. Первые советские фотоаппараты «ФЭД» и «Спорт» были достаточно дорогими, поэтому был налажен выпуск более простых и дешевых моделей массовыми тиражами: «Лилипут», «Малютка», «Смена» и др. Фотография причислялась к мощнейшим средствам агитации и пропаганды.

Послевоенные производства ориентировались на вывезенные из Германии технологические линии и образцы. Собственные разработки получили популярность после триумфа советской фототехники на «Экспо-58» в Брюсселе. Ведущие дизайнеры заводов



Фотоаппарат «ФЭД-5»



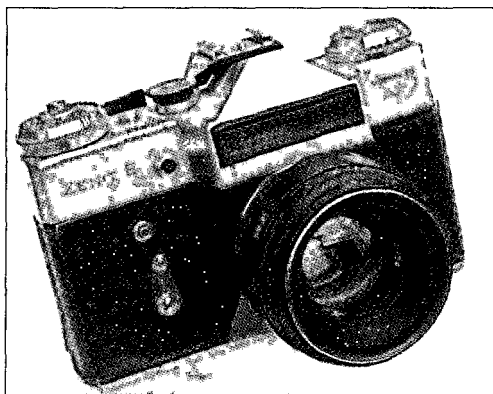
Фотоаппарат «Смена-8М»

---

КМЗ и ЛОМО сделали ставку на массовые модели. Самая стильная двухобъективная камера — «Любитель-166». Фотоаппарат «Смена-8М» полюбили миллионы советских школьников. «ЛОМО-компакт» стал родоначальником целого жанра — ломографии.

Красногорский завод с начала 1960-х гг. оставался верен своей строгой модернистской концепции формы «Зенита», узнаваемой во всем мире. Этот зеркальный фотоаппарат комплектовался объективом «Гелиос-44-2». Стремительно завоевав внутренний рынок, лучшие модели фотоаппаратов стали экспортироваться.

---



Фотоаппарат «Зенит-Е»

♦ **Дизайн одежды.** Можно сказать, что в СССР, «стране вечных дефицитов», понятия моды как такового не было. Она складывалась из новаторских идей художников, мастерства индивидуальных портных и массовой фабричной одежды. Модные тенденции выработывались на основе образов советского и иностранного кинематографа, а также специализированных журналов.

После тяжелых дней Великой Отечественной войны женщины с радостью воспринимали новинки моды, позволяющие подчеркнуть прелести женской фигуры: узкая талия, приподнятая грудь, покатая линия плеч и широкие бедра, создаваемые многочисленными пышными нижними юбками. В 1950-х гг. происходило бурное развитие международных культурных связей, появляется возможность воочию увидеть новинки западной моды и скопировать их. Создается Общесоюзный дом моделей одежды (ОДМО) на Кузнецком мосту, который играл огромную роль в становлении советской моды. В его экспериментальном цехе разрабатывали смелые проекты международного уровня, предназначенные для зарубежных показов. Женщины приходили в ОДМО посмотреть показы и приобрести готовые выкройки. Тем не менее в масштабах страны дизайн одежды для массового потребителя значительно отставал от европейских тенденций. Все самые интересные предметы одежды кроились и шились в индивидуальном, порядке или сотрудниками спец-ателье, или частными портными, имена которых в большинстве так и остались неизвестны.

Тенденции мировой моды стали проникать в СССР вместе с Всемирным фестивалем молодежи и студентов в 1957 г. и показом коллекции Кристиана Диора в 1959 г. Популяризации моды способствовало издание отечественных журналов мод — «Альбом мод», «Советская женщина», «Модели сезона» и др.

Мировую известность получил советский модельер **Вячеслав Зайцев**, которого называли «Красный Диор». Слава Зайцев создал стиль, безошибочно узнаваемый благодаря русскому характеру. Средствами костюма: Зайцев создал яркий портрет русской души в блестящих коллекциях «От Кутюр»; «Русская серия», «Тысячелетие Руси», «Русские сезоны в Париже», «Ностальгия по Красоте», «Воспоминание о будущем». В них он воплотил эстетику русского народного костюма, отражающую гармонию человека и природы. Простота кроя, пропорции, цвет, декор, чистота и ясность линий создают образное единство духовного и пластического начал.

Коллекции Зайцева — это симфония цвета: от нежных, пастельных оттенков до ярких, чистых цветов палитры, до магии черного и белого. Цвет у него — это проявление темперамента и генети-

ческой связи с народным искусством. Коллекции богато декорированы тончайшим кружевом, роскошными аппликациями, вышивками. Насыщенные, радостные краски придают моделям праздничный вид.

«Мое видение искусства шитья пропитано духом моей Руси. Яркие, чистые тона, живописные сочетания цветов. Новые линии и новые покрои», — говорит Зайцев о своем искусстве. Великолепная пластика и красота форм и линий Зайцева всегда узнаваемы. Он создает костюмы, которые являются зеркалом души (цв. вкл.; рис. 104—107).

Но костюм, коллекции, их театрализованные показы — это лишь одна, наиболее известная, сторона творчества Славы Зайцева. Он выпускает парфюмерную серию «Маруся», занимается графикой, живописью и фотоживописью, дизайном обуви, посуды, бижутерии, мебели.

В 1960-е гг. утверждается новый женский силуэт: узкий, с явно обозначенной талией и юбкой чуть ниже колена. Возросшая возможность путешествовать самолетом стала одним из главных факторов поворота модного силуэта к большей практичности и меньшему объему. Популярностью стали пользоваться блестящие синтетические материалы с люрексом. Выходные платья делали из капрона, нитрона, лавсана, гипюра. В 1966 г. впервые советским женщинам были представлены мини-юбки, однако массово их стали носить только 10 лет спустя, когда в Европе эта мода уже прошла. В 1960-е гг. началось копирование работ итальянских и французских модельеров (костюмы Габриэль Шанель, сарафаны Пьера Кардена): была растиражирована коллекция «Мондриан» Ива Сен-Лорана: Однако это вызвало резкую критику со стороны советского партийного руководства.

Правило моды конца 1960-х гг. — нет никаких правил. В 1970—1974-х гг. распространилось влияние *моды хиппи* (рваные джинсы с яркими заплатками, брюки-клевш, шелковые мужские рубашки с оборками, туники, шляпы с большими полями, банданы, круглые или квадратные большие очки с цветными стеклами, фенечки из бисера и др.). Обувь разнилась от сандалий до сапог на молнии, сабо на деревянной платформе и ярких туфель из лакированной кожи. На одеждах появились психоделические мотивы. Массовое распространение получил новый, расклешенный полу-прилегающий, силуэт. Бархат, кожа, батик, джинса, индийский хлопок и шелк были очень популярны.

Стиль унисекс возник в результате изменения мужской и женской ролей в обществе. Поклонники стиля унисекс — мужчины

и женщины, которые стремятся к равноправию между двумя полами. Мужчины похожи на женщин, а женщины — на мужчин. Вариант гардероба для всех: широкие штаны, бесформенные балахоны, футболки, в основном одежда из секонд-хенда. Цвета — оттенки серого, темно-синего, а также в стиле милитари. Пожалуй, самым первым универсальным средством одежды стали джинсы унисекс, прочно вошедшие в обиход каждого человека: очень удобные, жизнь без них уже трудно представить, ведь в них можно пойти практически на любое мероприятие, в том числе и вечернее. Популярная обувь — кеды, кроссовки, ботинки и жуткая обувь с подошвой, как шины у трактора. В стиле унисекс выпускают аксессуары: часы, сумки, шапки и даже духи. Унисекс бывает классический, уличный, протестный, глобалистский, милитари.

В 1975 — 1977 гг. утверждается так называемая народно-фольклорная традиция, или *стиль кантри*. Крестьянская одежда, длинные со складками юбки были тоже очень популярными. Это время «умелых рук» и повсеместного распространения самодельной лоскутной или вязаной крючком одежды. Наряду с этим стал внедряться *стиль диско*, хотя официальные власти считали его «буржуазным». Он выразился в появлении отделки швов брюк и блузок золотым кантом, в моде на яркую перламутровую декоративную косметику, особенно в конце 1970-х гг.

Официальная советская мода в 1980-е гг. пропагандировала *стили милитари и сафари*. Женские платья цвета хаки напоминали военный френч с имитацией погончиков, планочкой для застёжки, накладными карманами. Модные тенденции тех лет — подчеркнутая линия плеча и свободная талия. В женском гардеробе наряду с деловыми костюмами соседствует спортивная одежда. Необычайную популярность в моделях тех лет завоевывает советская атрибутика. Выступления европейских диско-музыкантов оказали большое влияние на вкусы советской молодежи. Появились панки и металлисты, предпочитавшие агрессивный стиль: черные кожаные куртки, металлические цепи, кольца, молнии, яркий грим, причёски «ирокез».

В 1980-е гг. в пространство моды стремительно вошёл **Валентин Юдашкин**. Уже с первых шагов в профессии он представлял российскую индустрию моды за рубежом. Женское платье стало любимым объектом творчества Валентина. Дизайнер всегда стремится сделать женщину роскошной и загадочной. Знаменитые коллекции Юдашкина — «Русь изначальная», «Петровский бал». Подлинным триумфом русского кутюрье Валентина Юдашкина стал показ его коллекции «Фаберже» во время Высокой моды

в Париже в 1991 г. Франция, законодательница моды, была покорена и очарована искусством российского модельера, щедростью его таланта, неисчерпаемым богатством древнейших традиций русской культуры, столь мастерски отраженных Юдашкиным в удивительных моделях этой коллекции. За ней последовали коллекции «Музыка» (1992), «Натюрморт» (1993), «Фрески» (1994), «Екатерина Великая» (1994), «Балет» (1995), «Черно-белое кино» (1997), «Птицы» (2001), «Япония» — (2002), «Кабаре» — (2006) и др. (цв. вкл., рис. 108 — 111).

Пышный декор моделей Юдашкин берет в изумительной красоте русского национального костюма. Модельер использует роскошь золотого шитья; шелк и парчу, расшитые гарусом и бисером, тяжелый бархат, украшенный стразами и жемчугом. В основе великолепных идей — возрождение прекрасных традиций русского романтизма, сохранение текстильных ремесел. В. Юдашкин продолжает создавать великолепные коллекции одежды и в наши дни, используя как классические, так и ультрасовременные тенденции.

Неизменным успехом пользуются на всех показах Высокой моды модели русского дизайнера **Ирины Крутиковой**, работающей исключительно с мехом. Наряду с привычными шубами и меховыми пальто она предлагает элегантные меховые платья, мужские пиджаки и даже тончайшее кружево из меха.

В 1990-е гг. западная мода начинает всё более проникать на территорию СССР. Молодые российские дизайнеры принимают эстафету Высокой моды от известных кутюрье. Особой оригинальностью отличаются модели Андрея Шарова и Игоря Чапурина. Творчество русских дизайнеров одежды оставляет самые радужные надежды на будущее национальной культуры костюма.

## ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Дайте характеристику основным этапам развития российского дизайна. Какой из этапов становления дизайнера в России вы считаете наиболее значимым?
2. Какова роль ВНИИТЭ в развитии российского дизайна?
3. В чём заключается концептуальный подход Сенежской студии?
4. Какую задачу помогает решить метод открытой формы?
5. Назовите четыре положения концепции Сенежской студии (можно в самостоятельной формулировке).
6. На основе каких тенденций и как развивался дизайн-транспорта в СССР?

7. Какие модели автомобилей производили советские дизайнеры (выберите правильный ответ): а) «Победа»; б) «Москвич»; в) «Форд»; г) «Чайка»; д) «Запорожец»; е) «Фиат»; ж) «Фольксваген»?
8. Как развивался графический дизайн в СССР?
9. Что было важным в дизайне советских книг?
10. Какие тенденции отражал дизайн советской упаковки на разных этапах?
11. Сравните и проанализируйте дизайн упаковки духов «Красная Москва» 1920-х и 1970-х гг. (цв. вкл., рис. 85—86).
12. Как развивался дизайн игрушек в Советском Союзе?
13. Какая советская игрушка приобрела мировую славу? Опишите ее дизайн.
14. Какие тенденции можно проследить в дизайне мебели в СССР?
15. Что было главным достижением дизайнера советской бытовой техники?
16. Проследите взаимосвязь между техническими возможностями и развитием дизайна телевизоров.
17. Какие марки приемников-транзисторов производились в СССР (выберите правильный ответ): а) «ВЭФ-Спидола», б) «Атмосфера», в) «Сони», г) «Электроника»?
18. Какие причины обусловили развитие дизайна фототехники в нашей стране? Какой фотоаппарат имел наибольшую популярность?
19. Перечислите основные тенденции в дизайне одежды с 1930-х по 1990-е гг. в России.
20. Назовите ведущих российских кутюрье (выберите правильный ответ): а) В. Зайцев; б) П. Карден; в) Н. Риччи; г) В. Юдашкин; д) И. Крутикова.
21. Как вы считаете, на современном этапе происходит ли возрождение дизайна в России?
22. Какой из видов дизайна наиболее популярен в наши дни?

### 3.3. СТАНОВЛЕНИЕ СИСТЕМЫ ДИЗАЙН-ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ

Становление системы профессиональной подготовки дизайнерских кадров в нашей стране было обусловлено необходимостью улучшения качества продукции промышленного производства. Особенностью обучения дизайнеров является то, что будущий специалист должен обладать знаниями из разных областей, так как в основе деятельности дизайнера лежат способности и навыки, необ-

ходимые для художника и инженера. Проблему составлял также вопрос о том, как учить, как осуществлять специализацию.

Дадим краткую характеристику двух старейших центров подготовки дизайнеров: Санкт-Петербургского высшего художественно-промышленного училища им. В. И. Мухиной и Московского художественно-промышленного университета им. С. Г. Строганова.

**Санкт-Петербургская Государственная художественно-промышленная академия (С.-Пб. ГХПА) им. В. И. Мухиной** — первая школа дизайна в России, открытая во второй половине XIX в. Предшественником ее было Центральное училище технического рисования барона А. Л. Штиглица (создано в 1876 г. в Петербурге). Многие видные мастера отечественного искусства учились в этом учебном заведении.

Цели и задачи училища перекликались с концепцией синтеза художественных и технических дисциплин. Для изучения художественного опыта прошлых эпох при училище был создан музей произведений прикладного искусства, который уже к началу XX в. стал одним из крупнейших в своем роде музейных собраний Европы.

Учебный курс включал общеобразовательные, художественные и технические дисциплины, его выпускники получали разностороннее образование, позволяющее быть в курсе культурного и технического прогресса. Успех училища во многом определялся высокопрофессиональным преподавательским составом, стремящимся к проведению интересных экспериментов совместно со студентами, к серьезной научно-исследовательской работе. Выпускники-мухинцы фактически создавали дизайн изделий всех крупных фабрик и заводов России; в том числе художественными мастерскими Императорских стеклянного и фарфорового заводов, всемирно известной фабрикой К. Фаберже.

В настоящее время С.-Пб. ГХПА готовит специалистов декоративно-прикладного искусства (керамики и стекла, текстиля, художественной обработки металла, дизайна моды, книжной и станковой графики, искусствоведения); монументального искусства (монументально-декоративной живописи, архитектурно-декоративной пластики, дизайна мебели, станковой живописи и реставрации); дизайна (информационного, программного, средового и графического). В учебных проектах отмечается усиление значения художественной образности:

**Московский художественно-промышленный университет им. С. Г. Строганова** преобразован в 1993 г. из Высшего художественно-промышленного училища (ведет историю от основанной

в 1825 г. С. Г. Строгановым «Школы рисования в отношении к искусствам и ремеслам»). Университет готовит художников по специальностям промышленного и монументально-декоративного искусства, прикладного искусства и искусства интерьера.

В 1917—1918 гг. Строгановское училище несколько раз реорганизовывалось, именуясь сначала Первыми государственными свободными художественными мастерскими, затем Всероссийскими художественно-техническими мастерскими (ВХУТЕМАС), Всероссийским художественно-техническим институтом (ВХУТЕИИ). В 1930 г. ВХУТЕИИ разделился на несколько самостоятельных институтов: архитектурный, художественный (ныне им. Сурикова), полиграфический, текстильный.

В 1945 г. Строгановское училище было воссоздано и затем получило наименование «Московский художественно-промышленный институт» (1948). В 1959—1965 гг. была введена подготовка специалистов по художественному конструированию, монументально-декоративному искусству, декоративно-прикладному искусству, интерьерам. В 1960-е гг. в Высшем художественно-промышленном училище (им. Строганова) была создана кафедра Промышленной графики и упаковки. Одним из ведущих преподавателей этой кафедры был Б. Н. Рахманинов. Его ученики — дизайнеры упаковки и сегодня работают во многих дизайн-студиях и на самых различных промышленных и пищевых предприятиях. С 1970 г. МХПИ им. Строганова является головным профильным вузом, поэтому процесс преподавания отличается почитанием традиций, особым «академизмом».

В настоящее время появилось много новых государственных и негосударственных высших учебных заведений, осуществляющих подготовку высококвалифицированных специалистов по дизайну. Одной из главных дизайнерских школ является **Уральская государственная архитектурно-художественная академия в Екатеринбурге**. Можно сказать, что профессиональное дизайн-образование является довольно молодой сферой деятельности.

Педагогические кадры ведущих вузов сформировали нынешнее поколение российских дизайнеров. Сегодня осуществляется подготовка дизайнеров, умеющих работать в новых социально-экономических условиях. Важно, чтобы они знали и развивали лучшие достижения российского дизайна, изучали его историю.

Дизайн-образование постепенно проникает во все уровни образования — от детского сада до вуза. Все больше места отводится дизайнерским заданиям в школьных учебниках. Конечно, профессиональная подготовка осуществляется только в средних спе-

циальных учебных заведениях и вузах. Однако многочисленные курсы подготовки и переподготовки в различных областях дизайна, мастер-классы, студии охватывают самые широкие слои населения.

## **ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ**

---

1. Какую роль сыграло Санкт-Петербургское высшее художественно-промышленное училище им. В. И. Мухомовой в становлении российского дизайна?
2. Каковы были этапы развития Московского художественно-промышленного университета им. С. Г. Строганова?
3. Дайте прогноз на развитие дизайн-образования в России.

История дизайна тесно связана с историей общества, раскрывает эволюцию отрасли, основные идеи и достижения. Развитие промышленного дизайна в большей степени основывается на научно-техническом прогрессе; графический дизайн развивается преимущественно под влиянием социальных и экономических факторов. Дизайн как метод коммуникации постоянно совершенствуется и развивается.

Пионеры дизайна, стоявшие у его колыбели, и герои мастера дизайна, вошедшие в его историю, разрабатывали новые идеи дизайна и помогали увидеть его перспективы. Они внесли свой достойный вклад в разработку теории и практики отрасли. Многообразие различных подходов и взглядов, имеющих место в истории дизайна, во многом обуславливает и современные тенденции его развития. Приведем некоторые из них.

Стайлинг промышленных изделий уже утратил свою популярность, хотя все еще продолжает использоваться. Дизайнеры, работающие над стайлингом, озабочены изменением и усовершенствованием только внешнего вида изделий, без затрагивания внутреннего устройства механизмов. Они стремятся сделать более привлекательными, отвечающими современным требованиям эстетики окраску и форму вещи.

Сегодня продолжает активно применяться комплексное проектирование объектов, которое является системным, т. е. дизайнер озабочен выявлением основных направлений и тенденций в данной области и их связи со смежными отраслями. Например, если потребуется спроектировать пылесос, то дизайнер прежде всего будет решать проблему удаления пыли из комнаты, а не усовершенствования уже существующих пылесосов. В проекте «Умный дом» реализована централизованная система удаления пыли во всем доме. Уже разработаны роботы мини-пылесосы, которые в отсутствие хозяев могут как стайка насекомых разбежаться по комнате, залезть в самые труднодоступные уголки и собрать пыль. Возможно, скоро появится какой-нибудь биологический способ, когда пыль будут поглощать специальные растения или животные. Экологи-

ческий подход позволяет дизайну осваивать все новые и новые области и сферы, порожденные социальными или техническими проблемами.

В постиндустриальную эпоху ведущая роль постепенно переходит от промышленного дизайна к графическому. В настоящее время происходит не только взаимовлияние, но и слияние графических и пространственно-средовых систем. Рождение новых видов и жанров дизайна происходит именно в результате подобных слияний.

В период 1980 — 1990-х гг. дизайн окончательно стал цифровым. Развиваются новые виды дизайна, например веб-дизайн, дающий возможности создания удобных коммуникаций в виртуальной среде. Появляется новый вид дизайнерских услуг — визуализация данных как составляющая часть практически любого сложного проекта. Компьютерная графика все шире проникает в нашу жизнь. Совершенствуется книгоиздание. Теперь уже активно используются электронные книги и электронная бумага, позволяющая текст, картинки и видео загружать многократно и даже с большой дистанции.

Корпоративная идентичность стала обязательной — это стало признаком солидности компании. Любая организация должна иметь свой фирменный стиль, включая логотип, визитки, буклеты, рекламные плакаты, сайт и т.д.

Дизайн сегодня активно ориентируется на применение современных технологий и достижений науки — нанотехнологий, лазерной резки, 3D-моделирования и т.д. Новые материалы, например биметаллы или пленки, открывают новые возможности для формообразования в дизайне. Так, современные полимерные материалы позволяют создать вазу любой формы методом отливки или пресования, так как нет необходимости получать ее путем вращения и вытягивания куска глины на гончарном круге. Применение железобетона и перенос принципа строения цветка лилии в конструкцию (бионика) помог придать изящность и прочность Останкинской телебашне в Москве.

Дизайнеры получают множество заказов на проектирование интерьеров жилых и общественных зданий, благоустройство ландшафтов. Проектируя дом, дизайнер может представить его 3D-модель, а заказчик совершить виртуальную прогулку вокруг здания и по интерьерам. Прекрасные перспективы возникают с возможностью распечатать себе на 3D-принтере все необходимое: ювелирное украшение, обувь и даже бутерброд.

Цифровой дизайн обеспечил высокую скорость конструирования, способность моделировать весь жизненный цикл продукта,

а также автоматизировать принятие огромного количества решений, в том числе и эстетического свойства.

Следующий шаг — это компьютеризованная одежда и цифровая бижутерия, со временем компьютеры будут вмонтированы в нее для создания необходимого микроклимата, доступа в Интернет, навигации, фото- и видеосъемки и т. д.

В конце XX в. совершенствовалась и удешевлялась технология производства телевизионных приемников: начали получать распространение проекционные телевизоры на основе совершенно плоского кинескопа. В настоящее время телевизионный экран может достигать от нескольких сантиметров (выпускают карманные телевизоры, мини-телевизоры встроили в часы и в очки и др.) до нескольких метров. Телевизоры с очень большим форматом изображения (предназначенные для общественных мест) могут изготавливаться и на основе матриц из дискретных светодиодов или на основе матрицы плазменных панелей. Дальнейшее развитие телевизионных приемников осуществляется в направлении поддержки телевидения высокой четкости (ТВЧ), 3D, цифрового и лазерного телевидения. Активно внедряется система цифровой обработки видеосигнала, улучшающая итоговое качество изображения и увеличивающая количество каналов. Для нового телевидения понадобится и новый графический дизайн заставок, оформления студий, рекламы и т. д.

В конце XX в. появились многочисленные рекламные агентства и издания. В связи с этим в значительной степени повысился интерес к дизайну вообще и к графическому дизайну в частности.

В настоящее время отечественный дизайн находится в достаточно сложной ситуации. Почти исчезла государственная поддержка крупномасштабных проектов. При этом предлагается множество частных заказов на разработку фирменного стиля, логотипов, плакатов, рекламы, дизайна интерьеров и ландшафтов, в области индустрии моды и др. В связи с бурным развитием технологий понятие «дизайн» приобретает более широкий смысл. Дизайн сегодня охватывает все области современной деятельности человека. Наиболее сильной стороной отечественного дизайна было и остается стремление создать красивый, выразительный и запоминающийся образ вещи, эмоциональный дизайн. Происходит перенос акцента с внешнего оформления вещи на то, что с ней потребитель делает, как он ее использует. Например, произошла замена «визуального» дизайна на «сенсорный».

После распада СССР в Россию стали привозить в большом количестве интересные с точки зрения дизайна образцы зарубежной

продукции. Все большее значение стала приобретать реклама. Значительно изменился внешний вид периодических изданий. Во многом этот процесс происходил под влиянием западноевропейской школы графического дизайнера.

Лучшие образцы советского промышленного и графического дизайна были созданы в результате системного, функционального, эстетического и гуманистического подходов к дизайн-проектированию.

Российский дизайн сегодня переживает принципиально новый этап своего развития. Наступившие с начала 1990-х гг. коренные изменения общественной жизни радикально изменили потребности в дизайне и методы работы самих дизайнеров. Дизайну в России предстоит сделать новый идейно-эстетический рынок, войти своими лучшими достижениями в мировой дизайнерский процесс.

История дизайна творится на наших глазах. Мир стоит на пороге открытий новых передовых технологий. В будущем дизайн станет более разнообразным и более специализированным. Происходит стирание границ между дизайном и искусством, безграничный синтез видов и жанров при неординарном понимании категории художественного образа. Все больше становится дизайнеров, работающих на пересечении дизайна и искусства. Такое направление развития неизбежно создаст больше возможностей для самого разнообразного сотрудничества. Это должно рассматриваться как ответ на все большую мультикультурность современного глобального общества, как свидетельство того, что дизайнеры стремятся выработать собственный уникальный стиль, повлиять на формирование и передачу культурных ценностей.

Современный дизайн — феномен художественной культуры, имеющий в своих лучших образцах непреходящее значение. Дизайн обретает полноту только при его комплексном изучении в контексте формирующей его социокультурной среды. При этом неравномерность и самобытность развития дизайна в социокультурном пространстве различных стран и регионов стала определяющим фактором формирования региональных и национальных особенностей дизайна, отражающих представления отдельных народов о национально-исторических ценностях и обуславливающих стилистическое разнообразие объектов дизайна. Сложилась особая система эстетических ценностей «региональных дизайнов», опирающихся на синтез местных, национальных установок и новаторских достижений мирового опыта. Вместе с тем глобальные преобразования, которые одновременно затронули все человечество, определили интернациональные тенденции в развитии дизайна.

## Темы рефератов

Исторический взгляд на развитие дизайна как искусства проектирования.

Историческое развитие видов промышленного дизайна.

Дизайн интерьера: традиции и современность.

Тенденции стилевых решений современных интерьеров.

Дизайн одежды: взгляд сквозь века.

Возможности фитодизайна в создании эстетической среды.

Дизайн упаковки: вчера и сегодня.

Развитие видов графического дизайна во второй половине XX в.

Плакатная графика А. Мухи.

Дизайн книг — традиции и современность.

Художественные течения и направления начала XX в. и дизайн.

Основные тенденции архитектурного авангарда XX в.

Баухауз — передовая школа проектирования.

Архитектурные принципы В. Гропиуса.

К. Мельников — русский архитектор-конструктивист.

Творчество В. Кандинского как конструктивиста.

Конструктивизм в графическом дизайне.

Роль ВХУТЕМАСа в становлении русского дизайна.

Эль Лисицкий — конструктор книг.

А. Родченко — создатель новых миров.

В. Маяковский и А. Родченко — творческий союз конструктивистов.

Новые формы в творчестве Я. Чернихова.

Функционализм немецкого дизайна.

Дизайн интерьеров в английском стиле.

Новая роскошь голландских дизайнеров.

Творчество американского дизайнера Р. Лоуи.

Итальянский дизайн как образец для подражания.

Новый дизайн группы «Мемфис».

Типографика новой волны.

Роль дизайна в постиндустриальную эпоху.

Культурологический аспект дизайна японской упаковки.

Японский графический дизайн.

Фирменный стиль мировых олимпиад.

Эмоциональный дизайн Ф. Старка.

Предметная типографика С. Загмайстера.

Новая волна ретро-дизайна в творчестве К. Рашида.

Возможности цифрового дизайна в XXI в.

Перспективы дизайн-образования.

Сравнительный анализ основных тенденций современных моделей одежды.

## Рекомендуемая литература

- Воронов Н.* Российский дизайн. — М., 2001. — Т. 1, 2.
- Ковешникова Н.А.* Дизайн. История и теория: учеб. пособие. — М., 2009.
- Лавренцев А.* Лаборатория конструктивизма. — М., 2000.
- Лавренцев А.Н.* История дизайна: учеб. пособие. — М., 2007.
- Михайлов С.М.* История дизайна. — М., 2000, 2003. — Т. 1, 2.
- Михайлов С.М., Михайлова А.С.* История дизайна: краткий курс. — М., 2004.
- Назаров Ю.В.* Постсоветский дизайн (1987—2000). — М., 2002.
- Рунге В.Ф., Сеньковский В.В.* Основы теории и методологии дизайна: учеб. пособие. — М., 2003.
- Сокольникова Н.М.* История изобразительного искусства: в 2 т. — М., 2013.
- Хан-Магомедов С.О.* Пионеры советского дизайна. — М., 1995.
- Хан-Магомедов С.О.* Архитектура советского авангарда: в 2 кн. — М., 1996.
- Черневич Е.* Графический дизайн в России: 1900—2000. — М., 2008.
- 100 зарубежных дизайнеров. — М., 1994.

# Оглавление

Введение.....	4
<b>Глава 1. Дизайн как вид проектно-художественной деятельности .....</b>	<b>6</b>
1.1. Определение дизайна как проектной деятельности .....	6
1.2. Краткая характеристика видов дизайна .....	11
<b>Глава 2. История зарубежного дизайна.....</b>	<b>34</b>
2.1. Возникновение и основные этапы становления дизайна .....	34
2.1.1. Викторианский стиль .....	35
2.1.2. «Искусства и ремесла» — движение британских художников и ремесленников .....	36
2.1.3. Западноевропейский модерн как универсальный синтетический стиль .....	38
2.1.4. Группа «Де Стейл» .....	49
2.1.5. Германский художественно-промышленный союз «Веркбунд» .....	51
2.1.6. П. Беренс и его деятельность в АЭГ .....	52
2.1.7. Баухауз — художественно-промышленная школа нового типа .....	54
2.1.8. Ульмская школа художественного конструирования .....	62
2.2. Дизайн в странах Западной Европы во второй половине XX — начале XXI в. ....	67
2.2.1. Английский дизайн .....	69
2.2.2. Дизайн в Германии .....	71
2.2.3. Голландский дизайн.....	76
2.2.4. Швейцарский (интернациональный) стиль .....	81
2.2.5. Итальянский дизайн.....	82
2.3. Дизайн в США.....	89
2.4. Феномен японского дизайна.....	98
<b>Глава 3. История дизайна в России.....</b>	<b>118</b>
3.1. Российский дизайн в начале пути.....	118
3.1.1. Русский стиль и крестьянский дизайн .....	118
3.1.2. Русский модерн в дизайне .....	120
3.1.3. Российский дизайн на начальном этапе (1920-е гг.).....	123
3.1.4. ВХУТЕМАС — ВХУТЕИН — подготовка художников-инженеров.....	127

3.1.5. Конструктивизм .....	129
3.2. Особенности развития дизайна в СССР .....	151
3.2.1. Основные этапы развития дизайна в СССР .....	152
3.2.2. ВНИИТЭ — центр развития российского дизайна .....	157
3.2.3. Сенежская студия — эксперимент в дизайне .....	160
3.2.4. Основные достижения советского дизайна .....	161
3.3. Становление системы дизайн-образования в России .....	229
Заключение .....	233
Темы рефератов .....	237
Рекомендуемая литература .....	238

*Учебное издание*

**Сокольникова Наталья Михайловна,  
Сокольникова Елена Владимировна**

## **История дизайна**

**Учебник**

Редактор *Р. К. Лопина*

Компьютерная верстка: *А. В. Бобылева, Р. Ю. Волкова*

Корректор *Н. В. Козлова*

Изд. № 101115910. Подписано в печать 14.04.2016. Формат 60 × 90/16.  
Гарнитура «Балтика». Бумага офсетная. Печать офсетная. Усл. печ. л. 17,0  
(в т.ч. 2,0 п. л. цв. вкл.). Тираж 1000 экз. Заказ № М-1186.

ООО «Издательский центр «Академия». [www.academia-moscow.ru](http://www.academia-moscow.ru)

129085, Москва, пр-т Мира, 101В, стр. 1.

Тел./факс: (495) 648-0507, 616-00-29.

Санитарно-эпидемиологическое заключение № РОСС RU. АЕ51. Н 16679 от 25.05.2015.

Отпечатано в полном соответствии с качеством  
предоставленного электронного оригинала — макета  
в типографии филиала АО «ТАТМЕДИА» «ПИК «Идеал-Пресс».  
420066, г. Казань, ул. Декабристов, 2.  
E-mail: [idelpress@mail.ru](mailto:idelpress@mail.ru)