

СЕКЦИЯ 10

**«ДИЗАЙН И
ТЕХНОЛОГИИ»**

СОДЕРЖАНИЕ

ЦИФРОВИЗАЦИЯ В СКВОЗНОМ ПРОЕКТИРОВАНИИ ОДЕЖДЫ ИЗ ОВЧИНЫ Гусева М.А. к.т.н., доцент, Андреева Е.Г. д.т.н., профессор, Балакирев Н.А. д.с.-х.н., академик РАН, Новиков М.В. к.т.н., доцент, Юлдашбаев Ю.А. д.с.-х.н., чл.-кор. РАН.....	1004
ГРАФИКА А. ЛОПЕСА КАК ОСНОВНОЙ ПРИЕМ В СОЗДАНИИ МОДНОГО ЭСКИЗА Егорова Я.Е., Колташова Л.Ю., Алибекова М.И. к. т.н., доцент.....	1011
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ КВЕСТ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СРЕДОВОГО ПРОСТРАНСТВА КАК ИНТЕРАКТИВНАЯ ТЕХНОЛОГИЯ: ОПЫТ РЕАЛИЗАЦИИ Живаева О.О., Постова Е.Н.	1016
НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ОТДЕЛКИ В ПРОЕКТИРОВАНИИ СОВРЕМЕННЫХ ИЗДЕЛИЙ ИЗ МЕХА Колташова Л.Ю., Картузова Е.Д., Алибекова М.И. к. т.н., доцент	1023
ПРЕДПРОЕКТНЫЙ АНАЛИЗ РАЗРАБОТКИ ОДЕЖДЫ В ДЕЛОВОМ СТИЛЕ Нагаева А.А., Сапаугольцева М.А. к.п.н., Сапугольцев В.Ю. к. п. н.	1028
ФИРМЕННАЯ АЙДЕНТИКА ВУЗОВ Путинцева Т.А. к. иск., доцент.....	1034
ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ ИНСТИТУТА СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫХ ИННОВАЦИЙ И МАССМЕДИА ОГУ Путинцева Т.А. к. иск., доцент, Шишова П.С.....	1038
СТРАТЕГИЯ КАК ПРОЦЕСС ВЫВОДА ИЗДАТЕЛЬСКОГО ПРОДУКТА НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК Сапугольцев В.Ю. к.п.н., Сапугольцева М.А. к.п.н.	1047
КОНЦЕПТУАЛЬНОЕ ОСМЫСЛЕНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ТЕНДЕНЦИЙ В ДИЗАЙНЕ ОДЕЖДЫ Тарасова О.П. к.п.н., доцент, Жбанова А.Д.....	1053
ВАРИАТИВНОСТЬ ГРАФИЧЕСКИХ КОМПЛЕКСОВ НАСТОЛЬНЫХ ИГР ДЛЯ ЛЮДЕЙ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ Туйсина Д.М.к.иск	1059
ГРАФИЧЕСКАЯ КОНЦЕНЦИЯ КОМПЛЕКТА НАСТОЛЬНЫХ ИГР «ВЫХОД ЕСТЬ» ДЛЯ ЛЮДЕЙ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ Туйсина Д.М.к.иск, Трубицына В.С.	1067
ОСОБЕННОСТИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ЭЛЕМЕНТОВ ПРЕДМЕТНОЙ СРЕДЫ В ГЕНДЕРНОМ КОНТЕКСТЕ Халиуллина О.Р. к.иск., Тарасова О.П. к.п.н., доцент	1075
КОНЦЕПЦИЯ ПЕРИОДИЧЕСКОГО ПОЛИГРАФИЧЕСКОГО ИЗДАНИЯ КАК СОВОКУПНОСТЬ ФОРМИРУЮЩИХ ИЗДАНИЕ ХАРАКТЕРИСТИК Цой В.В.....	1081
ПРОЕКТНАЯ КУЛЬТУРА СОЦИАЛЬНОГО ДИЗАЙНА Чепурова О.Б. к.иск., доцент	1088

ЦИФРОВИЗАЦИЯ В СКВОЗНОМ ПРОЕКТИРОВАНИИ ОДЕЖДЫ ИЗ ОВЧИНЫ

**Гусева М.А., к.т.н., доцент, ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина»,
г. Москва**

**Андреева Е. Г., д.т.н., профессор, ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», г.
Москва**

**Балакирев Н.А. д.с.-х.н., академик РАН, ФГБОУ ВО МГАВМиБ -
МВА имени К. И. Скрябина, г. Москва**

**Новиков М.В., к.т.н., доцент, ФГБОУ ВО МГАВМиБ - МВА имени
К. И. Скрябина, г. Москва**

**Юлдашбаев Ю.А., д.с.-х.н., чл.-кор. РАН, ФГБОУ ВО РГАУ - МСХА им.
К.А. Тимирязева, г. Москва**

В производстве одежды издревне используют шкуры овец и ягнят, северных оленей и их телят, яков, козлика мехового. Из меха этих видов изготавливают одежду с расположением волосяного покрова по внутренней (дубленки, куртки, жилеты) и внешней (пальто, полупальто, жилеты) стороне изделий. Основными поставщиками мехового сырья для производства дубленок являются фермерские хозяйства России, Франции, Германии, Австралии, Великобритании, Чехии, Турции, США, Болгарии, Греции.

В РФ накоплен богатый опыт разведения пород овец, шкуры которых перерабатывают в швейно-меховом производстве. Согласно принятой в отрасли классификации, ассортимент овечьих шкур разделяют на две группы:

- меховая овчина (шкуры пород тонкорунных, полутонкорунных, полугрубошерстных);
- шубная овчина (шкуры грубошерстных пород).

Меховая и шубная овчины отличаются длиной и густотой шерсти. У меховой овчины характерная длина пуховых, переходных и остевых волос изменяется от 1 до 3 см, у шубной овчины минимальная длина волосков составляет 2,5 см, максимальная – до 6 см [1]. Густота волосяного покрова обуславливает теплозащитные свойства меха овчин [2]. Волосяной покров шубной овчины густой, волоски расположены практически вертикально, их угол наклона близок к 90°. У меховой овчины более редкий волосяной покров. Есть породы, для которых характерно почти горизонтальное расположение волосков. Наиболее востребован меховой полуфабрикат с углом наклона волосяного покрова 30-45°, наименее подверженный деформации смятия (сжатия), что определяет упругие свойства меха, сохранение внешнего вида при длительной эксплуатации изделий [3, С.25].

Свойства волосяного покрова формируются условиями содержания и кормления животного, зависят от возраста животного, сезона убоя. На юге России успешно разводят новый вид мясо-шерстяных овец породы - акжанская, шерсть которых полутонкая, белого окраса с люстровым блеском, отличается однородностью, выраженной извитостью [4]. Лучший представитель овчин –

порода романовская. Красивый внешний вид волосяного покрова обусловлен серо-голубым окрасом, несвойлачиваемыми кольчатými завитками на концах косиц [3, С.20]. Длина пуховых волосков 5,9-6,2 см, остевых – 3,8-4,0 см, тонины пуха – 21,3-24,8 мкм, ости – 82,3-89,3 мкм. Кожевая ткань плотная, прочная 0,77-0,99 мм. Шерсть готландской породы длиной 7,8-12,8 см, с тониной 33,6-42,5 мкм [4].

Современная мода требовательна к качеству овчинных шкур. В процессе проектирования одежды, на этапе технического задания, востребована следующая информация о меховом полуфабрикate:

- конструктивно-технологические свойства шкур (длина, ширина, площадь);
- технологичность (толщина кожаной ткани, толщина меха);
- прочностные свойства шкур (нагрузка при разрыве, предел прочности при растяжении и т.д.);
- упруго-пластические свойства шкур (деформируемость кожаной ткани, упругость волосяного покрова, сминаемость, драпируемость, формоустойчивость);
- эргономические свойства (гигроскопические, теплофизические, проницаемость и др.);
- износостойкость;
- эстетические свойства.

Многочисленность пород меховых и шубных овчин с качественными и количественными характеристиками свойств, необходимых для входной проектной информации, обуславливают необходимость систематизации и формирования цифровой базы данных. Распространение систематизированных баз данных позволит конструкторам и технологам меховых и швейных предприятий в цифровом режиме осуществлять конфекционирование моделей по эскизам художников.

Процесс проектирования изделий из овчины с расположением волосяного покрова по внутренней стороне изделия подобен проектированию одежды из текстиля. Пространственная форма изделий формируется с помощью членений различного расположения и конфигурации. Толщина волосяного покрова учитывается в величине прибавки на пакет. На этапе технического предложения конструктор выполняет подбор моделей-аналогов из цифровой базы САПР (табл. 1) предприятия для выбора оптимального композиционного и конструктивно-технологического решения модели.

Таблица 1 – Матрица композиционного и конструктивно-технологического решения меховых курток (фрагмент)



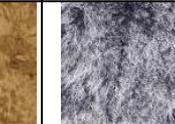


На этапе проработки композиционно-конструктивного решения проектируемого изделия художник предприятия работает над дизайном кожаной ткани и волосяного покрова меха. Волосяной покров овчин облагораживают, в том числе подвергают стрижке, формирующей модную фактуру. Благодаря уравниванию длины волос шкур романовской породы до высоты около 16 мм получают мутон, характеризующийся шелковистым и густым мехом. Использование отделки «астраган» позволяет достичь эффекта меха каракульчи путем короткой стрижки (0,5-0,7 см) извитых волос овчин при наличии плотной подпуши [5]. Изделия из овчины астраган формоустойчивы и представляют собой молодежные куртки и полупальто спортивного стиля с воротниками стойка, апаш или капюшон. Уравнивание до 15 мм волос шкур ягнят монгольской пород «Калган» и «Керли» повышает теплозащитность меха за счет формирования устойчивой воздушной прослойки в волосяном покрове, усиливает эффект извитости и декоративность волосяного покрова, которые востребованы в куртках модели «пилот» [6]. Меховой полуфабрикат, производимый из шкур овец породы «Меринос», отличается наиболее тонкими волосами и используется для проектирования изделий пластичных форм и свободных силуэтов. Меховой полуфабрикат из шкурок ягнят тосканской породы характеризуется длиной, до 5 см, густой шелковистой шерстью, которая образует фактурный застил поверхности и не нуждается в дополнительной стрижке. В одежде из этого полуфабриката проектируют объемные воротники, широкие отвороты по низу рукавов, а края изделий можно технологически не усиливать, так как длинные волосы, выглядывающие с внутренней стороны, дополнительно демонстрируют красоту данного меха.

Волосяной покров овчин отбеливают, окрашивают в однотонные и мультитонные цвета с помощью разнообразных способов отделки, что позволяет улучшить эстетические и теплозащитные свойства меха благодаря снижению свойлачиваемости [7]. Фиксирование в цифровом паспорте каждой шкуры характеристик и способов отделки и выделки облегчает технологу предприятия процесс выбора мехового полуфабриката.

Колористическое конфекционирование меховых изделий учитывает актуальное направление моды, так, для отделки дубленок на участках низа рукавов, краев капюшонов, воротников используют детали из меха-компаньона с более фактурным волосяным покровом, например, ламы, козлика или яка. Подбор меха-компаньона из цифровой базы по визуальным и геометрическим характеристикам волосяного покрова способствует повышению эффективности труда конструктора-технолога мехового предприятия (табл.2).

Таблица 2 – Матрица мехового сырья весенних видов (фрагмент)

романовская овчина	калган	астраган	мерино	тоскана	козлик	лама	як
							

Свойства кожной ткани овчин определяются особенностями породы животных. Средняя толщина кожной ткани овчин составляет 3 мм, структура отличается рыхлостью. Пористость кожной ткани овчин уменьшается от курдючных пород к романовской и сибирским видам. После выделки, интенсивного дубления и отделочных операций происходит уплотнение кожной ткани, снижается масса шкуры, повышается прочность связи с волосяным покровом [8-10]. Специальная обработка поверхности кожи шлифованием снижает истираемость, а нанесение специального покрытия (наппалан, крек, пулл ап) уменьшает намокаемость и влияет на её эстетическое восприятие. Выбор дизайна кожной ткани (табл. 3), оценка характеристик отделки в цифровом формате способствует повышению конкурентоспособности меховой продукции.

Таблица 3 – Матрица декоративного оформления кожной поверхности овчинного полуфабриката (фрагмент)

На этапе проектирования важна предварительная визуальная оценка композиционного решения проектируемой модели. Эксперимент по виртуальной разработке колористического оформления женского изделия из овчины «дубленки» выполнялся на симуляторе CLO-3D [11]. С использованием базы данных об эстетических и геометрических свойствах меха [12] произведено позиционирование принтов на кожной ткани и выбор геометрических характеристик волосяного покрова (рис. 1).



Рисунок 1 – Виртуальное проектирование колористического оформления изделия из овчины

Графический инструментарий САПР CLO-3D позволяет многократно выполнять раскладку лекал деталей на виртуальном аналоге шкуры овчины, полученном как контактным способом [13], так и сканированием ее портативными сенсорами [14]. Геометрические характеристики шкур овчин зависят от породы, возраста животного, поэтому актуально пополнение цифровой базы о геометрии и топографии шкур на основании новейших исследований отечественных и зарубежных животноводов.

Изменение конструктивного решения модели автоматически отражается на контурах деталей, а итог процесса интерактивной раскладки лекал (рис. 2) выражается в оптимизации карты расхода материалов.

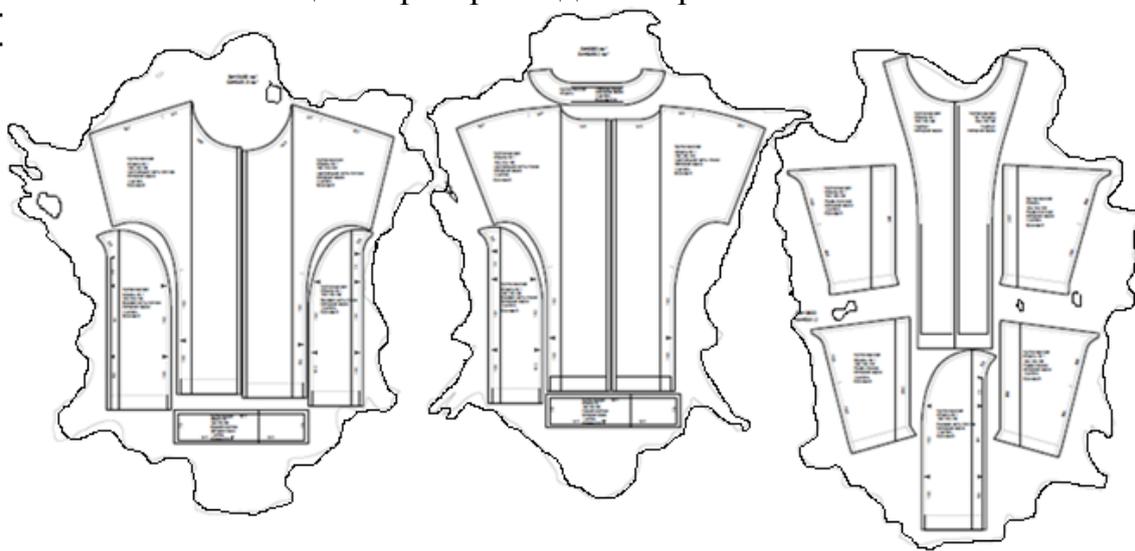


Рисунок 2 – Цифровизация процесса раскладки лекал на виртуальных аналогах шкур овчин

Таким образом, объединение достижений в индустриальном овцеводстве, технологиях обработки сырья и выделки мехового полуфабриката, проектировании и изготовлении меховых изделий в единый цифровой реестр

для организации сквозного проектирования одежды из меха овчин и других видов-компаньонов меха способствует повышению конкурентоспособности отечественных меховых изделий.

Список литературы

1. Эткин Я.С. Товароведение пушно-мехового сырья и готовой продукции. – М.: Легпромбытиздат, 1990. – 368 с.
2. Стрелетова О.А., Сухина Т.В., Новиков М.В. Теплозащитные свойства полуфабриката романовской овчины// Дизайн и технологии. - 2017, № 59 (101). - С.59-64.
3. Пармон Ф.М. Проектирование и изготовление изделий из шубной овчины – М.: Легпромбытиздат, 1989. – 192 с.
4. Траисов Б.Б., Юлдашбаев Ю.А., Шахтемиров И.Я. Хозяйственно-полезные признаки мясо-шерстных овец в условиях Западно-Казахстанской области// В сб. V междунар. науч.-практ. конф. молод. уч-х, асп-в и студ-в «Актуальные проблемы исследования этноэкологических и этнокультурных традиций народов Саяно-Алтая». – Кызыл: ТГУ, 2018. - С.144-147.
5. Гусева М.А., Андреева Е.Г., Новиков М.В. Расширение ассортимента одежды из меха каракулево-смушковой группы// В сб. Междунар. науч.-практ. конф. «Подготовка конкурентоспособных специалистов в контексте интеграции системы образования Таджикистана и России». - Куляб: ИТИМК, 2018. - С.512-517.
6. Страна кожи. Калган. <http://leather-country.ru/product-category/meh/plastiny/kalgan/> (дата обращения 02.05.2019)
7. Линева В.С., Бычкова И.Н., Илькович Ю.В., Есина Г.Ф., Моисеева Л.В. Композиция для колористической отделки волосяного покрова меха/ Патент на изобретение № 2492195 RU от 10.09.2013.
8. Горячев С.Н., Григорьев Б.С., Щеголева Л.Л. Способ обработки меховых шкурок/ Патент на изобретение № 2188237 RU от 27.08.2002.
9. Назарова Т.П., Анпилогова А.А., Симонов Е.А., Лантух Е.Л. Способ обработки овчин/ Патент на изобретение № 2447158 RU от 10.04.2012.
10. Есина Г.Ф., Иванова А.А., Бодрякова Л.Н., Миронова Т.Ф., Полухина Л.М. Способ обработки мехового полуфабриката/ Патент на изобретение № 2294376 RU от 27.02.2007.
11. Петросова И.А., Чижова Н.В., Гусева М.А., Андреева Е.Г. Инновационные методы конструирования изделий легкой промышленности. Проектирование базовой и модельной конструкций в программе CLOD 3D. – М.: РГУ им. А.Н.Косыгина, 2018.
12. Гусева М.А., Новиков М.В., Андреева Е.Г., Белгородский В.С., Петросова И.А., Балакирев Н.А. Базовые цифровые шкалы эстетических и геометрических свойств меха/ Свидетельство о регистрации базы данных № 2019620409 RU от 01.03.2019.

13. Гусева М.А., Андреева Е.Г., Гетманцева В.В., Белгородский В.С., Петросова И.А., Лунина Е.В. Устройство для определения конструктивных параметров образцов одежды// Патент на полезную модель № 179798 RU от 05.12.2017.

14. Гусева М.А., Гетманцева В.В., Андреева Е.Г., Петросова И.А. Инновационный инструментарий для конструктивного анализа швейных изделий// В сб. «Инновационные технологии в текстильной и легкой промышленности»

ГРАФИКА А. ЛОПЕСА КАК ОСНОВНОЙ ПРИЕМ В СОЗДАНИИ МОДНОГО ЭСКИЗА

Егорова Я. Е., магистрант

Колташова Л.Ю., доцент

Алибекова М.И., канд. техн. наук, доцент,

Российский государственный университет им. А. Н. Косыгина

(Технологии. Дизайн. Искусство), г.Москва

Fashion-иллюстрация – один из самых востребованных и популярных жанров иллюстрации на сегодняшний день. Работы иллюстраторов используют в рекламной продукции, в гляцевых журналах, при оформлении витрин магазинов. Современные модные иллюстраторы используют в своих работах различные техники исполнения: как различные программы и приложения для создания цифровых иллюстраций (Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Procreate и др.), так и графические материалы, например, акварель или маркеры с последующей обработкой в специализированных программах для обработки изображений.

Модная иллюстрация существует уже более 500 лет, но особенно активно начала развиваться в последние 150 лет [1]. XX век подарил миру моды огромное количество выдающихся fashion-иллюстраторов, чьи работы служат источником вдохновения и подражания для современных художников мира моды.

Антонио Лопес (Antonio Lopez) и его работы оставили яркий след в истории не только fashion-иллюстрации, но и в мире моды в целом. Газета "Нью-Йорк Таймс", в которой он проработал продолжительное время, в 1987 году после его кончины назвала его "главным иллюстратором моды". Лопес не просто изображал модели модной одежды известных дизайнеров и кутюрье, но отражал и создавал дух времени в своих работах. Вместе с такими выдающимися личностями мира моды как Энди Уорхол и Карл Лагерфельд он был создателем стиля 70-х и поп-арта в «модной» графике.

Анализируя творчество Антонио, следует прежде всего отметить его разноплановость. Каждая из его работ не похожа на другую, что затрудняет дать определенную характеристику его технике и манере исполнения: он свободно владеет как графическими приемами и материалами, так и живописными техниками исполнения наряду со смешанной техникой и техникой коллажа [2]. В его работах, переплетается стиль комиксов, графические приемы fashion-иллюстраторов «золотой эры» иллюстрации, а также живость, присущая быстрым наброскам с натуры. Стиль его эскизов – это свободная, разноплановая работа карандашом, тушью, пером, акварелью, углем. В свои иллюстрации он включал даже фото, сделанные фотоаппаратом Polaroid. Фотография, наряду с иллюстрацией также увлекала художника. Фотоработы Антонио были настоящими произведениями искусства и не раз становились достоянием выставок.

Художник использовал для создания работ только живые постановки моделей, делал наброски и зарисовки непосредственно с фигуры человека в противовес большинству иллюстраторов, создававших работы по фотографиям. Эта особенность его работы особенно чувствуется в иллюстрациях: ведь когда художник работает с живой моделью, то он наиболее ярко и выразительно может передать выражение лица и эмоции, положение и позу тела, динамику линий, яркость пятен, чем при копировании с фотографии. Каждая иллюстрация Антонио свидетельствует об этой живости: в них нет ни одной статичной позы, ни одной «неживой» линии. Смелые и четкие, живые и динамичные абрисы и пятна передают не только фактуру материала моделей одежды и конструктивную основу, но и общее настроение коллекции, создавая соответствующий эмоциональный настрой у зрителя, увлекая его в сюжет рисунка. Нередко Лопес придавал даже большее значение личности и характеру изображаемого человека, нежели изображаемой одежды и аксессуаров, стремясь передать индивидуальность модели. Поклонник красоты и женской в частности, Лопес мог проводить целые дни в погоне за силуэтом, образом, случайно встреченным в уличной толпе. Один американский журнал назвал его "Million Dollar Babe's Man", имея в виду, что он стал талисманом для многих топ-моделей, сделавших карьеру благодаря его графическим наброскам и фотоработам: Пэт Кливленд, Кароль Ле Бри, Джейн Форт, Патти Д'Арбанвилль, Донна Жордан, Рената, Джессика Лэндж, Маануэла Папатакис, Джерри Холл, Грейс Джонс... Множество портретов собрано в книге «Antonio's Girls», опубликованной в 1982 году [3].



Рис.1. Иллюстрации Антонио Лопеса

Еще один особый интерес в работах Лопеса представляют постановки моделей как в однофигурных, так и многофигурных композициях. Непринужденные, живые позы, сложные компоновки фигур в листе, мельчайшие тонкие детали изображения человеческого тела, способность уловить в тончайших подробностях позу модели – все это характеризует модные иллюстрации художника.

Графика Антонио Лопеса для создания эскизов моделей коллекции женской одежды в стиле конструктивизм была выбрана неслучайно. На первый взгляд, живость графики Лопеса и геометрическая четкость конструктивизма несовместимы, однако это не совсем так. Стиль «конструктивизм» при внешней кажущейся простоте и пассивности можно охарактеризовать как стиль, построенный на сочетании смелых линий, часто контрастных локальных цветов, геометрии ритмично переплетающихся строгих контуров фигур, как в конструктивной основе моделей, так и в орнаментации или отделке [4]. Такая трактовка стиля как нельзя лучше может быть передана графическими приемами, который использовал Антонио Лопес в своих работах. Так, за основу и творческий источник был взят ряд его иллюстраций, различных по манере исполнения и наиболее близких по духу и стилистике к коллекции модной одежды. Для ознакомления с техникой исполнения эскизов была выполнена копия одной из работ А. Лопеса.



Рис.2. Разработка эскизов коллекции на основе графики А. Лопеса

В ряде иллюстраций Антонио, которые были взяты в качестве творческого источника, созданных, очевидно, для модного журнала хорошо читаются конструкции моделей одежды, подчеркнутые смелыми линиями, выполненными сухой кистью, размашистыми штрихами и цветовыми пятнами, четкостью прорисовки, живописной передачей материала, из которого создана данная модель одежды (рис.1,б). Следует отметить особую композицию и постановку фигур, также нацеленных на наиболее яркую и выразительную передачу образа модели, одежды, аксессуаров и настроения [5]. Фигуры гармонично расположены в пространстве, взаимодействуют с фоном, на котором изображены отдельные детали и аксессуары. Композиция данной иллюстрации продумана настолько детально, что даже сопровождающий рисунок текст создает своеобразный графический эффект, органично вплетаясь в общий замысел (рис.1,а). Такая художественная подача и графические приемы были использованы в работах (рис.2,а,б,в) с некоторыми стилистическими изменениями. Так, например, графический ход в виде ритмики полос на фоне был навеян текстовыми вставками в оригинальной

иллюстрации А. Лопеса. Использование в композиции полуфигуры добавляет динамичности эскизу, а также позволяет наиболее подробно показать значимые элементы костюма, аксессуары и отделку. Одна из моделей изображена спиной к зрителю (рис.2,б), как и в оригинальной иллюстрации А. Лопеса, так как демонстрирует интересное конструктивное решение спинки модели платья.

Эскиз (рис. 3,б) был выполнен на основе иллюстрации, выполненной в отличной от предыдущей работы выполненной в пятновой акварельной технике (рис.1,б). Технику, примененную в данной иллюстрации можно охарактеризовать как легкую, создающую эффект наброска, с участками «незавершенного» рисунка. Полуфигура изображена в динамичной, свободной, решительной позе, как и в оригинальной иллюстрации, демонстрируя уверенность и силу, присущую стилистике коллекции.

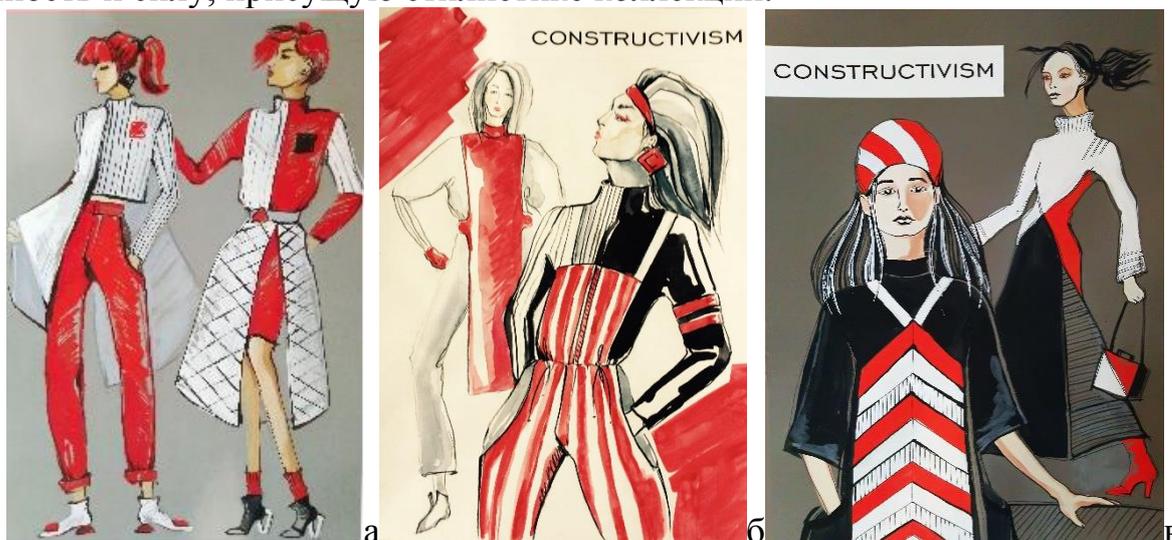


Рис.3. Разработка эскизов коллекции на основе графики А. Лопеса

Творческим источником для эскиза коллекции (рис.3,в) послужила портретная иллюстрация, построенная на приемах декоративной живописи: заливках локальными цветами в сочетании с тонким контурным абрисом, с пренебрежением подробной передачи светотеней (рис.1,в). В эскизе, созданном для коллекции женской одежды, декоративные тонкие контуры были смешаны с живостью линий техники, примененной в иллюстрации (рис.1,а) для наиболее яркой передачи конструктивного силуэта моделей одежды [6].

Финальный плакат коллекции моделей женской одежды представляет собой композицию из двух наиболее ярких моделей с уже выполненных эскизов.

Особенное значение имеет применение цветного фона в творческих эскизах коллекции. Такие графические приемы создают дополнительный выразительный эффект, усиливая и подкрепляя основное настроение коллекции, а также цветовую гамму моделей: ненавязчивый и неброский серый для эскизов моделей в полный рост, чтобы не отвлекать внимание от деталей; нейтральный белый для композиции в легкой акварельной технике; яркий и выразительный красный для сложной композиции с полуфигурой и моделью с

полный рост на заднем плане и оттеняющий и придающий выразительность статичной полуфигуре на переднем плане модели темный поглощающий оттенок серого. Также использованы текстовые фрагменты, помещенные на белые плашки, которые имеют отсылку к плакатной, журнальной графике и усиливают восприятие коллекции эскизов зрителем.

Мода является одним из источников инновационности, и развитие новых технологий в модной иллюстрации – это естественный процесс. Пройдя путь от простого «ручного» рисунка до цифрового изображения, модная иллюстрация воплощает современные образы во многом благодаря доминирующей роли художественно-графического языка. Профессиональные иллюстраторы сегодня создают модные стили и образы, сочетают совершенно разные материалы, оживляют статичных героев, вводят модную иллюстрацию в новые жанры и делают ее частью произведения искусства [7]

Список литературы

1. Алибекова М.И., Колташова Л.Ю., Графика модного эскиза: Учебное пособие — М.: РГУ им. А.Н. Косыгина, 2018.
2. Интернет-ресурс: <https://ana-lee.livejournal.com/168484.html>.
3. Интернет-ресурс: <https://vita-colorata.livejournal.com/488038.html>.
4. Интернет-ресурс: <http://www.theantoniolopezbook.com/images/art.html>.
5. Кошкалда О.А., Колташова Л.Ю., Алибекова М.И. Поиск собственного стиля и графическое решение модного образа в «Fashion illustration» // В сборнике: «Всероссийской научной студенческой конференции «Инновационное развитие легкой и текстильной промышленности (Интекс-2018)», ФГБОУ ВО РГУ им. А.Н.Косыгина, Часть 2, стр.66-69.
6. Стаценко А.Е., Колташова Л.Ю., Алибекова М.И. Мех как композиционный центр в современном решении образа. В сборнике: «Всероссийской научной студенческой конференции «Инновационное развитие легкой и текстильной промышленности (Интекс-2018)», ФГБОУ ВО РГУ им. А.Н.Косыгина, часть 2, стр.107-109.
7. Семина Т.С., Фирсова Ю.Ю., Алибекова М.И. Искусство авангарда и его отражение в современном костюме. В сборнике: XVII международной научно-практической конференции «Академическая наука - проблемы и достижения Academic science problems and achievements XVII», 15-16 октября 2018 г. North Charleston, USA Том 1, С. 7-9.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ КВЕСТ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СРЕДОВОГО ПРОСТРАНСТВА КАК ИНТЕРАКТИВНАЯ ТЕХНОЛОГИЯ: ОПЫТ РЕАЛИЗАЦИИ

Живаева О.О.

Постова Е.Н., студент

Оренбургский государственный университет, Оренбург

В современном образовательном пространстве России все более востребованными становятся интерактивные формы организации учебно-познавательного процесса, позволяющие применить имеющиеся знания и навыки обучающихся в практической плоскости, создавать новые смысловые контексты из имеющейся информации. К таким интерактивным формам организации относятся: интерактивная игра, мастер-класс, проектная деятельность, создание проблемных ситуаций, экспериментирование и др. Все эти формы могут существовать как отдельно взятые элементы, а могут сочетаться между собой и варьироваться педагогом при планировании того или иного вида деятельности. Особенно хорошо они сочетаются в форме квеста. Опыт применения этой интерактивной технологии в образовательном процессе последнего десятилетия стал предметом теоретического осмысления в научно-педагогической литературе.

Сегодня уже признано положительное значение реализации квест-технологии в образовательном процессе. Авторы рассматривают ее как инновацию, способную сделать процесс обучения более эффективным и многогранным, представляют ее с разных позиций как способ:

- активизации познавательной деятельности обучающихся [7],
 - организации самостоятельной работы студента [5],
 - формирования социально-педагогической компетентности студента [1],
- как:
- инновационную форму воспитания [4],
 - креативную технологию для студентов нового поколения [3].

Как видим, квест-технология проявляется как многофункциональная, обозначим приоритетные: образовательная, социализирующая, адаптирующая (к новому пространству и времени).

Квест относится к технологиям деятельностного типа, может использоваться в двух вариантах как: форма проведения учебного занятия, форма выполнения методического задания на разработку квестов (разработка сюжета, сценарного плана, процедуры, этапов, технических заданий для выполнения). Таким образом, процесс может быть, как индивидуальным, так и коллективным.

Изучение предпочтений преподавателей и студентов по формам практического применения квест-технологии показало, что наиболее эффективным с точки зрения освоения знаний и новых компетенций, являются процесс создания квеста, а не его решение или прохождение. В процессе этой

деятельности студенты получают возможность не просто освоить новый объем дидактического материала, но справиться с решением нестандартных задач. Это создает условия для развития творческого потенциала обучающихся, поскольку в процессе создания квеста они действуют в ситуации неопределённости и ответственности за принятие решений [6].

Применение технологии квеста в образовательной среде выявило такие ее преимущества, как возможность: задействовать большее число участников образовательного процесса благодаря игровой форме, конструирования новой реальности, оценить и применить свои профессиональные знания на практике. Также познавательная активность возрастает благодаря эмоциональной вовлеченности в процесс.

Квест способствует эффективному решению таких образовательных задач как: развитие критического мышления; раскрытие творческого потенциала; формирование навыков рационального использования учебного времени; стимулирование познавательной мотивации; воспитание личной ответственности; формирование культуры межличностных отношений; стремление к самореализации и самосовершенствованию.

С пониманием всех вышеперечисленных достоинств и возможностей квест-технологии мы обратились к ее реализации. В рамках организации самостоятельной и исследовательской работы в курсе «История искусств» была выбрана форма выполнения задания по разработке образовательного квеста с использованием средового пространства. Тематика «Захват крепости Пугачевым» направлена на изучение историко-культурного прошлого Оренбургского края, а также продиктована желанием дальнейшего воплощения квеста в городском пространстве г. Оренбурга.

Далее предлагаем опыт создания проектной разработки квеста, выполненной студенткой 2 курса кафедры дизайна ОГУ Екатериной Постовой.

Как известно, прохождение квеста (англ. Quest — поиски) состоит в продолжительном целенаправленном поиске, связанном с приключениями или игрой. Квест требует от участника решения умственных задач для продвижения по сюжету. Сюжет может быть predetermined или же давать множество исходов, выбор которых зависит от действий игрока, для выполнения заданий участник осуществляет поиск информации по указанным адресам (в реальности), включающий и поиск этих адресов или иных объектов, людей или заданий.

Целевая аудитория - подростки среднего и старшего школьного возраста.

Ожидаемые результаты деятельности: приобретение новых знаний; формирование культуры межличностных отношений, умения работать в команде; развитие навыков работы с информацией – умение ее анализировать и систематизировать.

Данный квест включает в себя не только элементы обучающей и образовательной деятельности, но и психофизические упражнения, направленные на развитие личностных и командных качеств.

Актуальность данного проекта неоспорима. Ведь квест-технология — это именно тот инструмент, который повышает мотивацию к учению, способствует развитию потенциала личности во всех сферах деятельности.

Цель: создание проекта образовательного квеста с использованием средового пространства для активизации учебной деятельности обучающихся 9-11 классов, вовлечение подростков данной возрастной группы в изучение истории посредством работы с памятниками архитектурного наследия.

Задачи:

1. изучить специфику составления квест-проектов;
2. создать сюжет квеста с использованием средового пространства;
3. изучить объекты средового пространства с целью последующего составления маршрута интерактивной игры;
4. разработать правила квеста
5. составить задания для интерактивной игры;
6. реализовать проект.

Сюжет.

Сюжет квеста «По местам пугачевского восстания» связан с одним из самых ярких событий в истории Оренбурга - крестьянским восстанием 1773 - 1775 годов под предводительством Емельяна Пугачева (на территории Оренбурга 1773-1774). Предлагаются следующие альтернативные варианты:

1. Преследование повстанцев. Освобождение крепости.
 2. Литературный сюжет. «Капитанская дочка».
- Сюжетная линия может быть основана как на одном эпизоде, так и на нескольких, распределенных по пунктам маршрута.
3. Погружение в эпоху. «История с разных ракурсов».
- Начало квеста посвящено событиям 1773 - 1775 годов, но каждый последующий пункт предполагает погружение игроков в новые роли (например, казачество, крестьянство, дворянство и т.д.)

На данном этапе проекта основная разработка велась по направлению идеи захвата крепости, остальные варианты выступают в роли дополнения к основному сюжету квеста.

Каждый пункт игры связан с предыдущим, составляя общую канву сюжета.

Маршрут прохождения

1. Пешеходный мост через Урал.
2. Музей истории Оренбурга.
3. Памятник Пушкину в Оренбурге (возле музея на Набережной).
4. Дом дворянского собрания.
5. Краеведческий музей.
6. Памятник Далю и Пушкину.
7. Конечный этап: Башня напротив сквера Дома Советов.

Правила квеста.

Команда проходит несколько этапов, следуя по маршруты. Команда поочередно получает задания, которые надо выполнить. Задание выполняется

на соответствующем пункте, определенном организаторами игры. Оно будет включать шифр, разгадав который, участники определяют следующий пункт назначения.

Каждое задание состоит из трех частей.

1 часть – интерактивная.

2 часть – решение вопросов на историческую (краеведческую) тематику. Вопросы исторического характера расположены по принципу от более легкого к более сложному в зависимости от этапа игры (вопросы будут усложнены в процессе доработки проекта, тематика вопросов сохранится).

3 часть - шифр с подсказкой.

На каждом этапе команда будет получать пазл - часть от плана захвата крепости. Собрав всю карту, участники квеста смогут выполнить главное задание игры.

Команды могут воспользоваться подсказками, которые можно получить у ведущих игры. Каждая подсказка будет прибавлять 5 мин. К общему времени команды. Время выполнения заданий фиксируется в протоколе игры. По окончании игры время команды суммируется с учетом штрафных минут. Общее время прохождения квеста составляет 1.5-2 часа.

Модель квеста.

Этап 1 (пункт 1 на маршруте).

Задание. 1 часть.

На данной стадии игры объясняется сюжет. Затем участники распределяют роли в команде. С целью сплотить команду ведущий проводит задание из тренинга командообразования «Веревочный курс» (задание «Монстр»).

Цель: сплочение команды, выбор верной тактики действий.

Материалы: две черты, расположенные на расстоянии 10м друг от друга. Условие: все участники команды должны одновременно пересечь границу обозначенной территории, используя X-точек касания (число участников / на 2, т.е., например, на 10 человек – 5 точек касания: одна рука, одна нога, один используемый предмет – одна точка касания). Упражнение считается выполненным, когда вся команда преодолевает заданное расстояние. Варианты выполнения могут быть различными. Это зависит от количества участников (оптимально – 6-7 человек) и их фантазии.

2 часть. Вопросы.

1. Какое первое название у реки Урал?

2. Кем была переименована река? (Елизавета Петровна, Анна Иоанновна, Екатерина II).

3 часть. Шифр с условными обозначениями (символы разрабатываются организаторами игры).

Этап 2 (пункту 2-3 на маршруте).

Из-за близкого расположения 2 и 3 пунктов маршрута они объединены в общий этап.

Участники будут погружены в историю, связанную напрямую с местом.

Задание. 1 часть.

В качестве интерактивной части команде будет предложено следующее задание: «Выполнить каллиграфическое написание текста» (шрифт будет предложен организаторами игры; в тексте, который требуется написать, будет содержаться информация – подсказка о следующем пункте). Текст представляет собой рукописное приглашение на бал.

2 часть. Вопросы.

- 1) Кто по происхождению был Пугачёв?
- 2) Кем именовал себя Пугачёв? (Иваном V, Петром II, Петром III).

Этап 3 (пункт 4 маршрута).

На данной стадии квеста произойдет вовлечение в сюжет персонажей.

Предположительно подразумевается сотрудничество с танцевальным клубом «Ален».

Задание. 1 часть.

У участников появится возможность изучить правила этикета на балу, а также некоторые движения традиционных танцев (полонез, вальс, мазурка, котильон).

2 часть. Вопросы.

- 1) Кто из русских государей подписал «Привилегию» будущему городу в 1734 году? (Пётр Первый, Анна Иоанновна, Елизавета Петровна).
- 2) Сколько театров в городе (имеется в виду профессиональных)? (5, 2, 4).

3 часть. Команда получит записку, зашифрованную невидимыми чернилами.

Этап 4 (пункт 5 маршрута).

1 часть. На данном этапе «интерактивный» блог расширен. Работа с устаревшими словами, историзмами и архаизмами. Казачество. Погружение в историю. Возможно привлечение казачьего общества (Национальное информационное агентство "СтаничникЪ").

2 часть. Вопросы.

- 1) Сколько раз закладывали Оренбург?
- 2) Как назывался город с 1938г. по 1957г.?

3 часть. Шифр-ребус.

Этап 5 (пункт 6 маршрута).

Блог заданий и вопросов, связанных с произведением «Капитанская дочка» А.С. Пушкина.

Этап 6. Заключительный этап квеста.

Собрав все части плана захвата крепости, команда должна выработать стратегию захвата «Башни». Здание выступает в качестве экстерьера и декорации.

На данном этапе разработки образовательного квеста можно проследить дальнейшие перспективы реализации проекта. Игровая интерактивная форма образовательной направленности привлекает внимание аудитории,

охватывающей подростков среднего и старшего школьного возраста. Создание квеста с использованием средового пространства подразумевает поддержку со стороны организаций города Оренбурга, что свидетельствует об определенном масштабе данного проекта.

В заключении, систематизируя опыт применения квеста в рамках образовательного процесса, сделаем следующие выводы.

Выполнение задания способствует совместному производству знаний преподавателя и студента, а не просто их трансляции. Это важно в контексте интеграции научно-исследовательской деятельности в образовательный процесс. Подчеркнем, что с помощью квест-технологии создаются условия приобретения и продуцирование знания, основанного на поиске и исследовании. Квест как форма задания для методической разработки развивает навыки конструирования социальной реальности, создания сюжетов, проектирование заданий и условий их выполнения. Это творческая работа, которая позволяет раскрывать интересы студентов, их представления о прошлом, настоящем и будущем, включать в проектную деятельность свои компетенции, работать с категориями социального пространства и времени. Данная форма работы позволяет сочетать научное, творческое и проектное мышление, активизировать междисциплинарные связи.

Список литературы

1. Безродных Т.В. Интерактивные технологии в вузе – технологии формирования социально-педагогической компетентности студента // Проблемы современного педагогического образования. - №5. - Ялта, 2016. - С. 58-65.

2. Каравка А.А. Урок-квест как педагогическая информационная технология и дидактическая игра, направленная на овладение определёнными компетенциями // Интернет журнал «Мир науки». Педагогика и психология [Электронный ресурс]. №3. 2015, С. 20. Режим доступа: <https://mir-nauki.com/PDF/45PDMN315.pdf>.

3. Кичерова М.Н., Ефимова Г.З. Образовательные квесты как креативная педагогическая технология для студентов нового поколения // Интернет-журнал «Мир науки». Педагогика и психология. Том 4, №5. 2016. С. 1-10. Режим доступа: <http://mir-nauki.com/PDF/28PDMN516.pdf>.

4. Лечкина Т.О. Технология «квест-проект» как инновационная форма воспитания // Наука и образование: новое время. 1 (6). Чебоксары, 2015. - С. 12-14.

5. Миллер В.В. Организация самостоятельной работы студентов с использованием веб-квест технологии // Тенденции науки и образования в современном мире. №2. - 2015. - С. 9-14. Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=24490748>

6. Немчикова Л.А. Методологические и методические основы разработки и проведения образовательных квестов // Избранные лекции в

магистратуре по проблемам духовно-нравственного воспитания. Научно-методическое пособие / Ред. А.Г. Козлова А.Г., Л.А. Немчикова. - СПб.: Лингвистический центр «Тайкун», 2017. - С. 415-424.

7. Строгонова Н.А. Образовательный квест как средство активизации познавательной деятельности обучающихся // World Science: Problems and Innovations: Сборник статей XIII Международной научно-практической конференции. - Пенза, 2017. - С. 223-225.

НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ОТДЕЛКИ В ПРОЕКТИРОВАНИИ СОВРЕМЕННЫХ ИЗДЕЛИЙ ИЗ МЕХА

Колташова Л.Ю., доцент,
Картузова Е.Д., магистрант,
Алибекова М.И., канд. техн. наук, доцент,
ФГБОУ ВО Российский государственный университет им. А.Н.Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство), г. Москва

В современном производстве одежды внедрение инноваций в технологиях отделки мехового полуфабриката не только придает привлекательность изделию, но и способствует снижению удельного веса меха. Развивается модное направление в декорировании изделий из меха – формирование полотна из разноцветных лоскутков меха и кожи. Модели одежды, выполненные в этом стиле, сравнивают с произведениями искусства, они почти как полотна живописцев, или Византийские мозаики.

Основными технологическими приемами отделки меха в последние два десятилетия признаны окрашивание волосяного покрова, тонировка, лазерная обработка, тиснение. Технологической операцией крашения подчеркивают или ослабляют естественный окрас меха. Специалистами меховой компании «Saga Furs» [1] предложен ряд современных инновационных технологий отделки волосяного покрова в сочетании с приемами удлинения пушно-мехового полуфабриката: «каракатица», «закрученная лисица», «вафельная» техника, «волокнуистая линия» и т.д. Технология «каракатица» - новый способ обработки меха, позволяющий изменить ширину меховых пластин варьированием размеров кожаных вставок, благодаря чему получают разнообразные ритмические и композиционные решения готовых изделий (рис.1). При комбинировании материалов кожаные расшивочные полосы можно заменить на вставки из текстиля, например, из драпа.



Рис.1. Примеры технологического приема «каракатица»:
а – на меховом воротнике; б – на деталях пальто, в – в аксессуаре

Для закрепления формоустойчивости швов используют низкотемпературную клеевую тесьму. Результатом воплощения определенного художественного замысла и разнообразия проектных решений является сочетание в одном изделии разных по фактуре материалов [2]. Меха комбинируют с денимом, рустикальными тканями или с материалами хай-тек, стразами, блестящей кожей, популярны сочетания меха с твидом и шифоном, парчой, бисером, трикотажем ручной и машинной вязки. Подобные модели есть в коллекциях высокой моды, они выглядят красочно, женственно и привлекательно [3].

Анализ последних тенденций меховой моды показал, что трендом стали красочность и яркость моделей. В одном меховом изделии художники сочетают целую палитру красок или плавные переходы от одного цвета в другой (рис.2). Для окрашивания меха, как правило, используют несколько способов: намазной, окуночный, комбинированный, способ золочения [4]. Технология намазного метода предполагает нанесение краски при помощи щетки или пучка перьев, на этапе окончательной отделки излишки красителя промываются, а волосяной покров меха сушится и расчесывается. Метод используется для окрашивания шкурок бобров, соболей, куниц, норок и других видов, окрас волосяного покрова которых неоднороден [5]. При этом светлый волосяной покров шкурки приобретает темный, более дорогой оттенок, а мездра остается неокрашенной, шкурки выглядят естественно и натурально. Намазной способ окрашивания использует английский дизайнер Алтынай Осмоева (рис. 2а), получая невероятные акварельные эффекты. Намазной способ окрашивания малопродуктивен и постепенно вытесняется более производительными методами, например, окуночным. При окуночном способе крашения меховую шкурку погружают в раствор с краской при температуре не выше 50 градусов и выдерживают до приобретения волосяным покровом нужного оттенка (рис. 2б). Затем шкурка промывается, сушится, мех расчесывается. Комбинированный метод окрашивания применяют для шкурок, имеющих зональную природную окраску. В этом случае сочетают окуночное крашение, аэрографию, трафареты, в сочетании с намазным.



Рис.2. Иллюстрация в моделях одежды популярных способов крашения меха: а – намазной способ (модель мехового пальто дизайн Алтынай Осмоева); б - окуночный способ окрашивания

Используя различные приемы окраски меховых пластин можно добиться имитации практически любого ценного меха, такого, как лисий, енотовый, тигриный, и другие.

В последнее время популяризируется новый способ отделки – металлизация золочением или серебрением [6]. Технологией металлизации достигают интересные, уникальные эффекты, увеличивают интенсивность блеска [7]. На первом этапе обесцвечивают только ость или подпушь шкурки. При последующем золочении или серебрении усиливается колористика, волосяной покров незначительно утяжеляется, визуальнo удлинняется, что придает ему особую пушистость. Металлизацией отделяют волосяной покров шкурок лисиц, норок, песцов, соболей.

Окрашивание меха, имеет ряд отрицательных свойств: краска влияет на структуру волоса и уменьшает срок службы изделия [8]. Поэтому дизайнерские решения меховых изделий изобретательны. Для достижения фактурности в современных моделях используют инновационные приемы, например, вязанных мех. Первые вязаные изделия появились в конце 70х г. в дизайнерских показах канадской художницы Полы Лишман. Долгое время, до 1998 г., технология держалась в секрете. Первые вязаные комплекты появились в коллекциях Пако Рабана. Новинку подхватили Дом Dior, **Fendi**. Коллекция **Blugirl** 2010 года уже полностью состояла из уникальных изделий вязаного меха с использованием вытянутых петель. Технология вязания предлагалась в ассортиментных группах: кардиганах, пальто, головных уборах, а также в аксессуарах (шарфах, сумках) [9]. Вязаный мех — это не только модно, но и функционально. Вязаные изделия легкие, пушистые, за ними легко ухаживать, их можно стирать. Кроме того, для дизайнеров такая технология просто находка, которая дает большой диапазон для раскрытия творческого потенциала. Вязаное меховое полотно получается из меховых полосок шириной от 3-5 мм. Полосы нарезаются либо по спирали, либо отдельными полосками, которые соединяются между собой обметочным швом [10]. Чтобы полоски получились ровные и эластичные их натягивают на фанеру и сбрызгивают водой. Далее производят выравнивание с помощью сверла и дрели. Меховое вязание можно выполнять различными способами: вязанием на спицах, вязанием по сетке, вязанием крючком, в любом случае получается уникальное теплое изделие. Преимуществами мехового вязания является еще и многовариативность применения: вязание ажуром, жаккардом, сеткой, разнообразными рисунками (рис. 3), в том числе с соединением различным других техник мехового полуфабриката [11]. Экологичность, теплостойкость, уникальный дизайн вязаных меховых изделий объясняют их повышенный спрос на изготовленные на его основе изделия.



Рис.3. Вязаный мех: а – фрагмент плетения; б – модели из коллекций Christian Dior и Gavaggiони

Совершенствование технологических процессов и инновационных технологий обработки мехового полуфабриката – необходимый процесс для развития моды и дизайна, поскольку высокая конкуренция на рынке меховых изделий требует от производителей разработки высокохудожественных, экологичных и удобных изделий из меха высокого качества.

Список литературы

1. SAGAFURS. Меховой портал. URL: <https://www.sagafurs.com/ru/> (дата обращения 08.05.2019)
2. Гусева М.А., Андреева Е.Г. Композиция пространственной формы меховой одежды // Научный журнал КубГАУ. – 2016, №119. - С.31-43.
3. РОКУРКАЛУХ. Меховой портал. URL: https://www.pokupkalux.ru/article/sposoby_pokraski_meha.html (дата обращения 08.05.2019)
4. Гусева М.А., Андреева Е.Г., Колташова Л.Ю. Графическая проработка фактуры меховой поверхности // В Сборнике Научные исследования и разработки в области дизайна и технологий : материалы Всероссийской науч.-практ. конф. - Кострома : Изд-во КГУ, 2019. С. 115-117.
5. Гусева М.А., Новиков М.В., Андреева Е.Г., Белгородский В.С., Петросова И.А., Балакирев Н.А. Базовые цифровые шкалы эстетических и геометрических свойств меха/ Свидетельство о регистрации базы данных № 2019620409 RU от 01.03.2019.
6. Гусева М.А., Симонова А.С., Андреева Е.Г. Металлизация волосяного покрова как способ изменения визуальных характеристик меха // В Сборнике научных статей содержит результаты международной научно-технической конференции «Инновационные технологии в текстильной и легкой промышленности» (21 -22 ноября 2018 г.). Витебск. ВГТУ, 2018. С. 202-205.
7. Новиков М.В., Гусева М.А., Андреева Е.Г. Шкала оценки степени блеска волосяного покрова разных видов пушно-меховых шкур// Дизайн и технологии. - 2018, № 67 (109). - С.35-43.
8. Гусева М.А., Андреева Е.Г., Новиков М.В. Шкала оценки носкости разных видов пушно-меховых шкур// В сб. мат. Междунар. науч.-практ.

конф. «Качество и безопасность товаров: от производства до потребления». – М.: РУК, 2019.- С.163-168.

9. Кошкалда О.А., Колташова Л.Ю., Алибекова М.И. Поиск собственного стиля и графическое решение модного образа в «Fashion illustration» // В сборнике: «Всероссийской научной студенческой конференции «Инновационное развитие легкой и текстильной промышленности (Интекс-2018)», ФГБОУ ВО РГУ им. А.Н.Косыгина, Часть 2, стр.66-69.

10. Бутко Т.В., Гусева М.А., Андреева Е.Г. Изучение способов фактурной отделки меховых изделий. Учебное пособие. - М.: ФГБОУ ВО РГУ им. А.Н. Косыгина, 2018. 119 с.

11. Стаценко А.Е., Колташова Л.Ю., Алибекова М.И. Мех как композиционный центр в современном решении образа. В сборнике: «Всероссийской научной студенческой конференции «Инновационное развитие легкой и текстильной промышленности (Интекс-2018)», ФГБОУ ВО РГУ им. А.Н.Косыгина, Часть 2, стр.107-109.

12. Сулла М.В., Колташова Л.Ю., Гусева М.А., Алибекова М.И. Поиск новых дизайнерских решений нарядного платья из меха. // В сборнике VII Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов и молодых ученых «Культурные тренды современной России: от национальных истоков к культурным инновациям». ФГБОУ ВО Белгородский государственный институт искусств и культуры, 25 апреля 2019 г.

ПРЕДПРОЕКТНЫЙ АНАЛИЗ РАЗРАБОТКИ ОДЕЖДЫ В ДЕЛОВОМ СТИЛЕ

Нагаева А. А. студент

Сапугольцева М.А., кандидат педагогических наук

Сапугольцев В.Ю., кандидат педагогических наук

Оренбургский государственный университет

В настоящее время большинство потребителей модной индустрии считают, что деловой стиль в одежде является скучным и скрывает индивидуальность в рамках строгой классики. В настоящее время демократичность деловой моды позволяет выглядеть солидно, элегантно и при этом не однообразно. Множество знаменитых дизайнеров мира оставляют несколько мест, в своей коллекции, чтобы создать образ сильной, элегантной, деловой женщины современности. Они стремятся подчеркнуть не только женскую красоту, но и ее активную жизненную позицию, и стремление к успеху.

Одежда в деловом стиле предназначена для работающих женщин. Это женщины, занимающиеся бизнесом, учителя и преподаватели, офисные работники, сотрудники банков и государственные служащие. Данный стиль считается идеальной одеждой, которая подходит абсолютно всем, такая одежда преобразует внешний вид обладательницы, она актуальна для женщин разного возраста и комплекции и подходит даже беременным.

Деловой костюм – это своеобразная визитная карточка, средство самопрезентации и позиционирования себя в качестве серьезной личности, специалиста высокого класса, профессионала. Данная одежда демонстрирует окружающим уровень воспитания, вкус, статус женщины в обществе, этот стиль для тех, кто хочет добиться хороших результатов в бизнесе и сделать блестящую карьеру, потому, что человек одетый безупречно, аккуратно, стильно и хорошо вызывает доверие и располагает к общению. Женщины, которые выбирают данный стиль, производят впечатление уверенных, дисциплинированных и успешных людей, которые стремятся к совершенству.

Как один из разновидностей стилей одежды, деловой стиль отличается строгостью, сдержанностью и консерватизмом в выборе современных материалов, цветовой гаммы, силуэтного решения и аксессуаров и предназначен для хозяйственно-экономической жизни общества. Деловой стиль близок к консервативному стилю (например, стиль английской королевы Елизаветы II), который имел практическую неизменность с начала XX века.

Внутри делового стиля можно выделить три основных вида делового женского костюма:

1) *строго деловой стиль* – данный стиль в одежде представляет собой одно из направлений моды, которое предназначается для деловой сферы жизнедеятельности и используется для ежедневного рабочего процесса. Он приветствует строгость, сдержанность и индивидуальность, которая не

противоречит дресс-коду. Одежда данного стиля предназначена для офиса, на каждый день для деловой и целеустремленной женщины.

Это комплект «жакет – юбка» или «жакет – брюки» темных тонов, дополненный белой блузой или рубашкой. Данный стиль не приемлет ярких аксессуаров, цветных акцентов или вариаций на тему интересной обуви. Обувь должна быть с закрытым носком и каблуком не выше среднего, чаще всего это классические туфли-лодочки.

Строгий стиль одежды призывает всех сотрудников к рабочему процессу. Этот стиль для важных конференций, переговоров или деловых встреч с партнерами на высоком уровне. Такая одежда выглядит довольно элегантно, утонченно и может подчеркнуть хороший вкус ее владельца.

Может показаться, что данный стиль консервативен и теряется на фоне других ярких и модных тенденций, но на самом деле он интересный и многогранный, отличается элегантностью. Он подразумевает определенный статус и говорит о профессиональной бизнес-среде. Такая одежда обязывает к определенному поведению – это сдержанность, учтивость, отсутствие намека на вольность. Каждый ансамбль зависит от конкретного случая и подбирается с учетом требований, предъявляемых к дресс-коду.

2) *повседневный деловой стиль* – предполагает «разбавление» строгой классики более светлыми оттенками тканей, менее строгим кроем и возможностью использовать аксессуары. Данный стиль в наши дни позволяет выбирать брюки и платья различной длины. Единственное требование, юбка не должна быть короче 25 см от бедра. Брюки могут быть классические прямые, полуприлегающего силуэта, укороченные, подвернутые и даже бриджи. Цветовая гамма не ограничена. Это может быть темно- или светло-синий, бежевый, белый, персиковый, светло-розовый, коричневый и другие оттенки пастельной гаммы.

3) *условно-деловой стиль (стиль пятницы)* - его прямое предназначение – посещение торжественных мероприятий, неформальных встреч с коллегами и прочее. Несмотря на свободную обстановку главной задачей такой одежды является сделать внешний образ ее обладателя элегантным и стильным. Здесь присутствуют некоторые вольности. Допускаются любые цвета и фактуры. Женщины могут надеть блузу без жакета, больше украшений, платье с цветными вставками, яркие брюки и жилеты, укороченные джинсы, цветные блузы и рубашки без рукавов, а также сделать яркий макияж.

Деловому стилю присущи такие черты, как простота, строгость, прямой силуэт, эргономичность. Значительную роль играет цвет художественно-конструктивного изделия, как фактора эмоционально-эстетического воздействия, в частности по интенсивности эмоционального восприятия. Как, один из важнейших компонентов среды обитания человека, цвет не только способствует выявлению формы изделия, но и эмоционально воздействует на человека, требуя от одежды предельной гармонии формы и цвета [3].

Каждый цвет – больше, чем цвет, он несет в себе много информации, вызывает разные ассоциации и чувства. Известный психиатр В. М. Бехтерев

утверждал: «Умело подобранная гамма цветов способна благотворнее воздействовать на нервную систему, чем иные микстуры». Доминирующими цветами в деловой одежде являются черный, темно-коричневый, синий, темно-зеленый, бежевый, белый, серый, карамель. Яркие цвета в этом стиле не приветствуются. Допускаются рисунки в клетку, полоску, «гусиную» лапку.

Строгость проявляется в крое, тканях и декоре. Эти вещи предназначены для работы, поэтому они не должны отвлекать ни самого их владельца, ни окружающих. Первое впечатление о человеке будет сформировано, исходя из его внешнего вида и лучше, если оно будет положительное, тогда и переговоры не зайдут в тупик. Достижения заданной цели во многом зависят от внешнего вида, а строгость и уверенность – это именно те черты, которые нужны для ведения бизнеса, финансовых дел и прочее.

Большое место в дизайн-проектировании необходимой объемно-пространственной формы проектируемой модели отводится текстильному материалу. Приоритетно из ведущих художественно-эстетических требований к одежде – это умение понять свойства современных материалов и правильно использовать их эстетические возможности. При проектировании делового костюма подбираются материалы, отвечающие направлению моды, художественному образу, цвету, силуэту и форме изделия по пластике, фактуре и колориту. Материалы должны соответствовать полу, возрасту и характеру человека [3].

Ткани для изготовления деловой одежды используются дорогие, преимущественно натуральные и предпочтительно однотонные. К ним относятся шерсть, шелк, лен и хлопок. Натуральные ткани обладают воздухопроницаемостью, позволяя телу дышать, а это очень важно для хорошего самочувствия и высокой работоспособности. Учитывая тот факт, что в этой одежде люди проводят много времени, она не должна сильно сминаться и менять свой оттенок под воздействием пота. Меньше загрязняются шерстяные ткани с гладкой поверхностью. Ткани из шерсти, хлопка и льна обладают хорошими теплозащитными свойствами. Костюмный хлопок, шёлк и лен обладает легкостью и гигроскопичностью. В известной мере высокая гигроскопичность шерстяных тканей, составляющая около 16-19%, в отличие от других текстильных материалов, значительно медленно поглощает и отдает влагу, оставаясь на ощупь сухой. Шерстяные волокна имеют очень низкую теплопроводность, т.е. через шерстяную преграду к телу не проходят ни мороз, ни жар. Льняные и шёлковые ткани гигиеничные, прочные, мягкие на ощупь, с хорошими влаго- и воздухопроницаемыми свойствами. Хлопок тоже имеет хорошую воздухопроницаемость. Наилучшая паропроницаемость у одежды из хлопчатобумажных и льняных тканей. Обеспечивая защиту организма от вредных воздействий внешней среды шерстяная ткань создаёт нормальные условия жизнедеятельности при взаимодействии с климатической средой.

Работа в серьёзной компании влияет на деловой костюм современной бизнес-леди своей определенной соподчинённостью и строгим требованиям.

Костюм прежде всего подчёркивает её профессиональные качества, сдержанность и компетентность.

Деловой костюм для работающей женщины – это главный предмет ее гардероба. Появляться на рабочем месте в одном и том же, два раза подряд, считается не этично. Поэтому одеваясь в деловом стиле нужно иметь разнообразный гардероб. Он может состоять из жакета и юбки, жакета и брюк, блузы, рубашки пастельных, неброских тонов, преимущественно белого цвета, юбка-карандаш и платье-футляр, а также колготки черного или телесного цвета.

Классическая юбка – прямая, длиной до линии середины колена. Длина варьируется до середины голени или чуть выше колена, но не более чем на ширины ладони.

Брюки в деловом стиле должны быть прямыми. Дополнить деловой костюм бизнес – леди можно укороченной моделью узких брюк с небольшими разрезами в боковых швах. Брюки не должны сильно облегать фигуру и быть чересчур заууженными к низу, не допустима заниженная линия талии.

Жакет или пиджак полуприлегающего силуэта и должен подчеркивать достоинства фигуры, акцентируя на линии талии и не быть слишком коротким [1].

Одеваемая под жакет блуза должна быть исключительно из плотной ткани и без эффекта прозрачности. Цвет чаще всего белый. Плечи в блузах, рубашках и платьях всегда закрытые, открывать эту часть тела для делового стиля считается уделом плохого тона.

Допускается минимум аксессуаров в деловом стиле. В качестве дополнения к костюму – кожаная сумка, небольшого размера, в ней, как и во всем костюме, должна прослеживаться строгость и элегантность. Пояса и шарфы могут дополнить общий образ.

Украшения допускаются, они должны быть изготовлены из драгоценных металлов и камней, таких как золото, серебро, жемчуг и прочее. Отдается предпочтение тонкой цепочке с кулоном, серьгам небольших размеров.

Обувь классическая на невысоком каблуке без декора. Открытая обувь запрещена.

Даже в жаркую погоду деловая дама должна быть в колготках. Следует отдать предпочтение тонким колготкам телесного цвета.

Прическа естественная, без химий и укладок. Отдается предпочтение укороченным стрижкам или собранные в хвост длинные волосы.

Макияж легкий, не броский, без ярких цветов, отличающийся аккуратностью и нейтральностью. Рекомендуется использовать только сдержанные цвета и пастельные оттенки. Офисный макияж с грамотно подобранной палитрой поможет произвести впечатление на коллег и клиентов. Мейк-ап должен подчеркивать наиболее выигрышные черты лица и успешно скрывать недостатки внешности. Глаза должны быть четко, но ненавязчиво подчеркнуты. Для этого выбираем тени спокойных натуральных тонов: молочные, бежевые, светло-коричневые, персиковые.

Правильно одеваться в деловом стиле весьма непросто. На первый взгляд строгие рамки и правила не дают места проявлению фантазии, но это не так.

Сегодня женский деловой стиль одежды претерпевает незначительные преобразования. Внося в этот стиль свои коррективы и новшества, нужно это делать осторожно чтобы, не нарушить основные принципы элегантности и изысканности. Вместо жакета можно надеть тонкий трикотажный кардиган, а под него легкую водолазку или топ. Современные жакеты подразумевают отсутствие ношения блузы, как подобного вида одежды. Фасоны юбок могут быть различными, главное, чтобы их длина не превышала середины колена. Платье делового стиля можно преподнести в виде платья-футляра, сарафана из плотной ткани и надетой под него блузы. Что касается аксессуаров, то допускается надеть небольшие и лаконичные украшения, маленькую брошку, скромный кулон или кольцо. Цветовая гамма позволяет сделать небольшие допущения и вольности. В офисную моду врывается молочный оттенок, светло-серый, бледно-розовый и нежно-голубой, разумеется в умеренных количествах и в сочетании с более консервативными цветами. Многие компании вводят в обиход так называемый «пятничный стиль», допускающий в последний день недели носить джинсы и свободные блузы или футболки [4].

Стиль одежды разработанной коллекции, представленной на рисунке 1, можно применить в организациях со свободным дресс-кодом и для «неформальных» пятниц, в повседневной жизни – для походов в кино или по магазинам, а также для прогулок.

Коллекция в условно - деловом стиле выглядит эффектно и привлекает внимание за счет смелого и модного дизайна. Весь облик в таком костюме производит неординарное, модное и креативное впечатление.

Эта коллекция поможет произвести благоприятное впечатление на делового партнера, руководителя или подчиненных, подчеркнет профессионализм и личностные качества: пунктуальность, организованность, опрятность.





Рисунок 1 – Коллекционный ряд деловой одежды

Модный потребитель не просто выбирает одежду, но и определяет стиль своего поведения. Одежда начинает влиять на него. Смена одежды приводит к изменению манеры поведения, самоотношения, и наоборот. Очень важно чувствовать себя комфортно и при этом выглядеть модно и стильно, не выходя за рамки дресс-кода. Одежда является тем продуктом потребления, который представляет наибольший эффект демонстрации, указывающий прежде всего на характер деятельности владельца. В современном мире люди расходуют денежные средства на одежду не для того, чтобы защитить себя от природных воздействий, а для респектабельного внешнего вида. Демонстративное потребление свойственно всем слоям общества. Внешний вид человека, одетого в соответствии со своим статусом, говорит не только о его положении в обществе, но и об воспитании, уме, уровне культуры.

В связи с этим деловой стиль в одежде женщины необходим, чтобы наилучшим образом соответствовать бизнес – среде и занимаемой должности. Деловой костюм будет востребован до тех пор, пока обществу необходима демонстрация определенного социального статуса.

Список использованных источников

1. Корпоративные бизнес- тренинги. Режим доступа: <https://www.training-partner.ru/staty/page/5#1>
2. Бузов, Б.А. Материаловедение в производстве изделий легкой промышленности (швейное производство): учебник для студ. вузов / под ред. Б.А. Бузова. - 2-е изд., стер. - М.: Издательский центр “Академия”, 2004. -448с.
3. Комплектование материалов в пакет швейного изделия. Режим доступа: https://knowledge.allbest.ru/manufacture/2c0a65625b3bc68b5d43b88421306d36_1.html
4. Деловой стиль одежды. Режим доступа: <https://subscribe.ru/archive/economics.obuchenie/201407/22123024.html/#1>

ФИРМЕННАЯ АЙДЕНТИКА ВУЗОВ

**Путинцева Т.А., кандидат искусствоведения, доцент
Оренбургский государственный университет, г. Оренбург**

Для любого современного высшего учебного заведения важны признание и одобрение общества. Результатом коммерциализации вузов сегодня становится проблема конкуренции на уровне фирменного стиля, бренда, имиджа. Однако степень разработанности вопросов создания фирменной айдентики образовательных учреждений, в том числе вузов, в современных научных исследованиях совершенно недостаточна.

Вместе с тем, изучение фирменных стилей отечественных вузов на современном этапе показали во многих случаях недостаточно высокий уровень дизайна. Например, отсутствие единства стиля элементов айдентики, устаревший стиль, частично разработанный стиль или отсутствие актуальных на сегодняшний день элементов, таких как персонаж и др.

Сказанное выше сформировало необходимость дополнения и совершенствования айдентики Оренбургского государственного университета и его подразделений. Рассмотрим этот вопрос на примере проектных предложений, разработанных на кафедре дизайна ОГУ студентами гр. 17Д(ба)ГД под руководством Т.А. Путинцевой.

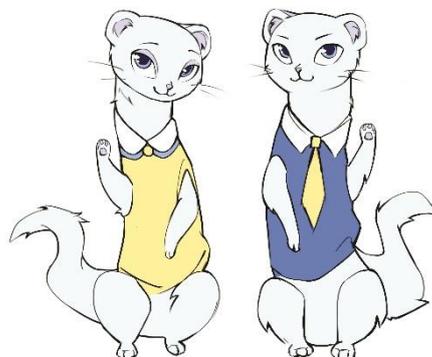
Оренбургский государственный университет является брендовым вузом Оренбургской области и одним из крупнейших вузов Евразии. Фирменный знак ОГУ стал брендом. «Знак представляет собой изображение стилизованного «мыслящего человека» (шрифтовой элемент), который возвышается над ступенями знаний (изобразительный элемент). Изобразительный элемент олицетворяет ступени развития, стремление к возвышению знаний, мысли и духа» (рисунок 1) [3]. Основные константы айдентики, представленные в брендбуке ОГУ, а именно - фирменный знак, фирменная цветовая гамма, фирменный шрифт – были приняты в проектах как исходные.

Визуальный стиль бренда, созданного по культурно-экологическим принципам, его композиционные характеристики, смысловое и графическое решение должны представлять собой своеобразную знаковую систему, основанную на характерных особенностях данной территории - «семантический код» [2; 1].

Исходя из этого, в качестве художественного образа персонажа ОГУ было применено изображение ласки. Ласка – характерный представитель фауны Оренбуржья, обладает привлекательной внешностью и позитивным нравом; относится к тому же семейству, что и куница, изображённая на гербе Оренбургской области. Следовательно, смысловая концепция здесь направлена на узнаваемость характеристик как самого университета, так и его территориального расположения. Такие качества как гибкость ума, смекалка, любознательность ласки характеризуют образ студенчества ОГУ.

Графическая концепция в данном проекте представляет собой сочетание

плавных линий и четкой геометрии, что выражено в исходном логотипе ОГУ. Далее в айдентике геометричность проявляется в паттернах, а пластичность – в графике персонажа. Персонаж выполнен с применением фирменной цветовой гаммы ОГУ (рисунок 1).



*Рисунок 1 – Фирменный знак ОГУ [3];
персонаж ОГУ (автор Пюра А.Ю., руководитель Путинцева Т.А.).*

Институт социально-гуманитарных инноваций и массмедиа (ИСГИМ) – вновь сформированное в 2019 году подразделение ОГУ, состоящее из кафедр творческой и гуманитарной направленности.

Разработанный фирменный знак ИСГИМ раскрывает образ подразделения как единую целостную многофункциональную систему, взаимодействующую с информацией с точки зрения творческого подхода и креативного мышления. В центре логотипа четко выявляется бант (галстук-бабочка), символизирующий оригинальность, артистичность (рисунок 2).



Рисунок 2 – Смыслообразование фирменного знака ИСГИМ ОГУ (автор Шишова П.С., руководитель Путинцева Т.А.).

Данные качества подчёркиваются с помощью фирменной цветовой гаммы и фирменных графических элементов (паттерна) (рисунок 3).

Синий и белый цвета взяты из брендбука ОГУ как исходные. Дополнительные оттенки голубого цвета символизируют информацию, легкость. Оранжевый - цвет энергии, коммуникабельности, дружелюбия, оптимизма и творчества.



Рисунок 3 – Фирменный паттерн ИСГИМ ОГУ (автор Шишова П.С., руководитель Путинцева Т.А.).

Далее представлены альтернативные проектные предложения элементов айдентики ИСГИМ.

В качестве основы начертания логотипа ИСГИМ могут быть приняты знак бесконечности и образ распространения волн информации. Бесконечность проявляется в звуке, инновациях, информации, творчестве, идеях. Волны символизируют распространение, резонанс, поток идей. Цветовая гамма представлена в виде сочетания голубого и синего цветов. Голубой цвет передаёт невесомость, пластичность информации в пространстве, её быстрое распространение. Синий цвет (фирменный цвет ОГУ) – отражает глубину и значимость знаний, идей. Вспомогательным элементом является черта, разделяющая изобразительную и шрифтовую части композиции логотипа. Используемый шрифт Agial – фирменный шрифт ОГУ (рисунок 4).

Одной из творческих площадок ОГУ и ИСГИМ является Медиациентр. Основой композиции логотипа Медиациентра является литера «М», выполненная в «свободном» пластичном начертании. «М» символизирует волны, передачу звука, обмен информацией, что характеризует профиль деятельности Медиациентра. Радиальный градиент изобразительной части логотипа состоит из голубого и фиолетового цветов (рисунок 4).

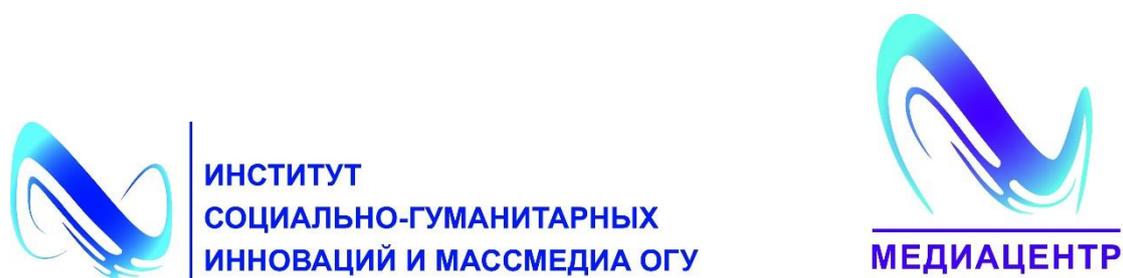


Рисунок 4 – Фирменный знак ИСГИМ ОГУ и Медиациентра (автор Рыбина К.А., руководитель Путинцева Т.А.).

В другом альтернативном варианте фирменный знак ИСГИМ представляет собой композицию из кругов с ритмично уменьшающимся

диаметром (согласно «золотой пропорции»), которые постепенно закручиваются по траектории спирали. Круг, подобно атому, символизирует частицу информационного поля, является носителем информации. Спираль, в свою очередь, является символом развития, движения к просветлению, мудрости. Стрелка в виде курсора, заключенная в круге с наибольшим диаметром, представляет образ медиакоммуникаций, что отражает направленность данного подразделения (рисунок 5).

В логотипах кафедр ИСГИМ сохраняется основное начертание данного фирменного знака, но изменяется цвет наибольшего круга. Каждая кафедра имеет свой цвет.



Рисунок 5 – Фирменный знак ИСГИМ ОГУ (автор Радаева А.А., руководитель Путинцева Т.А.).

Таким образом, профессионально разработанная фирменная айдентика необходима в современном образовательном пространстве, так как способна выполнять ведущую роль в создании и совершенствовании положительного имиджа вуза.

Список литературы

1. Мазурина, Т.А. Дизайн отечественного товарного знака: символика и стилистика: автореферат дисс. кандидата искусствоведения / Т.А. Мазурина. – М.: ООО «Компания Спутник+», 2008. - 26 с.
2. Путинцева, Т.А. Культурно-экологический подход в брендинге / Т.А. Путинцева // Проектная культура и качество жизни: международный политематический журнал научных публикаций, 2017. - № 9. - С. 4-11.
3. <http://www.osu.ru/doc/1478>

ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ ИНСТИТУТА СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫХ ИННОВАЦИЙ И МАССМЕДИА ОГУ

Путинцева Т.А., кандидат искусствоведения, доцент
Шишова П.С.

Оренбургский государственный университет, г. Оренбург

Институт социально-гуманитарных инноваций и массмедиа (ИСГИМ) – вновь сформированное в 2019 году подразделение Оренбургского государственного университета, состоящее из кафедр творческой и гуманитарной направленности. Для любого современного высшего учебного заведения важны привлекательный имидж и признание общества, во многом формируемые посредством профессионально разработанной корпоративной айдентики, чем обусловлена актуальность разработки фирменного стиля данного образовательного подразделения.

Представленный в статье проект фирменного стиля ИСГИМ ОГУ выполнен П.С. Шишовой (студенткой гр. 17Д(ба)ГД) под руководством Т.А. Путинцевой (доцента кафедры дизайна ОГУ, к. иск.).

Оренбургский государственный университет является брендовым вузом Оренбургской области и одним из крупнейших вузов Евразии. Фирменный знак вуза давно стал брендом. Поэтому основные константы айдентики, представленные в брендбуке ОГУ, а именно - фирменный знак, фирменная цветовая гамма и фирменный шрифт ОГУ – были приняты как исходные для фирменного стиля ИСГИМ [3].

Важнейший идентификатор бренда – товарный знак [2]. Главной функцией товарного (фирменного) знака является обозначение профиля деятельности предприятия [1]. Исходя из этого, пристальное внимание в данном проекте уделено дизайну фирменного знака ИСГИМ.

Фирменный знак ИСГИМ раскрывает образ подразделения как единую целостную многофункциональную систему, взаимодействующую с информацией с точки зрения творческого подхода и креативного мышления. В центре логотипа четко выявляется бант (галстук-бабочка), символизирующий оригинальность, артистичность (рисунок 1).



Рисунок 1 – Смыслообразование фирменного знака ИСГИМ ОГУ, основное начертание знака.

Модульная сетка знака представляет собой точную систему, схему. Система включает в себя четыре модуля — m_1 , m_2 , m_3 и m_4 , закономерно повторяющиеся. Изобразительная часть знака симметрична (рисунок 2).



Рисунок 2 – Модульная сетка фирменного знака ИСГИМ ОГУ.

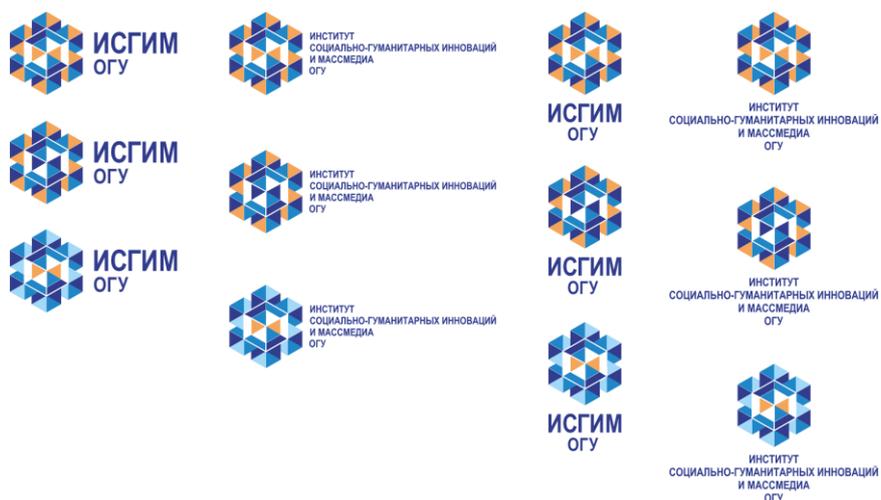
Основной вариант начертания фирменного знака должен располагаться только на белом фоне. Иные варианты начертания могут быть ахроматическими или размещаться на цветных фонах в рамках фирменной цветовой гаммы (рисунок 3).



Рисунок 3 – Варианты начертаний фирменного знака ИСГИМ ОГУ, размещение на фонах.

Нами разработаны двенадцать необходимых вариантов композиции фирменного знака ИСГИМ. Применение того или иного варианта зависит от формата носителя стиля, от условий использования. Минимально читаемые габаритные размеры изобразительного элемента каждого варианта логотипа – 19x19 мм (рисунок 4).

Во всех графических элементах, макетах и носителях фирменного стиля использована единая цветовая гамма, каждый ее оттенок несет в себе особую смысловую нагрузку. Синий и белый цвета взяты из брендбука ОГУ как исходные. Дополнительные оттенки голубого цвета символизируют информацию, легкость. Оранжевый - цвет энергии, коммуникабельности, дружелюбия, оптимизма и творчества. Одним из главных графических



элементов стиля является паттерн (рисунок 5).

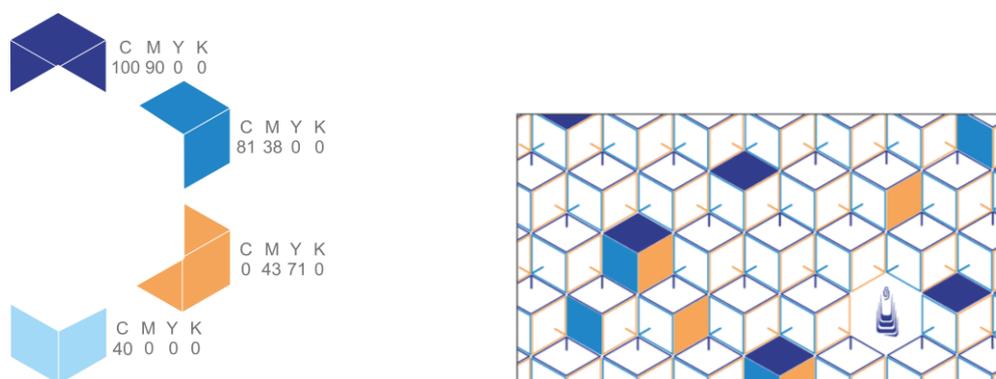


Рисунок 4 – Варианты композиции фирменного знака ИСГИМ ОГУ.

Рисунок 5 – Фирменная цветовая гамма и паттерн ИСГИМ ОГУ.

Основной гарнитурой фирменного стиля Оренбургского государственного университета является «Arial» в регулярном начертании [3]. В стиле ИСГИМ данный шрифт становится дополнительным.

Основной фирменный шрифт ИСГИМ – «Arial Narrow» в регулярном, жирном и курсивном начертании; используется во всех элементах стиля, в том числе в логотипе. Шрифт отличается лаконичностью, оптимально сочетается с графическими элементами.

В качестве носителей фирменного стиля ИСГИМ ОГУ разработаны визитки, награды (почетная грамота, сертификат, диплом, благодарственное письмо); рекламно-информационные материалы (таблички для мероприятий, бейдж, рекламный буклет ИСГИМ и шаблон буклета кафедр, стиль презентации, страница группы «ВКонтакте»); сувенирная продукция (фирменная майка, галстук-бабочка, резинка для волос); атрибутика для Всероссийской научно-практической конференции ИСГИМ (логотип с вариантами начертаний и размещением на фонах, бейдж, фирменная папка, информационные таблички).

Бейдж - персональный элемент фирменного стиля, представляет собой пластиковый футляр на шнурке с карабином. Внутри таблички помещается



индивидуальный лист с информацией. В бейдже используется паттерн и логотип ИСГИМ. Бейдж двусторонний (рисунок 6).

Рисунок 6 – Бейдж ИСГИМ ОГУ.

Графическая часть наград, буклетов и презентации включает логотип ИСГИМ и ОГУ и элементы паттерна. Используются начертания шрифтов Agial и Arial Narrow (рисунки 7-8). Габаритные размеры буклета - А4.

Группа ИСГИМ «ВКонтакте» создана для освещения событий и учебной деятельности. Главное место занимает фирменный знак института. Отдельные посты, записи и заметки в группе могут сопровождаться прикрепленными изображениями паттерна или отдельных его элементов (рисунок 8).



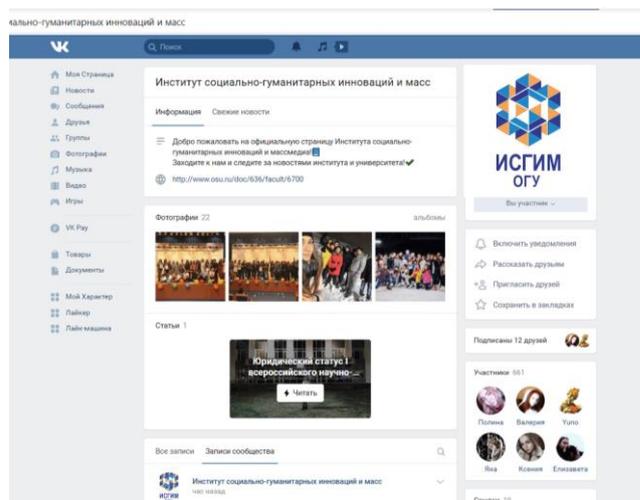


Рисунок 7 – Рекламный буклет ИСГИМ ОГУ.

Рисунок 8 – Диплом и страница «ВКонтакте» ИСГИМ ОГУ.

Фирменная майка относится к сувенирной продукции ИСГИМ. На нее наносятся графические элементы, паттерн и фирменный знак. Майки используются на различных мероприятиях, спортивных соревнованиях, поддерживая командный дух участников - студентов и преподавателей. Также майки могут применяться в качестве сувенира-подарка для победителей конкурсов, олимпиад, гостей ИСГИМ и др. Изображения наносятся с обеих сторон майки, используются синий и белый фоны (рисунок 9).



Рисунок 9 – Фирменная майка ИСГИМ ОГУ.

Галстук-бабочка и резинка для украшения волос явились одними из самых оригинальных элементов сувенирной продукции и всего фирменного стиля. Они не только дополняют образ и внешний вид студентов и преподавателей, но и выявляют индивидуальность каждого их владельца на различных мероприятиях и в будни. Эти аксессуары могут быть использованы и в качестве подарков (рисунок 10).

Галстук-бабочка - яркий акцент в гардеробе. На ткань нанесен фирменный паттерн, поэтому к такому аксессуару лучше всего подойдет белая, серая или синяя однотонная рубашка (блузка) из фирменной цветовой гаммы.

Резинка для волос тоже служит отличным украшением. На сувенир нанесена графическая часть фирменного знака и паттерн. С помощью этого маленького аксессуара можно сделать красивую прическу и подчеркнуть свой имидж.

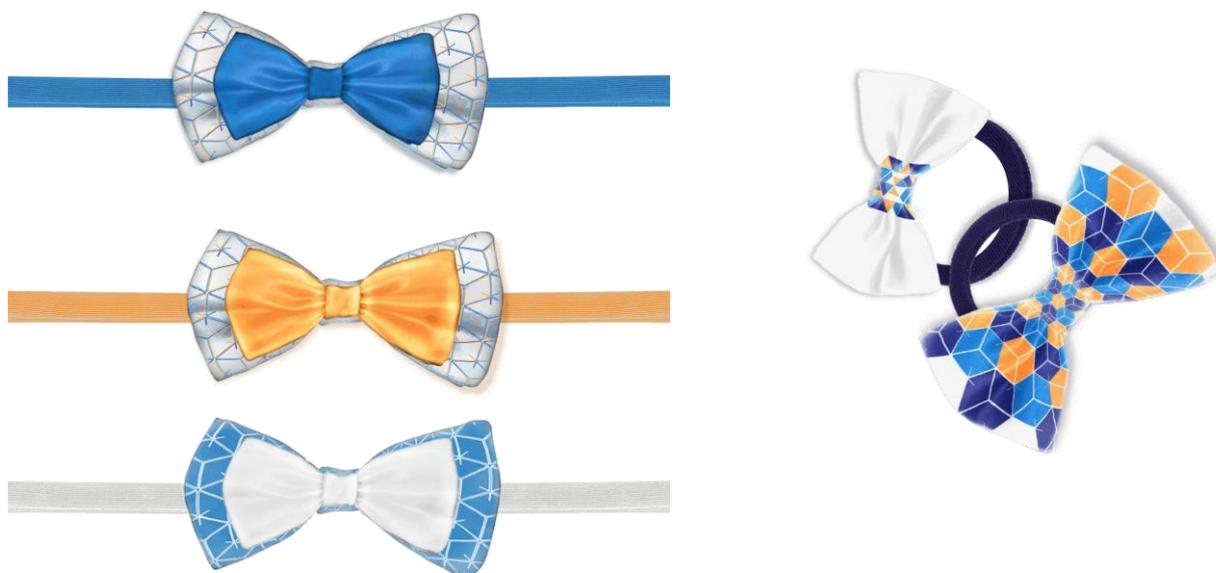


Рисунок 10 – Галстук-бабочка и резинка для украшения волос.

Всероссийская научно-практическая конференция «Социально-гуманитарные инновации: стратегии фундаментальных и прикладных научных исследований» проводится впервые, является одним из первых крупнейших мероприятий ИСГИМ. В связи с этим разработана атрибутика данного мероприятия явилась важной ступенью в формировании положительного имиджа Института.

Атрибутика конференции разработана в соответствии с фирменным стилем ИСГИМ и ОГУ, включает соответствующие фирменные цветовую гамму, шрифт, стиль графики (рисунки 11-13).

Смысловая концепция логотипа конференции подчеркивает образ множества и комбинаторики, творческого характера информации, участников. Выбор того или иного композиционного варианта логотипа зависит от формата

носителя. Варианты начертания на цветных фонах добавляют цветовую насыщенность фирменных элементов. Оранжевый и синий - контрастные цвета, в сочетании символизируют многогранность информации.

Фирменная шрифтовая гарнитура - Arial Narrow во всех начертаниях. Чёткий удобочитаемый шрифт отлично подходит как для документов, так и для других носителей фирменного стиля.



Рисунок 11 – Логотип Всероссийской научно-практической конференции ИСГИМ, варианты композиции.



Рисунок 12 – Фирменная цветовая гамма Всероссийской научно-практической конференции ИСГИМ, варианты размещения логотипа на фонах.

Бейдж конференции - двусторонний. Макет выполнен в фирменном стиле с использованием графических элементов и логотипа конференции.

Фирменная папка включает фирменный знак ИСГИМ и логотип



конференции, форма её построена согласно модульной сетке логотипа.

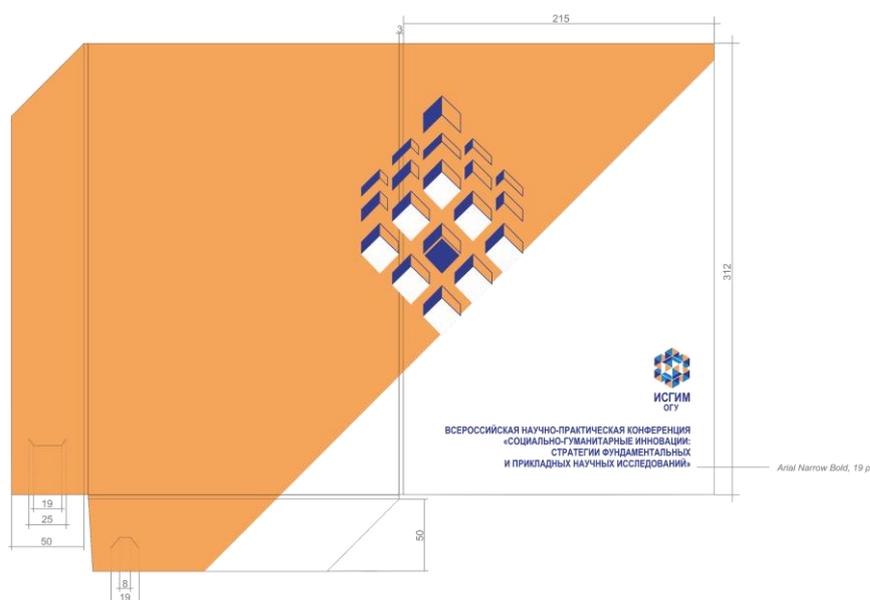


Рисунок 13 – Бейдж и фирменная папка конференции ИСГИМ.

Таким образом, разработанный нами фирменный стиль позиционирует положительный имидж Института социально-гуманитарных инноваций и массмедиа Оренбургского государственного университета, способен успешно представлять данное образовательное подразделение в информационном визуально-коммуникативном пространстве. Проект принят к внедрению.

Список литературы

1. Мазурина, Т.А. Дизайн отечественного товарного знака: символика и стилистика: автореферат дисс. кандидата искусствоведения / Т.А.

Мазурина. – М.: ООО «Компания Спутник+», 2008. - 26 с.

2. Мазурина, Т. А. Товарный знак как индентификатор бренда / Мазурина Т. А. // Вестник Оренбургского государственного университета, 2014. - № 5 (166). - С. 63-67.

3. http://www.osu.ru/docs/official/brandbook_osu.pdf

СТРАТЕГИЯ КАК ПРОЦЕСС ВЫВОДА ИЗДАТЕЛЬСКОГО ПРОДУКТА НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК

Сапугольцев В.Ю., к.п.н.

Сапугольцева М.А., к.п.н.

Оренбургский государственный университет, г. Оренбург

В России деятельность по разработке стратегии вывода на потребительский рынок издательского продукта представляет собой одно из наиболее перспективных направлений. Проблематика исследуемого явления связана с недостаточной законодательной и информационной базами, неразвитыми профессиональными коммуникациями, отсутствием опыта работы в издательской деятельности.

Современные реалии организации и ведения бизнес-издательства требуют внедрения принципиально новых способов вывода на рынок новых издательских продуктов, изменения взглядов на сущность и содержание стратегии вывода на рынок продукта издания для обеспечения эффективной деятельности издательства в целом.

Издательская деятельность является специфическим видом ведения бизнеса. Целью большинства коммерческих организаций является получение как можно большей прибыли, для достижения которой необходим правильный выбор стратегии.

Качественное стратегическое планирование и управление издательскими процессами во многом предопределяет успешность коммерческой и издательской деятельности в целом. Основой конкурентоспособности предприятия и выпускаемых им на рынок издательских продуктов служит умение своевременно и эффективно планировать и проводить обновления ассортиментного портфеля издательства. Издательства, производящие издательские продукты для потребительского рынка в течении продолжительного периода времени не будут успешными и востребованными без осуществления комплексных мероприятий по развитию и улучшению качества издаваемых товаров. Это характеризуется, во-первых, необходимостью отслеживания и корректировки по возможности каждого отдельного издательского продукта с наличием жизненного цикла, во-вторых потребителей товаров с постоянно меняющимися потребностями. Причиной изменения рыночной активности и издательской политики предприятия могут послужить различные факторы внешней среды.

Основанием создания нового издательства служит целевая функция, которая начинается с постановки общей концепции издательской деятельности.

Управленческий персонал определяет концептуальную направленность издательства, которая реализуется через стратегическую направленность.

Стратегия - это упорядоченная во времени система приоритетных направлений деятельности, форм, методов, средств, правил, приемов использования ресурсного, научно-технического и производственно-сбытового

потенциала предприятия с целью экономически эффективного решения поставленных задач и поддержания конкурентного преимущества[3].

Редкий случай есть следование одной стратегии издательской политики. Издательские приоритеты меняются в процессе изменчивости общей конъюнктуры потребительского рынка. Совокупность различных подходов, которые зависят от таких факторов как культурно-творческих, социально-экономических, государственно-правовых, индивидуально-личностных, а также от целевого назначения и от аудиторного потребителя издательского продукта - это есть сложившаяся издательская практика.

Четыре основных типа стратегических направленностей, согласно классификации, представленной на рисунке 1, реализуют в издательстве.



Рисунок 1 - Основные типы стратегических направленностей

1 Стратегии концентрированного роста:

- стратегия усиления позиций на рынке;
- стратегия развития рынка;
- стратегия развития продукта.

В категорию стратегии концентрированного роста соотносят стратегические направленности, которые связаны с изменением издательского продукта или потребительского рынка. Не меняя профиль издательство совершенствует свою продукцию или начинает процесс производства нового,

при этом ведется поиск возможностей улучшения своего положения на существующем рынке, либо же перехода на новый потребительский рынок.

Типы этой стратегии или стратегические направленности:

- *стратегическая направленность позиционирования на потребительском рынке* или стратегия усиления позиций на рынке. Стратегическая направленность требует реализации больших маркетинговых исследований с целью усиления издательством наилучших положений на рынке с издательским продуктом.

- *стратегическая направленность расширения потребительского рынка* или стратегия развития рынка. Заключается в расширении и поиске других потребительских рынков для уже производимого издательского продукта.

- *стратегическая направленность производства нового издательского продукта* или стратегия развития продукта. Заключается в получении экономической прибыли за счет изготовления нового издательского продукта, который будет реализовываться как на новых потребительских рынках, так и на уже освоенном издательством рынке.

2 Стратегии интегрированного роста:

- стратегия обратной вертикальной интеграции;
- стратегия вперед идущей вертикальной интеграции;
- стратегия горизонтальной интеграции.

Данные стратегии связаны с формированием новых структурных подразделений в издательстве. Реализация данных стратегий осуществляется путем расширения изнутри или за счет приобретения собственности, при этом будет реорганизация издательства внутри издательского профиля.

- *стратегическая направленность вперед идущей интегративной вертикали* или стратегия вперед идущей вертикальной интеграции. Состоит в получении экономической прибыли издательства за счет приобретения имущества или систематизации распределения и продажи путем усиления контроля над структурными подразделениями, находящимися между издательством и потребителем издательской продукции.

- *стратегическая направленность интегративной горизонтали* или стратегия горизонтальной интеграции. Стратегическая направленность заключается в приобретении активов других издательств или объединение с ними.

- *стратегическая направленность обратной интегративной вертикали* или стратегия обратной вертикальной интеграции. Приобретение или усиление контроля над поставщиками направлено на получение экономической прибыли издательства. Издательство создает дочерние структурные подразделения, реализующие поставки снабжение, либо же приобретает компании, уже осуществляющие снабжение.

3 Стратегии диверсификационного роста:

- стратегия централизованной диверсификации;
- стратегия горизонтальной диверсификации;
- стратегия конгломератной диверсификации.

Стратегии диверсификационного роста – это стратегические действия направленные и реализуемые на эффективное развитие издательства на рынке потребления с издательским продуктом в рамках данной отрасли. Данные стратегии могут позволить себе достаточно крупные издательства и требуют больших инвестиционных вложений[3].

- *стратегическая направленность централизованной диверсификации* или стратегия централизованной диверсификации. Существующая производственно-хозяйственная деятельность опирается на поиск и использование дополнительных ресурсов производства новых издательских продуктов.

Новое издательское производство возникает исходя из тех возможностей, которые заключены в освоенном потребительском рынке и используемой технологии, наиболее сильных сторонах функционирования издательства при этом существующее производство остаётся в центре экономической деятельности.

- *стратегическая направленность горизонтальной диверсификации* или стратегия горизонтальной диверсификации.

Получение экономической прибыли издательства предполагает поиск возможностей за счёт производства новой издательской продукции, требующей новой технологии, отличной от используемой на уже существующем рынке. Важным условием является предварительная оценка издательства собственной компетентности в производстве новой продукции.

- *стратегическая направленность конгломератной диверсификации* или стратегия конгломератной диверсификации. Расширение издательства за счёт производства новых, технологически не связанных с уже производимыми продуктами издательской деятельности, которые реализуются на новых потребительских рынках. Успешная реализация зависит от большого числа различных факторов, в частности от компетентности персонала и в особенности специалистов управления, сезонности в жизни рынка, наличия необходимых сумм финансовых средств, так как это одна из самых сложных для осуществления стратегий развития издательства.

4 Стратегии целенаправленного сокращения:

- стратегия ликвидации;
- стратегия "сбора урожая";
- стратегия сокращения;
- стратегия сокращения расходов.

Реализация стратегических направленностей обусловлена необходимостью повышения эффективности, когда наблюдаются спады и кардинальные изменения в экономической сфере.

- *стратегическая направленность целенаправленной ликвидации* или стратегия ликвидации. Издательство не может осуществлять дальнейшую бизнес - политику, в этом случае применяют стратегическую направленность сокращения.

- *стратегическая направленность целенаправленного «сбора урожая»* или стратегия "сбора урожая". Максимальное получение краткосрочных доходов предполагает отказ от долгосрочного взгляда на бизнес - политику издательства.

- *стратегическая направленность целенаправленного сокращения* или стратегия сокращения. Осуществление долгосрочного изменение границ бизнес – деятельности подразумевает закрытие издательства или продажи одного из своих структурных подразделений.

- *стратегическая направленность целенаправленного уменьшения расходов* или стратегия сокращения расходов. Ориентирована на снижение производственных затрат и устранение небольших источников материальных затрат, сокращением найма и даже увольнением персонала издательства.

Успешно развивающиеся компании применяют первые три стратегические направленности. Когда издательство нуждается в перестановке производственных сил после динамического роста или в связи с необходимостью повышения экономической эффективности, когда наблюдаются спады и кардинальные изменения в экономике, используется четвертая группа стратегических направленностей.

Для обеспечения запланированного роста и экономической прибыли каждое издательство всегда изыскивает возможности создания совершенных условий для эффективного развития в период расширения потребительского рынка.

Практически невозможно в настоящее время динамично развиваться за счет увеличения доли издательской продукции в определенном профиле, так как созданию монополий активно противостоит высоко конкурентный издательский рынок. Обеспечить запланированное увеличение доходов и прибыли издательства можно стабилизируя или увеличивая долю издательской продукции на потребительском рынке.

В связи с этим успешные издательства сходятся во мнениях о концептуальном поиске новых стратегических направленностей, ставя перед собой важные вопросы: как правильно выбрать стратегию развития издательства, какие существующие методики *и инструментарий можно применить в пересмотре стратегий* и как их можно применять в издательской деятельности.

Список используемых источников

1. Лукин В.Б. Экономика издательского дела [Электронный ресурс]: конспект лекций / В.Б. Лукин, Н.А. Панова, Н.С. Зюков; под общ. ред. В.Б. Лукина; Моск. гос. ун-т печати им. Ивана Федорова. — М.: МГУП им. Ивана

Федорова, 2014. — с ил. Режим доступа:
<http://znanium.com/catalog.php?item=booksearch&code=%D0%B3%D1%80%D0%B5%D1%87%D0%B8%D1%85%D0%B8%D0%BD+%D0%B0.%D0%B0.+%D0%BE%D0%B1%D1%89%D0%B0%D1%8F+%D0%B1%D0%B8%D0%B1%D0%BB%D0%B8%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D1%8F&page=5#none>

2. Эриашвили, Н.Д. Книгоиздание. Менеджмент. Маркетинг [Текст]: учеб. пособие для вузов / Н. Д. Эриашвили. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 350 с.: табл. – Библиогр.: с. 346-347. – ISBN 978-5-238-01619-1

3. Изучение различных стратегий в целом и в частности, применяемых в издательском деле. Режим доступа: <http://diplomba.ru/work/80521>

КОНЦЕПТУАЛЬНОЕ ОСМЫСЛЕНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ТЕНДЕНЦИЙ В ДИЗАЙНЕ ОДЕЖДЫ

Тарасова О.П., кандидат педагогических наук, доцент

Жбанова А.Д., студент

Оренбургский государственный университет, г. Оренбург

Концептуальное осмысление в структуре дизайн-деятельности направлено на поиск решений, определяющих последующий облик проектируемых изделий и требует синтеза взглядов, мыслей, чувств, ожиданий человека, для которого эти изделия предназначены. В настоящее время особую актуальность приобрела проблема создания комфортной визуальной среды в городском пространстве, где большое количество агрессивных и гомогенных сред, визуальных шумов создают и повышают уровень напряжения человека. Поэтому создание изделий, комфортных для человека и способствующих сохранению его здоровья в условиях социальной среды является значимым. К группе таких изделий относится и одежда, с одной стороны изолирующая человека от средового воздействия и с другой - способствующая самовыражению и раскрытию его внутреннего мира.

При разработке проекта современной одежды осмыслению подвергаются портрет, физиологические и психические особенности, различные аспекты жизнедеятельности будущего потребителя. Среди них: тенденции моды; особенности зрительного восприятия человека; назначение и особенности эксплуатации проектируемой одежды; предпочтения целевой аудитории в выборе пакета используемых материалов и конструктивно-технологического решения одежды и пр. Рассмотрим некоторые из представленных положений.

Известно, что в сознании человека существует предопределенное природой зрительное восприятие. Посредством неконтролируемых реакций на различные раздражители регулируется человеческое самочувствие. Например, в генофонде каждого человека содержится информация, согласно которой природная цветовая гамма вызывает удовлетворение и душевное спокойствие. Приятная для человеческого глаза цветовая гамма является положительным гештальтом. Примерами «хороших» гештальтов также являются формы живой природы (например, цветочные мотивы), а также симметричные рисунки из геометрических фигур, расположенных близко друг к другу (клетка) [1, 2]. Эти гештальты являются составляющими комфортной визуальной среды, успокаивающей мозговую деятельность человека, потому что в ней взаимодействие человека со средой определяется принципом наименьшего принуждения. В ней все процессы организма работают без насилия, без чрезмерного воздействия со стороны внешних и внутренних факторов [3].

Однако потребности человека вовсе не ограничиваются ощущением комфорта. Еще одной проблемой является возможность самовыражения личности собственной жизненной и культурной позиции, что особенно важно для молодых людей. Удовлетворение потребности в культурно-эстетической

коммуникации личности и общества также возможно через одежду. Создание такой одежды является еще одной важной задачей специалистов в области дизайна костюма.

Комфортное самочувствие и удовлетворенность человека собой может достигаться посредством широкого ассортимента предложений эмоционально-выразительной и комфортной одежды, гармонизирующей отношения потребителя с внешней действительностью. Поэтому актуальность разработки новых коллекций одежды объясняется необходимостью разнообразить имеющиеся предложения гармоничной, удобной, красивой одеждой. К наиболее отвечающей обозначенным выше требованиям и востребованной в настоящее время как молодыми людьми, так и взрослыми женщинами, на наш взгляд, относится одежда в стиле «Прованс». Причину такого предпочтения мы видим в высокой концентрации «хороших» гешталтов в основе идентифицирующих элементов стиля. Представим его характерные черты [4].

1) Простота и лаконичность, которые проявляются во всем – спокойной мягкой цветовой гамме, сдержанных линиях членения моделей, простоте способов отделки.

2) Цветовая гамма выдержана в пастельных тонах и включает оттенки цветущего луга: зеленый, голубой, розовый, лавандовый с обязательным присутствием белых или светло-кремовых. В качестве базового сочетания могут выступать сливочный, голубой, оливковый. Для контраста используется бледно-серый, темно-коричневый, фуксия или французский синий.

3) Текстильные материалы в стиле «Прованс» выполнены в основном из натуральных волокон, таких как хлопок, лен, шерсть. Из искусственных используется вискоза. Выбор тканей из натуральных волокон особенно актуален в связи с возросшей склонностью детей и молодежи к аллергическим реакциям, в том числе на ткани и материалы, изготовленные из химического способа. Виды используемых текстильных материалов - ситец, крепдешин, шифон, тонкая джинса, легкие трикотажные и кружевные полотна.

4) Ощущение домашнего уюта создают многослойность комплектов одежды, а также обилие воланов и рюш в отделке.

5) Силуэт изделий – прямой. Ткань должна свободно струиться вдоль тела, мягко обволакивать его и слегка размывать очертания их обладателя.

6) В качестве рисунков на тканях распространены растительный орнамент из переплетенных ветвей и полевых цветов, а также мелкий горошек и классическая клетка.

7) В ассортиментном ряду выступают следующие элементы костюма: топы, блузы, сорочки, кофты, брюки, юбки, сарафаны, комбинезоны, платья, трикотажные жилеты, свитеры, пончо, береты.

8) Оптимальная длина изделий - «миди» или «макси».

Востребованность одежды в исследуемом стиле обуславливает частое обращение к нему практикующих дизайнеров. Для изучения вариантов дизайна в стиле «Прованс» был проведен анализ коллекций некоторых из них. Уитни Позгай, основатель бренда «Whit», в коллекции сезона «Осень-зима 2019/2020»

делает акцент на женственности [5]. Чистые формы А-образного силуэта создают женственный и современный образ изделиям. В модели, представленной на рисунке 1 (б), дизайнер использует геометрическую текстуру клетки, выбирая при этом спокойные базовые цвета. Объемная, обтекаемая форма рукавов блузы подчеркивает изящность фигуры, обеспечивает необходимый уровень комфорта в пододежном пространстве в статике и достаточную амплитуду движений в динамике. Объем создается складками на юбке комбинезона и сборками на рукавах. Многослойность создается за счет нескольких элементов костюма: активного комбинезона и базовой блузы. Акцентом комплекта становится принт на комбинезоне. Данный комплект является открытой системой, так как допускает возможность включения и (или) замены его элементов вещами другого стиля.



а)



б)

Рисунок 1- а) комплект из коллекции бренда «Karen Walker», б) комплект из коллекции бренда «Whit» [6, 7].

В коллекции дизайнера Карена Уолкера сезона «Осень-зима 2019/2020», сочетается роскошь и простота, мужское и женское, мода и удобство. Блуза и брюки из комплекта (рисунок 1, а), обладают прямым силуэтом, характерным для стиля «Прованс». Легкая мягкая фактура верхней блузы гармонично сочетается с тонкой джинсовой тканью, позволяя девушке комфортно себя чувствовать в жаркий день. Нежная текстура в пастельно-голубую полоску выглядит целостно, создавая комфортную, спокойный визуальный фон. Максимальное развитие объема выражено в области туловища и рук. Элементы комплектации и аксессуары модели можно менять. Например, верхнюю блузу вполне можно было бы одеть на голое тело, а вместо лоферов обуть туфли.

Результатом представленного концептуального осмысления является новый угол зрения при поиске вариантов проектных решений. Наш авторский

взгляд на востребованную в текущем сезоне одежду в стиле «Прованс» представлен ниже. Девизом коллекции выбран афоризм Ральфа Уолдо Эмерсона «Земля смеется цветами», поскольку Прованс – это долина колоритных провинциальных деревень, бескрайних живописных полей, усыпанных душистыми цветами и бутонами.

Философия коллекции заключается в том, что каждый из этих бутонов – человек, которому в силу своего возраста и развития еще только предстоит раскрыться. Одежда для людей выступает механизмом, создающим благоприятный микроклимат и транслирующим особенности внутреннего мира ее обладателей, подобно тому, как благоприятные климатические условия способствуют цветению растений, радующих глаз человека и наполняющих окружающую среду душистым ароматом. Цветок, являясь неповторимым созданием, многообразен по структуре, цвету и размерам. Каждый по-своему, как и каждый из людей, оригинален.

Определение особенностей и потребностей целевой аудитории является значимым этапом на пути к успешной реализации дизайнерского проекта. Только точно зная своего потребителя, мы можем предложить для него интересный контент. Поскольку наша коллекция разрабатывается для молодых людей, нами были изучены молодежные тренды. В настоящее время особенно выделяются мягкие и удобные толстовки и джемперы прямого силуэта в стиле «оверсайз», которые комфортно сочетать с кроссовками. Маленьким, но важным акцентом в девичьем образе становится хлопковое кружево, ненавязчиво подчеркивающее женственность, которая сегодня становится снова актуальной. Юные девушки ощущают потребность в подчеркивании своей гендерной принадлежности.

Однако интерпретация понятия «женственность» несколько трансформировалось с течением времени. Теперь стало модно носить вещи «с чужого плеча», выгодно демонстрирующие изящность и хрупкость ее обладательницы. Актуально также стало носить вещи пограничного ассортимента, например, широкие брюки кюлоты, похожие на юбку. Такая одежда позволяет своей владелице оставаться женственной, и при этом быть мобильной и современной. Эскизы нескольких современных моделей одежды для молодых девушек в стиле «Прованс» представлены на рисунке 2.

Ассортимент коллекции представляет собой блузы, юбки и брюки из хлопчатобумажной и костюмной тканей, джемпер из плотного трикотажа, декорированный плиссированной тканью и хлопковым кружевом. В основу конструкции моделей одежды легло сочетание современных пропорций с традиционными элементами кроя, характерными для стиля «Прованс». Объемные формы джемперов и блуз создают свободу и комфорт. Активный образ жизни жительниц современных городов и мегаполисов становится предпосылкой к миграции длины изделий с «макси» до шиколотки (модели б, в на рисунке 2). Женственные формы подчеркивает силуэт топа – «трапеция», оголенные плечи и спина, при этом многослойные складки и нежная фактура батиста сохраняют благородность образа (модель а, рисунок 2). Воланы

длинных блуз словно опоясывают модели создавая ощущение уюта, а широкие кюлоты становятся альтернативой юбки для долгих и активных прогулок. Брюки длиной 7/8 имеют подвороты с цветочным мотивом, предоставляя владелице право выбора как их носить.



а)

б)

в)

Рисунок 2 – Модели коллекции молодежной одежды в стиле «Прованс» Жбановой Анастасии, студентки гр. 15 ДК. Руководитель Сапугольцев В.Ю., Яньшина М.М.

Колористическое решение коллекции сложилось на основе тканей, подходящих по фактуре, волокнистому составу и свойствам к применяемым в стиле «Прованс». Цветовая палитра текстильных материалов включает традиционные розовый, голубой, зеленый цвета. Их дополняют производные оттенки, актуальные в предстоящем сезоне - светлый и темный оливковый, небесный голубой, французский синий, теплый серый. Пакет материалов данных моделей включает нежно-васильковый хлопок и хлопок-компаньон с флористическим принтом. Несколько образцов используемых для создания коллекции молодежной одежды материалов представлены на рисунке 3.



Рисунок 3 – Образцы текстильных материалов

Таким образом, в статье рассмотрен общий подход к поиску дизайнерской идеи и способах ее реализации в материале с учетом современных тенденций, особенностей и пожеланий потенциального потребителя с целью обеспечения ему возможности самовыражения в костюме и эффективной жизнедеятельности.

Список литературы

1. Плохие и хорошие гештальты. [Электронный ресурс]: - Режим доступа - http://www.metaphor.ru/er/misc/cognitive_marketing_gestalt2.xml
2. Принципы гештальта в дизайне пользовательского интерфейса. [Электронный ресурс]: - Режим доступа <https://habr.com/ru/company/cloud4y/blog/347444/>
3. Филин, В.А. Видеоэкология. Что для глаз хорошо, а что – плохо. / В.А. Филин. - М.: МЦ «Видеоэкология». 2001 – 312 с.
4. Одежда в стиле французского прованса: романтика и женственность в каждой детали. [Электронный ресурс]: - Режим доступа - <https://ethnobofo.ru/etno/odezhda-v-stile-provans.html>
5. ABOUT KAREN WALKER. [Электронный ресурс]: - Режим доступа - <https://www.karenwalker.com/about-us>
6. READY-TO-WEAR, НЬЮ-ЙОРК. Karen Walker. Архив пресс-службы [Электронный ресурс]: - Режим доступа - https://www.vogue.ru/collection/autumn_winter2019/ready-to-wear/nyu-york/Karen_Walker/#gallery1/1298961
7. READY-TO-WEAR, НЬЮ-ЙОРК. Whit. Архив пресс-службы. [Электронный ресурс]: - Режим доступа - https://www.vogue.ru/collection/autumn_winter2019/ready-to-wear/nyu-york/whit/#gallery1/1299611

ВАРИАТИВНОСТЬ ГРАФИЧЕСКИХ КОМПЛЕКСОВ НАСТОЛЬНЫХ ИГР ДЛЯ ЛЮДЕЙ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ

Туйсина Д.М., канд. искусствоведения
Оренбургский государственный университет, г. Оренбург

Игра как предмет осмысленной непродуктивной деятельности направлена скорее на сам процесс, а не результат. Посредством игры происходит усвоение информации в непринужденной форме. Проведенный анализ специализированной литературы свидетельствует о существовании разных подходов к изучению феномена игры. Поэтому определение «игра» как проявление умственного развития и проявление определенных психических структур (Ж. Пиаже [1]) позволяет наиболее образно передать суть понятия в рамках данного исследования. Игровой процесс помогает воссоздавать мир и усваивать общественный опыт. В результате систематизации функционального назначения игры были выявлены основные функции игровой деятельности, описание которых приведены в таблице 1 [2].

Таблица 1 – Функции игровой деятельности

Функция	Описание
развлекательная	развлечь, доставить удовольствие, воодушевить, пробудить интерес
коммуникативная	освоение диалектики общения
самореализация в игре	реализация способностей и навыков в процессе игры
игротерапевтическая	преодоление различных трудностей, возникающих в других видах жизнедеятельности
диагностическая	выявление отклонений от нормативного поведения, самопознание в процессе игры
функция коррекции	внесение позитивных изменений в структуру личностных показателей
Социализация	включение в систему общественных отношений

Современный рынок настольных игр направлен не только на игровые моменты, но и для реабилитации. В свою очередь настольные игры воспринимаются как предмет не только игры и общения между собой всех участников действия. Независимо от уровня психофизического развития игроки охотно вступают в игру, что можно проследить на примере настольных игр для людей с нарушением опорно-двигательного аппарата. Настольная игра подобного рода не требует активного перемещения игроков, в отличие от спортивных игр по полю или площадке, что позволяет разместить все игровые элементы на столе. В подобной категории игр игротерапевтические и

коррекционные функции направлены на развитие манипуляции рук (моторика и координация) и визуального сопоставления цвета и формы предметов.

Данные исследования по игровым технологиям и функциям игры использовались для проекта «Комплекс реабилитационно-развивающих игровых технологий для людей с нарушением двигательных и когнитивных функций» (ГРАНТ) педагогическим составом кафедры дизайна Оренбургского государственного университета. В ходе работы над проектом была задача разработать структурно-организационную модель игрового комплекса с эргономическим обоснованием элементов и нормативно-методическим обеспечением для включения его в общий курс реабилитационно-восстановительных процедур, а также изготовление серии комплектов реабилитационно-развивающих игр и внедрение их в медицинские учреждения города Оренбурга и Оренбургской области для апробации. По результатам на кафедре дизайна Оренбургского государственного университета состав преподавателей в прошлом году получил патент № 267010 «Реабилитационно-развивающая настольная игра для людей с нарушением опорно-двигательного аппарата». Важным принципиальным отличием приведенной конструкции являются эргономические и технологические показатели разработанной конструкции.

В рамках выбранной темы ГРАНТА данная статья является продолжением работы [3], в которой были выявлены принципы графического комплекса проектирования игровых технологий. В статье «Графические комплексы в когнитивном развитии людей с ограниченными возможностями» (Туйсина Д.М.) рассматривается графическое оформление игровых элементов на примере настольных игр, направленных на восстановление двигательных и когнитивных функций человека. Стоит отметить, что на основе данных принципов была проведена дальнейшая работа по графическому оформлению игровых элементов при сотрудничестве врачей-логопедов города Оренбурга. Задача исследования является междисциплинарной и способствует работе разных специалистов. Взаимосвязь методов научного анализа с разных сфер изучения позволяет выявить основные проблемные вопросы для дальнейшей корректировки.

Обозначим эти принципы графического комплекса игровых элементов:

1 Принцип смысловой нагрузки зрительного сюжета (смысл и силуэт предметов).

2 Принцип цветового сочетания графических изображений (влияние цвета на психику и восприятие).

3 Принцип контраста фона и изобразительной части (ясность силуэтов предметов на фоне) [3].

Цель всех принципов – формирование гармоничного графического комплекса. Приведенные принципы имеют теоретическую базу, однако дизайн игровых элементов в ходе работы претерпел корректировку в практическом применении. В работе учитывалась важная составляющая данного комплекса - вариативность изобразительной части. База (форма и количество фишек)

остается неизменной, а сменные наклейки с разнообразными предметами и сюжетами дают возможность использовать различный уровень сложности при игровом процессе. Игровой подход позволяет развивать инициативу и воображение у игроков созданием мнимой ситуации, что позволяет играющему самостоятельно принимать решение. Тем самым комбинируя новую игровую реальность у игрока снижается уровень стресса с помощью игровых технологий. Если рассматривать игру как средство самотерапии, то наличие когнитивного нарушения (снижение памяти и умственной работоспособности) у игроков влияет на процесс взаимодействия с предметами окружающего мира: восприятие и обработка информации, ее анализ и запоминание, а также принятие решение к дальнейшим действиям. В свою очередь нарушение моторики учитывается при проектировании настольной игры для людей с нарушениями двигательной функции: эргономические показатели выступают на передний план.

В ходе проектирования настольной игры для людей с нарушением опорно-двигательного аппарата была разработана этапность процесса создания. В зависимости от поставленной цели проектируется конструктивная форма игровых элементов, рассматриваются варианты включения функционального назначения игровых и развивающих технологий. Таким образом, процесс проектирования включает следующие этапы:

- подготовительный (анализ возрастных особенностей адресата, выявление жанровых характеристик текста);
- концептуальный (поиск наиболее эффективного концептуального решения);
- проектный (процесс проектирования с учетом коррекционной направленности и функционального назначения);
- апробационный (апробация сигнального дизайн-макета по эргономическим показателям);
- результативный (оценка дизайн-макета в процессе непосредственного общения настольной игры с адресатом).

Дизайн игровых элементов подразумевает некоторую совокупность правил графического оформления, по которым формируется дизайн-объект:

1. Графическое оформление направлено на профилактику зрительного утомления и коррекции путем соблюдения наглядности. Средствами наглядности (тема для изображений) могут быть как реальные предметы, так и геометрические фигуры для игры на узнавание силуэта.

2. По композиционной структуре работы представляют собой решение первого уровня (один предмет на фоне – главный), более сложные уровни (наличие предметов первого и второго плана) решают другие коррекционные задачи (например, продолжительное рассмотрение картинки на профилактику близорукости). Вычленение важного в композиционной структуре осуществляется на знаковой системе. Смысловая нагрузка изображения диктуется функциональным назначением.

3. Силуэт изображения должен быть с четко выверенными контурами. Недопустима размытость и намеренное изменение пропорций силуэтов. Предмет должен быть понятен и не перегружен дополнительными элементами.

4. Цветовая гамма подбирается с учетом яркости и тональной насыщенности (чтобы на фоне изображение было видно). Цвет имеет психофизические характеристики, которые используются при цветотерапии.

5. Фон должен быть однотонный без зашумленности и ярким контрастом с изображением. Желательно, чтобы фон был белый (светлый) или представлять собой естественные условия.

Следовательно, учитывая все принципы проектирования и замечания после первой апробации игровых элементов, были разработаны вариации графического оформления настольной игры «Играем-восстанавливаем». Основная задача при работе была направлена на реализацию решения конкретной задачи, поставленной врачами-логопедами г. Оренбурга.

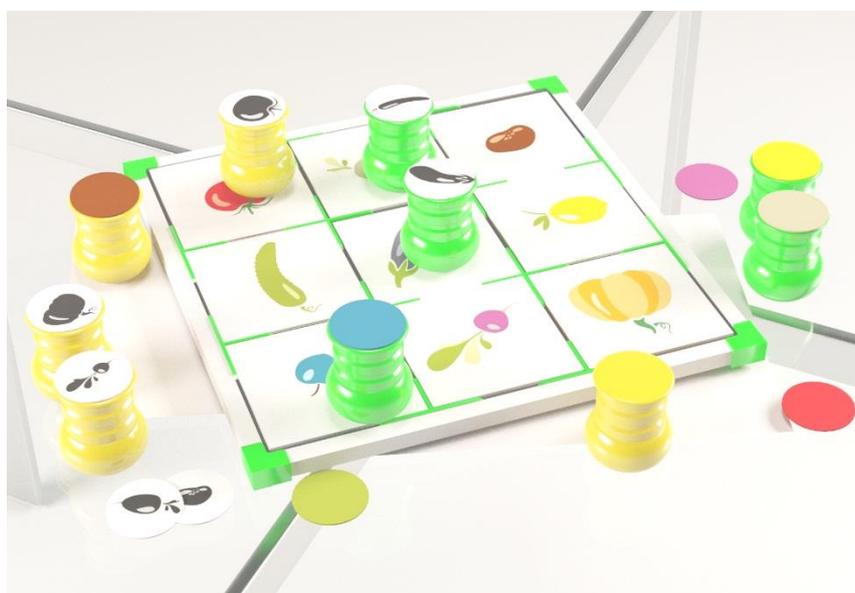
Первый пример игры рассчитан на соответствие формы и цвета (рисунок 1, графическое оформление выполнила Еленская Ксения). Тема для изображений – овощи и фрукты. Игровые элементы состоят из 9 сегментов поля с цветными изображением овощей и фруктов и двух набора фишек (по 9 штук): первый – с характерными для этих фруктов и овощей цветовыми плашками (фоновая заливка), второй – с теми же силуэтами изображений, но в монохромном исполнении.

Игротерапевтические и коррекционные функции, заложенные в дизайн-форме игровых элементов настольной игры, ориентированы на накопление игроком необходимой информации для приобретения умений и навыков; стимулирование моторики; активизацию способностей к поиску новых решений поставленных задач.

Вариативность данного графического оформления позволяет решать вопросы коррекции зрительного аппарата. Предложенные силуэты имеют четкие контуры и пропорциональные соотношения размеров предметов. Изображения контрастны по отношению к фону – на белом фоне представлены локальные цветные изображения. Плоскостное решение графического оформления позволило стилизовать силуэты овощей и фруктов до локальных пятен: цвет чистый, без тоновых растяжек, присутствует только блик для придания объема.



Рисунок 1 – Графическое оформление игры на соответствие формы и цвета. Выполнила Еленская Ксения, руководитель Туйсина Д.М. (кафедра дизайна Оренбургского государственного университета)



СООТВЕТВИЕ ФОРМЫ И ЦВЕТА

Зоны поражения, патология: поражение зрительной системы и оптическое восприятие; нарушение восприятия цвета; нарушение восприятия формы.
Задачи игры: соответствия цвета и формы.

Вариант 2: Цветные изображения предметов с одинаковыми цветовыми признаками.

Инструкция: логика, предельная точность, соответствие цвета и формы.

Вариант 2: Цветные изображения предметов в поиске с теми же признаками, что и на предыдущем этапе.

Инструкция: логика, предельная точность, соответствие цвета и формы.

Состав игры:

- 3 аккорда в упаковке
- 3 фишки-фигуры
- 3 фишки-фигуры
- 3 фишки-фигуры



Рисунок 2 – Макетная часть (поле с фишками) игры на соответствие формы и цвета и листовка с правилами игры. Выполнила Еленская Ксения, руководитель Туйсина Д.М. (кафедра дизайна Оренбургского государственного университета)

Наличие сменных фишек в макетной части (рисунок 2) дает возможность работать либо только с соответствием цвета и формы – нужно соотнести цвет круга с цветом изображения овощей и фруктов, либо соотносить цветные силуэты с монохромными (с черными силуэтами). Стоит отметить, что в процессе взаимодействия настольной игры происходит *совершенствование сенсорики и мелкой моторики* – зрение, слух, вкус, обоняние, осязание, способность манипулировать мелкими предметами, требующая скоординированной работы глаз и рук, активизируются за счет использования разнообразных форм, размеров, материалов [2].

Второй вариант настольной игры – шумовой эффект (рисунок 3-4, графическое оформление выполнила Трубицына Виктория) рассчитан на игроков, у которых есть нарушения зрительного аппарата. Игра включает в себя поле, состоящее из 9 квадратов, и два комплекта варианта фишек (по 9 штук). Тема для изображений – домашние предметы. Функциональное назначение данной игры диктует монохромное графическое исполнение. Задачи данной игры – это формирование зрительного гнозиса, экспрессивной функции речи. На игровом поле с белыми квадратами расположено силуэтное изображение в черной локальной заливке, а на фишках то же изображение, только в точечном «растрированном» варианте. Отработанный силуэт предметов после «растрирования» имеет шумовой эффект, что усложняет уровень сложности узнавания предмета.

В первом варианте круглых фишек точечный силуэт предмета выполнен полностью на фоне из более мелких точек, а во втором варианте предметы имеют только контурное изображение из точек большего размера, чем фоновая фактура. Точечное изображение предметов накладывает ограничения на повышение резкости при зрительном восприятии, тем самым создавая иллюзии восприятия. Этот вариант графического комплекса позволяет корректировать и развивать зрительные нервы.

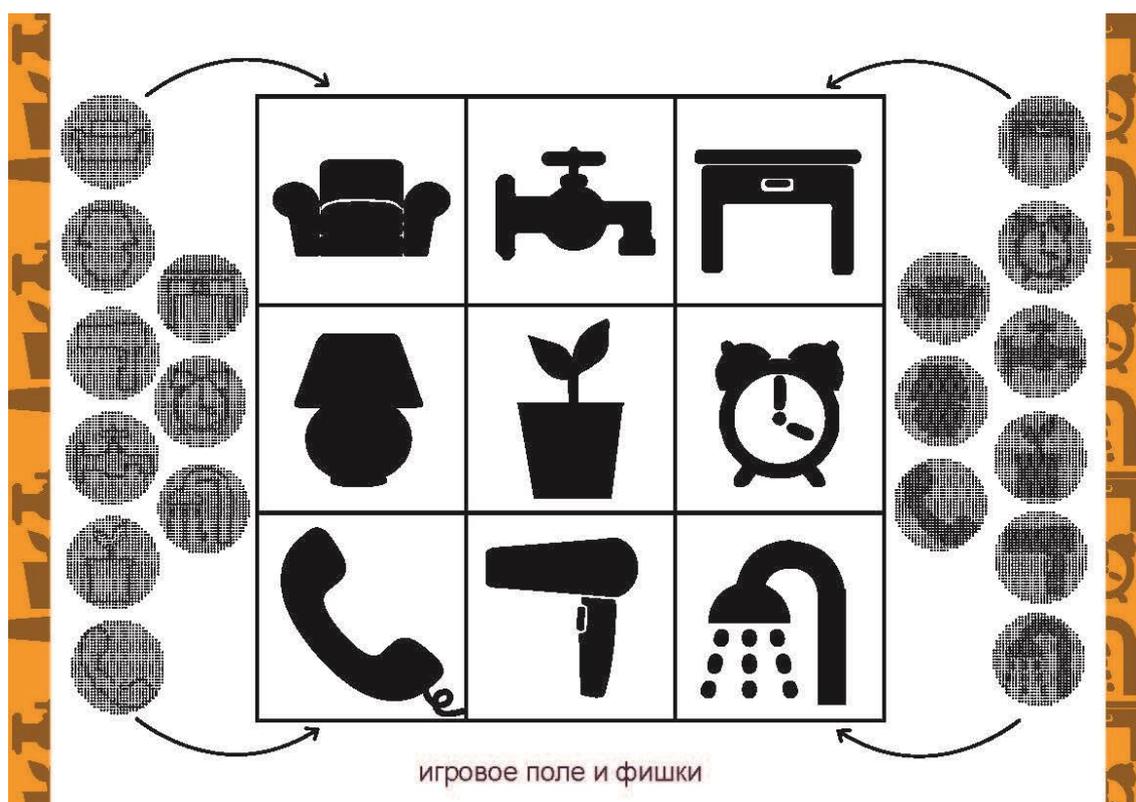


Рисунок 3 – Силуэтные изображения для настольной игры на шумовой эффект. Выполнила Трубицына Виктория, руководитель Туйсина Д.М. (кафедра дизайна Оренбургского государственного университета)

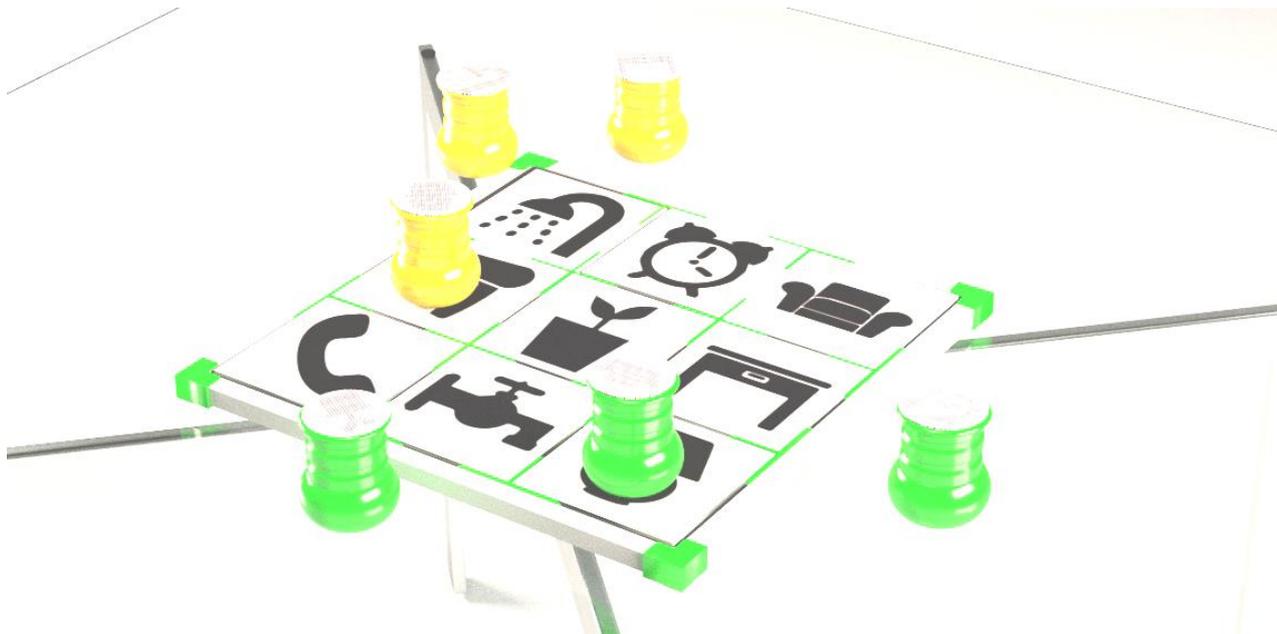


Рисунок 4 – Макетная часть (поле с фишками) на шумовой эффект. Выполнила Трубицына Виктория, руководитель Туйсина Д.М. (кафедра дизайна Оренбургского государственного университета)

На примере приведенных разработок прослеживается взаимосвязь функционального назначения графического комплекса и его возможность вариативного использования. Сменные графические элементы на фишках имеют проработанные силуэтные решения и цветовые схемы. Практическая значимость данной статьи представлена принципами проектирования игровых элементов для настольных игр для людей с нарушением опорно-двигательного аппарата и готовое графическое оформление.

Результаты исследования, внедрения и апробации в реабилитационных центрах медицинских учреждений Оренбурга и области будут иметь прикладное значение для руководителей, врачей и психологов лечебных и реабилитационных центров, занимающихся проблемой реабилитации людей с нарушением двигательной и когнитивной способностей. Апробация сигнального варианта настольной игры позволит выявить недостатки, которые можно будет доработать с последующих экземплярах.

Список литературы

1 Пиаже, Ж. Речь и мышление ребёнка / Пер. с фр. и англ.; Сост., ком., ред. перевода В. А. Лукова, Вл. А. Лукова. – М.: Педагогика-Пресс, 1999. – 528 с. (Психология: Классические труды).

2 Туйсина (Попова), Д.М. Детская книжка-игрушка как развивающая дизайн-форма: дисс. ... канд. искусствоведения: 17.00.06 / Д.М. Попова. – М.: ВНИИТЭ, 2013. – 192 с.

3 Туйсина Д.М. Графические комплексы в когнитивном развитии людей с ограниченными возможностями / Д.М. Туйсина / Университетский комплекс

как региональный центр образования, науки и культуры [Электронный ресурс]: материалы Всероссийской научно-методической конференции : Оренбург. гос. ун-т. – Оренбург : ОГУ, 2018, С. 450-456. Режим доступа: https://conference.osu.ru/assets/files/conf_info/conf14/s1.pdf (дата обращения 06.052019)

ГРАФИЧЕСКАЯ КОНЦЕНЦИЯ КОМПЛЕКТА НАСТОЛЬНЫХ ИГР «ВЫХОД ЕСТЬ» ДЛЯ ЛЮДЕЙ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ

Туйсина Д.М., канд. искусствоведения

Трубицына В.С., студент

Оренбургский государственный университет, г. Оренбург

Главная задача представленного проекта (комплект настольных игр) – это помощь людям в реабилитации и развитии опорно-двигательного аппарата: в комплексе присутствуют игры на развитие моторики, координации и пространственного мышления. В рамках статьи мы рассматриваем настольную игру не только как процесс общения, но и процесс реабилитации. С данной точки зрения настольная игра приобретает новые коррекционные и реабилитационные функции. При этом решение реабилитационных функций способствует как дизайн-форма игровых элементов, так и их комплекс графического оформления (рисунок 1).

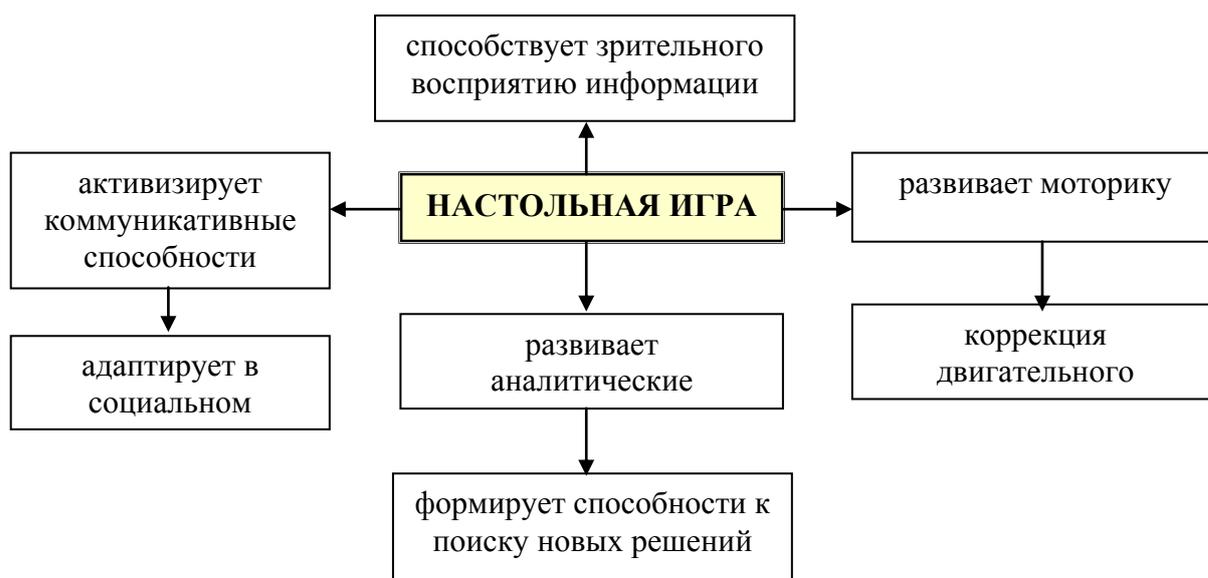


Рисунок 1 – Функции (коррекционные и реабилитационные) настольных игр, зависящие от дизайн-формы игровых элементов и графического оформления

Ориентируясь, что настольная игра (комплект из 3 игр) предназначена для людей с ограниченными возможностями и людей с нарушением памяти, целью проектирования была выбрана простота в образах и ясность игрового процесса. Поэтому игротерапевтические и коррекционные функции, которые включены в дизайн-форме игровых элементов комплекта настольных игр направлены на накопление игроками умений и навыков, а также стимулирование моторики [1]. Как результат – был выбран образ игр, который

связет все задачи воедино. Лабиринт. Лабиринт как обобщенный образ позволит игрокам максимально самостоятельно решать поставленные цели.

Название для комплекта игр нашлось почти сразу – «Выход есть». Эта фраза не только ассоциируется с поиском выхода из лабиринта, но и с выходом из тяжелых жизненных ситуаций, с которыми людям приходится сталкиваться в борьбе с недугами. Так как представленный проект предназначен для реабилитации, такое название подходит лучше всего.

Конструктивная часть игровых элементов обусловлена образом комплекта игр, поэтому основная проектная часть складывалась из логики ходов в лабиринте и подгонке форм общей конструкции. Графическая часть ориентирована на легкое и простое для восприятия оформление всех игровых элементов проекта. Основная идея графического решения проекта – эффект простоты, который подчеркивается сочетанием современных трендов графического дизайна – «FLAT design» («плоскостной дизайн») и объемные рисованные изображения [2].

Любой дизайн-проект начинается с эскизов. Для комплекта игр было принято решение создать персонаж. Разработка персонажа зависит во многом от целевой аудитории и функционального назначения игры. В ходе поисков техник для эскизов образа персонажа был нарисован путешественник (рисунок 2). Как и у любого странника у нашего персонажа имеется рюкзак со всем необходимым инвентарем. На шее у него висит бинокль, через который можно увидеть выход, а в кармане лупа, чтобы не запутаться в следах, оставленных на тропинках. Такой выбор персонажа характерен образу игры (лабиринт) и его названию («Выход есть»). Представленный персонаж символизирует поиск выхода, а как известно, путешественники всегда находят выход из любых, даже самых запутанных троп. Проводя аналогию игроки нашей игры, словно путешественники, ищут выход по тропам лабиринта.



Рисунок 2 – Персонаж игры «Выход есть», выполнила Трубицына Виктория, руководитель Туйсина Д.М. (кафедра дизайна Оренбургского государственного университета)

На первом этапе эскизирование выполнялось от руки, а после утверждения образа конкретного персонажа (силуэт, пропорции), эскиз был перенесен в электронный вариант. В программе Photoshop началась проработка более подробного изображения: черты лица, одежда, предметы, а также их цветовые решения. Главной задачей иллюстрирования была привлекательность персонажа, который заинтересует и понравится, как можно большему количеству людей. В итоге получился путешественник с рыжей бородой, немного полноватый, смотрящий в бинокль и улыбающийся тому, что видит впереди. Силуэт характеризуется мягкими и округлыми линиями, которые говорят о добром и мягком характере персонажа. Такая стилизация создана для простого, но в тоже время уникального образа.

Для остальных игровых элементов была подобрана основная цветовая палитра. Доминирующий цвет данного комплекса графического оформления проекта является желтый (рисунок 3). Желтый цвет может быть, как теплым, так и холодным. Выбранный нами желтый склонен более к теплему варианту, с примесью оранжевого оттенка, который более приятен для восприятия. Не стоит забывать, что цвет имеет свою психологию и определенным образом влияет на человека и его нервную систему. Поэтому от цвета зависит многое не только в композиционном плане, но и в психологическом [3].

Изучив теоретические труды о влиянии цвета на психологическом уровне [4, 5], основным был выбран желтый цвет. Такой цвет не только яркий и привлекательный, он соответствует для нашей аудитории. Желтый цвет напрямую связан с наукой, стимулирует мозговую деятельность, вызывает интеллектуальный интерес к объективному миру, возбуждает воображение. Многочисленные исследования показали, что именно этот оттенок оказывает стимулирующее воздействие на участки мозга, отвечающие за память и мышление, поэтому он благоприятно влияет на восстановление памяти и способствует легкой запоминаемости [3, 6].

Психологи пришли к выводу, что желтый цвет помогает более легкому и эффективному обучению. Желтый цвет в психологии широко используется в терапевтической работе. Его позитивно стимулирующее воздействие помогает в борьбе с тяжелыми болезнями. Кроме того, желтый цвет прекрасно воспринимают люди, лечащиеся от депрессии. Поэтому такой цвет в совмещении с игрой будет отлично влиять на скорейшую реабилитацию.

Однако использование желтого цвета в большом количестве влияет на человека не лучшим образом. Так, например, если человек долго будет находиться в «желтом» помещении, то у него может начаться сильная головная боль. Учитывая все вышеперечисленные факторы, в нашу гамму входят яркие сочные цвета и их оттенки: красный, зеленый, голубой и оранжевый, которые используются в умеренных процентных соотношениях. Яркость и сочность цветовой гаммы стимулируют желание играть, поднимают настроение, в отличие от темных серых цветов, которые вызывают мрачное и угнетенное состояние.

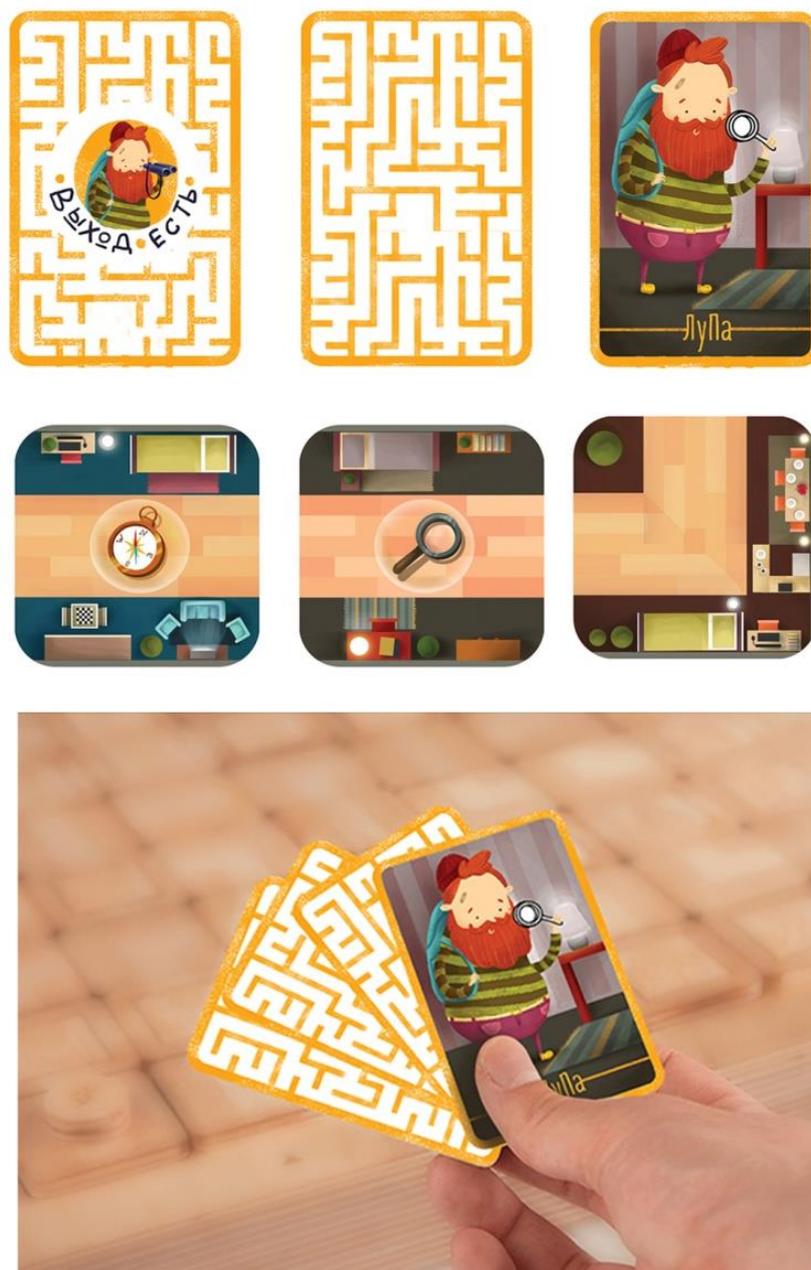


Рисунок 3 – Цветовая гамма игровых элементов комплекта настольных игр «Выход есть», выполнила Трубицына Виктория, руководитель Туйсина Д.М. (кафедра дизайна Оренбургского государственного университета)

В гармоничном сочетании с цветом выбрана фактура материала для конструкции настольных игр – дерево. Этот материал считается первым из всех экологически чистых материалов. Экологичность подразумевается не только пользой для человека, но и отсутствием вреда для природы, как конечного продукта. Древесина не включает в состав никаких химических соединений, которые оказывают отрицательные воздействия на человека. Ученые доказали, что этот материал благоприятно воздействует на человеческий организм: он помогает снизить стресс, раздражительность, а также восстанавливает нервную систему.

Еще одним условием удобства пользования является масса всего комплекта. Поэтому дерево, как никакой другой материал подходит для реализации макетов в материале.

Комплектность игр подчеркивается не только единым графическим решением [7] и общей цветовой гаммой, но и формой конструкции. Форма, взятая за основу конструктивного решения, включая упаковочную коробку – это квадрат, как сама устойчивая форма среди геометрических фигур. Выбранная форма символизирует простоту, что характерно для данного дизайн-проекта, а также прочность и стабильность. Квадратную форму удобно будет держать в руках, крутить, вертеть, играть с любой стороны. В конструкциях игр нет конкретной стороны, где есть начало и конец, поэтому игрок сам может выбрать место, откуда ему начинать свой путь. Форма квадрата будет легка для восприятия людьми с нарушениями опорно-двигательного аппарата и тем, у кого наблюдаются нарушения зрительного аппарата.

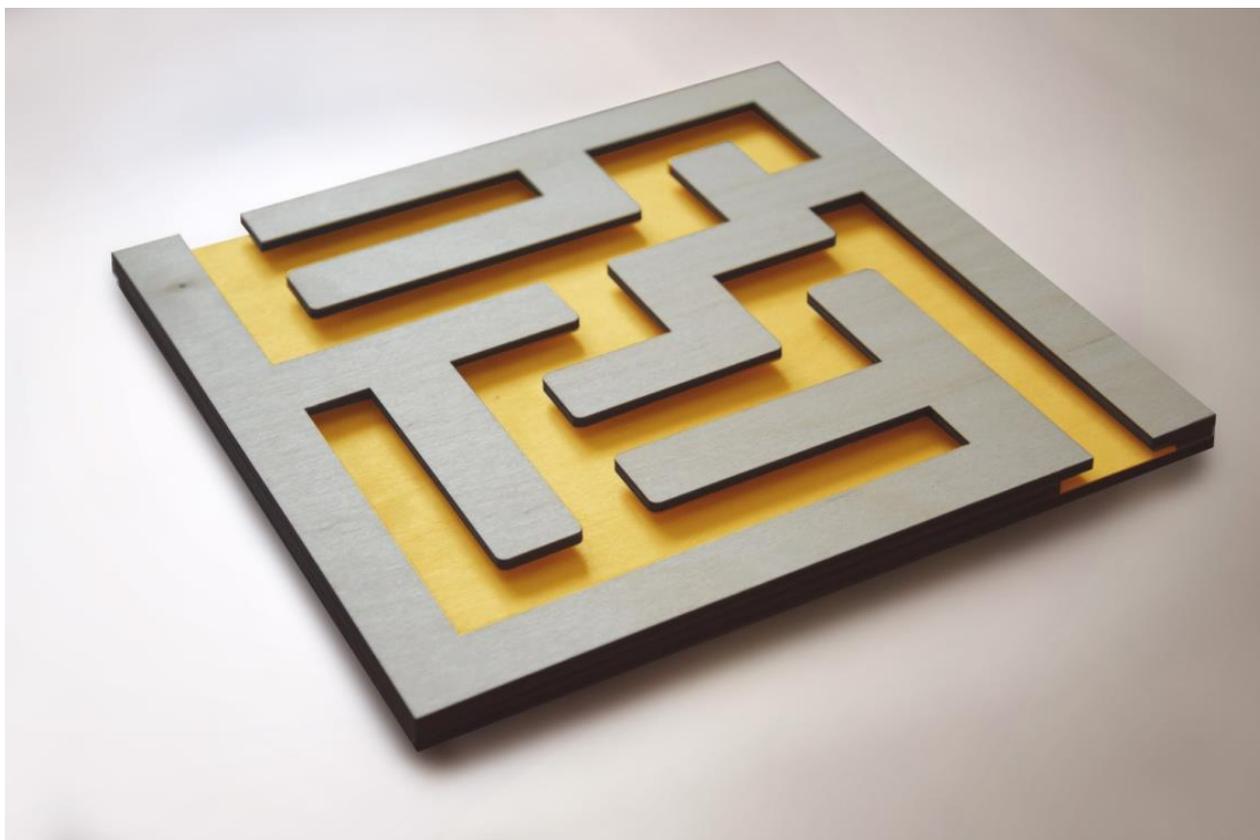


Рисунок 4 – Конструктивное решение в материале (дерево) комплекта настольных игр «Выход есть», выполнила Трубицына Виктория, руководитель Туйсина Д.М. (кафедра дизайна Оренбургского государственного университета)

Сам комплект настольных игр состоит из трех настольных лабиринтов, которые можно подразделить на уровни сложности для целевой аудитории. Первый лабиринт – это настольная игра, предназначенная для людей с

нарушенной опорно-двигательной системой, направленная на скорейшую реабилитацию больных людей. Второй лабиринт в объеме и более сложный: он направлен на развитие крупной и мелкой моторики, а также улучшает ловкость, тренирует внимание и развивает память. Третий лабиринт представляет собой настольное поле с карточками, предназначенные для командной игры. Эта игра помогает развить стратегию и быстро реагировать на меняющиеся условия. Лабиринт требует развитого пространственного мышления и внимания, так как приходится следить одновременно за предметами поиска и за тем, какая тропа ведет к ним.

Рассмотрим каждую игру нашего комплекта. Первая настольная игра – лабиринт, предназначенная для людей с нарушениями опорно-двигательного аппарата, состоит из плоского квадрата, выполненного из дерева. Конструкция (рисунок 4) представляет собой слои из дерева, где нижний слой – это плоскость, по которой будут двигаться фигуры (фишки). Вторым слоем – ходы лабиринта, но выполненный в более узком варианте, чем третий слой. Это сделано для того, чтобы фишка фиксировалась при ее проходимости по ходам лабиринта. Для того, чтобы было видно ходы лабиринта, нижний слой фанеры покрашен в желто-оранжевый цвет, а верхняя часть останется с фактурой дерева. Такой цвет гармонично сочетается с натуральным деревом, а также благоприятно влияет на умственную деятельность и способствует скорейшему запоминанию и реабилитации. В лабиринте предусмотрено два входа; игрок может сам выбрать с какой стороны ему начинать игровой процесс. Для игры нужно вставить фигуру (фишку) в один из открытых ходов, и, держа ее, двигать в сторону противоположного выхода. Фигуры, предназначенные для этого лабиринта, подразделяются на уровни, которые говорят о состоянии больного. То есть самый простой уровень представляет собой крупную фигуру с «верхней формой», предназначенной для удобной хватки всей кистью руки. «Верхние формы» последующих фигур идут на уменьшение – до уровня, когда «верхнюю форму» игрок (пациент) сможет держать пальчиками (развивается мелкая моторика). Исследования показали, что когда человек может пройти лабиринт самой маленькой фигурой, держа ее пальчиками, то такого пациента можно выписывать из больницы. Фигуры (фишки) выполнены в разных цветах. Размер настольного лабиринта составляет 25х25 сантиметров. Такой размер эргономичен и позволяет с легкостью поворачивать, двигать, и переносить в любое место. Благодаря данной игре люди, проходящие реабилитацию, смогут быстрее восстановить навыки моторики.

Вторая игра. Объемный куб-лабиринт, который увлекает игрока своей логичностью. Размер куба 11х11 сантиметров. Куб-лабиринт тренирует ловкость, внимательность, а также развивает моторику. Каждая грань куба – это лабиринты, которые расположены по уровням. Стороны куба-лабиринта нужно пройти при помощи металлического шарика. Грани куба соединены между собой отверстиями, что позволяет переходить с одного уровня лабиринта на другой. В процессе игры для перехода на другую сторону нужно поворачивать куб разными сторонами, что развивает моторику. Куб-лабиринт выполнен из

дерева, а ходы лабиринтов выполнены по принципу первой игры, где фоновая часть каждой грани окрашена в яркий сочный цвет для того, чтобы видно было ходы, а перегородки остаются не закрасненными, оставляя натуральную поверхность и фактуру дерева.

Третья игра в представленном проекте предназначена на компанию людей от 2-х до 4-х персон и развивает коммуникативные функции. Это карточная игра с игровым полем. Настольный лабиринт разворачивает сеть запутанных дорожек, которые меняются с каждым ходом одного из игроков, поэтому нужно быть внимательнее и не пропустить нужный поворот. Главная задача игры: найти все предметы и вернуться на прежнее место. Каждый игрок получает по одинаковому количеству карточек с предметами, которые нужно будет найти на игровом поле. Участники ходят по очереди (по часовой стрелке). С каждым ходом игроки двигают определенный ряд на игровом поле при помощи свободного квадрата, после чего перемещает свою фишку на любое количество клеток, идя по свободной дорожке лабиринта, как можно ближе к искомому предмету. После того как игрок находит предмет, он переворачивает тайную карту и кладет ее лицевой стороной вверх рядом со своей колодой и ищет следующий предмет пока не соберет все из своей колоды. Как только все секретные карточки найдены, игрокам нужно вернуться на свое место, туда, откуда он начал игру. Чтобы пройти логический лабиринт в этой игре, придется включить навыки стратегии и быстро реагировать на меняющиеся условия.

Представленный комплект игр включает три лабиринта и собираются в одну общую коробку, выполненную из дерева. Дополнительные игровые элементы игр (фигурки, фишки) находятся в мешочках, чтобы избежать утери, а карточки и книжечка с правилами для каждой игры располагаются в отведенные для них ниши в коробке. При создании комплекта игр учитывалось, что они будут транспортироваться и переноситься в любое место, поэтому материалы были выбраны легкие.

Таким образом, стоит отметить, что проект комплекта настольных игр «Выход есть» для людей с ограниченными возможностями показывает взаимосвязь игротерапевтических и коррекционных функций с конструкцией игры и его графическим оформлением. Выбор решения поставленной задачи (например, восстановление навыков моторики) влияет на все этапы проектирования (учитывается эргономические показатели, влияние формы и цвета на психологию человека). При этом синтез игры и процесса реабилитации помогают решать задачи врачей и психологов. Подобные дизайн-проекты направлены на командную работу всех специалистов, работающих в данной области.

Список литературы

- 1 Туйсина (Попова), Д.М. Детская книжка-игрушка как развивающая дизайн-форма: дисс. ... канд. искусствоведения: 17.00.06 / Д.М. Попова. – М.: ВНИИТЭ, 2013. – 192 с.
- 2 Люц М. Тренды графического дизайна в 2019-м: сайт www.designer.kz [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://designer.kz/2018/12/graphic-design-trends-2019/> (дата обращения 11.05.2019)
- 3 Иханнес Иттен Основы цвета / Иттен Иханнес. – М-Д.: Аронов, 2004. – 53 с.
- 4 Зайцев А.С. Наука о цвете и живопись / А.С. Зайцев – М.: «Искусство», 1986. – 147 с.
- 5 Печкова Т.А. Цветовое проектирование / Т.А. Печкова // Техническая эстетика, № 6, 1989. – С. 16–17.
- 6 Смирнова Е.О., Салмина Н.Г., Абдулаева Е.А., Филиппова И.В., Шеина Е.Г. Психолого-педагогические основания экспертизы игрушек / Е.О. Смирнова, Н.Г. Салмина, Е.А. Абдулаева, И.В. Филиппова, Е.Г. Шеина // Вопросы психологии. Научный журнал. – № 1 (январь-февраль 2008). – Чехов. – 193 с.
- 7 Туйсина Д.М. Графические комплексы в когнитивном развитии людей с ограниченными возможностями / Д.М. Туйсина / Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры [Электронный ресурс]: материалы Всероссийской научно-методической конференции : Оренбург. гос. ун-т. – Оренбург : ОГУ, 2018, С. 450-456. Режим доступа: https://conference.osu.ru/assets/files/conf_info/conf14/s1.pdf (дата обращения 06.05.2019)

ОСОБЕННОСТИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ЭЛЕМЕНТОВ ПРЕДМЕТНОЙ СРЕДЫ В ГЕНДЕРНОМ КОНТЕКСТЕ

Халиуллина О.Р., кандидат искусствоведения
Тарасова О.П., кандидат педагогических наук, доцент
Оренбургский государственный университет, г. Оренбург

Потребность формирования гибкой предметной среды, одной из ведущих характеристик которой является гендерная принадлежность, остается актуальной в современной проектной культуре. Поскольку современный дизайн реагирует на изменения социальных потребностей общества и таким образом участвует в развитии гендерных отношений, необходимость в проектной практике принимать во внимание портрет потребителя ориентирует дизайнеров на изучение и учет гендерного фактора в процессе поиска художественно-образного решения. Таким образом, предметная среда, способствуя установлению роли мужчины и женщины в современном обществе, выводит дизайнера на новый уровень понимания задач проектной деятельности.

В контексте решения данной проблемы преобладающим является концептуально-аналитический метод дизайн-проектирования, основанный на построении сценария, культурных ссылок, на введении философского концепта и т.д. [1]. Важно с данным методом знакомиться еще на этапе профессиональной подготовки будущих дизайнеров в рамках выполнения учебных проектов. Далее рассмотрим наиболее выраженные гендерные черты окружающей среды, которые важно брать в расчет при ее создании. В предложенных примерах наряду с практикующими дизайнерами представлены работы студентов Оренбургского государственного университета, выполняющих проекты на тему «Дизайн объекта простейшего функционального назначения в интерьере» с учетом гендерного фактора.

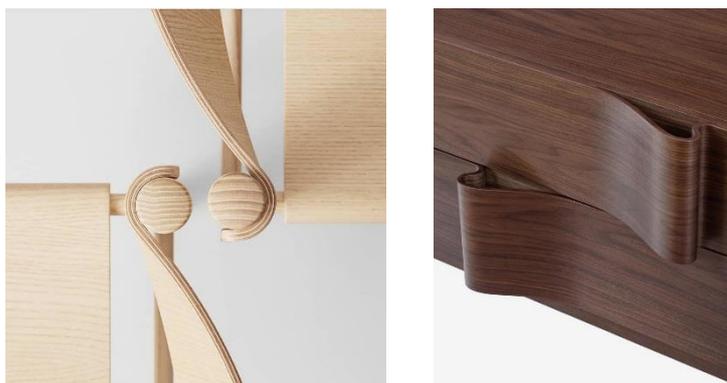


Рисунок 1, 2 – Визуальная мягкость (детали «обволакивают», «обнимают», «создают волну») конструктивных деталей объектов. Детали стула от ThomasBentzen и детали шкафа от Arthur Casas Design

Современная окружающая среда неоднозначна и компромиссна. «Неоднозначность», и «компромисс» – это проявление традиционного «женского» стереотипа. Тенденции современного формообразования посредством новых материалов позволяют в наши дни называть дизайн «женским», поскольку он трактуется как «чувственный», «сентиментальный» и т.п. Пособием новейших материалов и технологий решаются проблемы «чуткого» взаимодействия человека с предметной средой. Детали «обнимают», смягчают взаимодействие одних элементов с другими (рисунки 1 – 4).



Рисунок 3 – Проектирование дополнительных (соединяющих, визуально и/или конструктивно «смягчающих» взаимодействие) элементов объекта. Стол от Phebos Xenakis



Рисунок 4 – Смягчающий взаимодействие элемент в проекте студентки 17Д(ба)ДС гр. Е. Крячковой. Табурет «Ребро Адама». Кафедра дизайна, ОГУ

Кроме того, сегодня в объектах дизайна присутствует тенденция на выражение излишней эмоциональности (рисунок 5), которая, согласно гендерным стереотипам, привлекательна в женщине, но не воспринимается в мужчине. Культурно-исторический процесс обозначил роль мужчины в

обществе иную – как созидающую и рациональную, в которой нет места ненужным эмоциям.

В современных средовых объектах присутствуют гендерные культурные коды, записанные на языке семиотических моделей. К ним относятся, например, узнаваемый в предметных формах и однозначно воспринимаемый зрителем символ «Инь-Ян» (рисунок 6).



Рисунок 5 – Nebula Table by Kino Guerin



Рисунок 6 – Современный «Инь-Ян», выраженный в трансформации объекта (Twin by Eugadesign Studio) и современный «Инь-Ян», выраженный в контрасте материалов (CrossFit chair by Schimmel & Schweikle)



Рисунок 7 – Метафора женского в объекте Mastella Design, «Kalla»

Традиционно отражается в художественных образах и явление гендерной асимметрии (традиционное понимание роли полов) как общечеловеческая ориентация или гендерный стереотип. Совпадение форм жизни с формами проектного искусства соответствовало тенденциям общественной практики, воплотившись в различных стилевых направлениях дизайна в виде контрастов. Например, геометрический и органический (пластичный) стиль в дизайне (рисунок 8).



Рисунок 8 – Пластичность в объекте учебного проекта. Алчангян Д. 17Д(ба)ДС гр. Кафедра дизайна, ОГУ

Особое значение имеет знаковая сущность дизайн-объектов концептуально осмысленного гендерного содержания, когда наблюдается «перенесение» сущности того или иного пола на утилитарную вещь. В этой ситуации для обозначения гендерного контекста объекта дизайна необходимо знание социокультурной истории человечества. Средства дизайн-проектирования в таком случае предполагает использование визуальных средств: линия, форма, цвет, метафора (рисунок 7), метонимия (рисунок 9) и т.д.



Рисунок 9 – Метонимия в дизайне. Женское в традиционном понимании. Текучесть и иррациональность материи (Indefinite Vase by STUDIO EO) и визуальная неустойчивость объекта (Pack Sidetable by Klemens Schillinger)

Гендерные установки мужчин и женщин меняются, когда одновременно становится актуальным средовой подход в дизайне во 2 пол. XX века. В этот период дизайн реагирует на общественные реалии времени и закономерно развивается в своих методах и средствах. Средовой подход предполагал такое отношение к объекту проектирования, когда человек выступает не как пассивный потребитель, а как создатель, организатор средового пространства. При этом учитываются психологические, социальные, культурные (в том числе гендерные) и др. особенности потребителя, что позволяло создать целостное и наглядное представление об его образе – мужчины или женщины.

В контексте данного подхода моделируя предметную среду гендерного содержания, подключая свое творческое воображение, дизайнер выстраивает «сценарий» деятельности с мужчиной и/или женщиной в главной роли и продумывает соответствующую сценографию. Для решения такой задачи дизайнер должен иметь четкое представление о человеке (мужчине, женщине), особенностях его поведения в конкретном средовом окружении и взаимодействия с предметным миром. Дизайнер, проектируя сценарий, развешествляет предметную среду на ситуации жизнедеятельности мужчины/женщины, моделируемых из их ценностей, целей и социокультурных процессов. Персонажами в этом случае могут быть типы мужчин и женщин, которых ранее не рассматривала традиционная культура и условно названные нами женственная женщина, маскулинная (деловая) женщина, мужественный мужчина, феминный (гламурный) мужчина [1].



Рисунок 10 – В жесткие каркасные вписаны пластичные, функционально оправданные элементы мебели. Fold Tables by Max Voytenko

Таким образом, гендерный контекст в проектировании элементов предметной среды формируется как на основе стереотипного понимания оппозиции полов, так и анализа социокультурной ситуации современного мира. В этой связи, явление гендерной асимметрии находит выражение в проектировании посредством различных композиционных контрастов, семиотика гендера – в художественных образах философского концепта. В условиях современного проектирования среды для мужчин и женщин дизайнер обращается к методам средового подхода.

Список литературы

1. Грашин, А.А. Актуализация проблем дизайна элементов предметной среды гендерного содержания. Вместо введения / О.Р. Халиуллина // Проектные технологии современного дизайна с учетом гендерного фактора: монография; под научной редакцией А.А. Грашина. – М.: НИИ технической эстетики (ВНИИТЭ), МТУ (МИРЭА); Оренбургский гос. ун-т. – Оренбург: ОГУ, 2016. – 152 с. ил. – С. 4 – 8.

КОНЦЕПЦИЯ ПЕРИОДИЧЕСКОГО ПОЛИГРАФИЧЕСКОГО ИЗДАНИЯ КАК СОВОКУПНОСТЬ ФОРМИРУЮЩИХ ИЗДАНИЕ ХАРАКТЕРИСТИК

Цой В.В.

Оренбургский государственный университет, г. Оренбург

Серьезный подход к образованию и профессиональному личностному росту – это необходимость современных реалий. О возрастающей роли средств массовой информации, в общественной жизни населения свидетельствуют такие факторы как доступность и повсеместное распространение, это касается как электронных СМИ, так и полиграфических. [1]. Интерес к изданиям в образовательном сегменте гарантируют актуальные и проверенные материалы, которые носят прикладной характер, основанные на опыте успешных компаний, статьи на тему выбора профессии, качественной подготовке к будущей специальности во всех сегментах образования, начиная с специального в России и заканчивая MBA за рубежом. Эти статьи так же могут быть адресованы представителям бизнеса и тем, кто задумывается об открытии своего дела.

Сегодня, невзирая на большое количество способов распространения СМИ, периодические издания, в особенности периодические полиграфические журналы образовательного сегмента не распространены в достаточном количестве или недоступны по каким-либо причинам.

В связи с этим, важным шагом к появлению интереса к изданиям и средствам массовой информации в образовательном сегменте является рассмотрение вопроса о разработке концепции печатного издания как совокупности формирующих издание характеристик и их тщательная проработка, что в свою очередь позволит точно спрогнозировать актуальность и отличительные особенности издания, оценить их и принять решение о возможности и целесообразности издания журнала.

Концепция и должна учитывать достоинства и недостатки существующих на Российском и региональном рынке профессиональных журналов в образовательном сегменте, а также принципы и требования, предъявляемые к современным журналам, для этого был проведен мониторинг существующих на сегодняшний день печатных периодических изданий об образовании на территории РФ, и изданий на территории оренбургской области той же тематики. Параметры мониторинга включали в себя: периодичность выхода, тираж, распространение (Таблица 1). Параллельно был произведен сравнительный анализ концепций данных изданий.

Современная ситуация печатных периодических изданий об образовании на рынке РФ представлена несколькими крупными журналами:

«**Business Education Review**» - печатное издание издается с 2005 года, ориентировано на современные технологии в области бизнес-образования. База информационной политики этого издания это – достоверная информация в

области образования, ведь знание – это очень специфичный продукт и крайне сложно найти достойную образовательную структуру, где вам преподадут знания как совокупность бизнес-системности и нестандартного мышления в этом сегменте и его влиянии на другие сферы бизнеса [2].

«Акция. Карьера» — ежемесячное приложение к газете «Акция». Это издание - навигатор и консультант в вопросах карьерного роста, образования и самореализации, а также создания собственного бизнеса. Дважды в год выходит специальный graduate-выпуск «Акция. Карьеры» для выпускников и молодых специалистов с опытом работы до двух лет. «Акция. Карьера» является автором и составителем рейтинга «50 работодателей мечты» [2].

«Иностранные языки и учеба за рубежом» журнал представляет собой структуру, состоящую из трех разделов:

- в первом размещается информация о московских вузах языкового профиля, освещаются особенности различных преподавательских методик;
- второй раздел - это тема номера, посвященная системе образования конкретной страны, либо элементу учебной программы;
- третий раздел посвящен получению образования за рубежом, в актуальном на сегодняшний день формате «отдых + учеба»;

В концепции журнала присутствуют на постоянной основе несколько дополнительных рубрик [2].

«Кадровый менеджмент» журнал издается с 2002 года, данное издание ориентировано на специалистов, занятых по роду своей деятельности вопросами управлением персоналом, например, HR-директоров, менеджеров, руководителей компаний разных уровней. Интерес издания представляют достоверные материалы и статьи по кадровому рынку, основанные на опыте успешных компаний, и носят прикладной характер.

«Карьера» журнал издается с 1998 года, целевая аудитория этого издания — это люди с активной жизненной позицией, которые целенаправленно строят свою карьеру и интересуются тем, как это делают другие. [2].

«Куда пойти учиться» журнал издается с 1995 года, здесь представлена подробная и актуальная информация о профессиях, направлениях, факультетах, специальностях, ценах на образование, предоставляя тем самым выбор для читателя - сравнить и выбрать. В журнале затронут правовой и экономический аспекты получения образования в России и за рубежом. Публикуются рейтинги школ города Москвы. Советы педагогов и психологов [2].

Журнал **«Обучение & карьера»** издается с 2004 года — журнал для молодежной аудитории, специализирующийся на теме выбора профессии, качественной подготовке к будущей специальности во всех сегментах образования, от среднего специального до МВА в России и за рубежом [2].

«Паспорт в карьеру» это справочно-информационный журнал, в котором регулярно публикуются материалы, раскрывающие в полном объеме тему получения образования за рубежом, а именно:

- правовые вопросы выезда и въезда в другие страны;
- вопросы трудоустройства и получение образования в РФ и за рубежом;

- обучение иностранным языкам;
- вопросы иммиграции, визовой поддержкой [2].

«**The Career Forum**» - полноцветная газета издается с 1995 года.

В ней освещаются вопросы, связанные с подбором персонала, карьерой в бизнесе, получением эффективного образования. Преимуществом является публикация вакансий Российских и международных компаний. [2].

Газета «**Работа. Учеба. Сервис**» – одно из лидирующих изданий на рынке кадровой прессы. «Работа. Учеба. Сервис» – издание, гарантирующее равномерное распространение тиража с понедельника по четверг. Основные разделы газеты «Работа. Учеба. Сервис»: «Вакансии лидирующих компаний», «Финансы, бухгалтерия, право», «Офисные, административные и кадровые службы», «Маркетинг, реклама, СМИ», «Информационные технологии» [2].

«**Лучшие вузы**» выходит с 2008 года - журнал ориентирован на современные технологии и инновационный подход к теме образования.

«**Куда пойти учиться**» издается с 1995 года и является одним из самых авторитетных изданий на рынке. Это издание с современным журналистским взглядом, нестандартной подачей информации, актуальными статьями. В каждом номере публикуются предложения от ведущих учебных заведений по специальностям и направлениям обучения [2].

Таблица 1 – Мониторинг печатных периодических изданий об образовании РФ

Название издания	Периодичность	Тираж	Распространение
Business Education Review	1 раз/месяц	20 тыс/экз	Россия
Акция. Карьера	1 раз/месяц	200 тыс/экз	Россия
Иностранные языки и учеба за рубежом	1 раз/месяц	25 тыс/экз	Россия
Кадровый менеджмент	10 раз/год	5 тыс/экз	Россия
Карьера	6 раз/год	81 тыс/экз	Россия
Куда пойти учиться	1 раз/неделю	19,5 тыс/экз	Россия
Обучение & карьера	1 раз/месяц	60 тыс/экз	Россия
Паспорт в карьеру	1 раз/месяц	28 тыс/экз	Россия
The Career Forum	2 раз/месяц	40 тыс/экз	Россия
Работа Учеба Сервис	1 раз/неделю	140 тыс/экз	М и МО
«Лучшие вузы»	1 раз/месяц	50 тыс/экз	Россия

Газета «**Работа и обучение в Оренбурге**» выходит с 2011 года, это еженедельное рекламно-информационное издание. Целевая аудитория: работодатели и руководители предприятий и лица заинтересованные в поиске работы или информации об образовании. Газета «**Работа для Вас**» еженедельное издание выходит с 1992 года с актуальной информацией об образовании и занятости. «Работа для Вас» - часть проекта, обеспечивающего удобный поиск персонала и дающий возможность найти работу любому

соискателю. В городе Оренбурге выпускается с 2011 года, сетевая газета (есть полная онлайн версия). Распространяется на платной основе.

Журнал «**Образование в Оренбуржье**» информационное издание, издается с 2011 года.

«**Учёба и образование**» - справочно-информационное издание, выпускается с 2015 (есть полная онлайн версия). Ориентирован на молодежную аудиторию, интересующейся темой выбора профессии и качественной подготовки к будущей специальности. В справочнике представлен полный список учебных заведений Орска, Новотроицка, Оренбурга. Постоянная рубрика – «Самые востребованные профессии сегодня в России».

Таблица 2 – Мониторинг периодических изданий в Оренбургской области

Название издания	Периодичность	Тираж	Распространение
Работа и обучение в Оренбурге	1 раз/неделю	3 тыс/экз	Оренбург/область
Работа для Вас	1 раз/неделю	2 тыс/экз	Оренбург
Оренбургская биржа	1 раз/месяц	25 тыс/экз	Оренбург/область
Учёба и образование (ежегодный тематический справочник к «Орское обозрение»)	1 раз/год	5 тыс/экз	область
Образование в оренбуржье	1 раз/месяц	2 тыс/экз	Оренбург/область

Выводы по проведенному в рамках данной работы мониторингу и сравнительному анализу внутренней структуры печатных периодических изданий об образовании на территории РФ включали в себя: периодичность выхода, тираж, распространение (Таблица 1, 2).

Периодичность выхода различна, это может быть выход 1 раз в год, или 1 раз в неделю. Тираж - от 2 000 до 50 000 экземпляров, он напрямую зависит от площади покрытия и способов распространения, чем больше площадь – тем больше тираж. Основное условие – достаточный тираж.

Читательская аудитория – представлена различными возрастными и социальными группами, (рисунок 1).



Рисунок 1 – Читательская аудитория изданий об образовании

В процессе анализа указанных периодических изданий были выявлены некоторые особенности подачи материала, а именно – крупные журналы в первой (контентной) части издания как правило публикуют авторские статьи и редакционные материалы большого объема.

Композиционная и содержательная модели оформления рассмотренных изданий в большинстве своем идентичны, как правило журнал состоит из двух частей:

- Первая часть посвящена актуальной, как правило это тема номера, редакционные материалы о новых методиках обучения, учебных заведениях.

- Вторая часть – рекламная, которая является основным источником доходов и представляет собой непосредственно рекламные объявления и предложения от ведущих учебных заведений по актуальным специальностям и направлениям обучения, а также частных преподавателей и многое другое, особенно наглядно данная структура представлена в журналах: «Обучение и карьера» и «Куда пойти учиться». Размер объявлений во всех рассматриваемых изданиях - модульный.

Концепция печатного издания — это совокупность формирующих издание характеристик, к ним относятся:

- цели и задачи издания;
- идея издания, сформулированная в названии и подзаголовке;
- отличительные особенности печатного издания;
- жанр издания;
- структура издания (содержание, оглавление);
- место издания в ряду других, определяемое на основании результатов маркетингового исследования;
- фиксация облика издания и его графических характеристик;

– прогнозирование стоимости печатного издания.

Алгоритм формирования концепции периодического издания представляет собой ответы на ряд необходимых перед началом работы над концепцией организационных вопросов:

– определение концепции журнала;

– технические требования к журналу;

– распределить координационные обязанности: кто собирает исходные материалы, пишет статьи, делает иллюстрации и фотографии, кто редактирует материалы и осуществляет корректуру и верстает журнал.

– сеть распространения и условия перепечатки материалов. [3]

Тщательная проработка концепции издания позволяет точно спрогнозировать актуальность и конкурентные особенности издания, оценить и принять решение о целесообразности издания журнала. Концепция издания состоит из трех моделей – содержательной, композиционной и графической или оформительской, таким образом концепцию издания можно представить в виде двух основных компонентов: содержания издания (концепция, состоящая из 3 частей) и плана выразительных средств. Кнабе утверждал, что в первую очередь необходимо позаботиться о том, чтобы издание было приятно взять в руки, ведь восприятие читателем любого издания начинается с оценки его внешнего облика - прежде чем читатель станет вчитываться в текст, его внимание будет привлечено оформлением [4].

Проведя предварительную аналитическую работу среди многообразия образовательных изданий можно сделать вывод, что существуют много разных концепций и моделей верстки, однако каждый грамотно сверстаный журнал по своей структуре непременно подчиняется определенным принципам, и концепция периодического издания как совокупность формирующих издание характеристик и их тщательная проработка позволяет решить одну важную задачу – определить художественно-графическое «лицо» издания, и как следствие определить характерные только для данного издания «графические черты». Остановив свой выбор на тех или иных графических компонентах редакция должна отдавать отчет в том, что однажды выбранные графические компоненты сохранятся во всех номерах издания и изменить их будет возможность только при проведении полного редизайна.

Список литературы

1. Цой, В.В. Художественно-графическая концепция как основной регулирующий элемент журнала / Цой В. В. // Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры : материалы Всерос. науч.-метод. конф. (с междунар. участием), 23-25 янв. 2019 г., Оренбург / М-во науки и высш. образования Рос. Федерации, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. образования "Оренбург. гос. ун-т". - Электрон. дан. - Оренбург : ОГУ, 2019. - . - С. 590-592. . - 3 с. : б.н., [Электронный. ресурс] URL:

http://artlib.osu.ru/web/books/article_all/93546_20190417.pdf (дата обращения: 11.05.2018). г.

2. Журналы об обучении. [Электронный ресурс] URL: <http://agency-siam.ru/press/rub/jurnali-ob-obrazovanii/> (дата обращения: 10.12.2018).

3. Алгоритм работы. Действующие лица и исполнители. [Электронный ресурс] URL: http://www.adv2adv.ru/projects/magazine/first_number/algorithm/ (дата обращения: 10.12.2018).

4. Кнабе Г.А. Энциклопедия дизайнера печатной продукции. Профессиональная работа. М. : Диалектика, 2006. 726 с. ISBN: 5-8459-0906-6. [Электронный ресурс] URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=19621139> (дата обращения: 16.12.2018).

ПРОЕКТНАЯ КУЛЬТУРА СОЦИАЛЬНОГО ДИЗАЙНА

**Чепурова О.Б., кандидат искусствоведения, доцент
Оренбургский государственный университет, г. Оренбург**

Современное отношение общества к решению социальных задач в мире методами дизайн-проектирования за последнее десятилетие претерпело определенные изменения. Во-первых, расширился диапазон областей, обеспечивающих формирование качества жизни общества, в которых деятельность дизайна стала играть немаловажное значение. Во-вторых, само понимание термина «дизайн» изменилось, начиная от системных методов проектирования, конструирования среды и объектов ее наполнения до включения дизайна в процесс создания, возрождения, изменения, организации всех форм жизнедеятельности человека и развития общества.

Изначальное понимание функции дизайна не сразу трактовалось как проектное действие, нацеленное на решение социальных проблем общества. Однако, включаясь в процесс проектного преобразования средового пространства и промышленных изделий, дизайнеры кроме решения утилитарных, функциональных и коммерческих задач, во главу ставили эстетические, коммуникативные, воспитательные цели как одни из важнейших в своей проектной деятельности. Ведущий деятель школы «Баухауз» Ласло Махоли-Надь, рассказывая о специфике преподавания, всегда добавлял, что «наша цель не предмет, а человек» [1, стр 12].

Одно из первых международных направлений в дизайне, активно включившееся в индустрию производства социальной продукции - графический дизайн. Развитие в пространстве графического искусства социальной рекламы началось в 1906 году с события, когда общественная организация «Американская гражданская ассоциация» организовала рекламную акцию в защиту Ниагарского водопада от вреда, наносимого энергетическими компаниями. Дизайнер и преподаватель Омар Вульпинари в интервью отметил, что в Швеции было сформировано социальное сообщество из энергично действующих активистов, борющихся за экологическое благополучие планеты - «Greenpeace» («Зеленый мир»). По всему миру прокатились организованные этим обществом акции: в 1982 г. - по спасению морских котиков, истребляемых ради их меха; в 1986 г. - акция против уничтожения китов, завершившаяся подписанием многими государствами международной конвенции, запрещающей китобойный промысел; в 1990 г. началась многолетняя акция по очистке Северного моря от промышленных отходов, в первую очередь от ядерных захоронений. Любая из подобных инициатив сопровождалась разнообразной рекламной продукцией: брошюрами, листовками, плакатами [2].

Процесс социализации проектных принципов дизайна заключается в двухсторонней активизации совместной деятельности проектанта и потребителя – соучаствующем проектировании, базирующемся на их взаимопонимании и способствующем положительному решению многих

экологических, политических, психологических, физиологических и пр. проблем человечества.

Миссия социального дизайна в современном мире заключается в том, чтобы через проектные идеи изменить общественное сознание, соединяя людей и организации, с целью соучаствующего проектного поиска способов положительного влияния результатов их совместной деятельности на социальную жизнь всех слоев нашего общества и экологию планеты в целом. Например, американский музей Museum of Art & Design на протяжении нескольких лет проводит конкурс социального дизайна имени Виктора Папанека — известного создателя, писателя и антрополога, проповедовавшего практичный подход к дизайну, как к инструменту, улучшающему жизнь многих людей.

Если обратиться к истории становления отечественного дизайна, являющегося одним из первопроходцев в формировании мировых принципов развития дизайна, то можно с достоверностью констатировать, что те же самые социальные проблемы решались на уровне комплексного проектирования конкретных объектов во многих проектных и научно-исследовательских центрах и лабораториях страны. Например, одно из направлений деятельности ВНИИТЭ (Всероссийский научно-исследовательский институт технической эстетики с десятью филиалами во всех республиках и крупных регионах Советского Союза, 1962 - 2015 гг.) определялось, как междисциплинарная реализация в научно-техническом прогрессе социальных идей средствами дизайна, психологии и эргономики [3].

Теоретические и практические исследования института были в большей степени направлены на формирование базовых понятий проектной культуры, на изучение закономерностей развития дизайна, стилевых направлений, художественного образа, основных принципов художественного конструирования и композиционного формообразования. Раскрытие общественной природы дизайна и определение его места в материальной и духовной культуре позволило понять роль дизайна во взаимоотношениях не только с художественными и проектными, но и с социальными, экономическими, политическими и пр. видами деятельности человека. Уникальное свойство трансграничности дизайна в комплексе методов проектной деятельности дало ему способность осуществлять разноплановые проектные идеи совместно с учеными из смежных сфер деятельности: психологии, культурологии, искусствоведения, философии, инженерии, социологии, педагогики, медицины, физики, химии пр. Наиболее значимый эффект от трансграничного свойства дизайна - это способность достигать наибольшей результативности в проектной деятельности при активном взаимодействии со всеми структурами общества.

В доперестроечный период развития отечественного дизайна перечень социальных задач выдвигался в основном со стороны государственных служб. Дизайнеры и художники принимали активное участие в их решении. Например, разрабатывалась агитационная продукция к всероссийским выборам,

вступлению в ряды доноров, к субботникам и пр. мероприятиям, создавались проекты графического и средового оформления государственных и народных праздников, здорового образа жизни, разрабатывались комплексы просветительских, агитационных способов борьбы с аномальными явлениями в социуме: обличие пьянства, бюрократии, воровства и т.п. С начала 80-х годов прошлого столетия в России стали подниматься вопросы улучшения качества жизни населения, решения проблем эффективности работоспособности человека в зависимости от организации его рабочего места, проблемы адаптации людей с ограниченными возможностями и пр. Проектное и научное сообщество дизайнеров активно подключилось к решению поставленных государством задач. Это подтверждается проведением, начиная с 60-х годов, серии крупных форумов, конференций, проектных семинаров, симпозиумов, где активно обсуждались вопросы пропаганды, популяризации и прогнозирования методов современного дизайна, повышения качества жизни и определения роли дизайна в пространственно-функциональных и социокультурных структурах нашего общества.

Таким образом, были заложены основы отечественного социального дизайна и социального проектирования в целом, отраженные в работах авторов, анализирующих методологию социально-деятельностного подхода в проектной культуре (Г.П. Щедровицкий, М.В. Федоров, О.И. Генисарецкий, В.Ф. Сидоренко, А.Л. Дижур, А.А. Грашин, Л.Д. Чайнова, Г.М. Зараковский, К.А. Кондратьева, Г.Г. Курьерова и т.д.).

В совокупности эти исследования способствовали формированию двух направлений отечественного социального дизайна. Родоначальником одной концепции социального дизайна в 1995 году стал доцент МГУ им. М.В. Ломоносова, член сообщества «Метаконсалтинг» А.М. Долгоруков. Обосновав результативность своей методологии, направленной на создание эффективных социальных систем (организаций, поселений, общественных движений и социальных институтов), а также программ, включающих в себя самые современные практики социального проектирования в области организации, реорганизации предприятий и их управления, создание корпоративных университетов, разработку программ развития персонала организаций и пр. [4]. Второе направление сформировалось в области проектной деятельности дизайнеров и архитекторов, занимающихся вопросами улучшения экологии, эргономики и комфорта, окружающего нас пространства, разработкой промышленных объектов в области здравоохранения, обеспечения безопасности, направленных на изменение объективных и субъективных факторов, влияющих на улучшение условий жизнедеятельности всех групп населения.

Социальный дизайн не является неким дополнением социального проектирования в том виде, в каком оно существовало прежде. Социальный дизайн – это, прежде всего, постановка проектирования на основу целостного контекстного, локализованного и иерархичного системного видения тех социальных объектов, в которых и для которых проект разрабатывается.

За последнее десятилетие в нашей стране заметно увеличилось количество предприятий и общественных организаций, активно включающихся в социальное проектирование, направленное на повышение качества жизни общества в государстве. По мнению экспертов ООН, в 2017 году в рейтинге индексов развития человеческого потенциала среди 189 оцениваемых стран мира наше государство поднялось с 62-го, занимаемого в 2005 году, на 49-е место. Конечно, это недостаточно активный рывок в улучшении жизни общества и среды его обитания (за 12 лет преодолели всего 13 позиций).

Кроме этого, изменение социальной сознательности и проектного мышления самих дизайнеров становится очевидным даже при беглом анализе проектных идей, демонстрируемых на различных международных конкурсах и выставках. Поэтому дизайн в свою очередь влияет на общественное сознание через различные социальные конструкции, взаимодействуя с потребителем через виртуальную и материальную среду обитания, соединяя коммерческие и общественные структуры, влияя на культуру и структуру организации производства и пр. В конце концов, хороший дизайн является результатом правильного отношения к постановке задач и их решению. Диапазон причастности дизайна к социальным проектам начинается от непосредственной реализации проектных идей и завершается организацией самого процесса развития общества.

Сосредоточенность на социально-культурном содержании проектной деятельности дизайнеров зачастую не позволяет осознать значимость дизайна и его роль в формировании социальных процессов. Потенциал проектных возможностей дизайна проявляется, в первую очередь, в ряде решений, результаты которых проецируются на глобальное развитие всего нашего общества и становятся достоянием мира через популяцию, масштабные обсуждения и самое главное рост численности профессионалов, желающих делать добро.

Практика социального дизайна является более масштабной и показывает, что каждый шаг в процессе реализации ее проектных идей проникает во все сферы жизнедеятельности нашего общества:

образование – изменение или улучшение средств передачи знаний с целью повышения грамотности населения, обеспечение доступности знаний для всех слоев населения;

экология - содействие устойчивому развитию окружающей среды, энергосбережению, биоразнообразию, сохранению климата и природных запасов;

информатизация и толерантность – участие в процессе стирания неравенства между полом и расой, разрешения конфликтов, улучшения информационной доступности, равного развития всех видов массовой информации и свободы выражения мнений;

медицина - создание условий, улучшающих оказание помощи в чрезвычайных ситуациях, разработка реабилитационной и развивающей среды

для людей с ограниченными возможностями, участие в формировании направления арт-терапии;

средовое проектирование - улучшение жизнеобеспечения всех членов общества и особенно малообеспеченных слоев населения, организация безбарьерной среды для людей с ограниченными возможностями, проектное решение проблем людей, лишившихся жилья и пр.;

искусство и культура - содействие защите и сохранению культурного разнообразия в мире, организация арт-мероприятий, популяризирующих все формы искусства, защита авторских прав и возможностей.

Основная миссия социального дизайна - создание комфортных условий жизнедеятельности человека в системе стремительно трансформирующегося мира, влияние на изменение самосознания членов общества и улучшение экологического состояния планеты в целом.

Формирование сознательного общества дизайнеров профессионалов, способных решать проектные задачи, учитывающие не только экономические интересы предприятий, но и социальные запросы общества, происходит на начальном образовательном этапе получения ими общекультурных и профессиональных компетенций.

Социальное направление в образовательном процессе кафедры дизайна Оренбургского государственного университета старается охватить максимально все сферы жизнедеятельности нашего общества. На всех этапах обучения студенты-дизайнеры в рамках курсового и дипломного проектирования решают проблемы социокультурного плана, ориентированные на конкретные задачи улучшения среды обитания, образования и оздоровления общества в регионе. Реализация инициативных проектных идей кафедры дизайна решается благодаря поддержке различных фондов (программа социальных инвестиций от компании «Газпром нефть» - «Родные города», благотворительный фонд Елены и Геннадия Тимченко - «Активное поколение» и пр., сотрудничество с которыми выражается часто на взаимовыгодных условиях. Так, например, студентами и преподавателями кафедры в поддержку благотворительных и волонтерских движений были реализованы проекты: ребрендинг Оренбургского благотворительного фонда «Евразия», рекламно-информационная продукция ориентированная на решение проблем онкобольных детей для волонтерского движения «Дерево жизни», графическая продукция и арт-мероприятия в поддержку строительства Детского православного патриотического спортивного комплекса «Форпост», идентификационная система волонтерского движения студентов ОГУ и пр.

Проблемы, обозначенные в области обучения и воспитания детей острее всего ощущаются в образовательных учреждениях, находящихся в селах и провинциальных городках нашей страны. Для роста мотивации к получению знаний, повышения культуры и грамотности детского и юношеского населения в учреждениях дошкольного, школьного и дополнительного образования студентами и преподавателями кафедры разработаны серия проектов интерьерного пространства школ, студий, детских садов, направленных на

решение задач по улучшению эстетических и информативных качеств образовательной среды. В настоящее время в небольших населенных пунктах России существуют единицы дошкольных и школьных учреждений, в которых образовательная среда соответствует хорошим эстетическим качествам и обеспечена наглядными, художественно иллюстрированными методическими пособиями. Объяснение данной сложившейся ситуации связано с финансовыми вопросами, так как не каждое образовательное учреждение (особенно сельское) способно выделить часть своего бюджета на улучшение эстетических и наглядных качеств в организации образовательного средового пространства. Что однозначно служит причиной уменьшения заинтересованности детей в получении знаний, снижения их культурного и патриотического воспитания. При поддержке благотворительного фонда «Родные города» один из проектов кафедры по организации обучающего пространства для детей начальных классов был реализован в очень удаленном поселении «Судьбодаровка» Оренбургской области.

Более десяти лет кафедра занимается решением проектных задач, направленных на реабилитацию, развитие или восстановление двигательных и когнитивных функций населения с ограниченными возможностями. При тесном сотрудничестве со специалистами реабилитационных центров медицинских учреждений группой преподавателей и студентов кафедры был разработан комплект реабилитационно-развивающих игр для людей с нарушением двигательных и когнитивных способностей. Проект получил грантовую поддержку от фонда Елены и Геннадия Тимченко благодаря чему, изготовленные промышленные образцы прошли апробацию, получили патент и были переданы реабилитационным центрам Оренбургской области. Кроме этого, студентами и преподавателями кафедры была выполнена серия проектов по улучшению интерьеров больниц, санаториев и реабилитационных центров для детей с ограниченными возможностями, больных туберкулезом и пр.

Ежегодно разрабатываются графические проекты, направленные на обращение внимания к решению экологических и культурных проблем развития общества – бережное отношение к окружающей нас флоре и фауне, культура отношения в семье, к детям и людям преклонного возраста, толерантность в процессе взаимодействия различных конфессий и социальных групп. Результат данной проектной деятельности демонстрируется на всевозможных международных, всероссийских и городских конкурсах и выставках, получая призовые места и всеобщее одобрение.

Отдельная тема, требующая особого внимания это сохранение культурного наследия страны. Исследовательская деятельность под руководством доктора искусствоведения И.В. Смекалова направлена на архивный поиск, изучение, популяцию и научную реставрацию отечественного культурного фонда художников авангардистов начала XX века. Группа студентов с интересом принимала участие в проектной реконструкции супрематической росписи Первого Советского театра в г. Оренбурге, выполненной Иваном Кудряшовым в 1919-1921 гг.

Дизайн и верстка изданных книг автора И.В. Смекалова «УНОВИС в Оренбурге. К истории художественной жизни российской провинции (1919-1921)» и «Сергей Калмыков. Оренбургский период (1893-1937)» были выполнены в рамках дипломного проекта дизайнером Елизавета Алпатовой.

Под руководством кандидата искусствоведения О.Б. Чепуровой проводится изучение, анализ и организация проектных мероприятий по охраняемым и реставрационным работам исчезающих в г. Бузулуке уникальных строений (более 40-ка), выполненных в стиле деревянного модерна конца XIX века. Благодаря полученному гранту от РГНФ была произведена фотофиксация, систематизация и виртуальная реконструкция элементов деревянного модерна с сохранением оригинальных пропорций и масштаба. Результаты проведенной работы применили при восстановлении утерянных деталей в деревянных строениях г. Бузулука и позволили вернуть нашему поколению былую красоту и гармонию исчезающих объектов архитектурного наследия.

Исследованием и популяцией архитектурного наследия дворянских усадеб г. Оренбурга занимается кандидат искусствоведения С.Г. Шлеюк. Наличие полноценного архивного материала об архитектурном наследии города и организация пленэрных зарисовок сохранившихся уникальных строений позволяет сформировать у студентов культуру проектирования объектов в исторической части.

Сотрудничество с книжными издательствами позволило студентам и преподавателям приобщиться к решению проблем по сохранению культурного наследия региона - принять участие в издании серии интереснейших книг, посвященных культуре нашего народа - «Аленький цветочек» С.Т. Аксакова (дизайнер Ася Волкова), «33 символа Оренбурга» А.П. Прусса (дизайнер Светлана Караваева), путеводитель по г. Оренбургу (дизайнер Евгения Константинова) и пр. Подготовлены к изданию книги «Легенды и мифы Южного Урала», «Сказки народов Южного Урала», «Этнография Оренбургского казачества», «Альбом наивных художников Оренбуржья».

В условиях жесткой экономической конкуренции дизайнеры, занимаясь профессиональной деятельностью, чаще всего не способны должным образом уделять внимание качественному выполнению не финансируемых или малобюджетных проектов, направленных на решение социальных проблем общества. Поэтому, даже неполный перечень социально-ориентированных проектов, организованных в рамках образовательного процесса и выполненных силами преподавателей, и студентов на кафедре дизайна, позволяет продемонстрировать их значение в поддержке нуждающихся членов нашего общества и социокультурном воспитании будущих дизайнеров. Наиболее результативным становится тесное взаимодействие образовательных учреждений с организациями, нуждающимися в проектной поддержке и готовыми стать экспериментальными площадками для вовлечения обучающихся в реальное проектирование.

Организация социально-ориентированной проектной деятельности студентов в образовательном процессе готовит будущих специалистов к

осознанному приобщению к социальному процессу «человек-общество - технический прогресс - социальная среда». Социокультурная ориентация проектных решений заставляет ставить перед обучающимися задачи, связанные с более глубоким подходом к осмыслению жизненных процессов, происходящих в обществе. Понимание социокультурной роли дизайна в экономическом, политическом и культурном пространстве нашей страны необходимо для определения вектора развития проектных методик в дизайн-образовании новой формации.

Список литературы

1. Воронов Н.В. О сегодняшнем понимании дизайна / Н.В. Воронов //Дизайн. Сборник научных трудов. – Вып. IV - М.: НИИ теории и истории изобразительных искусств Российской академии художеств, 1996. - С.3-13.
2. Прямая речь: Дизайнер и преподаватель Омар Вульпинари [Электронный ресурс]: интервью. / Look At Me. Новости моды, музыки, искусства – Режим доступа: <http://blogs.computerra.ru/t/promzona> - 07.14.2011 г.
3. Гайдай Т.С. ВНИИТЭ вчера, сегодня, завтра / Т.С. Гайдай, Е.Е. Задесенец, Г.К. Сергеева, Т.А. Сулова //Информационный материал Федерального агентства по науке и инновациям, ГУ Всероссийского научно исследовательского института технической эстетики. – М.: ВНИИТЭ, 2006. – 31 с.
4. Долгоруков А.М. Стратегическое искусство: целеполагание в бизнесе, разработка стратегий, воплощение / А.М. Долгоруков. - М.: ООО «1С-Публишинг», 2004. - 367 с: ил.ISBN 5-9677-0001-3